



UNIVERSIDAD DE GRANADA

Facultad de Ciencias de la Educación

Departamento de Pedagogía

Convenio interinstitucional entre

Universidad de Granada (España) y Universidad Pedagógica Nacional (Colombia)

**Educación Social: construcción del perfil de empresario desde el
desarrollo de las competencias propias del emprendedor según la ley
1014/2006 colombiana.**

Tesis presentada para aspirar al grado de Doctora por:

LUZ STELLA AHUMADA MÉNDEZ

Dirigida por:

Dr. D. JESÚS GARCÍA MÍNGUEZ

Granada, abril, 2011

Editor: Editorial de la Universidad de Granada
Autor: Luz Stella Ahumada Méndez
D.L.: GR 2737-2011
ISBN: 978-84-694-2950-1

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo no sería posible sin el apoyo de personas e instituciones .que aportaron sus conocimientos, experiencias y contribuyeron para llevar a feliz término este trabajo investigativo.

Gracias a mi excelente Maestro Dr. Jesús García Mínguez y su esposa Puri Cabrera, el primero por su estructura moral y pedagógica, paciente pero exigente, sin perder nunca el norte a que debía llegar, sin él no hubiera sido posible alcanzar esta meta; la segunda como una segunda madre, motivándome, apoyándome y haciéndome sentir como parte de su familia durante mis estadías en Granada.

Expreso también mis agradecimientos a mis padres, quienes han sido los impulsores de mi carrera y mi formación como persona y educadora, su ejemplo y amor constituyen un paradigma en mi vida y a los demás miembros de mi familia por su comprensión.

A mi esposo, David García Vanegas, por su apoyo moral, colaboración y solidaridad en este proceso de formación.

A los directivos y docentes de la Maestría de la Universidad Pedagógica Nacional de Colombia, quienes propiciaron mi acercamiento y vinculación con la Universidad de Granada en España; también debo un especial agradecimiento, a Dr. Oscar Ibarra, ya que gracias al convenio suscrito pude iniciar y terminar exitosamente este ciclo de la formación doctoral.

A los directivos y docentes del convenio internacional de la Universidad de Granada quienes han diseñado políticas importantes para dinamizar procesos significativos en la formación de profesionales para mejorar las condiciones sociales y económicas de los países en desarrollo.

A Stella Betancourt por su motivación permanente para culminar este proceso

Finalmente, expreso mi agradecimiento a mis compañeros docentes estudiantes de la Especialización de Gerencia de Proyectos Educativos de la Universidad Cooperativa de

Colombia e Institución las Villas de Cogua, a mis discípulos actuales y exalumnos, a los estudiantes de las instituciones: Departamental Las Villas de Cogua, Departamental de Zipaquirá y Departamental Rural de Subia (Silvania) y a los empresarios que colaboraron con la dinamización y desarrollo de las encuestas y entrevistas llevadas a cabo para la realización del presente trabajo.

INDICE

EDUCACIÓN SOCIAL: CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL DE EMPRESARIO DESDE EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS PROPIAS DEL EMPRENDEDOR SEGÚN LA LEY 1014/2006 COLOMBIANA.

INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO. 1	
LA PEDAGOGÍA SOCIAL / EDUCACIÓN SOCIAL, MARCO DE FORMACIÓN EMPRESARIAL.....	15
1.1. <i>ORIGEN DE LA PEDAGOGÍA SOCIAL</i>	15
1. 2 <i>ETAPAS DE LA PEDAGOGÍA SOCIAL</i>	17
1.2.1 Primera etapa entre 1850- 1920.....	18
1.2.2 Segunda etapa. La tradición historicista y hermenéutica (1920 – 1933).....	20
1.2.3 Tercera etapa, 1933-1949	22
1.2.4 Cuarta etapa, 1949 hasta nuestros días	22
1.3.- <i>DIVERSOS ENFOQUES DE LA P/ES</i>	24
1.3.1.- Enfoque moralista.	25
1.3.2.- Enfoque asistencialista y de las deficiencias.....	27
1.3.3.- Enfoque de la sociabilidad y la socialización.....	29
1.3.4.- Enfoque educativo a lo largo de la vida	30
1.4.- <i>CONCEPTO DE PEDAGOGÍA/EDUCACIÓN SOCIAL</i>	31
1.5.- <i>ÁMBITOS DE LA EDUCACIÓN SOCIAL/ PEDAGOGÍA SOCIAL</i>	35
1.5.1.- El concepto de ámbito	36
1.5.2.- Concretando ámbitos.....	40
1.5.3.- La sociedad del derecho al trabajo y el emprendimiento	48
CAPÍTULO 2.....	51
ESTUDIO DE TÉRMINOS.....	51
2.1.- <i>LA GLOBALIZACIÓN</i>	56
2.1.1 Ámbitos de la globalización	58
2.1.2 Efectos	61
2.2.- <i>SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE EL AUTOEMPLEO Y EMPRENDIMIENTO</i>	63
2.3.- <i>EMPRENDIMIENTO</i>	67
2.3.1 Concepto de emprendimiento	67
2.3.2.- Factores de emprendimiento	69
2.3.3.- Miradas sobre el emprendimiento	71
2.3 4.- Cultura emprendedora	76
2.3.4.1.-La creatividad en la cultura del emprendimiento	77
2.3.4.2- La innovación en la cultura del emprendimiento	80
2.3.4.3.- El liderazgo en el espíritu emprendedor.....	85
2.3.4.4.- Trabajo en equipo.....	87
2.3.4.5.- Manejo y resolución de conflictos	90
2.3.4.6.- Toma de decisiones	92
2.4 <i>EMPRENDEDOR</i>	94
2.4.1.- Concepto	95
2.4.2.- Perfil del emprendedor.....	100

2.4.2.1.- Categorías cognitivas del emprendedor	101
2.4.2.2.- Factores emocionales en el perfil del emprendedor.....	103
2.4.2.3.- Factores sociales del perfil emprendedor.....	107
2.4.2.4.- Factores éticos del emprendedor.....	109
2.4.3.- Nuestra propuesta de perfil emprendedor	109
2.4.4.-Desafíos del emprendimiento	111
2.5.- <i>PAPEL DE LA EDUCACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO</i>	112
2.6.- <i>PROCESO DE LEGALIZACIÓN Y TIPOS DE EMPRESAS</i>	117
2.6.1 Gestión de Creación y Constitución Empresa:.....	117
2.6.1.1 Si es persona natural.....	117
2.6.1.2 Empresa unipersonal	118
2.6.1.3 Sociedad comercial unipersonal.....	119
2.6.1.4 Empresa integrada por dos o más personas.....	121
2.6.1.5 La empresa asociativa de trabajo	122
2.6.1.6 Formas asociativas sin ánimo de lucro.....	122
2.6.1.7 Asociación o corporación.....	122
2.6.2. Registro de la empresa	124
2.6.2.1 Definición del nombre de la empresa.....	124
2.6.2.2 Determinación de la actividad de la empresa.....	124
2.6.2.3 Verificación del uso del suelo	125
2.6.2.4 Proceso de formalización o legalización de su actividad mercantil o empresarial	125
CAPÍTULO 3	
EL CONCEPTO DE COMPETENCIA	129
3. 1.- <i>APARICIÓN DEL TÉRMINO COMPETENCIA</i>	129
3.1.1.- Construcción del concepto competencia según algunos autores	130
3.1.1.1. N. Chomsky y la competencia comunicativa	131
3.1.1.2. J. Wittgenstein y los juegos del lenguaje	131
3.1.1.3 J. Habermas y el aporte de la interacción.....	132
3.1.1.4 Eliseo Verón y la competencia ideológica	133
3.1.2.- Fundamentos teóricos del concepto de competencia	134
3.1.2.1.- El positivismo en el mundo laboral	134
3.1.2.2 La Psicología.....	135
3.2.- <i>HACIA LA CONCEPTUALIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LAS COMPETENCIAS</i>	138
3.3.- <i>CLASIFICACIÓN DE COMPETENCIAS</i>	144
3.4.- <i>VINCULACIÓN DE LAS COMPETENCIAS AL AMBITO DE LA EDUCACION Y DEL EMPRENDIMIENTO</i>	150
CAPÍTULO 4	
LEY 1014 DEL 2006. DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO	155
4.1 <i>FUNDAMENTO Y ANTECEDENTES DE LA LEY 1014 DEL 2006</i>	156
4.2 <i>LA LEY 1014 DEL 2006</i>	172
4.2.1 Núcleo temático de la Ley 1014 de 2006.....	176
4.2.2 Política del emprendimiento.....	182
4.3.3 Las Redes Regionales de Emprendimiento.....	185
PARTE 2	
ESTUDIO DE CAMPO. PERFIL DEL EMPRENDEDOR	189
CAPÍTULO 1	
CONTEXTUALIZACIÓN	191

CAPÍTULO 2	195
FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS.....	195
2.1 GENERAL.....	195
2.2 ESPECÍFICOS:	195
CAPÍTULO 3	
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	199
3.1 RELACIÓN METODOLOGÍA-INVESTIGACIÓN	199
3.2.- LOS MODELOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS.....	201
3.3 LOS PARADIGMAS	203
3.3.1.- Paradigma positivista	205
3.3.2.- Paradigma Cualitativo-interpretativo.	205
3.3.3.- Paradigma socio-crítico.....	206
3.4 LA PEDAGOGÍA SOCIAL, LOS DIFERENTES PARADIGMAS Y EL	
EMPRENDIMIENTO	209
3.5 EL PROBLEMA DE LOS MÉTODOS.....	210
CAPÍTULO 4	
LOS INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN: LA ENTREVISTA Y	
EL CUESTIONARIO	215
4.1 PERTINENCIA DE LA ENTREVISTA Y CUESTIONARIO CON NUESTRO	
ESTUDIO	215
4.1.1.- El cuestionario.....	216
4.2.2 La entrevista	218
4.2. TRATAMIENTO DE LOS DATOS.....	219
4.2.1 Desarrollo del análisis de contenido.....	221
CAPÍTULO 5	
POBLACIÓN Y MUESTRA	223
CAPÍTULO 6	
RECOGIDA DE INFORMACIÓN: PROCESO	227
CAPITULO 7	
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	229
7.1 ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS EN LA LEY DE EMPRENDIMIENTO	230
7.2 ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS EXTRAÍDAS DEL CUESTIONARIO.....	244
7.2.1.- Primer interrogante.....	244
7.2.2.- Segundo interrogante	254
7.2.3.- Tercer interrogante	258
7.3 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	261
7.3.1.- Primer interrogante.....	262
7.3.2.- Segundo interrogante	270
7.3.3.- Tercer interrogante	273
CAPITULO 8.....	277
CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL DE EMPRENDEDOR SEGÚN LA LEY	
1014/2006. COMPARACIÓN CON LOS AGENTES SOCIALES.....	277
CAPÍTULO 9.....	283
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.....	283
BIBLIOGRAFÍA.....	287

NORMATIVIDAD	309
Autores y Sitios consultados en Internet.....	309
ABREVIATURAS	345
CUADROS.....	346
FIGURAS.....	346

ANEXOS

Anexo1. Ley 1014/2006.....	313
Anexo 2. Cuestionario.....	320
Anexo 3. Entrevista.....	329

INTRODUCCIÓN

Reviste importancia sentarnos en estos momentos a reflexionar sobre la crisis que vive el mundo frente al trabajo y el empleo, una reflexión ha de generar acciones que abran camino a otras alternativas al (los) problema (s).

La actividad laboral y consecuentemente el empleo, se han visto afectados por un sinnúmero de cambios relacionados con los modos de producción, tecnología, ambientes de trabajo, entre otros. Estas transformaciones se ven reflejadas en porcentajes altos de desempleados en todo el mundo, específicamente en países en desarrollo, como Colombia.

Es por eso que los Gobiernos están buscando fórmulas, normas, impulsos políticos que ayuden a viabilizar soluciones a este flagelo extensivo a todos los colectivos sociales, en especial a los individuos activos laboralmente. En efecto el emprendimiento se presenta en estos momentos como una alternativa a la desocupación: políticos, economistas, sociólogos, también educadores parecen apostar por el énfasis de la formación como alternativa al desempleo y fórmula de realización personal.

A partir de las investigaciones de Timmons y Spinelli, (2007); Rodríguez Ramírez, (2009), Porras, (2010), etc., el tema del emprendimiento ha insurgido en el campo de la ciencia con tres enfoques: a) el que arranca de la perspectiva de las ciencias sociales, b) el enfoque con carácter economicista y c) la mirada de las ciencias de la gestión. No sólo la crisis del empleo, no sólo la problemática social que genera la desocupación, no sólo la política, también la ciencia se ha sensibilizado ante una realidad que desborda el ámbito socio-económico y la propia realización del ser humano como persona.

En Colombia y en el resto de Latinoamérica el emprendimiento está empezando a hacer sus primeros pines. Falta compromiso por parte de los Gobiernos, particularmente Colombia ha promulgado una Ley 1014/2006, que es pionera en sus planteamientos, aunque tal vez sean precisos más apoyos en su aplicabilidad. Es el dato que se concluye después de sondear las opiniones de nuestros interlocutores (docentes, empresarios, estudiantes). Además del Gobierno colombiano, quizás también haya que solicitar más implicación en el fomento del emprendimiento a las empresas privadas, otorgando un carácter económico y social. Justamente teniendo en la mano ley marco en Colombia del

emprendimiento (1014 del 2006), se pretende determinar la construcción del perfil del emprendedor con sus competencias y desarrollo de las habilidades pertinentes.

Precisamente, es en el campo de lo social donde se establece la relación del emprendimiento con la educación, pues una de las críticas que más se anotan es la falta de su inserción en los procesos educativos. A nuestro entender la P/Educación Social conforman un área de especial vinculación, porque en virtud de sus contenidos, proyección y dinámica está llamada a impulsar la acción emprendedora; precisamos que el emprendimiento extiende sus beneficios no sólo al rendimiento económico, no sólo al hoy llamado Estado Social de Derecho, sino que abarca también el bienestar social, cultural de las personas en tanto que ciudadanos.

Así las cosas, entendemos el emprendimiento como una expresión de la autonomía individual, acentuando la proyección en lo social; su propósito no es simplemente el autoempleo, sino generar trabajo y coadyuvar a la realización de los sujetos. Los elementos y competencias, decíamos, deben ser construidos en los procesos educativos desde los primeros grados de formación, con un currículo ajustado al perfil del emprendedor.

Se consideró propicio para la estructura de la obra dividirlo en dos partes, la primera, radicada en la sustentación teórica y la segunda en la metodológica, pues si bien la teoría es fundamental, no puede dejarse a un lado su reflejo en la práctica.

Desde esta mirada, y tratándose de la primera parte, el capítulo uno de la investigación parte del desarrollo de la Pedagogía-Educación Social en el marco de la formación empresarial, y para ello se hace un recorrido histórico hasta descubrir cuáles son los ámbitos de su contextualización y bajo qué paradigmas se mueve y dinamiza.

El segundo capítulo del trabajo presentado, “Estado de la Cuestión”, se adentra especialmente en el emprendimiento, pero partiendo de la globalización como factor importante de influencia; es aquí donde, previos análisis epistemológicos, se establecen las diferencias entre emprendimiento y autoempleo. Sobre el concepto primero aparecen los elementos que muestran la implicación de la cultura emprendedora, tales como la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo, el manejo y resolución de conflictos y la toma de decisiones, componentes constructores del perfil del emprendedor.

Pero ¿cuál sería de la formación del emprendedor sin saber qué y cómo desarrollar sus potencialidades? Uno de los puntos determinantes en este campo no pueden pasarse por alto: las competencias que acompañan al emprendedor. Es el tercer capítulo que centra su atención en la descripción del concepto, sus fundamentos teóricos y su evolución, considerando primero su evolución histórica. Con base en lo anterior, y teniendo en cuenta la clasificación de las competencias, se concluye estableciendo la vinculación de las habilidades competenciales que desde la educación han de acompañar al emprendedor.

Concluye la primera parte con la presentación de la ley colombiana 1014 del 2006, titulada “De fomento a la cultura del emprendimiento”; se consideró pertinente partir de sus antecedentes, para comprender el porqué de su sanción, y así poder comprender su contenido y proyección como política de Estado.

En la segunda parte del trayecto presentamos el estudio de campo. Empezamos por señalar qué tipo de metodología específica se aplicó y por qué. Siguiendo los pasos clásicos nos marcamos unos objetivos guía de toda la investigación, una muestra, instrumentos, recogida de información, análisis de la misma.

Al final del estudio nos preguntamos si hemos logrado cumplir con el objetivo principal propuesto desde el inicio: ¿Hemos logrado construir el perfil de emprendedor? Tras la comparación de la experiencia de la muestra (docentes empresarios y estudiantes) con las propuestas de la ley hemos dar alcance a una serie de competencias consensuadas que nos parecen información suficiente para diseñar el perfil del emprendedor. Esperamos que el esfuerzo que ha reclamado la tesis, sirva no sólo para su sustentación, sino para crear una nueva ruta en el alborotado mar de la crisis económica y laboral que ha sido la principal motivación de su elaboración.

PARTE 1:

ESTADO DE LA CUESTIÓN

CAPÍTULO. 1

LA PEDAGOGÍA SOCIAL / EDUCACIÓN SOCIAL, MARCO DE FORMACIÓN EMPRESARIAL

1.1. ORIGEN DE LA PEDAGOGÍA SOCIAL

Se inicia la investigación con un capítulo dedicado a la Educación Social ¿Por qué se parte del emplazamiento de la Educación Social en las primeras páginas? Porque el presente trabajo está dado a partir de las competencias emprendedoras que tienen una implicación, por un lado un enclave en los ámbitos de la Educación Social y por otro, representan la exigencia de un compromiso socioeducativo, como comprobaremos más adelante. Por estas razones somos llevados desde el primero momento de la mano de la ES.

La concepción utópica de la educación se inicia en Alemania entre los siglos XVIII y XIX; Kant y Hegel son quienes han influido más en la Pedagogía Social. La educación es una dimensión esencial para el desarrollo de la comunidad. Natorp tomó el pensamiento de Kant y Hegel para afrontar el estudio de la Pedagogía Social.

Los factores que propiciaron el nacimiento de la Pedagogía Social en Alemania están inspirados primero en una mentalidad abierta, sensibilidad social y madurez conceptual con respecto al pensamiento y filosofía social. Por otra parte, se da una situación histórica cargada de problemas, carencias y conflictos que exigen unas atenciones educativo-sociales prioritarias.

Los últimos fenómenos se derivan de las necesidades y consecuencias de la revolución industrial, las privaciones y los conflictos sucedidos a partir de las guerras que ocurrieron en Europa en los siglos XIX y XX.

En lo que corresponde a la revolución industrial, ésta desencadenó desplazamientos y situaciones de marginación, inadaptación y desamparo, claves para el despliegue de la Pedagogía/Educación Social. El pensamiento filosófico-social, unido a la escasez y penalidades mencionadas y generadas de la posguerra, conformó el segundo eje

fundamental en el nacimiento de una Pedagogía. Entre dichos fenómenos se intenta dar respuesta educativa a las necesidades sociales e individuales, dejando a un lado el individualismo y buscando planteamientos que estuvieran dirigidos al desarrollo de la comunidad.

Coinciden Gloria Pérez Serrano (2004) y Sáez y otros (2007) cuando aseguran que la Pedagogía Social en sus inicios se contextualiza en una compleja situación sociopolítica; los fenómenos que aportaron a su aparición son: una sociedad que se encuentra sometida a fuertes cambios económicos, sociales, políticos e ideológicos, con grandes conflictos que a su vez exigen respuestas educativo-sociales. Por ejemplo, Alemania, cuna de la Pedagogía Social, sufrió una profunda crisis económica que se inició en 1874 y se mantuvo durante décadas.

La Pedagogía Social como disciplina se posiciona, frente a cada una de las dificultades que sufre la población, centrando sus esfuerzos en la dimensión social de la educación, y generando una formación en la comunidad, capaz de ayudar en la búsqueda de la resolución de sus propios problemas. Desde el primer momento, la Pedagogía Social se ocupa de una educación con proyección cívica, en tanto que su centro está enclavado en la comunidad. Esto significa que la orientación gira sobre la vida cívica de los grupos y personas, lo cual necesariamente tendría que darse a través de una vinculación a una población necesitada. Esta propuesta vamos a encontrarla en dos personalidades, Paul Natorp y Kerschensteiner.

Estudiosos contemporáneos en esta disciplina como García Mínguez (2009), Sáez (2007) y Gloria Serrano (2004) entre otros, enfatizan el desarrollo de una Pedagogía Social necesariamente vinculada a una comunidad y dispuesta a enfrentar los problemas desde su interior. En efecto, los orígenes de la Pedagogía Social, según Kerschensteiner (1854-1932) se relacionan con la necesidad de intervenir socioeducativamente en una sociedad con grandes dificultades, a raíz de las situaciones provocadas por la industrialización. Kerschensteiner es considerado un pedagogo que retoma la filosofía de la cultura de los valores con proyección social -que inclusive fue planteada por Dilthey y Richert; además, conceptualiza la formación como un todo del ser espiritual, unitario y con sentido, donde el individuo es capaz de crecer y madurar a través del contacto con los bienes culturales y los valores propios de la comunidad; considera que los valores han de ser vivenciados y

practicados y no verlos solamente en la teoría.

Lo importante de Kerschensteiner es que define al maestro como el promotor del desarrollo del individuo y de su autonomía personal y social; además, entiende el trabajo no como una simple metodología didáctica, sino como participación del sujeto en esa función social básica. Nuestro autor, retomando las ideas de Dewey, entiende la Pedagogía como la ciencia de la educación que busca que el individuo tenga una preparación para la vida social y comunitaria.

Igualmente asegura que tanto la escuela como la sociedad han de estar conexas y que la institución educativa es el espacio para formar al ciudadano útil a la sociedad; es decir, que cuando se realice un trabajo, éste pueda contribuir y promover el bien de la comunidad. En tal sentido se espera que las instituciones educativas sean comunidades de trabajo y debate alrededor de temas objeto de estudio y que puedan servir para buscar soluciones significativas desde una educación inmersa en lo social.

Así pues, el autor referenciado anteriormente propone que la educación ha de tener un carácter y una finalidad social, al sostener que la persona es ante todo, por y para la comunidad. De manera similar, plantea que el trabajo es el medio para la vinculación con los demás como deber social, vinculando al individuo con la comunidad, y considerando el trabajo, como virtud social y un gran medio de formación cívica.

Tras estas pinceladas de bosquejo pasamos a analizar de forma más concreta la evolución histórica de las funciones y compromisos de la Educación Social.

1. 2 ETAPAS DE LA PEDAGOGÍA SOCIAL

En su recorrido histórico la profesora Pérez Serrano (2004) presenta cuatro grandes etapas de la Pedagogía Social, desde sus inicios hasta hoy; y señala los hechos más significativos a partir de los contextos políticos, económicos y sociales que dan lugar a esta disciplina:

1.2.1 Primera etapa entre 1850- 1920

En esta primera etapa, Natorp es el máximo representante del sociologismo pedagógico, que luego lo llamará Pedagogía Social, la cual recibirá influencias a partir de las aportaciones de dos escuelas de pensamiento:

- La escuela del Pensamiento Social Idealista: esta corriente fija el criticismo deductivo con una fuente histórica que nace en Platón, se desarrolla luego en Descartes y concretiza por Kant.
- La Escuela del Pensamiento Social Empirista: en este grupo se encuentran Bergemann, Bart, quienes se inspiran en Spencer y Fichte proponiendo la metodología de la sociología basada en principios no deductivos (Idealismo), sino inductivos.

No obstante la existencia de diversos pensadores y corrientes con dimensión social, nos detenemos en Paul Natorp (1854-1924). Natorp es un filósofo neokantiano y forma parte de la lista de pensadores alemanes que han aportado avances significativos a las ciencias, a la filosofía, y, sobre todo a la pedagogía. En 1989 se publicó su libro *Pedagogía Social; Teoría de la voluntad, sobre la base de la comunidad*.

Conviene resaltar que es el primer teórico de la Pedagogía Social, quien a través de Fichte, recibe influencias de Pestalozzi, basando su teoría sobre la Pedagogía Social en los temas de: comunidad, voluntad y educación. Los ejes centrales del pensamiento filosófico de Natorp están dados alrededor del problema de la educación voluntarista y comunitaria. Bajo estas categorías, Natorp destaca cinco principios tomados del pensamiento de Pestalozzi: espontaneidad, método, intuición, armonía o equilibrio de fuerzas y colectividad. Es en el último principio donde Natorp encuentra la base de la Pedagogía Social.

El estatuto científico y objeto de la Pedagogía Social considera la comunidad como uno de los ejes claves de la educación, al aseverar que toda actividad educadora se realiza sobre la base de la comunidad, porque “el individuo aislado es una mera abstracción”. (Natorp, 1913:97). Para Natorp, es necesario el análisis de las condiciones sociales de la cultura y los contextos de la vida social que envuelven a las personas. El fin es una mirada con capacidad crítica dirigida conscientemente a la formación integral del yo social como

núcleo teórico de discusión en la Pedagogía Social.

Dado que el contexto cultural es el espacio de desarrollo natural del ser humano, en él converge una triada de fuerzas vivas identificadas como: el individuo, la comunidad y la educación. Los tres elementos conforman un enfoque social prioritario, (hoy este planteamiento juega un papel importante en los currículos) en la búsqueda del desarrollo del individuo, y constituyen un instrumento de acercamiento a las necesidades de las comunidades a las que se halla vinculado directa o indirectamente.

Vayamos por partes: en primer lugar Natorp (1914) afirma que la Pedagogía Social tiene como función investigar las condiciones culturales relacionadas con la vida social de los *individuos*; una vez ubicadas, su compromiso consiste en dinamizarlas dentro del proceso de transformación de los seres humanos.

Por otro lado, la transformación del individuo tiene como centro de gravedad la *comunidad*. Ella es el punto esencial del encuentro entre cultura y sociedad, lo que lleva a configurar una premisa: las condiciones educativas de la vida comunitaria constituyen el tema de la Pedagogía Social en sinergia con diferentes estamentos reconocidos social y jurídicamente.

En tercer lugar, la propuesta de Natorp resalta otro eje importante: es el enfoque de la *educación*; a partir del individuo, miembro de una comunidad, aparece el objetivo educativo que va más allá de la persona individual y consiste en el logro de la conciencia colectiva. Los seres humanos, gracias a la formación de la conciencia social, pueden afrontar de otra manera las limitaciones individuales, fortalecer los vínculos sociales entre sus integrantes, y acceder con mayor seguridad a los bienes relacionados con las necesidades vitales.

Junto a la formación de la conciencia social aparece la voluntad como fundamento central de esta disciplina, teniendo en cuenta que, para Natorp, la formación de la conciencia es el camino para buscar respuesta positiva a los problemas relacionados con el desarrollo integral de las sociedades de cualquier época. A partir de esta concepción cívica de la conciencia se refuerza la hipótesis de que la Pedagogía ha de girar hacia un carácter social, sobre todo porque, la comunidad se convierte en el ente regulador de la misma.

La mirada social de Natorp ha trascendido a la escuela facilitando que ésta aborde las cuestiones de carácter social, político, cultural sea en un contexto local, nacional o global. Así pues, la Pedagogía Social ha recibido con el investigador alemán un enfoque teórico, orientado hacia procesos comunitarios y la búsqueda de acciones que contribuyan al encuentro de alternativas a los problemas y/o necesidades personales y colectivas.

1.2.2 Segunda etapa. La tradición historicista y hermenéutica (1920 – 1933)

Bien puede considerarse a Wilhem Dilthey (1833-1911) como el precursor de ésta, por lo que consideramos necesario hacer un alto para resaltar su importancia en este contexto. Si bien Dilthey centró su discurso en las ciencias del espíritu, la psicología y la historia, para abordar los problemas de una filosofía de la vida, ejerció a su vez una gran influencia en el pensamiento pedagógico de su época; aún hoy, presenta una mirada consistente en que el manejo conceptual de educación está articulado con la idea de la historia como ciencia del espíritu, al considerar que la historia de la educación depende de dos factores esenciales: el progreso de la ciencia que afecta a todos los medios de la educación y el estado cultural de un pueblo o generación que determina la idea educativa, en tanto que ideal de vida de la sociedad que educa (Ileana Rojas Moreno:2006:15).

En este orden de ideas, Dilthey en “Fundamentos de un sistema de Pedagogía” señala la educación como una función de la sociedad, y para ello construye un análisis en el que trata de comprender, de una parte, la función educativa de las sociedades estudiando comparativamente la educación nacional de los distintos pueblos en sus diferentes circunstancias particulares, y de otra, poniendo en relación con los hechos el conocimiento psicológico y sociológico de sus factores, articulando en esta conceptualización, dos perspectivas de corte teleológico: la individual y la social.

Desde la perspectiva individual para Dilthey el fin de la educación solo puede derivarse de la estructura de la vida anímica misma. En tanto que desde la perspectiva social la educación responde a dos fines esenciales: la renovación de los sujetos y la transmisión y conservación de los bienes culturales adquiridos a lo largo de la historia. En lo relacionado con la Pedagogía, Dilthey expresa que en la filosofía de la vida no se deben separar las prácticas pedagógicas y el contexto cultural y sociopolítico, porque los sistemas pedagógicos se deben ajustar a procesos sociales específicos que se extraen

de las vivencias de una comunidad determinada.

Influenciado por Dilthey aparece una de las primeras figuras que de forma directa abordan la Pedagogía Social, Hermann Nohl (1870-1960) alemán también, hacia la década de 1920, institucionaliza la Pedagogía Social con una orientación práctica y proyección en el trabajo social. Los aspectos que se resaltan en la Pedagogía de Nohl son: la autonomía, la relación teoría -praxis, la historicidad de la realidad y finalmente la teoría educativa.

En particular, Nohl referencia la educación como ayuda para solucionar los problemas, marginación y necesidades de las personas, surgidos a consecuencia de la revolución industrial. El fin último del trabajo sociopedagógico mira al individuo inmerso en una comunidad y en un contexto determinado.

En consecuencia es preciso anotar, en primer lugar, los aportes prácticos que sugiere el estudioso alemán:

- (1) Utiliza el método hermenéutico y lo fundamenta en el trabajo práctico,
- (2) Resalta la atención individual y la comprensión de las situaciones que vienen dadas tanto desde el ámbito personal, como desde el contexto donde está ubicado el individuo.

En segundo lugar los aportes teóricos respecto al objeto y contenido de la Pedagogía Social son los siguientes:

- (1) La realidad se toma de forma concreta como punto de partida de la teoría de la Pedagogía Social
- (2) La define como proceso dinámico y de integración de esfuerzos que busca nuevos horizontes educativos para la incorporación social.
- (3) La Pedagogía Social es una parte de la Pedagogía General cuyos fines están orientados hacia la formación popular y la prevención, ayuda y solución a los problemas sociales de las comunidades.
- (4) La teoría no se debe separar de la praxis educativa social, por lo tanto, el trabajo pedagógico-educativo se da en una relación entre educandos y educador.

Tanto Natorp como Nohl destacan el papel de la comunidad en el desarrollo y

formación del individuo, resaltando que como ser social, la comunicación e interacción con los otros genera un papel significativo de relación.

1.2.3 Tercera etapa, 1933-1949

En esta época en Alemania todo lo que se refería al ámbito social se tiñó de ideología política, por tanto la Pedagogía Social no tenía buena aceptación, pasando al oscurantismo o manipulación la dimensión social de la educación; se destacan aspectos como:

- Predominio de la ideología racista, hay marginación y discriminación.
- La educación popular, que pertenecía a las clases trabajadoras, se suprimió o se redujo a la mínima expresión.
- La mujer es relegada a sus actividades domésticas
- El trabajo extraescolar con la juventud lo asumió la juventud hitleriana, instrumentalizando la educación social como aparato de adoctrinamiento.

Los representantes de esta época fueron E. Krieck y A. Baumber; ellos no hicieron aportes a la Pedagogía Social, sino que utilizaron la Pedagogía Social para sus intereses políticos.

1.2.4 Cuarta etapa, 1949 hasta nuestros días

Terminada la segunda Guerra mundial, en Alemania la Pedagogía Social retoma los postulados de Weimar y de Hermann Nohl; revive su pensamiento pedagógico social, especialmente se ajusta y orienta hacia la juventud, sin olvidar la búsqueda desde la teoría de nuevas propuestas de Educación Social.

En estos momentos, y en forma definitiva, empieza a diferenciarse la Pedagogía Social de la Educación Social. Con una estrecha vinculación en su existencia, las funciones son diferentes: mientras la Pedagogía se ocupa de la reflexión y la teorización, la Educación Social afronta la acción práctica. Podríamos calificar a la primera como la ciencia que normaliza y a la segunda como la ejecutora de las normas dictadas. Tal es la conexión entre ambas dimensiones, que la una no existe sin la otra, de ahí que en adelante usemos, como la mayoría de los científicos, conjuntamente ambas dimensiones con el término P/ES.

Retomando el estudio de la cuarta etapa, encontramos que los ejes que resaltan la P/ES, correlacionan con los fenómenos sociales de la época:

- Problemas y situaciones carenciales derivados de la posguerra,
- Primeras medidas asistenciales desde lo social
- Promoción del desarrollo social
- Implantación de la ES como título universitario y profesión

Después de la difícil situación vivida en Alemania tras la II Segunda Guerra Mundial, se empiezan a establecer los elementos básicos para garantizar la subsistencia; se da una reorganización política, social y educativa del país a partir de una planificación con el fin de crear instituciones para dar orientación y ayuda a los niños y jóvenes, principales víctimas de las consecuencias del conflicto bélico.

En los años posteriores a 1945, Mollenhauer, a partir de la Pedagogía Social crítica, contribuyó a impulsar la protección juvenil, sobre la que ha ejercido gran influencia tanto en el desarrollo físico como psíquico y moral de todos los jóvenes.

Hacia los años 50-60 vuelven a retomarse las teorías de Nohl y se recupera la P/ES como elementos de protección juvenil. Además, el fin de la Pedagogía Social crítica consiste en llevar a cabo una educación emancipadora a través de un proceso dinámico, donde el sujeto es visto como persona con sus problemas, deseos, ideas y experiencias.

Desde el punto de vista histórico, según Serrano (2003), se dan tres dimensiones significativas en lo que tiene que ver con la construcción de la Pedagogía Social: 1. Epistemológica, 2. Tecnológica y 3. Profesionalizadora.

En lo que respecta a la primera, llamada *epistemológica*, tal como acabamos de señalar, aunque se inicia con la Educación Social como dimensión educativa de la sociedad, sin embargo coge vuelo gracias a la Pedagogía Social en tanto que reflexiona sobre los fenómenos sociales. Siguiendo a Nohl, y los sociólogos en general, los análisis han de tener en cuenta el desarrollo histórico. Es un criterio básico en el desarrollo epistemológico de toda ciencia (Níkeles), también y por supuesto para la ciencia pedagógica.

En relación con la segunda *dimensión, la tecnológica*, se interpreta la pedagogía como una ciencia aplicada y nace para resolver los problemas socio-educativos en el contexto extraescolar, tarea asumida por la Educación Social. Ya tenemos bien orientadas las funciones mencionadas de la Pedagogía y la Educación, ambas Sociales en tanto se ocupan de las dimensiones socioculturales de las comunidades.

En este sentido, teniendo en cuenta la complejidad de los fenómenos socioculturales, el ejercicio profesional de la P/ES ha de ir acompañado de las aportaciones de otras ciencias sociales (psicología, sociología, antropología...), es decir, los procesos educativos tendrán un carácter multidisciplinar. Para Ortega (1999) la Educación Social y la Pedagogía Social, no precisan buscar espacios, porque ya están en ellos, sino que se dirige hacia la toma de conciencia de su propia ubicación para así cobrar un renovado sentido en su acción con la colaboración y reflexión de las ciencias auxiliares mencionadas.

Para cerrar provisionalmente la cuarta etapa digamos que en las décadas de los ochenta y noventa la P/ES vislumbra nuevas alternativas y nuevos espacios frente al fracaso de las pedagogías escolares clásicas, abriendo otros caminos hacia la dimensión del desarrollo comunitario, enriqueciendo el concepto de servicios sociales promovidos por el Estado del Bienestar. Más adelante, al abordar los ámbitos de la P/ES y sus recursos, en particular el emprendimiento, objeto de nuestro trabajo, retomaremos el florecimiento actual de la ciencia llamada Pedagogía Social y su socio ejecutivo la Educación Social.

A modo de resumen de los procesos históricos digamos: hoy, los tres principios enfatizados por Nohl –autonomía pedagógica, relación entre teoría y praxis e historicidad de toda realidad educativa deben ser la base de una P/ES, orientada a dar parte de las expectativas y necesidades del individuo y la comunidad, sean las expectativas y necesidades de carácter positivo sean de sello conflictivo.

1.3.- DIVERSOS ENFOQUES DE LA P/ES

Con una lectura histórica acabamos de situar la evolución de la P/ES en cuatro periodos. Con un propósito de mayor análisis vamos a realizar en las líneas que siguen otra categorización teniendo como criterio las iniciativas temáticas. Por consiguiente, referenciaremos la orientación de los contenidos junto a la mención de los autores más

significativos. En cuatro categorías agruparemos los desvelos y los intereses de la P/ES, siguiendo los pasos de Caride, Sáez, García Mínguez, etc.

- 1.- Enfoque moralizante.
- 2.- Enfoque asistencialista y de las desadaptaciones.
- 3.- Enfoque socializador.
- 4.- Enfoque postescolar

1.3.1.- Enfoque moralista.

Quizás sea la orientación más antigua de la Educación Social, aunque no faltan autores de nuestro tiempo que se acogen a la preocupación ética y de los valores.

Tomando de lejos el concepto de Educación Social, Sánchez Sarto (1936 2431 – 2434) asociaba las líneas de intervención educativo-social a fines morales. Se quejaba de que no existía al momento un sistema elaborado de indicadores socio-pedagógicos, pero se atrevía a articular la Educación Social a la ética:

“que las personas tengan conciencia de responsabilidad que se manifieste en la disposición de ayuda”.

“que conduzca la regulación moral del instinto de dominio tan peligroso para la colectividad”.

“que eduque la comprensión de las determinaciones jurídicas y el respeto al derecho”.

“que se esfuerce por dar actualidad a las virtudes al servicio de formas sociales concretas: la familia, la comunidad, el pueblo, el Estado...”.

Podrá observarse que Sánchez Sarto no ofrece una definición de Educación Social esencialista, sino que le asigna unos objetivos con los que trata de mostrar lo que entiende por reflexión educativa social. La suya es una disposición descriptiva (García Garrido, 1971:5).

Unas décadas más adelante, por los años 60, Mollenhauer sintetiza el planteamiento de la Pedagogía Social en cuatro metas principales:

- Crear la ciencia de los ideales.
- Lograr una ética social determinada.
- Acentuar los objetivos de la Pedagogía.
- Estudiar el campo de la educación en los grupos. (Mollenhauer, 1966, 33 ss.).

No parecen muy explícitos los objetivos señalados por nuestro autor. En todos, aparece con decisivos pronunciamientos la inquietud por una orientación moral de la intervención socioeducativa.

En tiempos recientes Millán Arroyo, profesor de la Universidad Complutense, estima que la Educación Social promociona las siguientes áreas:

- El área de las actitudes propias de la ciudadanía, conducida ante todo por las actitudes de justicia y amor.
- La instrucción sobre los elementos constitutivos y reguladores de la sociedad y sus funciones.
- El cuidado de que cada persona encuentre su puesto en la sociedad.
- La ayuda a aquellos sujetos que se encuentran en situación de riesgo y necesidad (Millán Arroyo, 1985: 205).

La concepción de la Educación Social confiere a la praxis un color sin disfraces de tintes morales. ¿Habrán miedo al pensamiento frívolo de los cambios sociales habidos en el último siglo?

En las propuestas de García Garrido (1971, 89-91) prevalece la orientación pedagógica de corte proteccionista llevada de la mano de la P/ES. Considera que la perspectiva educativa se concreta:

- En la transmisión de los valores propios de una sociedad determinada.
- En la función de educar a las personas para vivir en una sociedad concreta.
- En los propósitos adscritos a un determinado modo de entender la convivencia social.

La lógica de la habituación a las normas sociales es el eje del pensamiento de

García Garrido, que acaba asimilando una concepción conservadora.

1.3.2.- Enfoque asistencialista y de las deficiencias.

Es una constante en tiempos atrás, la de entender la Educación Social como una “educación compensatoria”. Vamos a encontrar autores que consideran ésta función como una más entre otras (Petrus), pero la opinión de que la Educación Social debiera dar respuesta a los conflictos sociales (desadaptación, violencia de género, drogas, niños en situación de riesgo, pobreza, etc.) ha sido bastante generalizada. Hoy este enfoque se ve complementado por programas socioeducativos de calidad de vida como el ocio y tiempo libre, el desarrollo comunitario, la educación a personas mayores, que no representan confrontación social. Citaré solamente a tres autores.

Cuando aparecen los problemas de la revolución industrial, los efectos de la II Guerra Mundial, el fenómeno hippy y el mayo francés del 68, los protagonistas de la P/ES toman cartas en el asunto. La concepción de Iben (citado por Gloria Pérez Serrano, 2003) proyecta una preocupación por los desajustes contextuales señalando tres enfoques:

- Atención a las personas que se encuentran con necesidades provocadas por la pobreza, la exclusión o la criminalidad
- Pronunciamiento a favor de la socialización de aquellas personas corren el riesgo de la desadaptación.
- Preocupación por favorecer la vida comunitaria, los fundamentos de la convivencia y la participación.

El intento de integrar al excluido y al débil se acompaña con Iben del deseo de favorecer la socialización. Es normal que la “anormalidad social” sea reconvertida a través del acoplamiento a las estructuras sociales.

José María Quintana es el primer pedagogo que sistematiza la Pedagogía Social en España en 1984. Por ello mismo, quizás sea uno de los autores que mejor entendió qué es y puede ser la P/ES. Fue capaz de abrir los horizontes educativos a cinco dimensiones entre las que se encuentra una referida a la problemática social.

“La Pedagogía Social es como una doctrina de la beneficencia pro infancia y

juventud”. Trata de satisfacer los problemas humano-sociales de los necesitados y ofrece ayuda educativa profesionalizadora. Quiero llamar la atención sobre la apertura de Quintana al ámbito profesionalizador, aunque domina la perspectiva asistencial a “los colectivos desamparados”.

Para ser justos con el profesor de la UNED, he de añadir para completar su visión de la P/ES, otros cuatro enfoques:

- La Pedagogía Social como enfoque de la formación social del individuo, o sea, “la madurez social”.
- La Pedagogía Social como doctrina de la educación política, haciendo del humano un ser político en la polis y el Estado.
- La Pedagogía Social como teoría de la acción educadora de la sociedad o sea, extraescolar.
- La Pedagogía Social como doctrina del sociologismo pedagógico que concibe la Educación frente a la realidad fundamentalmente social.

Antonio Petrus, es probablemente el autor más actual que ha sabido reconocer los cometidos más señalados de la Pedagogía Social. Entre los once cometidos que permiten una aproximación al concepto de Educación Social señala “la intervención educativa cerca de la inadaptación y marginación social”. Paradójicamente, piensa Petrus las actuales sociedades del bienestar cobijan problemáticas hirientes, vinculadas a la desadaptación, la exclusión, la marginación, los desequilibrios sociales.

Hemos de hacer constar, en este momento, una visión más global que lo anteriormente dicho de Petrus. Los esfuerzos por clarificar el concepto de Pedagogía Social nos ofrecen unos perfiles que describen de un modo bastante completo lo que entiende por P/ES. Resumiendo, éste considera que la Educación Social es como:

- Adaptación de forma continua al medio en evolución.
- Socialización del individuo biológico en ser social.
- Competencia social enseñando las virtudes de integración.
- Didáctica de lo social mostrando estrategias frente a los problemas.
- Acción profesional en cuanto prepara a los profesionales.

- Formación política del ciudadano para convivir.
- Prevención y control social, necesario para conseguir el orden y el consenso.
- Trabajo social educativo superando el asistencialismo.
- Paidocenosís o conjunto de estímulos para conseguir un mayor nivel de socialización.
- Evolución extraescolar que no forma parte del sistema formal.

A no dudar, este elenco de contenidos educativo-sociales reclama en conjunto un enfoque satisfactorio que da respuesta a los múltiples problemas de la sociedad actual. Petrus está convencido que aún quedan espacios sin recoger y formas pedagógicas que elaborar. De hecho, la Educación Social tiene tantos escenarios, que tal vez sea preferible identificarla como una ciencia poliédrica.

1.3.3.- Enfoque de la sociabilidad y la socialización.

A partir de los anteriores lineamientos pueden extraerse dos términos estrechamente relacionados con la Educación Social: la sociabilidad y socialización. Son dos conceptos que se complementan en el quehacer socioeducativo. El primer concepto hace referencia a como el ser humano logra compenetrarse con los demás y encontrar su espacio dentro de la misma sociedad, mientras que en el segundo, la persona se vuelve líder del cambio social y del medio en el que se desenvuelve. La función de socialización que ha aparecido en algunos autores señalados es, quizás, la consideración más ajustada a la significación semántica del objetivo “social”. Buena parte de las opciones conceptuales de la P/ES son vinculadas a las prácticas cívicas. Entre los muchos estudiosos del tema, presto atención a dos, sin excluir a los mencionados Petrus y Quintana.

A. Colom (1987: 170 ss.) destaca el “papel socializador de la educación y el educador social”, bajo el prisma de un enfoque funcionalista. Estima que la Educación Social está aumentando su credibilidad en la “socialización extraescolar”. En el contexto de una sociedad democrática hace significar la tarea comprometida con la convivencia social con un sentido formador y transformador.

Por su parte Massero (1990: 754 ss.) entiende la Educación Social como un “proceso de socialización y de modernización de toda la vida de un pueblo. Un proceso

que tiene en la sociedad la propia condición.”

Completando la orientación sociologista de Massero dejamos constancia de otros cinco enfoques que formalizan una concepción ideológica de la acción socioeducativa. Mantenemos solamente los enunciados:

- Orientación historicista-materialista.
- Orientación funcionalista.
- Orientación problemalista.
- Orientación utópica.
- Orientación personalista.

1.3.4.- Enfoque educativo a lo largo de la vida

Cuentan de uno de los mejores pensadores clásicos e incluso de todos los tiempos Sócrates, que mientras le preparaban la cicuta con la que iba a ser eliminado por corruptor de la juventud ateniense, estaba aprendiendo un aria para flauta. Preguntado, ¿”de qué te va a servir”? El viejo filósofo contestó, “para saberla antes de morir”. Quienes piensan como Sócrates, parten de la convicción según la cual “el tiempo es oro” lo que aplicado a la historia de cada persona se traduce en una posible disponibilidad permanente de educación.

En la década de los noventa encontramos en el Informe Delors (1996) por primera vez la acertada y expresiva elocución, “educación a lo largo de toda la vida” como réplica a los desvíos de la Educación Permanente. En verdad el concepto de Educación Permanente había sido absorbido por el pensamiento eficientista. De hecho, en muchos documentos aparece el proceso educativo permanente adscrito a la idea de aprendizaje. El propio Delors, interpreta la idea de educación a lo largo de la vida como referencia no a un periodo particular de la existencia, sino como el ejercicio de aprendizaje que se extiende a toda la existencia, donde cada tipo de conocimiento invade a la persona y la enriquece.

Para nosotros y otros autores (Núñez, 2002; Pérez Serrano, 2003; Colectivo Situaciones y Universidad Trashumante 2004, García Mínguez, 2004)) el contenido de “educación-a-lo-largo-de-la-vida”, en tanto que dimensión fundamental de la P/ES tiene un sentido más fenomenológico y menos positivista. Educar fenomenológicamente responde a

una función de construcción y transformación, es decir, representa la ayuda para entrar en un proyecto de vida. Las pautas educativas hacen hincapié en el valor de la vida, expresión clave del ser y estar del hombre en el mundo según el entendimiento existencialista, por ejemplo de Ortega. El “ser y estar”, interpretados en su sentido estructural y biográfico, no sólo en el sentido espacial, llevan al concepto de “instalación”, que es la manera como el hombre “se encuentra” en la vida, haciendo “ya” algo, y siendo “ya” alguien (J. Marías 1993, 21).

A partir de la fenomenología orteguiana, finalmente Julián Marías es un aplicado discípulo, los verbos “ser y estar” refieren la estructura empírica y existencial del ser humano. “A todos nos interesa vivir en un ambiente lo más inteligente posible, porque va a ofrecernos mayor oportunidad de ser felices y llevar una convivencia más digna”. (Marina, J. A. 1996). Es una apuesta a favor del “estar” o si se prefiere una opción por el rostro más humano y social del fenómeno educativo.

En la concepción existencialista del “ser y estar” aplicada a la acción socioeducativa de la P/ES se proyecta un destino hacia la persona (ser) y hacia el contexto (estar). Son las dos dimensiones arraigadas en la ciencia y el hacer pedagógico y social y que sitúan a la P/ES en un lugar de preferencia en la educación “sin límites de edad” (García Mínguez (1998). Lo que caracteriza al mundo de la educación a lo largo de la vida se identifica con un efecto de peculiar resonancia ante la realidad vital que vale tanto para un pensamiento como para una obra externa, con frecuencia “desagregados” (Núñez, 1990).

Al final del recorrido histórico y los debates sobre los contenidos, podemos plantearnos como interrogantes pertinentes: ¿cuál será la concepción más completa de P/ES?, ¿Qué autor entiende mejor los cometidos de la Educación Social?, ¿Dónde se sitúa el emprendimiento en las posiciones de la P/ES?

1.4. CONCEPTO DE PEDAGOGÍA/EDUCACIÓN SOCIAL

Dada la complejidad de la sociedad actual, las transformaciones que está experimentando, globalización, emigración, nuevas tecnologías, enculturación, el impacto sobre la ciudadanía es desigual y los desequilibrios más acentuados cada día que pasa, la

P/ES trata de salir al paso de tales conflictos ofreciendo explicaciones y respuestas. Como los factores sociales son tan diversos y, sobre todo, tan dinámicos en la cultura, la economía, la realidad cívica, parece lógico que el concepto esté igualmente sometido a revisiones que adapten el significado a un contexto vivo. Diríase que este fenómeno refleja cierta inseguridad científica, sin embargo, más bien supone una capacidad de adaptación y asimilación de los cambios sociales para reconceptualizar su entidad. De hecho, la Educación Social y la Pedagogía Social no dan una fotografía estática, sino una cinta de vídeo con movimiento, color y vitalidad.

Este sentido de provisionalidad permite la apertura a nuevos espacios de atención, la incorporación de nuevos métodos, la vinculación de significados nunca cerrados. “La respuesta de necesidades derivadas del Estado de Bienestar le son, circunstancialmente, atribuidas” a la Educación Social (Petrus, 1996: 27).

Por otro lado, si situamos a la P/ES en la vía histórica, otros aportes argumentados vienen a consolidar la idea de una conceptualización evolutiva de la misma: la crisis de los sistemas formales, la puesta en escena de la educación a lo largo de la vida, la confirmación de los programas educativos como un “derecho de todo ciudadano” (Declaración de los derechos humanos, ONU, 1948), vienen a protestar contra el ciego modelo clásico de educación escolar para el resto de la vida, al tiempo que reclama “un nuevo concepto integrador” de la persona en la sociedad. Esta integración tiene un punto de partida y otro de llegada, pero en medio hay un recorrido que conforman y reforman los fenómenos sociales y los recursos educativos provenientes de los aportes de P/ES.

No es difícil encontrar coincidencias entre los diferentes autores que han analizado el concepto y objeto de la P/ES. Acentuando aspectos y puntos de vista, sustantivando o adjetivando unas dimensiones u otras se conformarán distintas acepciones. No obstante podemos asegurar que en el fondo existen puntos de vista comunes y que los matices distintivos contribuyen a intentar conceptualizar conjuntamente los avances de la P/ES. Damos paso a algunas definiciones:

- *Violeta Núñez* (1990) ubica la P/ES en el campo de las ciencias reflexivas apareciendo como una disciplina teórica: “la PS queda limitada a la definición que la establece como disciplina que tematiza lo educativo como producción en diferentes

espacios sociales, no escolares, y que elabora modelos que predicen, prescriben y operativizan la acción educativa” (Pág. 66). Es una apreciación breve y concisa.

- En un sentido combinatorio de teoría y praxis *P. Feroso* (1994) distingue entre saber científico y saber aplicado al referenciar las funciones de la P/ES, tal como venimos expresando nosotros mismos: “es la ciencia práctica social y educativa no formal que fundamenta, justifica y comprende la normatividad más adecuada para la prevención, ayuda y reinserción de quienes pueden padecer... diferencias en la socialización o en la satisfacción de sus necesidades básicas amparadas por los derechos humanos... al tiempo que fundamenta, justifica y comprende todo aquello que la intervención profesional de los sociopedagogos pone en práctica” (Pág. 25). El autor hace un esfuerzo laudable por unir la técnica y la teoría, si bien en una definición prolija dificulta la claridad.

- *Antonio Petrus* define la Educación Social “como el proceso que permite a los individuos integrarse en la sociedad, asimilando las normas, valores y actitudes necesarios para convivir, sin excesivos conflictos, en su grupo social” (1997:21), se concibe la Educación Social como el paso dado por un individuo para transformarse en sujeto social, lo cual se logra a través de la transmisión y asunción de la cultura, en la que cada persona está inmersa. De ahí nace la idea de socialización en cuanto proceso activo y participativo: educar para la participación social implica reforzar procesos de socialización en la familia, en la escuela y en cualquier grupo social o laboral.

En otro apartado del mismo libro, Petrus incide en la misma idea de la socialización en la complejidad, e identifica los compromisos de la P/ES en nueve funciones, recordadas por distintas publicaciones posteriores (Úcar, Amarós y Eyerbe, Bedmar, Muñoz Galeano,):

- Adaptación
- Socialización
- Didáctica de lo social
- Acción profesional cualificada
- Formación política del ciudadano,
- Prevención y control social
- Actividad educativa
- Educación extraescolar.

La E/PS, a decir de Petrus, (1997) se enmarca dentro de unos factores contextuales, que sólo es posible interpretar sus retos al atender a los cambios más significativos. Entre ellos cita al advenimiento de la democracia, la construcción de un Estado de Bienestar, el incremento del ocio y tiempo libre, principalmente y en definitiva la conciencia de responsabilidad frente a la sociedad de las pluralidades.

- *J. Trilla* (2000) estima que la P/ES es capaz de recibir tres modos distintos de entenderse en función de si prestamos atención a los factores psicológicos, sociales o pedagógicos. Cada una de las diferentes acepciones es insuficiente para dar cuenta de una concepción amplia y por ello piensa en una descripción con “aire familiar” tal como: “todos aquellos procesos educativos que compartiesen como mínimo dos de los tres atributos siguientes, (1) sociabilidad, (3) especificidad de los individuos o colectivos, (3) medios educativos no formales. En la expresión “medios educativos no aparece en Trilla el carácter político y el compromiso real de la P/ES.

- *J. A Caride* (2003) no ofrece una definición explícita, pero presenta las “fronteras” de la Pedagogía Social. Al resaltar su referente científico concita un conjunto de características como sabe sistematizado, provisional y autónomo, concerniente a un objeto y método propios, relativo a una práctica social, contextual e histórica, orientado a la acción social, comprometido con el bienestar social y el desarrollo humano. Se trata de una propuesta analítica y globalizadora, quizás en exceso.

- Finalmente, *Juan Sáez* (2006) intenta combinar la lógica de la profesión social con el carácter fundamentalmente educativo de la profesión: “la Educación Social es un derecho de la ciudadanía que se concreta en el reconocimiento de una profesión de carácter pedagógico, generadora de contextos educativos y acciones mediadoras y formativas que son el ámbito de competencia del educador social y que posibilitan:

- La incorporación de los sujetos de la educación a la diversidad de las redes sociales, tanto en lo concerniente al desarrollo de la sociabilidad como a las posibilidades de circulación social
- La promoción social y cultural, entendida como apertura a nuevas posibilidades de adquisición de bienes culturales que amplíen las perspectivas educativas, laborales de ocio y participación social” (Pág. 290).

La virtualidad del enfoque de Sáez radica en el cambio de mirada que ofrece la nueva perspectiva; el profesor hace un notable esfuerzo por abandonar por la especulación y enlazar los procesos profesionales reales con los contextos, acciones y recursos educativos de los profesionales.

Por nuestra parte empeñamos el pensamiento en una perspectiva sin límites ni geográficos, ni personales, ni sociales; nos atrevemos a definir la Educación Social como la promoción de la Educación a lo largo de la vida en la persona y en la sociedad. Se trata de ubicar la educación en una continuidad vital donde la atracción del cambio personal y social puede “armar una estructura... de socialización de capacidades” (Planella, 2006: 79). La educación a lo largo de la vida construye al artista en sentido simbólico, es decir, aquel sujeto para quien el ejercicio educativo no puede serle indiferente y que, más bien, sirve para descubrirse a sí mismo y su entorno. Sabido es que el conocimiento supone una herencia satisfactoria, aunque la mayor gratificación es producida por el descubrimiento de unas capacidades propias que siempre están desvelándose.

A modo de síntesis digamos ante la panorámica mostrada que las lecturas realizadas frente a la P/ES por un lado, muestran la multiplicidad y por otro, una cierta confusión con falta de consenso. No existe un criterio organizador que otorgue solidez al marco teórico y al práctico; se recurre a descripciones idealizantes y carentes de estudios serios. Ello no obsta para que las visiones parciales nos ayuden a comprender un objeto siempre en movimiento como son los fenómenos sociales, y a construir nuevos y constantes conocimientos. La P/ES vive momentos de expansión en el quehacer científico y en el práctico con ámbitos geográficos y personales nuevos de profunda actualidad.

1.5.- ÁMBITOS DE LA EDUCACIÓN SOCIAL/ PEDAGOGÍA SOCIAL

Al catalogar la P/ES como Ciencia, es interesante resaltar las siguientes cuestiones:

1.- La Pedagogía Social ha de construirse sobre fundamentos epistemológicos y metodológicos similares a otras Ciencias de la Educación, es decir, como las Ciencias Sociales.

2.- En consecuencia con esta afirmación, la P/ES dispone de una dimensión descriptiva-explicativa y otra normativa o proyectiva. Por eso, se manifiesta con un carácter dinámico, no limitándose a constatar las teorías existentes sino que extrae una praxis de profesionalización y normatividad. El factor escénico-laboral, necesario en toda pedagogía, es el encargado de seleccionar los aspectos válidos de los no válidos en la translación que se haga del ítem explicativo al normativo (March Cerdá, 1999).

3.- La P/ES, por razón de los espacios, recursos y contenidos que ha de abarcar, debe ocupar una zona de intercesión entre la Pedagogía, la Sociología y Salud Comunitaria. Esta 'permeabilidad' tiene la función de servir de equilibrio entre contenidos y enfoques diversos. Ello exige llevar una acción social desde una perspectiva interdisciplinar y global.

1.5.1.- El concepto de ámbito

En este apartado pretendemos insistir en la dimensión de los ámbitos de la P/ES, toda vez que los profundos cambios de diversa índole que están produciéndose en el mundo, bien sean sociedades desarrolladas y bien se trate de sociedad en vías de desarrollo, nos obliga a una revisión, y a una reflexión detenida sobre la peculiaridad del terreno ocupacional que tiene y puede tener las actividades de la P/ES.

Hoy día a nadie se le escapa, que una ideología se ha impuesto de modo predominante sobre otras que han ido marcando, en sociedades americanas y europeas, los modos de pensar y de hacer sociales y personales, las nuevas maneras de establecer y promover otras relaciones entre las personas a través de las nuevas tecnologías, los mass media y los valores de mercado, tales como el economicismo, la competencia, la eficacia y competitividad. Esta ideología, conocida con el nombre de neoliberalismo, tiene una amplia tradición en algunos de los pensadores liberales y economistas del siglo XVIII y XIX.

No obstante lo anterior, es cierto que la tradición actualmente se ha renovado con "nuevos ingredientes", a expensas de mantener algunas constantes de acuerdo a la valoración que defiende frente al hombre, la sociedad, el mercado, la ciencia, la religión... la filosofía de la vida.

Al fenómeno relacionado con el hecho de que como práctica social, la P/ES está condicionada por las variables políticas, económicas, sociales y culturales, algunos autores añaden otro argumento complementario: la necesidad de afrontar los cambios que se vienen planteando desde las últimas décadas. *“El mundo en el que hemos crecido ya no existe. Al aproximarse al nuevo milenio vivimos en un mundo excitante, un mundo lleno de cambios. Tenemos conciencia de nuevos e interesantes retos que reclaman nuestra atención y convocan nuestro firme compromiso. Formatos y soluciones del pasado han quedado ya obsoletos. La palabra clave en los últimos años es permanentemente: “cambio”. La cuestión fundamental para nuestro sistema educativo es: ¿cómo abordar estos cambios?”* (Goovaerts y Joris, 1999: 85). Si los fenómenos de la globalización e internacionalización han impregnado la vida política, social y económica, también han sido afectados los espacios de la P/ES.

Precisamente por ello, es necesario analizar algunos de los contextos que creemos tienen la virtud de explorar el camino empírico de actuación de los profesionales de la ES. Una variable fundamental en el estudio de los escenarios es el conocimiento de la emergencia y desarrollo de la práctica y de las rutas que se han consolidado y están surgiendo ahora mismo. Históricamente la P/ES ha ofrecido unas estrategias que han seguido los colectivos en lo referente a sus posibilidades de representación ante los ámbitos de entidades y organismos, la sistematización de su formación; así mismo la acreditación seguida y los intentos de legitimación han permitido hacerse con la delimitación de unos territorios ocupacionales.

El presente propósito, siguiendo la perspectiva histórica, constata la presencia de unos ámbitos que ostentaron unos componentes caritativos y asistenciales: se trata de una serie de espacios ocupacionales en los siglos XVII y XVIII (Casas de Caridad, Hospicios, Hospitales, Centros de Misericordia, Asilos...), que con el tiempo han sentido la necesidad, especialmente en las últimas décadas del pasado siglo, de clarificar su función, delimitar sus competencias, diferenciar sus responsabilidades, tipificar sus tareas frente a las de otras ocupaciones relacionadas con la salud y los derechos humanos. Espacios de antaño, hoy profesionalizados, que en los últimos tiempos han sentido la necesidad de reconvertir sus funciones en el conjunto de la sociedad en la que desarrollan su trabajo. Son espacios que a decir de Petrus (1997) y otros autores han de definirse por su carácter “social y pedagógico”. No hallaremos, pues, en estos escenarios al antecesor directo de los

actuales ámbitos, pero sí ciertas inquietudes de diversa índole, que acaban dando lugar a entidades e instituciones sociales que suponen la tradición y la herencia de uno de los ámbitos más consolidados que solo hace apenas poco más de una década podemos empezar a considerar como ámbitos específicos de la Pedagogía y Educación Social.

El estudio histórico de los escenarios no puede recibir el carácter de sentido lineal y causal. No nos llevemos a engaño: entre lo que hoy es considerado como ámbito de la acción de la P/ES, lo que puede ser categorizado como sus orígenes y precursores más inmediatos, así lo creemos hoy por hoy, no hay una línea de continuidad fija. Lo que pretendemos afirmar es lo siguiente:

- Los cambios en las condiciones sociales, políticas, culturales y económicas de nuestro contexto han forzado la discontinuidad, produciéndose numerosas transformaciones, que dificultan seguir manteniéndonos en el empeño de la filosofía y estructuras de unas instituciones cuya comprensión y funcionamiento han sido transformadas de forma radical.
- Para entender actualmente los ámbitos del educador social, se hace imprescindible recurrir al desarrollo histórico y su particular proceso de transformación, no ya para tratar de hallar su origen, sino para empezar a entender su genealogía. Estamos convencidos que mirar hacia atrás para encontrar aquellas emergencias que contribuyeron a rehacer los nuevos escenarios de la P/ES va a contribuir, a buen seguro, a fortalecer la imagen de los actuales escenarios en que se ocupa el educador social.

Así pues, el presente apartado trata, por lo tanto, de abordar lo que han podido ser los escenarios de la ES junto al proceso de profesionalización de los educadores sociales. Finalmente, toda praxis educativa se halla estrechamente vinculada a las formas de hacer de los profesionales, en nuestro caso, los educadores sociales. Caminando de la mano de J. Sáez (2006) pretendemos vislumbrar, de alguna manera, lo que ha sido y está siendo de los ámbitos y por ende de los profesionales. La propia idea de proceso aconseja aproximar una mirada, que nos ayude a comprender el desarrollo histórico de ciertas prácticas y ocupaciones que alcancen a definir las como específicas de la P/ES bajo un mismo concepto integrador. Prosiguiendo con el profesor Sáez y enlazando prácticas con profesión hemos de significar:

1°.- Que en realidad nos adentramos en el pasado no con ánimo objetivista sino para abrirnos a la sugerencia y a la comprensión global de esta construcción social que, como cualquier otra, se halla articulada en torno a sucesos, acontecimientos y procesos históricos que han marcado su devenir. No olvidamos, en cualquier caso, el peligro que anuncia el remitirse a un pasado muy remoto para encontrar las raíces o emergencia de lo que hoy en día es considerado como una profesión (Elliot, 1975).

2°.- Si asumimos cierto “exceso de retroceso”, como ya se ha matizado, no es con la intención de encontrar nada parecido a una categoría análoga a las que dictan lo que hoy es un educador (escenario) social -un revisionismo de este orden sería poco creíble-, sino para comprender qué tipo de actividades y prácticas se han vinculado históricamente a ámbitos o problemáticas sociales que hoy en día son objeto de trabajo educativo. O con otras palabras: no se pretende “descubrir” nada parecido al antecedente directo del “perfil” del educador social. Este pensamiento equivaldría a asumir algo que rechaza nuestra filosofía: que una categoría o un concepto alcanza a tener validez universal, para todo tiempo, contexto y lugar. El estado actual de las prácticas profesionalizadas de la ES corresponde a un momento del proceso que no puede ser equiparado sin más a sus antecedentes o precursores, a no ser a riesgo de caer en el vulgar, pedestre y reaccionario razonamiento teleológico que se guía como “*si todo lo existente fuese criatura de lo preexistente*” (Cuesta, 1998: 7).

Los planteamientos del investigador Sáez, nos aclaran el concepto de ámbitos de la P/ES. La vinculación de escenarios y profesión remite a un tipo de actividades en unos lugares que los educadores sociales y la propia sociedad recrea cada día, en este momento y en este espacio, en orden a satisfacer y/o promocionar las demandas de instituciones, grupos y personas. Tales espacios y actividades son, tienen unas raíces históricas.

Cuando se hace referencia a la P/ES como práctica educativa en unos espacios concretos, es preciso asociar esta afirmación al hecho de que, como tales prácticas, no pueden materializarse sino es bajo las condiciones impuestas por el dato de que son auspiciadas por unas instituciones, unos profesionales, en una comunidad, con unos recursos y medios... Estamos enfatizando lo concreto y específico. Esta precisión no es una cuestión baladí: la dinámica en la que se termina cuando se esencializa la P/ES, resulta ser un escenario descontextualizado. Cuando hablamos de ámbitos laborales no se pueden

soslayar los contextos que finalmente son condicionados por variables políticas, económicas, sociales y culturales, impregnadas de valores, percepciones, actitudes, visiones del mundo, en suma, ideologías o cosmovisiones presentes en la comunidades y/o entidades objeto de la atenciones socioeducativas.

1.5.2.- Concretando ámbitos

La polivalencia funcional de la P/ES (prevención, promoción, atención, fortalecimiento, recuperación, desarrollo, siempre en perspectiva educativa), así como la polivalencia sectorial (niños, jóvenes, mayores, mujeres, desplazados, inmigrantes...) precisa, entre otras dimensiones, ampliar conceptos, iniciativas, recursos, programas y proyectos antes que darlos por cerrados.

Así pues, desde la perspectiva espacio-laboral, el perfil educativo de nuestro profesional queda definido no sólo por los espacios y las funciones que históricamente hemos atribuido a su competencia, sino por aquellos elementos que, en respuesta a las actuales demandas sociales, le están siendo exigidas. El trabajo educativo y social es una profesión viva, dinámica, multiforme que necesita una formación general y específica, pero sobre todo, pensar en referenciales educativos.

Bajo la intención de una propuesta metodológica flexible y, ante todo, contextualizada, presentamos una categorización de los ámbitos del educador social; dentro de ellos se agrupa la contingencia de los espacios concretos, acompañados de la complejidad propia de la realidad, al tiempo que conforman puntos de partida para marcar el perfil profesional del educador social.

Así pues, los ámbitos podrían, siguiendo al profesor Senent, pueden ser dimensionados en 4 grandes grupos, dentro de los cuales colocamos los escenarios o contextos:

A.- Servicios de apoyo al entorno escolar

B.- Promoción de la animación sociocultural. Ocio y tiempo libre

C.- Respuesta a situaciones sociales y personales de marginación y/o exclusión social.

D.- Opciones de inserción y promoción socio-laboral.

A.- Entre *los servicios de apoyo al entorno escolar* señalamos los contextos socioeducativos más visibles:

1. Educación sociocomunitario/de calle
2. Educación y mediación sociofamiliar
3. Atención a la violencia escolar
4. Integración socioeducativa en el medio escolar
5. Prevención de situación de riesgo en el ámbito escolar: marginación y/o exclusión social en el ámbito escolar.

B.- En la categoría del *fomento de la animación sociocultural. Ocio y tiempo libre* articulamos las siguientes situaciones demandantes de los servicios del educador social:

6.- Desarrollo de programas para niños, jóvenes y adultos (centros de ocio y tiempo libre, clubes infantiles y juveniles, campamentos, escuelas de verano y casas de colonias, granjas - escuela, aulas de naturaleza, albergues juveniles/campos de trabajo, ludotecas, casas de la cultura/centros culturales, escuelas de formación de monitores y directores de ocio y tiempo libre, programas de turismo joven, bibliotecas, museos).

7.- Planificación del asociacionismo y voluntariado

8.- Desempeño de Educación de Adultos y Mayores

9.- Cooperación al desarrollo

10.- Turismo cultural y ecológico.

11. Educación para el desarrollo, relacionado con desarrollo local y ciudadanía.

C.- Las *Respuesta a situaciones conflictivas sociales y personales* (específica de marginación) se encargan de procurar la integración de entornos nuevos y otros más viejos que aparecen como signos de debilidad y al tiempo premiosidad:

12.- La prevención de la drogadicción

13.- Atención a la educación para la igualdad

14.- Cuidados hacia la marginación y delincuencia

15.- Promoción de la mujer. Prevención del maltrato

16.- Atención a menores desadaptados, marginados o en situación de riesgo/exclusión social (incluidos los entornos cerrados)

17.- Trabajo con la inmigración. El desplazamiento. (Racismo y xenofobia)

18.- Atención a la discapacidad

19.- Mayores en situación de riesgo o marginación

20.- Prevención sociosanitaria básica (niños, jóvenes, familia...)

D.- *Las Opciones de inserción y promoción socio-laborales* reclaman del educador social:

21.- Centros y/o servicios de información y orientación sociolaboral

22.- Escuelas Taller y Casas de Oficio (como tutores y dinamizadores sociales)

23.- Programas de inserción y reinserción socio-laboral (extutelados, mujer, ex adictos, excarcelados,...)

24.- Programas de formación ocupacional (Planes de empleo hacia colectivos)

25.- Programas de promoción de iniciativas y autoempleo

Muchas de estas situaciones y problemas no pueden ser abordadas solo desde la perspectiva de la Educación Social. Como hemos repetido, el profesional educativo y social precisa trabajar en equipo con otros profesionales (pedagogos, trabajadores sociales, psicólogos,...). De ahí la necesidad de adquirir competencias transversales que faciliten la cooperación.

En 1993 Jaques Delors presentó al Consejo Europeo el Libro Blanco sobre el empleo, como instrumento básico para dirigir las políticas comunitarias en una estrategia hacia el crecimiento económico, la competitividad y el fomento del empleo. En este documento se señalan como prioridades, entre otras, ir al encuentro de nuevas necesidades producidas

por la evolución de las estructuras familiares, la longevidad, la incorporación de la mujer al mercado de trabajo y el deterioro medioambiental.

Consciente de las diferencias culturales que se dan en todo el territorio comunitario y de los problemas que devienen de ellas, aunque no son diferentes en su tipología, sí lo son en su aplicación, la Unión Europea siempre ha abogado en todas sus recomendaciones legislativas -a la hora de establecer líneas de actuación en la redistribución de recursos y ayudas al desarrollo- por un acercamiento a las realidades particulares de cada territorio (región) como fórmula más efectiva de resolver acertadamente las necesidades peculiares de cada comunidad: es decir, una apuesta por la descentralización, y por la iniciativa que ésta genera, como fórmula para no encorsetar ni limitar las posibilidades regionales de empleo y crecimiento que se puedan descubrir y fomentar a nivel local, introduciendo el término “yacimientos de empleo” como aquella expresión que hace referencia a las nuevas fuentes que los agentes sociales pueden encontrar en marcos reducidos de actuación. Y es en este sentido en el que los estados miembros han evolucionado a la hora de enfocar sus directrices de desarrollo social.

De este modo, podemos considerar que el concepto de Nuevos Yacimientos de Empleo deriva de la conciencia social asumida por los poderes políticos regionales, nacionales y transnacionales, ante los procesos de democratización de las sociedades a las que representan, y la idea de bienestar social que ha guiado este desarrollo democrático orientado a la satisfacción de las demandas de los sistemas de protección social.

Con estos principios, la Comisión Europea en 1994 concretó en diecisiete yacimientos, agrupados en cinco bloques o categorías, los nuevos territorios de empleo:

1.- Los servicios de la vida diaria:

- Los servicios a domicilio.
- El cuidado de los niños
- Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
- La ayuda a los jóvenes en dificultad y la inserción. Los adultos mayores

2.- Los servicios en la mejora del marco de la vida

- La mejora de la vivienda

- La seguridad
- Los transportes colectivos locales
- La revalorización de los espacios públicos urbanos
- Los comercios de proximidad

3.- Los servicios culturales y de ocio

- El turismo
- El sector audiovisual
- La valorización del patrimonio cultural
- El desarrollo cultural local

4.- Los servicios de medio ambiente:

- La gestión de los residuos
- La gestión del agua
- La protección y mantenimiento de las zonas rurales
- Control de la contaminación e instalaciones correspondientes.

5.- Servicios a los valores personales y sociales

- La promoción del ocio y tiempo libre
- La promoción de los valores culturales y medioambientales
- La mediación en las relaciones entre colectivos, las relaciones humanas en los centros hospitalarios, en especial para niños y personas mayores y sus familiares
- La atención especializada y de promoción para discapacitados,
- La promoción educativa al fenómeno del desplazamiento
- El autoempleo y el emprendimiento.

Como se puede observar, la mayoría de estos “nichos o yacimientos de empleo” tienen que ver directamente con las consideraciones realizadas hasta ahora. En primer lugar, encontramos nuevas necesidades sociales derivadas de los nuevos planteamientos estructurales de la familia, la vida activa y el empleo. Huelga decir que la incorporación de la mujer al trabajo ha cambiado una estructura familiar donde el papel de la mujer ha pasado de ser la “procuradora” del equilibrio y bienestar físico, emocional y sanitario de sus miembros, a una situación donde los papeles y responsabilidades han de redistribuirse desde una perspectiva igualitaria, y donde la educación de los hijos y el cuidado de los

adultos mayores ha pasado a ser responsabilidad de todos (la pareja, la comunidad, la escuela, el Estado).

En segundo lugar, vemos que el aumento del protagonismo de la información y las nuevas tecnologías como difusores de los valores sociales y culturales tiene repercusión en la educación de los hijos, ya que la merma de la cantidad y, en muchos casos, calidad de atención del niño-joven en la familia por falta de tiempo, y la evidente disociación entre la escuela y la realidad social en la que éstos se mueven, provoca una dispersión de intereses que aparece como uno de los factores a tener en cuenta ante el aumento del fracaso escolar y otros problemas de relacionados con la dificultad de socialización.

En tercer lugar la presencia cada vez mayor de inmigrantes y desplazados en nuestras comunidades, particularmente en Colombia, hace necesario el acometer acciones que aseguren una relación entre culturas en igualdad de condiciones.

En cuarto lugar, observamos la persistencia de las necesidades de todos los colectivos que, de alguna manera, se encuentran excluidos de los recursos de los que el estado y la sociedad dispone (educativos, sociales, culturales, laborales, económicos...).

Por último, aparecen y, en muchos casos se consolidan, diversas perspectivas profesionales derivadas del cambio que la sociedad ha experimentado en la percepción de los valores personales y sociales: como son el empleo del ocio, la promoción de los valores culturales y medioambientales, la mediación en las relaciones entre colectivos, las relaciones humanas en los centros hospitalarios, en especial para niños y personas mayores y sus familiares, los centros de atención especializada y de promoción para discapacitados, la atención educativa al fenómeno del desplazamiento. Sobre todo, es lo que ha permitido la inspiración de la tesis, resalta la promoción del emprendimiento con las competencias que conlleva y que han de ser cultivadas en los centros de educación desde los primeros niveles, tal como señala la Ley Colombiana 1014 del año 2006.

Todavía nos permitimos presentar una nueva categorización de los ámbitos de la P/ES extraída del mencionado y estudioso del tema el profesor Sáez (2006), enfatizando unos ejes vertebrados más allá de los problemas y las demandas puntuales provenientes de la sociedad del cambio. Para nuestro autor los territorios de la ES han de tener en cuenta unos criterios:

- La diferenciación, en función de las necesidades y problemas, de la población a los que hacer frente.
- La descentralización de los servicios sociales que lleva implícita un acercamiento al ciudadano.
- El aumento de la financiación pública con cooperación cada vez más importante de la iniciativa privada.
- La presencia cada vez más importante de la perspectiva generosa que aboga por una globalidad en todo su territorio fomentándose, de este modo, una ES vinculada no solo a problemas sociales, sino también de carácter educativo, y una tendencia crítica ante intervenciones sociales que supongan formas de exclusión social, buscando una integración cultural en igualdad de condiciones y con derecho a la diferencia.

Estimamos que merece la pena resumir los nuevos espacios de intervención considerados:

1. Los derivados del envejecimiento de la población.

- Cuidado de personas ancianas dependientes
- Prolongación de los tiempos de ocio derivados de jubilaciones anticipadas y mayor duración de la vida no laboral

2. Los derivados de los cambios de la estructura social y familiar.

- Cuidado de los niños
- Fracaso escolar
- Capacitación y atención a minorías y emigrantes
- Educación no formal y para el ocio
- Sensibilización ante los problemas familiares: malos tratos, problemas de género, violencia, desempleo, desestructuración familiar,
- Discriminación de género a nivel social...
- Inmigración. Desplazados forzados
- Prevención de la drogadicción

3. Los derivados de las transformaciones producidas en el mundo laboral.

- Creación de mecanismos de compatibilización entre la vida laboral y la personal y familiar, pero también para evitar la exclusión social de colectivos específicos.
- Búsqueda de nuevos yacimientos de empleo y modelos laborales que favorezcan la

reducción del desempleo.

- Empleo femenino
- Formación ocupacional
- Capacitación y acceso a las telecomunicaciones para grupos en exclusión

4. Los derivados de la nueva concepción y exigencias al uso del ocio y tiempo libre.

- Libertad personal ante el ocio y tiempo libre
- Confrontación de derechos en el ocio
- Mercantilización del tiempo libre
- Globalización del ocio y las costumbres
- Dialéctica del ocio y la cultura
- Movilidad turística y cultura

5. Los derivados de la toma de conciencia social acerca de los problemas mundiales.

- Educación para el desarrollo
- Educación ambiental
- Desarrollo Comunitario
- Educación para la Salud
- Educación Vial
- Consumo razonable

6. Los derivados de las necesidades en el campo de la salud ante la emergencia de situaciones de riesgo con amplia repercusión social.

- Centros hospitalarios
- Adultos Mayores
- Minorías étnicas
- Desplazados
- Subempleo
- Mendicidad

Aclarando la variedad de clasificaciones y criterios no se han señalado todas, podemos concluir que el futuro laboral de la P/ES se presenta generoso y cambiante. Los datos, abren expectativas territoriales y profesionales hasta ahora no advertidas, aunque siempre retadoras. Un proceso de profesionalización exige una formación de calidad. De esta forma, entendemos que la consolidación de los ámbitos y la profesión dependerán de tres factores esenciales:

(1) La capacidad de la formación en competencias específicas, sin el olvido de las genéricas, dada la necesidad de trabajo multidisciplinar

(2) La especialización de los educadores sociales para el trabajo en un ámbito claramente definido, dada la diferencia de recursos que exige cada escenario

(3) La consolidación de estructuras formativas (profesorado competente, herramientas académicas pertinentes, empresas asociadas a los centros educativos...), que faciliten el desarrollo de la autonomía mediante la incorporación de instrumentos capaces de promover competencias de emprendimiento y el autoempleo.

1.5.3.- La sociedad del derecho al trabajo y el emprendimiento

Uno de los ámbitos de la P/ES es el empleo y la promoción del trabajo mediante diversos instrumentos, entre otros, el emprendimiento. Sin perder de vista el complejo pasado y la visión que a lo largo de siglos se ha ido configurando del trabajo en distintas sociedades y culturas, hay que señalar que es a partir de la Revolución Industrial y la aparición de las sociedades modernas, cuando se establecen los parámetros de la actividad laboral humana en los términos en que hoy la conocemos. No obstante, como otras muchas dimensiones sociales, el trabajo y el empleo sufren una fulgurante evolución y transformación durante el siglo XX y se asoman al nuevo siglo con cambios y modificaciones constantes (Castells M, 1997; Tedesco Juan Carlos, 2000). A este respecto, quisiéramos hacer varias consideraciones.

(1).- Como consecuencia de estas transiciones históricas y formas de organización socio-económica aparece también el fenómeno del desempleo, que va indisolublemente ligado a la *significación psicosocial* del trabajo y del empleo. El número de personas que buscan su primer empleo en los países (básicamente jóvenes en edad de incorporarse plenamente a la sociedad) crece sin parar. EL número de trabajadores que afrontan despidos, inestabilidades, cambios, regulaciones, etc., también se amplía constantemente (Tezanos, 1997). No podemos, por tanto, aproximarnos a la magnitud total de este fenómeno social sin analizar las dos caras de la moneda. En relación con los ámbitos y profesionalización de los educadores sociales es un tema fundamental de la P/ES.

(2).- El trabajo supone una actividad humana que no se puede conceptualizar de una forma única y que está dotada de una pluralidad de significaciones (García Vera 1995: cap. 3).

Sin ir más lejos, no podemos confundir, como si fueran sinónimos, *trabajo* y *empleo*. Este último constituye un marco social estructurado (con una relación laboral específica) donde tiene lugar el primero. Pero no todo el trabajo humano se realiza en situaciones de empleo.

(3).- Ciertamente el trabajo, y sobre todo el empleo, han sufrido una serie de *transformaciones* en el reciente transcurso del tiempo (modos de producción, tecnología, protagonistas, ambientes de trabajo,...) que han afectado a su funcionalidad, significado y valoración social.

Así, cuando nos situamos en una época donde se plantea la evolución hacia una nueva situación socioeconómica y se habla de “nuevo orden productivo”, “tercera ola”, “sociedad del riesgo”, “sociedad del paro”, “sistema postindustrial”, “sociedad informatizada”, el trabajo en su concepción actual sigue suponiendo, en términos generales, y más allá o más acá, de subjetividades:

- 1 El centro de gravedad de la economía y la política,
- 2 El centro del tiempo y espacio humanos,
- 3 El catalizador de la actividad individual y social,
- 4 El referente del deseo y la necesidad de los individuos,
- 5 Un núcleo del derecho y la moral,

- 6 El esqueleto vertebrador de la cultura y la cotidianidad (Vera, Sáez y Martínez, 1996: 44 y ss.).

Un buen número de investigaciones internacionales sobre los valores sociales y personales de nuestro tiempo, como los realizados por el Grupo de Estudio de los Sistemas de Valores Europeos (EVSSG), del que se han publicado diferentes informes, afirman, concluyen y nos confirman:

1. Que el trabajo constituye un valor de primer orden,
2. Que la profesión es una seña de identidad,
3. Que el empleo un factor aglutinante de las actitudes, creencias y opciones vitales, por lo que se da simultáneamente una alta preocupación ante el hecho del desempleo y una alta valoración del empleo.

A nuestro modo de ver, hoy no se puede entender la alta prioridad y valoración que los ciudadanos de las sociedades industriales dan al empleo sin atender a la significación e

importancia de ese fenómeno cercano y cotidiano que es el desempleo. Enfatizar la importancia del empleo, como suelen hacer los poderes públicos cuando dan a las poblaciones, por vía de los mass media, datos sobre su crecimiento o su descenso, y relegar a segundo plano, el problema del desempleo y sus efectos como ocultando "ese malestar social" (Núñez, 2002), es, en cuánto menos, contradictorio. Por la relación profunda que mantiene el empleo y su alto aprecio con la Educación Social vamos a trabajar en las páginas que siguen sobre un instrumento incentivador de la ocupación laboral o abordaje del desempleo como es el emprendimiento y las competencias requeridas para el mismo.

CAPÍTULO 2.

ESTUDIO DE TÉRMINOS

INTRODUCCIÓN

Las problemáticas anotadas en el capítulo primero, de la mano de la Educación Social nos han conducido por diversos escenarios como el campo del empleo/desempleo. Entre las responsabilidades que asume el educador social incumbe la promoción del desarrollo comunitario, la desigualdad, la población en situación de pobreza, cuestiones en las que de alguna manera se halla ubicado el desempleo.

Con la intención de impulsar la responsabilidad de un trabajo en línea con la inserción en el mundo productivo las empresas privadas, los gobiernos y las políticas de los Estados están poniendo a prueba su imaginación. También surgen iniciativas sobre todo desde el ámbito educativo (Audretsch, D. B. (2003), Martha Vargas (1994). Es el caso de la Educación Social y los educadores sociales.

Con el propósito de analizar y ofrecer posibles avances al tema del “paro” hemos puesto en ejercicio nuestra investigación. Para abrir boca presentamos el capítulo sobre el Estado de la Cuestión. En él abordamos la ocupación laboral previo a la consideración de las competencias del emprendedor que nos parecen básicas en orden a entender con rigor el problema del desempleo y posibles alternativas, particularmente en América Latina, y Colombia en concreto (Kantis, H., Angelelli, P. y Moori Koenig, V. (2004). A tal fin vamos a dejarnos llevar por las intenciones de la Educación Social.

En este sentido, el primer cometido será descifrar los significados de emprendimiento, autoempleo, emprendedor, cultura emprendedora, innovación y/o creatividad, conceptos relacionados con la actividad profesional. No se olvida que las competencias propias del emprendedor conforman el objetivo de la tesis doctoral en tanto en cuanto trata de buscar vías conducentes al hallazgo de un modelo de ocupación laboral, o dicho con más propiedad, la valoración de un proceso de sumo interés y pertinencia en la

situación presente.

Para justificar la pertinencia y el interés nos hacemos unas preguntas previas que sirvan de apertura del tema; las respuestas vendrán a continuación:

¿Cuál es la situación del mundo del trabajo asalariado?

En el momento presente ¿es oportuno buscar nuevas estrategias de empleo? ¿Por qué?

¿Hay alternativas a la ocupación laboral que respondan a proyectos personal, social y económicamente satisfactorias?

¿Cuáles son los ritmos de creación/destrucción de empleo en la sociedad capitalista y postindustrial? ¿Siguen carreras paralelas o en condiciones de desigualdad?

Un somero análisis sociológico, por otro lado constatado en la experiencia y los noticieros diarios, arroja cifras que dibujan una situación de drásticas rebajas respecto a la ocupación laboral. Se constata un bajo ritmo en la creación de empleo y una alta desocupación laboral. En todo caso nos conformaríamos si la situación fuera efecto de una crisis puntual. Muy a pesar nuestro, es un resultado que viene de atrás y se proyecta en futuro, consecuencia de unas estructuras disruptivas (OIT, 2001). Aún cuando algunos sectores como los servicios o las nuevas tecnologías puedan generar otras ocupaciones, de ninguna manera dan alcance a la destrucción del mismo. Ensayamos de introducirnos más profundamente en las razones de la caída estructural de las formalidades laborales.

1.- La *globalización económica, pero sobre todo la laboral*, está convirtiendo al comercio y la producción en una feria de intercambio de fuerzas paradójicas. Europa, América en general y Colombia en particular, tienen que hacer frente a cambios estructurales, porque la mundialización, la aparición de las transnacionales y el mercado libre de trabajo poseen la capacidad de sustituir tanto la actividad productiva como los efectivos. Se ha impuesto el flujo de la economía multinacional expandida por todos los países, creando nuevos sistemas de producción, trasiego de mano de obra y recortes en los salarios (J. García Mínguez, 1998). El trabajador es sustituido en muchas ocasiones por la máquina, con la peculiaridad de que el artilugio técnico es capaz de ejecutar un volumen de productividad superior, más económica y acaso mejor que el ser humano. Ahí está la paradoja: la optimización del producto y los precios es a costa del desplazamiento humano

de su puesto de trabajo. Por lo tanto, nos hallamos ante una nueva presión sobre la ocupación laboral que conlleva la desocupación o en el mejor de los casos a adaptarse bajo la amenaza de morir laboralmente.

La globalización aumenta el peso de la llamada que pide a la ciudadanía responder a los cambios en el trabajo, al tiempo que arrastra importantes interrogantes sobre la formación impartida en la Universidad a los estudiantes, próximos efectivos en el medio productivo. Hay unos procesos de ampliación económica, hay constantes invitaciones a la reunificación del mercado, nuevas provocaciones de una tenue generación de empleo y una magnánima deslocalización del trabajador. Los cambios originados por la globalización son estructurales, lo que otorga inestabilidad y presión sobre el mercado de trabajo; otras reubicaciones de la mano de obra es preciso inventarlas. Ante la actual situación no basta atender al proyecto actual, hay que elaborar trayectos de futuro con futuro.

2.- En sintonía con un mundo de mercantilización globalizada se abandonan los antiguos sistemas de producción caracterizados por una importante presencia de fuerza física a fin de ser reemplazados por la inteligencia artificial. *La robótica y las nuevas tecnologías* ofrecen posibilidades económicas y de desarrollo en todos los ámbitos productivos: información, alimentación, medicina, biología, agricultura, etc. Dicen que la ciencia y la tecnología avanzan en progresión geométrica. Las tendencias sociales y económicas de nuestro tiempo se basan en el desarrollo de una lógica de redes. Y la demanda de tecnología de red por parte de esa lógica ha cambiado la trayectoria laboral que se estructuraba hace tan sólo dos décadas en torno a una demanda de mano de obra. La tecnología de red ha sustituido la fuerza por la fuerza y la expansión definitiva de la sociedad en red arruinó muchos yacimientos de empleo (Castells R., 1997). Hemos llegado, operativamente hablando, a la hora de las redes. “Ni bueno ni malo, pero radicalmente distinto de lo visto hasta ahora” se pronuncia el reconocido sociólogo Castells (1997: 120): no obstante hay que decir que ha abierto en perspectiva laboral la guerra de las tecnologías en la que los perdedores son los operarios.

En efecto, la dificultad y la paradoja toman asiento en la casa del pobre. Pongamos un ejemplo: los países emergentes, que se dice, no tienen vías de acceso a las nuevas tecnologías, bien porque los costes son muy altos para ellos, bien por la ausencia de infraestructuras (en su caso falta de energía eléctrica), bien por la imposibilidad económica de implantar servidores. De nuevo chocamos con la peculiaridad de que la sociedad de la

opulencia no para de crecer aceleradamente, mientras que los países pobres siguen enfangados en la pobreza y a sus ciudadanos obreros se les niega el pan y la sal, o sea, las opciones de un trabajo por falta de espacios laborales y carencia de formación técnica.

3.- De vital importancia para el asentamiento del pleno empleo resulta la *aparición del Estado del Bienestar*. El Welfare State, bandera y orgullo del desarrollado social, ha ido desplazando sus pretensiones de orden económico, hasta orillar los intereses sociales, educación, salud, derechos, igualdad, *trabajo*.

Para mejor entender los pronunciamientos del Estado Público, el sueco Olsen, J.P. (1995) señala tres principios rectores:

- El núcleo primero del Estado moderno se corresponde con el mantenimiento del pleno empleo: asegurar que la tasa de desempleo sea la mínima es el quebradero de cabeza de los administradores públicos.
- El segundo principio de padrinazgo del estado social prevé la instauración de un sistema integrador. Esta concepción pone el énfasis en la ruptura de las barreras existentes dentro de la colectividad ciudadana y entre el Estado y la sociedad, en el supuesto de que el derecho social institucionalizado funcione en igualdad de condiciones, servicios y prestaciones para todos.
- El tercer rasgo característico de las políticas benefactoras enlaza con la naturaleza de la solidaridad: avance, progreso, convivencia, desarrollo para todos son las notas de la sinfonía político-sociológica de la modernidad de los Estados. El pensamiento solidario y universal del quehacer público abriga la esperanza de la estabilidad social, independientemente de que dentro del idealismo universalista, se perfilen estrategias específicas para grupos problemáticos.

No es el momento de discutir la salud, la filosofía y las amenazas al Estado del Bienestar; sin embargo, la radiografía de muchos estados reales arroja desigualdades, bienes mal repartidos, ciudadanos desempleados, personas desamparadas, en definitiva, agravamiento de la desigualdad y la marginalidad. En razón de la injusticia estamos convencidos de que la mejor estrategia de renovación pasa por aumentar el patrimonio que implementa las necesidades básicas. Para iniciar la reconciliación con la situación de agravio nada más oportuno que entrar en el recinto de las posibilidades laborales. El desempleo no sólo arroja a la pobreza al desempleado, sino que genera otro tipo de pobreza

como es la imposibilidad de realización como persona y la exclusión social. Por el contrario el trabajo, además de propiciar recursos económicos, es una práctica emancipadora. (Sáez, 2006).

4.- *La declaración de los derechos humanos.* Si bien es cierto que los ideales humanitarios tienen su historia reivindicativa, sobre todo entre los ilustrados del siglo XVIII (Diderot, Rousseau, Kant, Montesquieu.), fue el siglo XX quien aprobó en 1948 la conocida Declaración de los Derechos Humanos: derecho a la vida, a una patria, a una familia, a la raza, al sexo, educación, salud, *al trabajo*. etc. Su anclaje en la sociedad no tiene sentido legal, pero nace del reconocimiento de las necesidades antropológicas de la especie humana. Con cierto sentido de realismo diríase que la Declaración de los Derechos es un criterio que legitima al animal racional y marca los límites entre la dignidad humana y la minus-valoración del hombre ciudadano.

La solícita actitud de respeto a los Derechos ha sido posible, mejor aún se ha convertido en referente de los proyectos sociales para los países democratizados. Cuando la sociedad y los gobiernos no defrauden en el apoyo a la instauración total con sus acciones institucionales y los individuos defendamos con audacia su implantación, entonces la ciudadanía podría quedar satisfecha. Pero falta mucho camino por recorrer hasta llegar a la posición de igualdad y justicia, frontera de los nuevos mandamientos. Por encima de cualquier ideología, religión y política, los Derechos Humanos representan el nuevo código ético mundial. Preciso es convenir, que el disfrute del derecho al trabajo conlleva aparejados el goce de otros derechos como son el derecho a una vida digna, la familia, la educación, la salud, en particular psíquica. Fruto de este convencimiento habría de dar como resultado aquella conciencia social que reclama y se preocupa por la satisfacción de las patentes laborales de la ciudadanía en tanto que cuerpo vivo de derechos en un Estado de Derecho.

Nos toca proponer alternativas para no quedarnos en un discurso vagamente crítico y cargado de retórica si no aterriza. La constatación de que el ritmo de desocupación e incluso el tipo de relaciones laborales ha cambiado nos obliga a considerar la necesidad de bucear otras políticas y pensar otros dominios desde la formación de los futuros trabajadores.

Entre otras vías, el emprendimiento y el autoempleo constituyen algunos de los espacios donde la generación de ocupación laboral se presenta como opción alternativa. Muchos autores y muchas iniciativas encaminan sus esfuerzos hacia la creación de la microempresa Mac Millan, (1988); Birley Sue y Westhead Paul (1994) y Westhead P. y Wright, m. (1997). el SENA, La Ley Colombiana 1014 del 2006. Finalmente el 80% de los empleados están ocupados en y por minipymes (Registro estadístico español de 2007). Es necesario, por tanto, diseñar recursos y estrategias que reconduzcan los procesos de empleado a empleador.

Dichas estrategias pretenden liberar energías de autonomía en el trabajador en tanto que gestor de su propio itinerario profesional y laboral. Este planteamiento de trabajo por cuenta propia exige manejo de conocimientos diferentes al empleo por cuenta ajena. Otras competencias resultan fundamentales para alcanzar éxito en el autoempleo y el emprendimiento: analizar, innovar, crear, colaborar en equipo son dominios que resultan imprescindibles para el desempeño de un trabajador autónomo.

Por otro lado, acercándonos al interés de nuestro trabajo como educadora, es indudable que las habilidades empresariales no son genéticas. Hay un debate que luego examinaremos, pero de momento aceptamos la afirmación. Si las competencias no vienen adosadas al código genético, lo normal es que la educación aproveche y utilice sus recursos formativos para incentivar el espíritu emprendedor. Es éste un servicio de prestación que la educación puede y debe ofrecer a la ciudadanía, máxime en el momento de crisis laboral en que nos encontramos.

Al descubrir las competencias del emprendedor y señalar un prototipo de educación emprendedora, sale a la palestra, volvemos a reiterarlo, la presente investigación. Es una meta y una ilusión en cuanto compromiso de una profesora universitaria con el empleo juvenil, primeras víctimas de la crisis. Estoy convencida, por otra parte, de que los jóvenes poseen a priori una serie de ventajas en comparación con los emprendedores de mayor edad debido a las competencias pertinentes que luego veremos. Por ellos apostamos.

2.1.- LA GLOBALIZACIÓN

Abordamos la globalización como marco en el que se desenvuelve el referente a los nuevos empleos.

Para definir la globalización, cabe citar la frase de Shakespeare que retoma el profesor Ohmae “El mundo entero es un escenario y todos los hombres y mujeres, simplemente actores” (Ohmae 2006:5), lo anterior indica, que el hecho, más no el vocablo, se viene perfilando desde la época del escritor. Es cierto según Gisele Balla Oberholzer (2009) que “el mundo internacional es complejo porque se trata de la humanidad en cuestión”, y es esa complejidad la que involucra el ser humano y la que propicia, en nuestra opinión, la globalización, pues no nacimos para quedarnos quietos en un sólo espacio, sino que nuestra naturaleza trashumante (según los estudios de los antropólogos) es la que ha propiciado que nos esparzamos sobre la faz de la tierra.

Tratándose del vocablo globalización, éste posee diferentes interpretaciones, aunque pueden indicarse componentes comunes a todas las versiones, existiendo concordancia en que el eje globalizador es tecnológico y económico, e incluye las áreas de finanzas, comercio, producción, servicios e información (Klaus Bodemer, 1998).

Entonces, se puede decir que la globalización no es en realidad un fenómeno, sino que es una situación natural de los seres humanos, y a su vez fuente de una constante dinámica, pero donde adquiere complejidad es en su interconectividad e interacción económica, a la par que da lugar a confusiones desorientadoras y desafíos en lo que respecta a cómo, dónde y entre quiénes desarrollar las diferentes formas de negocio. Puede llevar a establecerse como premisa media que, desde el punto de vista histórico y para colocar una fecha aproximada, la globalización comenzó cuando los seres humanos iniciamos el intercambio comercial; ejemplo de ello, son los fenicios, para quienes el comercio como actividad principal, consistía en el trueque o intercambio de las mercancías que ellos producían y el transporte o movilización de las que elaboraban otros pueblos, llevándolos a tener el dominio comercial de todo el Mediterráneo.

Para ampliar lo anterior, se toma el año 1985, cuando Bill Gates presentó al mundo la primera computadora personal Windows; desde ese momento, la historia no ha sido la misma, pues todo está enmarcado en la globalización y su hermana gemela la informática.

Por consiguiente, puede decirse sin duda alguna, que la economía (globalizada), no tiene barreras, pues Internet ingresa en cualquier nación sin necesidad de visa, siendo también invisible porque las decisiones que se toman y que influyen, queramos o no en todo el mundo, se hacen son a través de las terminales de computadoras. Ello conlleva a considerar que la misma economía se halla cibernéticamente conectada y además se mide

por múltiples según las oscilaciones de las diversas Bolsas del mundo; ejemplo de ello es cuando los noticieros informan que “el índice Dow Jones bajó 0.5”, que, para quienes somos poco versados en dicha terminología, significa que el valor de las acciones es menor que una hora o un día antes, lo cual categóricamente afecta a los socios de diversas empresas.

Con base en lo señalado, el profesor Ohmae (2006) piensa que la economía global es como un actor que utiliza distintas máscaras y trajes, dependiendo de la acción que esté personificando: haciendo uso del símil, puede expresarse también diciendo que, de acuerdo con el espacio y las comunidades, vale decir, su historia y contexto socio-político-cultural, es como se puede, *se debe*, desenvolver la economía de la globalización con reglas y manos ocultas.

En la misma línea de pensamiento anotada se halla Tedesco (2005) quien ve la globalización como la integración de las economías nacionales; además, sostiene que el término globalización logra un proceso de creciente internacionalización o mundialización del capital financiero, industrial y comercial. Es ahí donde se mueven nuevas relaciones políticas internacionales y donde aparece el surgimiento de la empresa transnacional que se originó como respuesta a las necesidades de reajuste del sistema capitalista de producción. Se abren las puertas a nuevos procesos productivos, distributivos y de consumo ubicados geográficamente en diferentes partes del mundo, gracias a la expansión y uso intensivo de la tecnología.

Es fundamental resaltar que la globalización viene acompañada por un profundo ritmo de progreso científico y tecnológico, desembocando en la conocida sociedad del conocimiento, cuya intención es ayudar a alcanzar una productividad y una competitividad a nivel internacional. Un componente estratégico sustituye al capital en la generación y distribución de riqueza, ya que actualmente la productividad y la competitividad de las compañías, países o regiones dependen esencialmente de su capacidad para crear, procesar y emplear eficientemente la información y el conocimiento.

2.1.1 Ámbitos de la globalización

Según, García Vanegas (2009:7) “...somos no solo habitantes de un sector de la tierra, sino del mundo entero y los límites se imponen por sectores que, o tienen miedo al cambio o no lo quieren porque se enfrenta a sus intereses creados, como decía Jacinto Benavente;

por lo tanto, lo importante en este punto es ver como aprovechamos, no importa el sitio donde estemos, de manera positiva, los diferentes aspectos de la economía global". Por lo tanto, la globalización no es un tema nuevo, sino la acentuación de las transacciones transversales que hasta ahora se incluían en la llamada internacionalización.

Esta mirada es fundamental para ver la globalización desde un ángulo que abra caminos para el crecimiento del ser humano en todas sus manifestaciones, sean estas sociales, económicas o culturales.

Teniendo en consideración que el enfoque de la globalización por regla general –y de manera equivocada- se asocia al neoliberalismo, uno de sus preceptos tiene que ver con la reducción del Estado y su desvinculación de los procesos empresariales y económicos. Bodemer (1998) afirma que el común denominador sobre las interpretaciones de la globalización reside en el convencimiento de que cualquier intento de desarticular este proceso está condenado al fracaso, sin embargo, como lo demuestran las experiencias nacionales de apertura exitosa, ello indica que el Estado no debe desvincularse del control sobre la vida económica.

En este orden de ideas, y ajustando lo anotado por Víctor Barone (1998), se pueden clasificar los elementos que caracterizan y diferencian el ámbito de la globalización en el siguiente orden:

- *Expansión capitalista a escala realmente planetaria*, cubriendo efectivamente, de una manera u otra, todas las formaciones sociales. Globalización tanto de la esfera de la producción como de la comercialización, va "de la simple yuxtaposición de mercados nacionales, a la unificación efectiva del mercado mundial, y éste como horizonte natural de las grandes transnacionales" (Husson, 1994).
- *Constitución de bloques regionales supranacionales (NAFTA, U.E., MERCOSUR, etc.)*. que se han ido desarrollando en niveles desconocidos hasta ahora, donde el movimiento transversal de mundialización de los capitales es acompañado, de reestructuraciones verticales de las economías regionales, en torno a 3 polos: EE.UU., Europa y Japón.
- *Empresas Multi y Transnacionales* representadas en el surgimiento de compañías totalmente mundializadas, que "actúan a partir de una base planetaria de desarrollo,

producción y distribución de sus productos y servicios” (Petrella, 1989).

- *Desregularización*, manifestada en el crecimiento de los procesos de mundialización sin una simultánea aparición de organismos supranacionales de regulación. El refuerzo de instituciones supranacionales se ve rebasado por los hechos. El FMI, el BM, la OMC y estructuras menos formalizadas (G 8, Grupo de Río, Foro de Davos, etc.), cumplen funciones crecientes de ordenamiento de los procesos globales, como demuestran sus actuaciones frente a la crisis de la bolsa octubre del 87 y del 2008-2009, la guerra del golfo, las crisis mexicanas del 82 y especialmente la del 95, etc.

- *Flujo de Capitales*. Los flujos financieros se desplazan con absoluta libertad y facilidad. Este mercado mundial de capital-dinero se ha constituido a través del proceso de internacionalización progresiva del capital, y ha tenido un salto cualitativo excepcional con el proceso de Globalización. Su característica principal se da en el hecho de que “una masa creciente de rentas fructifica, independientemente de la utilización de un factor productivo directo, sea en forma de capital productivo, trabajo o tierra” (Husson, 1996).

- *Tecnología*, impulsada por la política neoliberal y la globalización; se produce una verdadera revolución tecnológica alrededor de la informática y las telecomunicaciones, que facilitan los flujos de información, los movimientos y las transferencias de capital, las relocalizaciones de la producción y el intercambio.

- *Transculturalidad*. El carácter predominante de la cultura de la imagen por encima de la palabra escrita, marca una revolución en sí misma, controlada por un sector monopolístico muy concentrado (CNN, CBS, HBO, etc.). A su vez es impulsado, por el carácter inmaterial que va adquiriendo la producción de mercancías, donde los costos de investigación de mercados, diseño, desarrollo de producto y marketing son una parte cada vez más dominante de los costos de las mercancías.

Todo lo anterior demuestra la importancia del emprendimiento como fórmula social para que la globalización no decante como elemento neutralizador del desarrollo de los Estados. Al contrario los Estados han de ser el factor determinante para que los pequeños y medianos empresarios no se dejen atropellar por las multinacionales de manera que asuman un verdadero papel protagónico a fin de que la ciudadanía, sin perder su identidad

cultural, pueda aprovechar los elementos favorables de la corriente globalizante.

2.1.2 Efectos

El propósito económico que inspiró la globalización es, sin lugar a duda, el crecimiento de la clase empresarial, pero no se evidencia que la cuestión de desarrollo del ser humano tiene parte importante en el movimiento. Frente a esta mirada, Juan Sáez (2006:238) considera que “el mundo está atravesando por escandalosas fracturas sociales y mentales que se cruzan y aumentan el malestar de las sociedades sin preparar respuestas contra estas maneras globalizantes que determinan formas de pensar y actuar escasamente sociales y democráticas”.

Pero Tedesco (2005), presenta una posición humanista -a la que nos adherimos totalmente-, al sostener que la globalización está apoyada esencialmente en el crecimiento del mercado, y acaba con los compromisos locales y las formas habituales de solidaridad y de cohesión entre los seres humanos. Las élites que actúan a nivel global tienden a comportarse sin compromisos con los destinos de las personas afectadas por los resultados de la globalización. La respuesta a esta actuación por parte de quienes quedan descartados de la globalización es la ayuda que buscan en lo local donde se fortalece la unión grupal.

Otro efecto de la globalización corresponde a que ésta es un hecho que cambia las estrategias económicas de todos los Estados, reduciendo el aislamiento que vivió el ser humano hasta los años ochenta del siglo pasado, como también ha permitido a muchas personas de todo el mundo poder acceder al conocimiento; esta posición es corroborada por Joseph Stiglitz (Premio Nobel de economía en el 2001), cuando acota que “el acceso al conocimiento hace un siglo ni siquiera estaba al alcance de los más ricos del planeta” (2004: 28).

A pesar de lo anteriormente anotado, no puede dejarse de considerar lo manifestado por Antonio Vereda del Abril (2006:270) al decir que “la globalización no es ni homogénea ni integradora, provoca cambios de gran magnitud, amplía y acelera las desigualdades, sobre todo entre pobres y ricos, acrecienta la concentración de la riqueza”. Esto es debido a que la globalización no ha cumplido con sus promesas de beneficio económico distributivo, en el sentido que se refuerce en inversiones en infraestructura y competitividad del sector productivo; se ha encaminar hacia políticas que conlleven a aumentar el crecimiento económico, disminuir la inflación, incrementar el empleo y

mejorar la productividad y la eficiencia de las empresas, en el supuesto de salarios justos y desconcentración de las ganancias.

Si lo anterior se cumpliera, los resultados serían positivos, pero desafortunadamente la mirada de los economistas se enfrasca en batallas teóricas entre visiones de oferta y demanda, conociendo de antemano que ninguna de ellas puede solucionar de manera estructural los problemas de pobreza de la población en el corto plazo.

Sostiene Sáez, coincidiendo con Barone (1998), que la globalización está ocasionando cambios profundos en las culturas y en las sociedades al construir nuevos valores humanos y bienes públicos globales, lo cual corrobora Jorge Larrain (2001), cuando explica que en Chile algunos sectores piensan que la globalización, especialmente en su dimensión cultural, está amenazando la chilenidad (la identidad nacional) y que los síntomas de esta amenaza están en todos lados. Agrega Larrain que el campo chileno, sometido a la modernización, ha dejado de ser el principal centro proveedor de trabajo y de cultura que era antes y, por lo tanto, los valores rurales tienden a desaparecer y cita como ejemplo que muy poca gente ya asiste a los rodeos y fiestas típicas campesinas.

En su perspectiva económica, la globalización recae sobre las desigualdades y la pobreza que conforma una activa área de investigación y debate. Los resultados son muy particulares en cada caso porque depende de la situación de partida, del entorno de las políticas y de las instituciones que enmarcan los procesos.

La globalización económica es más evidente en los mercados monetario-financieros de capital, en las telecomunicaciones y en los flujos de información. Es indudable que la globalización económica ya no es una teoría, o una posible vía de la economía y el mercado, sino un hecho preciso que está modificando las estrategias económicas, informativas y culturales de los países, rediseñando las relaciones internacionales y creando nuevos y fuertes patrones de comunicación.

Como tal, la globalización puede ser una buena estrategia para la acumulación de riquezas, pero esas riquezas, en el contexto de las políticas neoliberales, son para unos pocos y no se perfila una política clara, proyectada para el desarrollo integral de una comunidad, es decir, genera la plusvalía, creada por la fuerza de los trabajadores, pero da lugar a la riqueza del empresario o capitalista (Web: gerencie.com).

Por citar un ejemplo, la globalización y la introducción de la economía de mercado, no han producido los resultados prometidos en Rusia y la mayoría de las demás economías en transición desde el comunismo hacia el mercado, cuando Occidente aseguró a esos países que el nuevo sistema económico les brindaría una prosperidad sin precedentes. En vez de ello, señala Stiglitz, se generó una pobreza sin precedentes; en muchos aspectos, para el grueso de la población, la economía de mercado se ha revelado incluso peor de lo que habían predicho sus dirigentes comunistas; acota el mencionado autor que “los críticos de la globalización acusan a los países occidentales de hipócritas, con razón: forzaron a los pobres a eliminar las barreras comerciales, pero ellos mantuvieron las suyas e impidieron a los países subdesarrollados exportar productos agrícolas, privándolos de una angustiosamente necesaria renta vía exportaciones” (Stiglitz 2002:31).

Poco se logra con criticar a quienes se considera representantes del dúo globalización-neoliberalismo; más bien es necesario pasar de la retórica a la acción, es decir, se debe emprender, ser empresarios (Web: gerencie.com).

El FMI propicia las privatizaciones en parte, porque considera que, cuando el Estado administra empresas, no puede aislarse de las presiones políticas. “...Si las políticas impuestas por los extremistas desatan alborotos, como ha ocurrido en un país tras otro, las condiciones económicas empeorarán, el capital huye y las empresas recelan antes de invertir más dinero. Tales políticas no sirven ni para el desarrollo ni para la estabilidad económica” (Stiglitz. 2002: 75). Sin embargo, es necesario tener presente que la cultura del emprendimiento debe ser una política y un compromiso de Estado, como lo es la educación en general. El emprendimiento debe estar dentro de los programas educativos de la población, desde los primeros años hasta la educación superior (Web: gerencie.com).

Cuando se maneje adecuadamente la cultura del emprendimiento, seguramente que el contratar empleados muy difícilmente se podrá dejar de lado la responsabilidad social que debe tener todo emprendedor, empresario o capitalista: plusvalía con responsabilidad social (Web: gerencie.com).

2.2.- SIMILITUDES Y DIFERENCIAS ENTRE EL AUTOEMPLEO Y EMPRENDIMIENTO

Acabamos de observar que el sistema económico en el que estamos inmersos es global, por lo tanto, las reglas no dependen de un solo gobierno, persona o empresa; las

entidades empresariales son regladas por un mercado con la única norma de ser “libre” y competitivo, lo que obliga a mejorar e innovar sus productos. La aparición de nuevos recursos tecnológicos, financieros y humanos son factores que se utilizan para avalar la permanencia de las empresas en el mercado.

Numerosas situaciones y países muestran la realidad de la precariedad laboral y el aumento de la pobreza en diferentes continentes; ello exige que se busquen alternativas en el presente y que se prevea el futuro, especialmente dirigido a los niños y jóvenes a través de soluciones viables, políticas económicas y estrategias educativas. Con esta tesis coincide Orio Giarini (1998:24), al señalar que: “nunca hasta ahora nuestras posibilidades de dominar la naturaleza y nuestro entorno han sido tan grandes, pero implican también una responsabilidad cada vez mayor por los cambios que realizamos y por los que decimos no realizar, sobre todo en la desaparición del trabajo conocido como empleado”.

En este orden de ideas, Martha Alicia Alles (2005) considera el autoempleo como la actividad que comienza por iniciativa personal, siendo por otra parte una solución al problema de desempleo que atravesamos, consecuencia lógica de la globalización. La misma autora, define el autoempleo como una actividad que se inicia en forma independiente, surge como una alternativa al empleo, conlleva la autogestión y parte de una motivación interna junto a habilidades personales, temas que luego trataremos; también es la manera de desarrollar en forma personal una actividad económica rentable de manera habitual, por cuenta propia, con autonomía y sin percibir contraprestación alguna de naturaleza salarial (www.monografias.com febrero 2008). Martha Alles muestra las principales características del autoempleo:

- Trabajo independiente
- Alternativa al empleado con relación de dependencia
- Actividad autogestionada
- Con motivación externa (económica)
- y desarrollo personal.

Entre todas las características cada investigador enfatiza sus preferencias:

García Jiménez (2001:18) acentúa el carácter económico tras la ocupación laboral: “se considera el autoempleo a la puesta en marcha de una actividad económica por una o varias personas, con el objetivo fundamental de conseguir con ello una ocupación o puesto

de trabajo. Las aportaciones de Paniagua (2002) amplían el concepto de autoempleo a cualquier actividad económica de la sociedad, independiente de la calificación profesional, edad, sexo y localización geográfica. Desde luego, se trata de crear su propio puesto de trabajo, a partir de sus destrezas y experiencia personal.

Por otra parte, Frigotto G. (1998:68) dice que el “trabajo por cuenta propia puede ser en los momentos actuales una solución atractiva para la salida profesional de la juventud. Esta modalidad de inserción laboral puede comenzar con la creación de un pequeño negocio para desembocar en función de las necesidades y expectativas de las personas, hasta llegar a la creación de una empresa”. Resalta Frigotto de la evolución de un negocio determinado en el sentido de que puede empezar por una Pyme o pequeña empresa y terminar en una gran empresa o multinacional.

En opinión de nuestro investigador el proceso emprendedor viene a ser como una cadena que va del poder más pequeño al más grande:

Autoempleo - emprendimiento – pyme - empresa – multinacional.

Examinado el continuum empresarial podemos llegar a la conclusión de partida, que el emprendimiento sigue, viene detrás del autoempleo lo que significa que aquel depende de éste, es decir, la empresa es una evolución de autoempleo.

Existen por tanto rasgos comunes y características diferenciadas entre sendos términos. El siguiente cuadro visualiza las fortalezas y debilidades de cada concepto en función de las opiniones de Frigotto (1998) Ángel Paniagua (2002) Jiménez (2001) Alles (2005) y aporte propio.

Cuadro 1.- Diferencias entre autoempleo y emprendimiento

	AUTOEMPLEO	EMPRENDIMIENTO
Sistema económico	Es pensado con visión individualizada como respuesta a necesidades personales	La forma de pensar, razonar y actuar ha de plantearse en el contexto global.
Gestión de su trabajo	Autoconfianza en sí mismo y en la gestión para dar a conocer su producto o servicio a los clientes	Este proceso exige autoconfianza frente a lo que emprende. Pero añade y diferencia: Fortalecimiento del trabajo en equipo, poseer una dirección con liderazgo democrático, énfasis especial en el desarrollo humano, el desarrollo de la autonomía con responsabilidad comunitaria.
Actividad económica	Forma independiente por una o varias personas, sin importar la cualificación, edad, sexo y localización geográfica. Establecen por sí mismos su actividad profesional y tienen independencia frente a sus decisiones porque no dependen de directrices de terceros.	Es generar un cambio de mentalidad de una cultura de la dependencia a una cultura de la independencia, donde el ciudadano muestre su compromiso consigo mismo y con la comunidad para transformarla y desarrollarla en el área económica y social.
Acciones claves	Toma de decisiones en contextos de realidades cambiantes que afectan a la persona	La creatividad e innovación de los productos o servicios, según los contextos de tiempo, espacio y usuarios, con incidencia sobre la persona y la comunidad.

Fuente propia elaborada con las aportaciones de Frigotto G. (1998), Ángel Paniagua (2002), Jiménez (2001) y Alles M. A. (2005).

Resumiendo lo anterior, se pueden considerar competencias diferenciadoras entre el autoempleado y el emprendedor las siguientes:

- La actividad laboral del autoempleo es ejecutada por cuenta propia, el bien o servicio es prestado directamente sin intermediarios, para beneficio propio; por contra el emprendimiento trasciende el individualismo con una perspectiva más social.
- La autoconfianza del autoempleado se focaliza en la propia persona, en el emprendimiento tiene una proyección más allá de los beneficios estrictamente domésticos.
- La búsqueda del reconocimiento social es más consistente en el emprendedor.

- Respecto a las magnitudes, si bien ambos promocionan una empresa, la escala del negocio es mayor en el supuesto del emprendimiento.
- El proyecto del autoempleado se sitúa en un contexto determinado; por el contrario el emprendedor posee una mirada global que trasciende el pensamiento concreto.
- El autoempleado no tiene equipo, en tanto que al emprendedor no le importa compartir ideas, integrar personas, forma y gestionar equipos.

No obstante las diferencias, existen factores compartidos: la relación productor y el consumidor, la búsqueda de la independencia personal y económica, la ocupación laboral o el deseo de su empresa, el trabajo por cuenta propia, el sentido del riesgo son cualidades compartidas por la persona que se proporciona un autoempleo y por el sujeto que llamamos emprendedor.

En consecuencia, no es lo mismo autoempleo que emprendimiento, aunque compartan alguna características y éste sea una derivación de aquél. A nosotros nos interesa el emprendimiento, porque posee una dimensión social más generosa y una atención educativa particular. Por ello sobre la cultura emprendedora y el perfil del emprendedor va a girar el estudio que presentamos en las próximas líneas.

2.3.- EMPRENDIMIENTO

En las páginas anteriores, hemos señalado la necesidad de nuevos modelos de inserción laboral en las especiales circunstancias de la sociedad. Igualmente se han aportado argumentos justificativos de la destrucción del empleo. Es el momento de emprender la andadura que conduzca a la puesta en escena de tales alternativas. En concreto fijamos la mirada en aquellos planteamientos que ponen sobre la ciudadanía una decisión cargada de empleabilidad.

2.3.1 Concepto de emprendimiento

Para tratar el tema del emprendimiento, nos remontamos al vocablo desde el origen francés que se denomina *entrepeneur* y desde el inglés *entrepreneurship*; en sendo casos son personas que dirigen la empresa como también quienes integran diferentes factores que se relacionan con la producción y a la vez sirven para promover bienes o servicios.

El SENA (2004: 2, Habilidades de Dirección) define el emprendimiento “como el conjunto de capacidades que le permiten a la persona iniciar y llevar a término, de manera

creativa y responsable, actividades en cualquier ámbito de su vida. Estas actividades, orientadas al desarrollo personal y social, deben generar impacto positivo en el crecimiento económico y en el entorno próximo, así como en el mejoramiento de su calidad de vida". Entre los componentes primordiales para el logro de objetivos señala las habilidades siguientes:

- Ejecutar el poder eficientemente la persona que lo posee
- Comprender a los individuos para identificar sus necesidades e intereses
- Ser motivador de sueños
- Actuar para lograr el desarrollo de un clima capaz de responder a las motivaciones de las personas, para lo que se requiere de un líder que tenga una visión de futuro a largo plazo.

La ley colombiana 1014 del 2006, define el emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la asunción de un riesgo calculado: su resultado es la creación de valor capaz de generar empresa y beneficios a la economía y la sociedad.

En el fondo, la Ley 1014/06, objeto de análisis de la tesis, apunta a una serie de competencias que ha de poseer el emprendedor: se cita (1) una formación reflexiva y razonable, (2) una capacidad de análisis de la realidad para descubrir las "oportunidades" de empleo, (3) un planteamiento "global" o lo que es igual a largo plazo en contra del pensamiento inmediato y concreto, (4) habilidades de liderazgo, (5) gestión calculada de los posibles inconvenientes y riesgos. De una manera más concreta, observaremos estas competencias al exponer el perfil de la persona emprendedora.

Hay que enfatizar que en la cuestión del emprendimiento, no sólo se trata de hacer bien lo que se planea, sino también, no menos importante, es una inteligencia portadora de algo nuevo a lo que está dado; ello supone la anuencia de un cambio de mentalidad cuya interpretación significa dar un paso al frente para incorporar la evolución de una cultura de la dependencia a la cultura de la independencia. Es una tarea arriesgada por cuanto el emprendimiento del ciudadano conlleva la asunción de dos empeños conjuntados: el compromiso consigo mismo y al tiempo la mirada económica y social.

La estabilidad de una empresa emprendedora en la esfera del mercado tiene que ver

con las habilidades personales pero igualmente con los recursos económicos, materiales, tecnológicos, de oportunidad temporal, de liderazgo. Factores que de algún modo están previstos en los mencionados planteamientos del SENA y la Ley 1014/06.

Por nuestra parte, estimamos que emprender es adaptar un emprendimiento al mercado; concretamente consideramos que el emprendimiento es el resultado de un proceso que partiendo de una idea con invención extraída del análisis de las opciones de la realidad desarrolla un producto, técnica o servicio comercialmente aceptados y útiles para sociedad. En un intento de profundizar en el concepto que nos ocupa sometemos a consideración algunos condicionantes que ayudan a poner en ejercicio el emprendimiento.

2.3.2.- Factores de emprendimiento

Existe una multiplicidad de factores que, presentes en el momento de las decisiones ayudan a enfatizar los proyectos emprendedores. Arieu (2003) en su libro *La educación de los emprendedores*, señala algunos de esos factores:

- 1.- La percepción del destacado rol que pueden ofrecer en la creación de empleo y riqueza las pequeñas y medianas empresa
- 2.- El descubrimiento de los aportes que pueden ofrecer las nuevas tecnologías en la actividad económica y social
- 3.- La valoración del trabajo independiente conseguido a través del autoempleo y el emprendimiento
- 4.- El desplazamiento de las teorías fuertemente economicistas hacia modelos que acentúan los factores humanos y sociales.

Situados en la actualidad las opciones emprendedoras no se limitan a la aportación de productos materiales, sino que también y cada día más, se valoran los bienes intangibles. Rivas Tovar (2002) en su libro *Gestión integral de recursos humanos* habla de los “activos intangibles” referidos al mundo de la economía. En el desarrollo de la economía que hace énfasis en el conocimiento, se ha destacado la importancia de los “Activos Intangibles” como elementos generadores de valor; habitualmente se da mayor importancia a los recursos físicos y monetarios, sin embargo hay que tener presente que la identificación de los activos no visibles es una nueva realidad, la cual le proporciona al

ente que los valora mayor eficiencia y verdaderas fuentes de creación de valor.

No es desconocido que lo más evidente hasta ahora han sido los activos tangibles como la propiedad, la producción, los márgenes materiales, las nuevas tecnologías, el equipo, que han determinado su valor en productos visibles; pero hoy día no menor importancia posee la evaluación de los conocimientos humanos: el saber hacer, el personal competitivo, la propiedad intelectual, el mantenimiento de la clientela y los conocimientos sobre el comportamiento del mercado, son algunos de los ejemplos de Activos Intangibles que se suman al valor real que tiene una empresa en el mercado.

Al hilo de los factores intangibles, aparece un debate sobre los factores externos y los internos. Según Mario Dehter (2004) ¿Quién determina la decisión emprendedora los determinantes personales o las condiciones del contexto?, ¿Quién precipita la determinación emprendedora los estímulos socioculturales (políticas, educación, necesidades descubiertas, la pérdida de empleo, etc.) o la personalidad del sujeto emprendedor (inteligencia, aspectos psicológicos como capacidad de liderazgo, gestión de grupos, etc.)? En realidad, según Dehter, se está debatiendo si existe un perfil determinado de empresario universal y estereotipado. Las investigaciones no parecen pronunciarse por un modelo predeterminado de emprendedor y por tanto por un emprendimiento tipo. Quiere decirse, en consecuencia, que el debate entre estímulos de contexto y habilidades personales está superado. Hay una opinión que cree en la fórmula mixta: tan importantes son las capacidades y las intenciones, como los recursos provenientes del medio. Como forma de superar estas discusiones, sugerimos, coincidiendo con Dehter, un acercamiento interactivo en el que se cuide de explicar la acción de emprendimiento como una función del comportamiento personal del emprendedor (personalidad, actitudes), influenciado por las condiciones socioculturales propias del contexto.

Por definición, los factores del fenómeno emprendedor son complejos, multifacéticos e interdependientes. En particular hay un cambio de mentalidad en la organización empresarial: atrás ha quedado la era del “capitalismo post industrial”, superado por el “capitalismo emprendedor” donde el término capitalismo, que en principio genera reserva, toma un significado innovador. Coincide este modelo de transformación emprendedora con el cambio de mentalidad que mencionamos en líneas anteriores.

Más allá de los condicionantes apuntados surge otro tipo de relaciones laborales que viene a desestabilizar la vieja contraposición entre capital y trabajo, empresario y

operario (Marx). Existen elementos culturales que vienen de los propios procesos de socialización que acaban por hacerlos proclives a una comunicación más horizontal. Se tiende hacia formas de organización más democráticas y participativas.

En resumidas cuentas, las aportaciones sobre los factores de emprendimiento están generando confianza en las posibilidades de un trabajo independiente. Se trata de nuevos accesos al pensamiento, nuevas disponibilidades sociales, nuevas sustentaciones organizacionales, en definitiva, nuevos procesos de inserción laboral.

2.3.3.- Miradas sobre el emprendimiento

Revisando la literatura, entre los investigadores (Timmons & Spinelli, 2007; Rodríguez Ramírez, 2009; Porras, 2010, etc.) se suelen proponer tres enfoques del emprendimiento entendido como creación de empresa:

1. *La acción emprendedora mirada desde las ciencias sociales*
2. *La mirada del emprendimiento con carácter economicista*
3. *El enfoque de las ciencias de la gestión*

1.- La mirada desde las ciencias sociales

La perspectiva humanista enfatiza las cualidades personales del emprendedor; las preguntas con las que arranca este enfoque son *quién o quiénes emprenden, con qué preparación, con qué habilidades cuenta, cuál es la mirada social que le acompaña*. Autores como Stevenson y Jarillo (1990) y Spinelli (1992) Varela (2001) y Acs y Auchetsch (2003) coinciden en que el emprendimiento lo desarrollan individuos que están motivados, poseen competencias específicas y disponen de condiciones de liderazgo, previa capacidad de análisis diagnóstico para identificar oportunidades.

El diagnóstico requiere una formación y un estudio con rigor a fin de entender las causas y consecuencias que se puedan dar en corto mediano y largo plazo. Además éste sirve para aunar voluntades y generar consenso, en el caso de que el trabajo requiera la colaboración de un equipo: hace falta desde los inicios una visión clara, metas alcanzables compartidas en espacios y tiempos definidos.

Coincidiendo en el planteamiento con los anteriores autores, Varela (2001) agrega un aspecto importante en la creación de servicios o productos que es la responsabilidad social.

Ésta aparece cuando una entidad toma conciencia de sí misma, de su entorno y de su papel en el mismo contexto. La conciencia organizacional por principio ofrece una visión integral que incluye tanto a las personas como al ecosistema.

Los autores, Perdiguero Tomás y García Reche Andrés (2005) refiriéndose a la responsabilidad social, afirman que ésta incluye todas las relaciones de las empresas con los diferentes grupos del contexto. A su entender se muestra en cuatro niveles principalmente:

- El primero, hace referencia a la responsabilidad en las relaciones con los empleados y sobre la misma organización y calidad del trabajo
- El segundo nivel, tiene que ver las responsabilidades a la calidad, seguridad y beneficio social de los productos o servicios que ofrece la organización
- En un tercer nivel, se halla en la comunidad que directamente recibe los resultados del emprendimiento en tanto en cuanto contribuye al desarrollo social, en el sentido de crear y mantener los empleos
- Por último, el cuarto nivel hace referencia a la responsabilidad presentada cara al impacto económico, social y ambiental de sus determinaciones; es preciso demandar una actitud coherente con los valores y sensibilidades de los habitantes que directa o indirectamente se van a ver afectados con creación de la empresa.

Más recientemente, en esta misma perspectiva se halla Rodríguez Ramírez (2009), quien se alinea con un emprendimiento, manteniendo el punto de vista de las ciencias humanas, con los atributos o características de personalidad; con una mirada retrospectiva retoma a Mc Clelland, (1961,1980), (Gilder 1984), Schumpeter (1934), quienes destacan un elenco de habilidades personales como la necesidad de logros, la capacidad para sortear en forma positiva la incertidumbre y el riesgo, la perseverancia frente a su propósito, el predominio del deseo de ser independiente, habilidades para tolerar la ambigüedad y el riesgo, la perseverancia, la actividad empresarial asociada a la propiedad, la oportunidad en la toma de riesgos; no obstante lo más importante de todo este proceso y en el atributo que más coinciden los autores es la autoconfianza frente a lo que emprende.

El estudio realizado por Bárbara et. al. (retomado por Andrés Marulanda et. al.2009:8) hace un recorrido bibliográfico sobre el tema del emprendimiento humanista centrado en la personalidad del emprendedor y crea un cuadro en el que agrupa autores en función de los atributos con los siguientes resultados.

Cuadro 2. Relación de características del emprendimiento según diversos autores

Característica	Autor
Deseo de independencia	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); Barredo y Llorens (1993); Collis, Moore y Unwala (1988); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989); García y Wandoseel (2004); Genesca y Venecia (1984); Janssen y Kolvered (1992); Koh (1996); Martínez, Sánchez y Urbina (1998); Rusque (2002); Sheinberg y Mac Millan (1988); Woo, Cooper y Dunkelberg (1988)
Gusto por el riesgo	De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Douglas y Shepherd (1997); Dubini (1988); Smith, Backerd y Miner (1987).
Elevada necesidad de logro	Anna, Chandler, Jansen y mero (2000); Barredo y Llorens (1993); Box, White y Barredo (1993); Collins, Moore y Unwala (1964); De Pablo y Bueno (2004); Díez de Castro et al (1995); Dubini (1988); Janssen y Kolvered (1992); Jonson (1990); Koh (1990); Koh (1996); McClelland (1968); Rusque (2002); Woo, cooper y Dunkelberg (1988).
Alta necesidad de competencia	Box, White y Barr (1993); Davidsson (1988); De Pablo y Bueno (2004); Duchéneaut y Orham (1998); Feesen y Dugan (1989)
Preferencia por la innovación	Anna, Chandler, Jansen y Mero (2000); De Pablo y Bueno (2004); Dubini (1988); García y Wandoseel (2004); Janssen y Kolvered (1992); Smith, Backerd y Miner (1987)

Fuente de origen propio

En esta recopilación de motivadores faltan indicadores no menos importantes tales como aquellos que resaltan el fortalecimiento del trabajo en equipo, tendencia que es fuerte si se quiere que los emprendimientos mantengan la sostenibilidad, por cuanto se busca el apoyo en las redes del conocimiento. Así es resaltado de forma especial por alguno de los autores citados y, sobre todo, por la ley colombiana 1014/2006.

Habría que retomar en la misma perspectiva a Gilder, (1984) por cuanto abre la mirada a la formación: subraya aspectos relacionados con el aprender a aprender, bien en situaciones formales, bien en procesos que atañen a las vivencias cotidianas, es decir la escuela de la experiencia. El aprender a aprender permite que las personas logren la capacidad de adquirir conocimientos nuevos y renovados lo que conduce a actualizar la toma de conciencia e identificar los intereses y las necesidades que el medio, siempre vivo y cambiante exige.

El aprendizaje a lo largo de la vida lleva aparejadas unas estrategias flexibles para adaptarse a las diferentes situaciones y contextos particulares a partir de las necesidades dadas a nivel de las personas y de las organizaciones.

El enfoque de las ciencias sociales de alguna manera toma una posición unidireccional en el debate ya expuesto sobre el valor atribuido a los factores externos y el

influjo de las habilidades personales. Está claro el posicionamiento a favor de los elementos personales. Sin embargo no puede obviarse la incidencia de las variables contextuales como la economía global y/o local, las líneas y preferencias de las políticas de los gobiernos, la cultura del entorno, la estructura social. El reconocimiento de que el emprendimiento es un “hecho complejo” y acontece en un “medio complejo”, quiere decir que no es suficiente con ser concebido, estudiado y promovido a partir de un pensamiento lineal. El árbol no puede prosperar, por buena clase de planta que sea, sino tiene una tierra abonada y un ambiente apropiado a su naturaleza.

2.- El Emprendimiento desde el enfoque economicista

Si la tendencia humanista se planteaba en quién y qué características adornan al emprendedor, el segundo enfoque se ubica en una visión funcional del fenómeno acentuando el rol del emprendedor: su preocupación es hallar respuestas “al qué” y al “para qué”. La diana está marcada por los resultados; la importancia y el interés del emprendimiento no se hallan en los recursos de las personas, sino en el pronunciamiento claro de unos objetivos por supuestos materiales y el alcance eficiente y eficaz.

La mirada economicista entiende el emprendimiento como empresariedad y/o empresa, en tanto que entidad de rendimiento económico. En términos globales digamos que resulta ser la máxima expresión del positivismo que impera en la sociedad moderna: el fenómeno del emprendimiento se halla empujado por las variables que gobiernan la vida bajo los criterios del “pensamiento único”. Aunque es cierto que el hombre es el inventor de un modelo de ser, pensar y hacer, finalmente el propio artista es víctima de una obra conducida por manos invisibles”. “El homo economicus” con toda su sabiduría universalista, cientifista y tecnológica a la que se acoge con fervor en la ilusión de dominar el mundo, a la postre es un producto dependiente de las fuerzas ocultas de mercado, no sin antes haber dado muerte implícita a la sociabilidad y habitabilidad del planeta tras ignorar las medidas sociales, culturales y ecológicas.

En esta perspectiva economicista encontramos dos corrientes principales: la escuela de Schumpeter y la escuela Austriaca.

En la escuela de Schumpeter se halla el autor que lleva el nombre, Schumpeter, quien en 1934 afirma que el emprendimiento debe interpretarse como una acción transformadora, donde la creación de ideas se llevan a la ejecución: en este sentido

contempla al emprendedor en tanto que la persona buceadora de oportunidades las cuales operativizadas logra convertir en negocios rentables.

En efecto, la base de la actividad empresarial reside en la innovación (la que más adelante hablaremos), capaz de introducir nuevas fórmulas de productividad. Ser innovador, también transformador; el emprendedor empresario se siente un poco revolucionario, quizás obligado por la competitividad del mercado, pero en su raíz satisfecho de su carácter inconformista. De este enfoque arranca el concepto de “capitalismo salvaje”, bastante conocido en algunas áreas de la economía como la construcción o las empresas químicas.

En la escuela Austriaca se encuentra Kirzner (1988a, 1988b), manteniendo al aspecto empresarial, prefiere entender el emprendimiento como un sistema balanceado de fuerzas. Al contrario de la Escuela de Schumpeter, la Escuela Austriaca estima que el emprendedor trata de equilibrar el mercado con nuevas propuestas de productividad y otros precios. Igualmente se pondera al ser humano como sujeto de decisiones cara al desarrollo del elemento empresarial, se fortalece el rol del emprendedor haciendo énfasis en la innovación, y resalta la libertad individual para lograr la creatividad del individuo. Pero la suya, nos es una actitud beligerante, sino que la preocupación está en mantener el orden y el arbitraje en los mercados; si éstos demandan bajar los precios ajustando costes y beneficios no dudará en hacerlo, si es necesario racionalizar la productividad se dictarán medidas oportunas, siempre en el intento de evitar las fuertes tensiones del mercado.

En la mirada economicista, tanto Schumpeter como Kirzner resaltan las ideas de negocios y actividades rentables, con una finalidad evidentemente prioritaria: la de alcanzar el mayor bienestar posible de quienes participan; en consecuencia el rol del emprendedor consiste en permanecer alerta a los cambios que se dan en la economía frente al mercado global con la intención de un interés particular.

3.- El emprendimiento desde la perspectiva de la gestión y la organización

En tercer lugar, nos encontramos con el emprendimiento considerado desde la mirada de las ciencias de la gestión y la organización. Este enfoque centra su preocupación en los procesos organizativos relacionados con los factores gerenciales, no recomendables, sino necesarios para desarrollar la actividad emprendedora. Si la gestión es la ejecución de acciones organizativas, los líderes son los protagonistas del desarrollo, transformación e

innovación del escenario. El emprendedor debe tener en cuenta las relaciones que se dan en los aspectos de liderazgo, trabajo en equipo, manejo y resolución de conflictos y toma de decisiones, los cuales son los referentes, para la definición de los procesos de emprendimiento y especialmente para cuidar el clima de trabajo que busque el desarrollo; no solamente se precisan productos o servicios, sino también el nivel de organización personal y grupal.

La gestión requiere unas habilidades y competencias propias del emprendedor (liderazgo, trabajo en equipo.... etc.); por ello remitimos al apartado correspondiente al objeto de una mayor comprensión del concepto de emprendimiento desde el perfil del agente que lo ejecuta.

2.3 4.- Cultura emprendedora

Hemos expuesto los factores externos e internos que juegan un papel importante en la función emprendedora; así mismo también se han señalado las principales corrientes que interpretan el emprendimiento a partir de un pensamiento marcado por ideologías humanistas, economicistas o gerenciales. Abordamos en este momento las actitudes encontradas en los estudiosos de la cuestión, tales como Stevenson and Jarillo (1990) y Spinelli (1992) Varela (2001) y Acs y Auchetsch (2003).

Para empezar, afrontamos una doble sustanciación del término: pueden encontrarse autores que hacen distinción entre el “Espíritu Empresarial” y la “Cultura Emprendedora”. Alonso, A (2006: 22):

- El Espíritu Emprendedor refiere la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya existente”
- “La Cultura Emprendedora supone una participación activa en la evolución del entorno social y emprendedor”.

De algún modo ambos términos parecen diferenciarse por la decidida elección de dos enfoques contrapuestos: siendo tanto el “espíritu” como “la cultura” emprendedora una “actitud”, es decir, un proyecto, pensado, estimado como válido y puesto en ejercicio, las diferencias derivan de las finalidades: en el primer caso domina el sentido empresarial y en el segundo se pone en alza el valor social y contextual. Parece asumirse la dualidad

anteriormente examinada con los dos enfoques relativos al emprendimiento.

Por nuestra parte, consideramos que sendos componentes pueden conjugarse y que en la práctica se podrá acentuar uno u otro elemento, pero finalmente el enfoque social precisa para consolidarse hacer balance económico y el enfoque positivista no puede prescindir de algunos efectos sociales, como es la creación de empleo, la promoción de una población local, regional y transnacional, el desarrollo en sentido amplio. En consecuencia desde este momento evitamos la confrontación de los términos espíritu – cultura, de manera que vamos a hacer uso de los conceptos de forma indistinta.

Intentando acercarnos a la filosofía de la cultura emprendedora acudimos a la literatura. Apunta Roberto Price (investigador de Global entrepreneurship institute) con cierta agudeza que se advierte una saludable mentalidad “de volver a lo básico”. Y lo básico en el complejo y multifacético fenómeno del emprendimiento, parte las competencias del emprendedor que examinaremos en otro momento, lo típico de toda la vida en el impulso de la economía y el empleo es la novedad y el riesgo. Concretamente en el espíritu emprendedor al menos se ponen de manifiesto cuatro dominios: la creatividad, la innovación, la toma de decisiones y la capacidad de gestionar el riesgo. Los individuos que crean, organizan y conducen un negocio asumiendo riesgo no pueden tomar decisiones basadas en presentimientos, antes que nada han de partir del conocimiento de los fenómenos reales del entorno para buscar otra cultura, otra inventiva de abordaje de las condiciones empresariales y/o sociales.

2.3.4.1.-La creatividad en la cultura del emprendimiento

En la actualidad, nadie pone en duda la necesidad de una formación técnica y profesional, propiciada por el desarrollo de la originalidad e independencia del pensamiento.

Es una de las prioridades de la reforma que se está llevando a cabo en los estudios superiores de la Unión Europea, imprescindible en los procesos profesionalizadores (Sáez, 2006). Existen diversos puntos de vista desde el concepto, axiología y metodología de la creatividad; al arte de la pintura, la escultura, el teatro, la literatura y la música tienen diferentes referenciales respecto a identificación de sus indicadores evaluativos o los rasgos de caracterización. Nosotros nos atenemos a las habilidades que los autores clásicos atribuyen a la creatividad exigida en los procesos emprendedores.

Corbalán y otros (2003), afirman que la creatividad es una combinación de ciertas dimensiones que suceden a partir de determinadas situaciones que generan una serie de interrelaciones. Tales dimensiones pueden acomodarse desde lo cognitivo, socio-emocional, educativo o dominio de habilidades.

Por otra parte, Trigo y de la Piñera (2000), consideran que la creatividad tiene que ser vista como un potencial que se puede desarrollar y que debe integrarse con otras habilidades del pensamiento. El desarrollo de las potencialidades humanas como inteligencia, talento y creatividad frente al impulso productivo constituye uno de los grandes recursos relacionados con el emprendimiento.

De alguna manera la creatividad recuerda los elementos centrales de la teoría gardneriana: en la mirada de Gardner (2001) la creatividad se contempla como un proceso multidisciplinario, polisémico y multifuncional que enfatiza los factores personales y los contextuales, haciendo uso de las perspectivas biológica, epistemológica y sociológica; en perspectiva educativa su desarrollo se da teniendo en cuenta que tales competencias pueden y deben desarrollarse en la niñez y/o juventud.

En los planteamientos anteriores es fundamental retomar los puntos de vista de Corbalán porque habla de la creatividad a partir del desarrollo de diferentes dimensiones que están en relación con las competencias del conocer, ser y hacer; dicha propuesta se complementa con la teoría de Gardner en el sentido que la creatividad no es un efecto aislado, sino que se desarrolla en procesos que integran las diferentes disciplinas y los distintos enfoques, terminando por ajustarse perfectamente al concepto de emprendimiento en tanto se propone lograr la transformación o el cambio de un proceso, producto o servicio.

Gisbert López (2005) es un estudioso del tema centrado en particular en los procesos institucionales; en su opinión ha de enfatizarse la creatividad en las organizaciones por los siguientes motivos:

- La creatividad demanda un enfoque multidisciplinar que requiere de otras ciencias, para responder en forma estratégica a los cambios que demanda la organización en lo que respecta al mercado global.
- Creatividad y organización van siempre de la mano, porque en la empresa a partir de su nacimiento y desarrollo el ingrediente creativo es imprescindible, pero

también en los trayectos de subsistencia. Esto induce la necesidad de promover de forma consciente y constante la creatividad dentro de las organizaciones, planteamiento contrario a la idea tradicional que se limitaba a esperar que ésta surgiera de manera espontánea.

- Finalmente, las organizaciones, digamos empresas, han de abrir espacios para generar ideas creativas al objeto de poder resolver los problemas que se presentan en la cotidianidad y especialmente motivar a las personas a que desarrollen esta habilidad. No está de más recordar la nueva valoración en estos momentos del llamado “capital intangible”, anteriormente mencionado.

Esta sustantivación de la creatividad es un punto de inflexión básico para el trabajo que se está llevando a cabo, vistazo que conduce a nuevas aportaciones como eje de transformación de los procesos, de los bienes y servicios que se brindan en el contexto globalizado. Actualmente se exige personas con alto grado de creatividad necesaria para dar respuesta a soluciones que satisfagan la situación planteada, porque hoy se necesitan y precisan cambios en todos los procesos, productos y procedimientos, de acuerdo a las necesidades y/o demandas generadas por una sociedad en constante evolución y dinamismo.

Para sustentar lo anterior, Pawlak (2000) señala que las herramientas para estimular el pensamiento creativo, parten de un hábitat empresarial satisfactorio, un ambiente alentador, capaz de estimular el reconocimiento de los líderes naturales y equipos de trabajo multidisciplinarios, junto al uso de las tecnologías de la información: éste es el fundamento de la creatividad en las organizaciones.

Conducidos de la mano de la estimulación de la creatividad conviene tener presente: los cambios en las empresas o cualquier otra institución no nacen por generación espontánea; además de las ayudas contextuales y formativas aludidas en las líneas precedentes, la motivación creativa conlleva unos esquemas. Si se habla de planteamientos procesales, quiere decir que existen una serie de etapas en la aparición de la creatividad:

- Un análisis sucinto de la realidad
- Un descubrimiento de un problema u oportunidad nueva
- La presentación solución o transformación
- La ejecución de la alternativa
- La evaluación de resultados

La metodología que se recomienda ha de ser participativa, en lo posible de equipos, motivadora, capaz de abrir espacios y tiempos que faciliten la aparición de nuevas experiencias; el objetivo es que los individuos sean, libres, autónomos en la búsqueda y desarrollo de sus competencias creativas antes que agentes dependientes.

Es, pues, necesario buscar vías para aumentar la cultura del pensamiento creativo, su adecuado enfoque, así como formar estilos de inteligencia flexibles: la creatividad no es una competencia en propiedad exclusiva de genios o de seres con capacidades excepcionales, sino que todos los humanos pueden ser creadores; no depende de rasgos biológicos, hereditarios, no es una capacidad innata o una habilidad que se logra por azar.

La creatividad es un valor en alza que se estimula y se fortalece con la educación y ambientes propicios. Habrá que insistir en la idea de que la función de la creatividad no es global, genérica, abstracta. Muy al contrario, su magnitud es específica y concreta. Una persona resulta ser creativa en el deporte, distinta a la habilidad creativa del físico o el músico o el pedagogo: cada profesión posee una dimensión tangible llamada creatividad profesional, lo que hace efectivamente que esta actividad precise de una formación en el mismo sentido específica.

2.3.4.2- La innovación en la cultura del emprendimiento

Según la Real Academia Española la innovación viene a ser la creación o modificación de un producto y su introducción en el mercado. El factor producto-mercado es primordial en la RAE, pero hay otro tipo de innovación que no exige con tanto rigor el elemento mercantil. Autores como Doménech (2004) estiman que innovar es crear productos que hagan la vida más fácil. Con diferente propósito L. Farr (1990) asegura que la innovación es la secuencia de actividades por las cuales un nuevo elemento es introducido en una unidad social con la intención de beneficiar la unidad, una parte de ella o la sociedad.

Así mismo, hay quien piensa como Scarone (2004) en la innovación como servicio. Se observa con claridad un atributo en Scarone y Farr un sentido más social que en la opinión de Doménech.

Interesante nos parece la definición de innovación proveniente del organismo público internacional como es la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCED), innovar consiste en introducir un nuevo producto, bien o servicio, un nuevo

proceso, un nuevo método de comercialización, o un nuevo método organizativo puede ser en las prácticas internas o en las relaciones exteriores. Estamos ante un modelo de innovación diferente: aquel que solo considera de interés el beneficio y el producto final, el que estima intensificar la fuerza innovadora en la cadena pensando en el producto y en los procesos de las relaciones internas y con la sociedad.

Desde este doble concepto nos encontramos con la innovación como competencia que genera nuevos productos y resultados y la innovación entendida como competencia de servicio a la propia empresa y la sociedad.

- ***La Innovación enfocada a los procesos y resultados***

Según, Xavier Ferrás (2010) “la innovación es como valoración de todo cambio que genera valor a la organización”. Dentro del proceso de negocio se considera la innovación como desarrollo de ideas que pasan la prueba de la viabilidad hasta alcanzar la comercialización y logro de resultados. Por consiguiente, la innovación está centrada en la transformación de un producto o servicio que forja un resultado concreto e intencional, del cual una organización deriva parte de su valor medido en categorías de beneficios.

Por lo tanto, la innovación se enmarca en los términos de promover, asimilar y utilizar el conocimiento que conlleve a generar productos y servicios de valor agregado. Es importante aclarar que la innovación significa tornar nuevo o introducir una novedad en los resultados, los procesos o las situaciones en un contexto cultural dado.

Desde la mirada de la competitividad, la innovación demanda el desarrollo de tres habilidades primordiales:

- Una habilidad de percepción de la realidad, con el fin de analizar, observar e identificar las oportunidades que ofrece el contexto.
- Una habilidad conceptual, que tiene que ver con la capacidad para descubrir nuevas ideas y conocimientos.
- Una habilidad de acción, dirigida hacia objetivos concretos para la creación de beneficios o mejora de los existentes.

Con un significado competitivo, la Comisión Europea declaró el 2009 como el Año Europeo de la Creatividad y la Innovación, con el lema “Imaginar. Crear. Innovar”. Su

objetivo no era otro que motivar espacios creativos e innovadores en diferentes sectores de la actividad humana a fin de contribuir a que la Unión Europea esté mejor equipada para los desafíos futuros en un mundo globalizado. Es cierto que el documento citado, busca sensibilizar sobre la importancia de la creatividad y la innovación -con sus elementos y características particulares-, sin ignorar las competencias fundamentales para el desarrollo personal, social, pero en su filosofía anida como primera preocupación la competitividad en la economía.

La innovación empresarial aparece por dos motivos:

1. Por ruptura con lo existente, es decir, se realizan el cambio frente a una tarea o actividad que se venía realizando,
2. Por motivos progresivos, es decir, existe una mejora de los productos, servicios y/o los procedimientos existentes en el mercado. Por ejemplo el lector de precios en los supermercados.

La base de la innovación sobre las finalidades comerciales está en que añade valor, hace más ágil tanto el proceso como procedimiento, lo que sin duda a la postre ha de redundar en beneficio del empresario.

Las prácticas innovadoras que generan rentabilidad, se pueden configurar en diversas expresiones, de acuerdo al proceso sobre el que recae su acción renovadora. De este modo tenemos:

1. Innovación tecnológica: supone renovación y ampliación de la gama de productos, servicios y de los mercados correspondientes, como también de los métodos de producción, abastecimiento y distribución.
2. Innovación organizativa: significa cambios en la gestión, en la organización del trabajo, en las condiciones de la tarea, los perfiles de los empleados; la educación permanente, en cuanto modelo de renovación del producto, constituye un papel fundamental en la oferta de competencias de base y en su adaptación a los cambios; esto lleva a concluir que cuanto mayor sea la formación de los empleados, mayor será la contribución para el alcance de beneficios.
3. Innovación comercial: alude a los cambios en la manera de relacionarse con los clientes, respondiendo siempre a sus necesidades e intereses.
4. Innovación en los procedimientos: trata de identificar los factores para aumentar la

producción y reducir los costes, lo cual acarrea actuar sobre los precios, mejorar la calidad y la fiabilidad de los productos. Esta dimensión innovadora tiene mucho que ver con la renovación permanente de los equipos de trabajo y la mejora de los métodos de la organización.

5. Innovación en productos o servicios: se refiere a una mayor calidad y rendimiento, un mejor servicio, unos tiempos de respuesta mínimos, una funcionalidad y ergonomías más apropiadas, seguridad, fiabilidad. Estamos refiriendo aspectos que pueden ser reforzados con la innovación y que vienen a dar respuesta a las inquietudes de los clientes o usuarios. En este caso podríamos decir que la innovación se origina fuera de la entidad empresarial, por lo que sobre ellos, los clientes recae el análisis y estudio del buen gestor en óptica de rentabilidad.

Para terminar con los planteamientos de la innovación preocupada por los productos, quiero hacer una observación con Drucker (2002): no todas las empresas precisan de los mismos factores de innovación para ganar en competitividad; por ejemplo no es comparable la necesidad de diseño tecnológico en el ramo de la automoción que en el turismo. En consecuencia, si entendemos la innovación como la capacidad de redefinir modelos empresariales generar un nuevo valor implica generar riqueza y competitividad.

- ***La innovación como servicio***

En este punto predomina la idea de la innovación progresiva como servicio. Para ser innovador se requiere desafiar los modos establecidos, en particular los regidos por los imperativos del “capitalismo salvaje”, a fin de establecer otros desarrollos innovadores que giren sobre los ejes de las mejoras sociales: crear nuevas relaciones, tratar con un nuevo enfoque, adoptar una perspectiva más cooperativa y menos individualista son los conceptos sobre los que prima la aplicación de los modelos empresariales de enfoque humano y sostenible.

La capacidad innovadora con mirada social no olvidará la innovación empresarial, pero su visión es más amplia: la capacidad innovadora se sostendrá sobre inversiones, políticas competitivas, dedicación de recursos que sostengan y consoliden servicios y capacidades de desarrollo para un “nuevo mundo”. Para consolidar esta línea es conveniente tener presente algunos espacios de posible establecimiento:

- Promover todas las formas de innovación porque existen diferentes maneras de enfocar los beneficios empresariales
- Prestar especial atención a la innovación en el sector servicios que ofrece oportunidades sub-explotadas especialmente por las sinergias con el sector industrial.
- No perder de vista en la innovación la cooperación en general y en particular la cooperación internacional.
- Finalmente, en sintonía con el anterior punto, encaminar la innovación hacia las opciones del desarrollo local o regional.

Todo lo expuesto es aplicable tanto a nivel de las personas que intervienen en las organizaciones como de las propias instituciones.

La innovación no se limita a los productos físicos, sino que también se aplica a los intangibles como la inteligencia, la experiencia, las destrezas del uso, las competencias de relación, el sentido del humor, el autoconocimiento etc. Por otro lado, conviene prevenir que no consiste en un proceso individual, sino colectivo, porque es la organización como un todo orgánico la que consigue plasmar los resultados. Por lo tanto, resaltar el trabajo en equipo y refutar el individualismo, es una forma de innovación que forzosamente tiene que generar valor para el usuario y el empresario en las entidades de tipo social.

Todo cambio de innovación conduce hacia el valor adicional y el conocimiento, que permite concebir y realizar proyecciones sociales: la innovación visibiliza siempre una mejora en los objetivos propuestos, que bien puede ser un aumento de beneficios o mejores resultados, es decir, una reducción de costos por nuevos procesos institucionales, organizativos o comerciales, pero en nuestro planteamiento avisa sobre la primera meta, el beneficio social.

Los nuevos resultados de servicio a la comunidad son una referencia clave. Ello conlleva que la organización desarrolle políticas que busquen el posicionamiento generado en la innovación social, al tiempo que cuidará de promocionar la capacidad de innovar sin un límite temporal, o sea, con y sobre la sostenibilidad.

Con base en lo anterior, hoy por hoy la innovación se mira como una necesidad vital y un elemento de éxito en el crecimiento local, regional, nacional o internacional; es por eso que los ciudadanos, dentro de los parámetros del emprendimiento, han de convertirse en

agentes transformadores de la sociedad, caracterizados por la pro-actividad, la iniciativa, la participación y anticipación frente a los problemas laborales y la incertidumbre del mundo globalizado.

Ante el fortalecimiento y desarrollo de comunidades innovadoras hacemos una propuesta: se trata de un proyecto innovador como es la instauración de un Sistema de Innovación en los medios políticos o en los espacios sociales. ¿Cómo funcionaría? Su desarrollo se apoyaría en la exigencia de crear sinergia entre empresas, instituciones públicas y privadas, ONG's, instituciones educativas y la sociedad en su conjunto, para que todas las actividades vayan dirigidas hacia la creación y transferencia de conocimientos, el desarrollo de habilidades y actitudes encaminadas hacia el progreso y crecimiento tanto de los individuos como de las organizaciones como de los colectivos ciudadanos.

Desde esta perspectiva la innovación es considerada no sólo como una necesidad importante y un elemento de éxito en el crecimiento empresarial sino también personal y social. En todo caso cuidamos de plegarnos o adaptar por inercia a los cambios, sino de aprender nuevos usos y procesos basados en la aplicación de nuevas tecnologías, la investigación y el intercambio de conocimientos en eventos y convenciones en los que aparezcan los nuevos avances y los resultados de la aplicación de la innovación.

Las aportaciones al espíritu emprendedor de la creatividad y de la innovación concitan una significativa valoración que incrementa de forma considerable el interés y actualidad del fenómeno del emprendimiento en cuanto desarrollo económico y social que ofrece alternativas al desempleo y la crisis económica. En el diseño de la cultura emprendedora habíamos señalado, amén de la creatividad y la innovación, en la gestión aparecían otros factores que completaban el cuadro como eran el liderazgo, el trabajo en equipo, la resolución de conflictos, la toma de decisiones. Son dotaciones imprescindibles de las organizaciones empresariales o sociales, cuyo estudio nos posponemos llevar a cabo en las líneas siguientes. Podrían ser asimiladas a las competencias de la personalidad del emprendedor, pero preferimos incluirlas dentro de la cultura emprendedora.

2.3.4.3.- El liderazgo en el espíritu emprendedor

Es un proceso a través del cual un individuo ejerce su influencia sobre otros, con el fin de que se comprometa a buscar objetivos comunes. El liderazgo es, esencialmente, una interacción personal. Según Sergio Ortiz (2003), el líder emprendedor es capaz de sumar y

asimilar el pensamiento creativo de los participantes, para transformarlo en una visión factible, que brinda confianza, apoyo y logra el reconocimiento y colaboración para alcanzar sus propósitos.

Según, Peter Senge (2000) los líderes son aquellas personas que caminan delante, que están comprometidas consigo mismas a llevar un cambio profundo. Lideran a través de la creación, de nuevas destrezas, capacidades relacionales, de comprensiones.

El líder como emprendedor, ha de desarrollar las siguientes características mentales y actitudinales necesarias para encauzar su proyecto de emprendimiento en forma más eficaz:

Cuadro.- 3 Características mentales y actitudinales del líder

CARACTERISTICAS MENTALES	ACTITUDES
Actitud positiva Constancia en sus metas Disciplina Ayudar a alcanzar la estrella Lo imposible es posible Comprometido en cada acción Habilidad para arriesgarse, soñar, manejar el conflicto, tomar decisiones.	Positiva persistencia Disciplinado para realización de sus tareas y proyectos Firmeza en sus propósitos Confianza en si mismo compromiso Decidida Soñador Dinámica Vencedor

Fuente: Elaboración propia a partir de Peter Senge (2002) y Sergio Ortiz (2003)

Para una empresa es trascendental que el líder emprendedor conozca sus atributos/funciones y sean aplicados en forma positiva para entender y manejar las interrelaciones personales u organizacionales. Para ello ha de encontrar individuos que ejerzan un liderazgo en forma positiva o negativa. Positivo cuando facilita el crecimiento personal o de equipo, y negativo cuando piensa en lo individual sin dar apoyo a otros.

El líder del futuro, según Waldemar de Gregory (2002), será entonces el que cree una cultura o un sistema de valores centrados en los siguientes principios:

Un primer principio de liderazgo consiste en una relación fluida entre el líder y sus compañeros de equipo. Sin “coequipiers” no hay líder.

Un segundo principio es que los líderes efectivos conocen y gestionan

conscientemente la dinámica de esta relación. Los líderes que tengan la visión, la valentía de aprender y crecer constantemente, serán los que motivan a que las personas y organizaciones se proyecten; son aquellos que se ajustan a las tendencias que surgen.

Tercer principio. Con base en dichas tendencias los líderes emprendedores perciben y prevén las necesidades de las personas y del mercado, evalúan los éxitos y equivocaciones del pasado y asimilan las lecciones que la experiencia y los principios están enseñando; serán los que tengan una influencia duradera y no se opondrán al cambio.

Siguiendo este contexto, Gregory señala las funciones principales que, a su entender, debe desempeñar un líder emprendedor son:

Primero, *explorar posibilidades*. La esencia y la fuerza de la exploración están dadas alrededor de la visión y misión, con capacidad para satisfacer las necesidades del entorno institucional, local, global y/o social.

Segundo *alinear*. Consiste en asegurar que la estructura, los sistemas y los procesos operativos contribuyan todos ellos a llevar a cabo la misión y visión de satisfacer las necesidades de los usuarios: cuando las personas comprenden perfectamente las necesidades, comparten un compromiso desde el alcance de la visión compartida; cuando crean y mejoran las estructuras y sistemas que reflejan la misión.

Tercero, *crear sinergia*. Las personas tienen un enorme caudal de talento, ingenio, inteligencia y creatividad, pero desafortunadamente estas cualidades son poco explotadas, pero cuando el propósito individual y la misión se interrelacionan, entonces esos propósitos se dinamizan y se crea una sinergia.

2.3.4.4.- Trabajo en equipo

La palabra equipo deriva del francés *equipe* y éste del antiguo vocablo escandinavo *skipa*, que a su vez deriva de *skip* (barco) lo que significa “*equipar un barco*”. Para el tema que nos ocupa desarrollar *equipo* refiere un conjunto de personas que se asocian entre sí para buscar resultados; ellas se embarcan juntas en una tarea o en un compromiso en el cual todos son necesarios, porque son piezas básicas de un determinado engranaje.

Para, Franc Ponti (2006:113) “un equipo de trabajo es un grupo de personas (seis sería el número ideal) que han aprendido a articularse y organizarse de tal forma que el

trabajo individual ha sido sustituido por el trabajo colectivo, a través de acciones de sinergia, colaboración y cooperación”.

Como resultado de este proceso los resultados son expresados en forma cualitativa o cuantitativa, siempre superiores a los esfuerzos que se hagan a nivel individual.

El ideal de hoy es enfatizar el trabajo de equipo, máxime si se realiza en forma creativa e innovadora. A la línea de la innovación agrega F. Ponti (2006:113) el valor del rendimiento: “un equipo creativo suele ser un grupo de personas que están acostumbradas a trabajar bajo una dinámica de alto rendimiento y que centran sus esfuerzos en conseguir ideas para un determinado foco creativo o a desarrollarlas e implementarlas para conseguir innovaciones concretas.”

No es infrecuente encontrar el uso de los términos equipo y grupo indistintamente, por ejemplo Ponti. Sin embargo, Katzenbach (2001) sostiene que hay diferenciaciones entre el equipo de trabajo y el grupo; el equipo se caracteriza porque comparte el liderazgo, tiene objetivos específicos y claramente definidos, los temas se debaten abiertamente y se confrontan las ideas, se miden los desempeños directamente, la responsabilidad es general e individual, se resalta la cohesión de los miembros y la eficacia de los resultado.

Para una mayor comprensión confrontamos las características del trabajo en equipo y del grupo en el siguiente cuadro:

Cuadro.4. Diferencia trabajo en equipo/ trabajo grupo

TRABAJO EN EQUIPO	TRABAJO EN GRUPO
Orientado al resultado y proceso.	Énfasis en el resultado.
Favorece la comunicación abierta y fluida, los miembros se sienten libres de expresar sus ideas, pensamientos y sentimientos.	Se consigue una comunicación discreta y limitada.
Trabaja con alto grado de autonomía y dominio de metas compartidas.	Promueve esfuerzo individual.
Las normas se construyen	Las normas se imponen.
Potencia la habilidad de la solución problemas en forma creativa	Trabaja con alto control externo y el procedimiento determina como hacerlo.
La contribución es mayor que la suma de las partes. Sinergia.	Contribución es la suma de las partes.

Existe un reto o una meta bien definida y compartida.	No hay gran reto o meta.
Los miembros tienen un sentido de propiedad sobre las metas que todos ayudaron a fijar conjuntamente. Sienten una responsabilidad compartida.	Los miembros se concentran en sus responsabilidades individuales.
El liderazgo es compartido por el equipo.	Existe un líder que dirige al grupo.
Las decisiones se toman por consenso	El líder toma las decisiones.
Existe un elevado compromiso de todos los miembros y un alto sentido de pertenencia	Se da un nivel medio de compromiso y sentido de pertenencia
La autoestima y autovaloración son altas	La autoestima y autovaloración son bajas

Construcción personal a partir de F. Ponti (2006), Peter Senge (2000), Velandia (2005)

De una manera más explícita los investigadores F. Ponti (2006), Peter Senge (2000) y Velandia (2005) amplían el contenido del cuadro.

Los ejes principales del trabajo en equipo giran alrededor de la cohesión grupal y el liderazgo compartido. Al respecto dice Ponti (2006:118): “parece evidente que la cohesión grupal y el liderazgo compartido son elementos claves para asegurar la supervivencia de cualquier equipo de trabajo”. Por otra parte Crisanto Velandia (2005) afirma que el liderazgo compartido consiste en que cada miembro del equipo se hace responsable del éxito tras el compromiso de participación en el desarrollo de una actividad. Puede agregarse a lo anterior que el triunfo de un equipo se alcanza cuando cada uno de sus integrantes se compromete con el proceso de construcción para conseguir los sueños deseados.

Una de las características de un equipo eficaz en opinión de Peter Senge (2002), consiste en compartir una visión y una misión: es decir, saben qué hacer y para dónde ir, los ambientes de trabajo son participativos, se reparten funciones, se define el nivel de compromiso y de resultado, se negocian las expectativas y la información es compartida, hay optimización de recursos, el egoísmo se deja en la calle y el éxito es colectivo. Al respecto Goleman (2005) en su énfasis de la emotividad, entiende que los equipos funcionan cuando se establece una sinergia emocional y cognitiva entre sus integrantes, teniendo en cuenta la diversidad de personalidades.

Más adelante agrega Ponti (2006:125): “el equipo que funciona es capaz de integrar a

sus miembros y sin, anular sus personalidades, crea una nueva dimensión con el aprendizaje compartido y consigue resultados extraordinarios”.

Syrett y Lammimam, citados por Franc Ponti (2006) proponen cuatro tipologías de equipos desde la operatividad de sus funciones:

- *El iluminador*, se caracteriza por presentar una idea, crear una visión o concretar una necesidad.
- *El patrocinador*, toma el liderazgo para trabajar en un tema y siente el apoyo de otros para lograr el objetivo.
- *El transformador*, consiste en convertir las ideas en acciones prácticas a partir de los conceptos teóricos.
- *El experto externo*, capaz de atender los aportes del contexto. Las miradas externas pueden ser significativas en el apoyo la innovación.

Para proporcionarles vida a estos roles es importante que las organizaciones dinamicen los procesos, creando entornos propicios para la creatividad de sus integrantes lo que redundará en beneficio de la innovación de los miembros.

2.3.4.5.- Manejo y resolución de conflictos

El conflicto se presenta cuando los actores están en confrontación con ideas, propósitos o sentimientos. Las causas pueden ser de tipo sociológico, laboral o psicológico, aunque siempre se manejan relaciones de poder.

Para que el emprendedor tenga éxito y maneje con mayor eficacia los problemas tiene que crear ambientes donde las relaciones de poder sean positivas, pero, sobre todo ha de disponer de recursos para manejar los conflictos.

Según Tamayo y Tamayo (2002), para resolver con éxito un problema es necesario utilizar unas estrategias específicas que puedan conducir a resultados satisfactorios para las partes. Propone el proceso que sigue. Llamamos la atención de que no se habla de la solución del conflicto sino de camino para llegar al final.

1º.- Preparar un informe sobre el problema. Se refiere a describir con precisión y claridad la situación que se desea cambiar. Para dar claridad al conflicto es importante resaltar las siguientes preguntas: ¿El problema está planteado objetivamente? ¿Está

diseñado en condiciones que no se incline a favor de una situación, de un enfoque o que dé lugar a diversas interpretaciones? En otras palabras, debe estar sustentado en hechos y datos, más que en supuestos. ¿Las personas involucradas tienen una comprensión básica del problema? Es decir, está redactado para que todos puedan entenderlo fácilmente. Resulta ser una definición del problema.

En conclusión, el informe ha de ser objetivo y elaborado con palabras claras y sencillas.

2º.- Para preparar el informe sobre el problema, se tiene en cuenta las siguientes indicaciones:

- Evitar que se incluya alguna causa supuesta.
- Evadir dar a entender alguna solución.
- Ser preciso y entendible. Se aconseja un máximo de 10 ó 15 palabras.
- Deducir las consecuencias en el supuesto de no ser resuelto el problema.

3º.- Para solucionar el problema, las partes suelen implementar diferentes procesos con el fin de lograr la satisfacción de sus necesidades e intereses. En cuanto al proceso, hay todo un abanico de posibilidades:

a.- Proceso de negociación. Éste consiste en que las partes interactúan sin intermediarios, con el fin de construir un acuerdo que les permita satisfacer sus necesidades e intereses prioritarios, es además la forma más eficiente, económica y civilizada que existe para resolver un conflicto.

La negociación es la base de los procesos alternativos, es responsabilidad de todos hacernos responsables de la búsqueda de la solución en que las partes ganen y no unos sean los ganadores y otros los perdedores porque esto hace que aumente el conflicto en lugar de solucionarlo.

Las partes están en libertad para escoger los criterios que consideren legítimos y eficientes para diseñar y ejecutar el proceso y resolver el conflicto que los vincula. Lo más importante en este proceso es que las personas involucradas son artífices del acuerdo y son las interesadas en cumplirlo y defenderlo.

b.- Proceso de mediación. En éste las partes interactúan con la asesoría de un tercero, el

mediador, es quien se encarga de construir un acuerdo que les permita satisfacer sus necesidades e intereses prioritarios, como también tiene la responsabilidad de ayudar a las partes en el desarrollo del proceso, les facilita la comunicación y la relación recurriendo a diferentes técnicas de mediación y negociación.

Además, este proceso produce resultados específicos mediante la utilización de valores, normas y principios de los participantes y no de los mediadores, en cuanto integra la participación activa de quienes intervienen y ofrece un modelo de interacción para desavenencias futuras. Mediante este proceso se busca esencialmente reducir la hostilidad entre las partes y establecer una comunicación eficaz, como también comprender las necesidades del otro.

c.- Proceso jurisdiccional. Este se inicia de dos maneras: a petición de parte o de oficio, en éste último caso quien lo inicia es el Estado. Sea de una u otra forma que se inicie, es el juez, como representante del poder jurisdiccional estatal, el que asume la responsabilidad de resolver el conflicto con independencia de la posición que adopten los sujetos procesales.

Las partes interesadas intervienen a través de sus apoderados. El conflicto puede ser resuelto de dos maneras: Por vía de conciliación judicial o por sentencia, cuando es el segundo caso, la decisión del juez puede ser revisada por uno o dos tribunales, según la instancia.

Para resolver un conflicto primero hay que conocerlo y entenderlo, luego descubrir las necesidades e intereses de las partes involucradas, las cuales se encuentran escondidas detrás de las posiciones que asume cada una, con el fin de indagar del ¿por qué? y del ¿para qué?. Es importante informar identificar los intereses y necesidades de las partes para poder entender y comprender el conflicto; seguidamente se puede intentar construir un acuerdo o una solución, que les permita satisfacer las necesidades e intereses de los involucrados. La confianza es un pilar clave de toda negociación productiva. Para nosotros como educadores la fórmula más válida es la negociación.

2.3.4.6.- Toma de decisiones

La toma de decisiones es de una parte de la resolución de problemas; en el ejercicio de la práctica las etapas sobre las que se sustenta son las mismas. Podía ser interpretada como

la combinación de situaciones y conductas que pueden ser descritas en términos de acciones alternativas, consecuencias y sucesos inciertos.

Hastie (2001), plantea una serie de enfoques que sirven para aclarar el lugar y el escenario sobre el que resulta incidir la llamada toma de decisiones:

1. *Decisiones sobre los resultados.* Son situaciones decisorias que ocurrirían cuando se presentan acciones o conductas alternativas a las que han generado el hecho. Siendo que toda la situación es dinámica se supone que si se continúa con la opción por una acción diferente el resultado puede variar.
2. *Decisiones sobre las consecuencias.* Este tipo de decisiones se refiere a la evaluación de las reacciones finales, medidas en términos de bueno o malo, ganancias o pérdidas, asociadas con cada resultado.
3. *Decisión sobre la incertidumbre.* Se describe con medidas decisorias basadas en el cálculo de la probabilidad, la inseguridad, la simple posibilidad.
4. *Decisión sobre las preferencias.* Se trata de conductas de elección basada en las motivaciones, intereses o intenciones en un curso de decisión.

A partir de los planteamientos expuestos, el proceso de toma de decisiones consiste en hallar la alternativa adecuada para una situación en la que suelen existir condiciones de incertidumbre. La elección de la situación ya es un elemento que tomará un papel importante en el proceso en función de los siguientes pasos:

(1) Una vez determinada cuál es la situación, para tomar decisiones

(2) Es necesario elaborar acciones alternativas.

(3) Extrapolarlas para imaginar la situación final y

(4) Evaluar los resultados, teniendo en cuenta la incertidumbre del cada resultado y su valor. En el fondo, es el mismo recorrido que acabamos de marcar para la resolución de conflictos, sólo que ahora nos acucia la inseguridad.

Para tomar una decisión ante determinado problema en la organización se pueden dar dos situaciones. La primera, que la decisión sea tomada por una persona en particular, en este caso el emprendedor. La segunda, a través de un grupo de personas que se puede denominar equipo de trabajo, comité, junta, consejo, etc., los cuales representan los

intereses, necesidades y expectativas de la comunidad a la cual representan.

El ideal en las instituciones es la toma de decisiones colegiada. Habitualmente este proceso democrático suele crearse cuando por el tamaño de la institución resulta muy difícil llegar a la toma de decisiones en una persona o en grupo; se mueve por intereses económicos, y la clave es la participación del staff, representantes de la entidad. Sin embargo, la implicación de todos los miembros de la organización o comunidad, hace que la decisión sea en forma realmente participativa, democrática sobre la que recae la responsabilidad del acierto y/o el error de la opción tomada.

Como conclusión del análisis sobre el emprendimiento, creo haber aportado unos enfoques que trascienden la visión dominante hasta el momento y que estaba influenciada por el enfoque mecanicista y economicista. Nos hemos esforzado por llegar a diseñar un modelo con marca social, se han registrado unas políticas y programas relacionados con el emprendimiento en enfoque interdisciplinar, un sistema de innovación integrado que contempla el desarrollo local, regional, nacional o transnacional. Nos falta estudiar el perfil de emprendedor.

2.4 EMPRENDEDOR

Hay una estrecha relación entre emprendimiento y emprendedor, de manera que muchos atributos pueden intercambiarse. Según acabamos de señalar, conceptos como poder creativo, innovador, gestión empresarial, cultura emprendedora, son asumibles por el sujeto y/o el objeto, el emprendedor y el emprendimiento. La diferencia radica en que aquel es un término concreto y éste es abstracto; más específicamente aquél desempeña el papel de actor, mientras que el emprendimiento es la obra que representa; uno es el motor del crecimiento y el otro el agente que pone en marcha el motor.

Además, razones de orden pedagógico, reclaman diferenciar ambos conceptos: pensando en términos prácticos, conviene, es obligatorio, conocer cuáles son las habilidades y competencias del emprendedor para diseñar su formación. Mi función de educadora real y práctica, demanda en el trabajo utilizar el perfil del emprendedor, primero como guía de la elaboración de los currículos, y después como pauta de formación en el escenario del salón de clase. Por decirlo más claro y concreto, descifrar las competencias del emprendedor cara a la formación es la finalidad de la presente investigación.

2.4.1.- Concepto

El concepto de emprendedor o emprendedora refiere aquella persona que decide resueltamente abordar o aborda situaciones difíciles, sean éstas en el campo de la economía, los negocios o proyectos de carácter social. En tal sentido, el término evidencia dos cualidades:

- El riesgo ante la dificultad, por ardua que sea.
- La resolución y empeño de una decisión.

Habitualmente se emplea el atributo de emprendedor aplicado a las personas que crean una empresa, que encuentran una oportunidad de negocio y la ponen en marcha o que empiezan un negocio por propia iniciativa. Más aún, se ha llegado a sugerir que ser emprendedor es una cualidad esencial del empresario o el hombre de negocios -Okapi (1991); Stevenson & Jarillo (1990); Timmons & Spinelli (2007)-. No obstante, existe otro tipo de iniciativas de crecimiento; en el apartado anterior ha quedado resaltado que consideramos al emprendimiento, por ende, al emprendedor también como objeto/sujeto inspirado en las ciencias sociales (Porrás, 2009).

En español, el término emprendedor, viene de las palabras latinas “in” que significa “en” y “aprehendere” que quiere decir tomar, coger. La Real Academia de la Lengua Española (1992), lo define como “aquella persona que emprende con dificultad acciones riesgosas o azarasas. En una segunda acepción la palabra emprendedor se entiende como la acción de acometer y comenzar una obra, un negocio o un empeño”.

Siguiendo la ruta histórica, Hoselitz (1964) afirma que la palabra entrepreneur apareció en francés al iniciar el siglo XVI y con este nombre se designaba a personas que dirigían expediciones militares, y que se consideraban los aventureros de nuevas conquistas, sin saber con qué experiencias se encontrarían.

Luego, en Francia, hacia el año 1700 se fue ampliando la significación, para aplicar el término a los contratistas que el gobierno pagaba para la construcción de carreteras, puentes, puertos y fortificaciones; más tarde, fueron llamados los arquitectos por este nombre. Sin menoscabo de una abultada generalización, “todas estas actividades fueron consideradas como función empresarial” (Rodríguez Ramírez: 2009: 96).

El mismo Alfonso Rodríguez Ramírez (2009:97), anota que el concepto de

emprendedor se caracterizaba por dos tipos de individuos: el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocido por sus características personales y el rey o jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas.

El interés por el emprendedor viene de atrás, pero es a partir del último siglo, particularmente por las décadas de los 70 – 80 con la crisis económica y la aparición de la globalización, cuando toma patente el pensamiento único, centrado en los beneficios del post-industrialismo. Expondré los desarrollos de algunos autores.

Hoselitz (citado por Alfonso Rodríguez Ramírez 2009:98) considera a Jean Baptiste Say (1767-1832) como uno de los grandes impulsores del emprendimiento, cuando manifestó éste que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, definiéndolo como un “trabajador superior”. Say señalaba que el fundamento del valor en la empresa reside en la utilidad que los distintos bienes reportan a las personas, utilidad que puede variar en función de la organización, del tiempo y del lugar, en fin el contexto del emprendimiento. Para Rodríguez Ramírez la concepción de Say tiene que ver con el valor subjetivo que el empresario da a su actividad.

La primera persona que utilizó la palabra emprendedor en el área académica fue Joseph Schumpeter (1883-1950), profesor de la Universidad Harvard. Recién a principios de siglo XX, J. Schumpeter reconoció al emprendedor como el centro del sistema económico. Entiende que el emprendedor es la persona que crea la idea de negocio, es el innovador, que busca nuevas oportunidades y hace que esas ideas se operativicen en negocios rentables.

La ganancia proviene del cambio, escribió, y el cambio es producido por el empresario innovador. Para Schumpeter la innovación era la razón de ser del *entrepreneur* y lo expresa de la siguiente manera en su libro *Capitalismo, Socialismo y Democracia* (1942): La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada. Prosigue el autor, que los emprendedores estarían incentivados a arriesgarse, a causa de los lucros que podrían obtener y esas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones; de esta manera, se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría el crecimiento y el desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que lleven a cabo innovaciones, la tasa de incremento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso.

Peter Drucker (1985), uno de los autores significativos en el tema, define al *entrepreneur* como aquel empresario que es innovador (y al *entrepreneurship* como el empresario emprendedor), y emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Destaca que, aunque quien abra un pequeño negocio corra riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento. En otro momento describe los rasgos psicológicos de emprendedor siendo presentado como una persona innovadora, flexible, dinámica y creativa, que busca el cambio y responde ante él, además lo explota como una oportunidad; capaz de asumir riesgos y orientado al crecimiento. Finalmente en Drucker se aclaran los conceptos de empresario e innovador máxime si los aplican a la pequeña – mediana empresa o la gran empresa, presenta la personalidad emprendedora. Pero sus matizaciones no se liberan del discurso positivista.

El emprendedor es un observador de la realidad para identificar esas necesidades. Stoner y otros (1996:174) dicen al respecto, “el emprendedor detecta una necesidad y, después, reúne la mano de obra, los materiales, el capital y la tecnología que necesita para satisfacer esa necesidad”. No especifica Stoner a qué tipo de necesidades responde el emprendedor, pero por el contexto social, crisis económico de los noventa y los términos que utiliza, mano de obra, capital, tecnologías, está exponiendo el concepto de empresa emprendedora.

Otro autor que realizó, más recientemente, importantes aportes a la teoría de emprendimiento es Ludwig Von Mises, citado por Gunning (2000), quien identifica tres características, en sus criterios esenciales, para que un individuo sea considerado emprendedor:

- La primera tiene que ver con que el emprendedor es un evaluador. Es decir que calcula beneficios y costos numéricos, con base a los mismos ejecuta elecciones, y al realizarlas descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. A su vez, construye imágenes de las futuras acciones que pueden realizar otros individuos que actúen en el mercado.
- La segunda característica es la de empresario; el emprendedor construye la decisión de cómo utilizar los factores, para producir mercaderías.
- Por último, rescata que el emprendedor “soporta” la incertidumbre, ya que actúa en función del futuro y no conoce exactamente las acciones que otros seres humanos llevarán a cabo.

Hay un extenso bosque de definiciones del emprendedor, lo que sugiere cierta confusión sobre el término. Sin embargo, todos siguen con la misma música y la misma letra: el emprendedor no tiene más que la mira fija en la rentabilidad y el crecimiento económico: los estudios de las oportunidades, las decisiones que toma, la puesta en escena de sus proyectos no evolucionan hacia dimensiones con empeños que no sean operaciones objeto de negocio.

La empresa nace como una actividad con fines de lucro y necesita el liderazgo de un emprendedor; éste es defendido sin rubor por Martha Alles “como la persona que busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad” (Martha Alles 2005:11). El emprendedor es quien determina y busca el capital, fija valor a la tierra y brinda su trabajo, con el fin de liderar la acción de otros para alcanzar resultados positivos tanto a nivel personal, como de equipos comprometidos con el cambio y el progreso.

Hasta aquí hemos llegado conducidos por una interpretación unívoca del emprendedor. De igual modo que sucedió con el emprendimiento es necesario ampliar el concepto, abrir la mirada a otras dimensiones. Autores como Mac Millan, (1988); Birley & Westhead (1994), Westhead y Wright, (1997), coinciden en asegurar que el espíritu emprendedor comporta beneficios culturales y sociales que aluden al desarrollo humano y el crecimiento económico. El aumento de la productividad es un elemento que no puede faltar en una organización, si bien tampoco ha de ser exclusivo: los proyectos enfocados básicamente hacia la rentabilidad tienen la posibilidad de admitir en sus estatutos desarrollistas la promoción social, el reparto equitativo de beneficios, la equidad como resumen de un esfuerzo emprendedor comunitario antes que individualista.

Por otra parte, programas con una orientación específicamente cultural, caben dentro de los nuevos parámetros del emprendimiento y del emprendedor. En este caso, los valores de solidaridad y cooperación son la guía para reforzar las motivaciones y ajustar los sentimientos del emprendedor de cara al bienestar individual y de la comunidad, con acciones que se acerquen a la justicia y la igualdad social (Ortiz, 2003); para un emprendedor con sensibilidad social estos valores son la base y el marco de referencia de su gestión. Ejemplos con intencionalidades comunitarias están apareciendo con mucha diligencia en la sociedad, tales son las ONGs, los proyectos de Cooperación, programas de Desarrollo, solidaridad cooperativa, sociedades privadas con proyección social cuyas

fuentes de ayuda tienen su origen en instituciones públicas, de impulso privado, de promoción política transnacional, nacional o local. Unas y otras ponen de manifiesto que las puertas de la oportunidad social están abiertas para el emprendedor que se decida traspasarlas.

En el mismo rango y con similares características hemos de situar los programas de empeños culturales. El emprendedor empieza a extender su acción innovadora a los servicios con carácter cultural, servicios en principio radicalmente opuestos a la productividad. Hay emprendedores que se ocupan de crear y operar proyectos con el fin de proveer bienes y prestaciones inspirados en necesidades culturales de la comunidad. Casos paradigmáticos toman el camino de la ecología (conservación del contexto natural, el medio ambiente), otras dimensiones se ocupan de las raíces culturales (recuperación de las fiestas tradicionales, folclore, artesanía, juegos, promoción de la participación ciudadana, animación sociocultural, etc.). Innovación emprendedora privilegiando un desarrollo con clara marca comprometida con la cultura están despegando y acometiendo con valentía programas y empresas que de alguna manera otorgan otros cumplidos a los nuevos emprendedores (Marta Vargas, E y Torres Geri, R. 2000; Pereira, F.: 2003).

A modo de síntesis de este apartado, sometemos a consideración los efectos “secundarios” del pensamiento único: la globalización en sus variadas facetas exige abrir horizontes a alternativas de enfoque humanístico sin olvidar el desarrollo económico de los pueblos. A fin de hacer frente al modelo neoliberal principio básico el capital individual, es preciso construir sostenibilidad emprendedora de lo social a través de fuerzas asociativas, capaces de alcanzar colectiva y solidariamente lo que no es posible con la acción individual.

Una vez más, llamamos la atención sobre el hecho de que ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta. Según ello, cualquiera que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario e innovador. Consideramos que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva, es decir, educable y no genética. La competencia emprendedora, por consiguiente, resulta ser un rasgo característico de un individuo o institución con visión social, pero no de la personalidad.

El ser humano es emprendedor por naturaleza: por una parte ha sido dotado de

habilidades y por la otra va construyendo redes, fuerzas basadas en el asociacionismo con capacidad para ampliar su radio de acción combinando mercado y promoción social junto al avance del conocimiento y en experiencia. Es de esta forma como se proyecta el emprendimiento incluyente del futuro: aquel que preserva la identidad del ser humano en correspondencia con su bienestar social y material (Alveiro Monsalve Z: 2009).

2.4.2.- Perfil del emprendedor

La visión que acabamos de presentar del emprendedor como creador de cultura, progreso social y desarrollo comunitario, puede ser concebida como un retorno al espíritu del término, cuando se aplicaba a quienes crearon elementos físicos, catedrales, palacios y sistemas de organización, en la Edad Media (Flórez, Spinoso y Dreyfus, 2000). José Ernesto Amorós (Director de investigación de la facultad de economía y negocios de la Universidad del Desarrollo y coordinador nacional del GEM en Chile), con tal sentido social y material, considera al emprendedor un héroe cultural.

Al momento presente hemos dejado superadas dos polémicas en torno al emprendedor y el emprendimiento: (1) acabamos de fallar en contra de las resistencias a considerar el emprendedor como un empresario “puro y duro”, para presentarlo coordinando los productos económicos con el servicio social de sus innovaciones; (2) así mismo, páginas atrás se presentaba el debate en torno a la categorización de los factores externos (educación, economía, políticas, objetivos bien definidos, alcance de las oportunidades, etc.), frente a la influencia de los factores internos (competencias, personalidad del emprendedor, ambición, optimismo, sentido de la superación, etc.).

Las próximas páginas se ocuparán de describir a la persona que resuelve acciones dificultosas y que es capaz de asumir riesgos tal como era definido al principio del capítulo dedicado el emprendedor. ¿Quién es el emprendedor? ¿Cuál es perfil de la persona que algunos investigadores, como Amorós, se han atrevido a calificar de héroe? ¿En qué sentido es un héroe y hasta qué punto es el resultado de una combinación entre educación y carácter?

Empezamos por situarnos a nivel institucional colombiano. El SENA (2004), al respecto del tema, dice que emprendedor es quien tiene la capacidad inherente de emprender procesos que le garanticen el logro de sus propósitos y la ejecución de sus ideas. Además, agrega que el emprendedor es una persona que “interpreta y transforma su

realidad mediante la acción; sueña, busca oportunidades más allá de los recursos de que dispone, corre riesgos, plantea problemas y propone alternativas creativas de solución”.

No muy distante del SENA, la ya mencionada Ley colombiana 1014 del 2006 define al emprendedor como la persona con un "conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas que comparten los individuos de una organización, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos". En líneas más adelante considera su perfil como el de una "persona con capacidad de innovar, generadora de bienes y servicios en forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva" (Alveiro Monsalve Z: 2009). Los propósitos tanto de la Ley 1014/06, como los del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) reciben el saludo de los atributos propios de una personalidad en cierto modo fuera de los cánones corrientes. Realmente es un héroe no del hacer, sino del ser.

En cualquier caso, examinando las aportaciones de la legislación de Colombia podríamos sintetizar su pensamiento en cuatro categorías que podrían conducirnos a una posible descripción del perfil del emprendedor; cuando aluden a

- “valores, creencias, ideologías, interpretación,...” nos presentan la categoría *cognitiva*.
- “sueños, riesgos, logro, motivación”... se alude a categorías *emocionales*.
- “compartir con los miembros de una organización, transformar la realidad, solucionar problemas”... nos sitúan ante la categoría de *relaciones sociales*.
- Por último, “las normas, la ética, la responsabilidad, los patrones de comportamiento...” evocan el factor *ético*.

Las habilidades de una persona emprendedora consisten en combinar la imaginación y la lógica, la motivación y realidad, de forma y manera que se retroalimentan continuamente; el objetivo, por tanto, es generar sinergia entre el análisis y la praxis, con el fin de aterrizar y lograr lo que se ha soñado. A continuación, veremos las lógicas que según los investigadores subyacen en cada una de las categorías apuntadas.

2.4.2.1.- Categorías cognitivas del emprendedor

Los factores cognitivos son amplios y polisémicos, al punto que resultan difíciles de describir y mucho más de medir. La manifestación de las potencialidades de la inteligencia (las inteligencias Gardner) no es más que la capacidad de conocimiento de una persona.

Por ser sujetos inteligentes, generadores de ideas ante cualquier situación confusa que se les plantee, han de buscar la solución a los problemas; muchas veces van más allá de lo establecido en un comienzo. Viniendo a nuestro caso, en principio la razón del emprendedor es arriesgada, pues no tiene temores y siente satisfacción ante el cambio y la transformación de los procesos.

En la actualidad, se observa que el conocimiento científico y tecnológico tiene una gran capacidad de poder, pero el poder no reside sólo en el saber técnico, sino en la apropiación de la incidencia social y en la acumulación de los recursos materiales y culturales precisos para el manejo del saber. Hoy en día, es más necesario que nunca cultivar el conocimiento, dado que los cambios y movilidad de la sociedad sólo se pueden adaptar a lo nuevo mediante una iniciativa siempre en proceso de conocer. Se dice con razón, ahora más que nunca, que el aprendizaje no tiene lugar ni edad.

Parece acertada la apreciación que Lerner (1997-2002), lleva a cabo cuando combina una serie de capacidades intelectuales generales y otras específicas. Para una aproximación precisa al concretar características más específicas, identifica capacidades, habilidades y rasgos cognitivos según la siguiente lista:

- Ingeniosidad
- Inventiva
- Franqueza
- Dominio de los datos y los hechos
- Dominio de los principios
- Flexibilidad
- Independencia
- Intuición
- Originalidad
- Pensamiento divergente
- Rápida capacidad de aprendizaje
- Amor al trabajo
- Concentración en lo esencial
- Construir estructuras complejas a partir de las simples.

Las que considera más concretas son

- Ver un nuevo problema.
- Ver la estructura de un objeto.
- Calcular alternativas de solución a un problema.
- Hallar nuevas funciones en los objetos y fenómenos.
- Rechazar lo conocido.
- Crear enfoques nuevos..

En el emprendedor, es necesario ponerse al día para no disminuir la cultura del conocimiento, su ajustada aplicación y saber responder a las demandas sociales. Este planteamiento enfatiza el hecho de actualizar los conocimientos mediante intercambios de ideas, experiencias e investigaciones. El aprendizaje se cultiva constantemente, por lo tanto, hay que crear espacios para cultivarlo, máxime si el emprendedor quiere estar llevado por la novedad y la curiosidad. La curiosidad conduce a indagar e identificar las soluciones alternativas; ser curioso significa experimentar, intentar llegar por variados caminos a los objetivos que se desean. En los procesos de aprendizaje hasta vale la pena equivocarse, porque el error nos da la oportunidad de bucear sobre diferentes vías que sirven para llegar a la meta.

2.4.2.2.- Factores emocionales en el perfil del emprendedor

La categoría emotiva es la más resaltada en la literatura relativa al estudio que perfila la figura del sujeto emprendedor. Son muchos los autores que fijan la atención en las categorías de significado psicológico. Es el apartado al que más esfuerzos se han dedicado en las investigaciones que hemos revisado.

De nuevo, al hablar del pensamiento emprendedor, aparece la confrontación, por nuestra parte superada, de las fuerzas internas y externas, que promueven o limitan el desarrollo del mismo individuo como emprendedor. Para Jorge Enrique Silva (rector de la EAN) los factores externos que estimulan la acción emprendedora están dados alrededor de los aspectos económicos, políticos, sociales, tecnológicos, laborales, el clima organizacional, el medio familiar y desde luego la formación pedagógica.

Entre los factores internos se hallan los relacionados con la personalidad de cada ser humano. El mismo Silva, señala los siguientes factores:

1.- Necesidad de realización personal. Este factor surge cuando un individuo define

sus objetivos para alcanzarlos en un tiempo determinado, cuando toma el liderazgo para desarrollar cambios, en un contexto específico en relación con la creación de productos, servicios o renovación de los mismos, también cuando identifica cada problema, dificultad o insatisfacción y propone soluciones eficaces.

2.- *Vocación innovadora.* La innovación como proceso primordial en el desarrollo del perfil emprendedor, debe estar presente en la mente de éste, en el sentido de que cada proyecto ha de ser mejorado. La innovación es la base para construir empresa.

Esta característica se hace evidente en el emprendedor cuando imagina soluciones para satisfacer necesidades e intereses en la población objeto. Según Silva, también puede convertir las dificultades en oportunidades, siempre y cuando sea capaz de integrar al proceso los recursos, sean relacionales, estructurales y humanos, necesarios para alcanzar los logros propuestos.

3.- *Integridad y responsabilidad social.* Una de las características que identifica a los emprendedores es que éstos han de ser personas éticas, que vivencien los valores de la responsabilidad, honestidad, compromiso, solidaridad, tolerancia. Dichos valores se ven reflejados cuando al emprender un proyecto no solamente se buscan los beneficios económicos, sino que igualmente importante el impacto social, cultural y humano que de una u otra forma puede causar; además, son responsables del cuidado del medio ambiente como espacio fundamental para los seres vivientes. Sumado a lo anterior, la comunicación que desarrolla el emprendedor ha de ser positiva y asertiva, para fortalecer el desarrollo humano de quienes están involucrados directa o indirectamente en el proyecto empresarial.

4.- *Políticas de reconocimiento y recompensas.* Es fundamental buscar la forma de que los emprendedores sean recompensados y estimulados por sus aportes a nivel empresarial; estas recompensas pueden ser de tipo institucional, social y económico; por ejemplo, invitación por parte de asociaciones, instituciones educativas y ministerios, para dictar conferencias, formar parte del plantel docente, en las áreas empresariales. Así mismo, el reconocimiento por parte de las instituciones y el Estado mismo a nivel individual es un beneficio empresarial y social, toda vez que con ello se estimula a otros sujetos para que propongan proyectos y sean gestores de los mismos.

5.- *Visión optimista.* El emprendedor debe asumir un liderazgo que genere innovaciones y cambios para que redunde en el progreso personal y social, aspecto que

resaltan el entusiasmo y esperanza de quienes estén involucrados en el proyecto.

6.- *Primacía organizacional.* El emprendedor necesita definir actividades que armonicen el espacio para el desarrollo empresarial; estamos pensando que todas las actividades realizadas al interior de la organización han de sumar valor para el bienestar de los trabajadores. Agréguese que no menos importante es el crear redes de relación, con el fin de ampliar conocimientos, conocer experiencias y extender mercados.

7.- *Autonomía.* El emprendedor fija su propia ruta a seguir, identifica los riesgos que debe asumir para alcanzar los logros, las decisiones a tomar y sus consecuencias frente a aciertos o errores. El emprendedor es un individuo que tiene habilidad para identificar los problemas, a partir de la observación del contexto, y de ahí articular los recursos necesarios para apoyarse en el desarrollo del proyecto empresarial.

Con base en los anteriores conceptos, se puede concluir que el emprendedor es una persona capaz de crear un nuevo producto, entidad u organización, uniendo esfuerzos, combinando y coordinando capital humano, recursos materiales, técnicos, tecnológicos y financieros; su objetivo bien definido es alcanzar las metas fijadas y solucionar problemas a nivel individual y social, propendiendo hacia el desarrollo humano sostenible.

En un sentido similar, Franc Ponti (2006) elabora los elementos que pueden constituir el perfil de la persona emprendedora sin perder la óptica psicológica: la creatividad, autoconocimiento, capacidad de introspección, auto-motivación, elevada curiosidad, desarrollo del pensamiento lógico y creativo, finalmente la intuición, sin dejar a un lado la razón. Sintetizando, los desglosamos así:

A) *Respecto a la creatividad,* plantea que para la construcción de un modelo y la incentivación de la creatividad empresarial, hacen falta siete estrategias:

1. Tener tiempo para pensar. Significa que se debe dar un tiempo prudencial para que la persona pueda analizar los aspectos positivos y negativos de la propuesta que quiere poner en práctica.

2. Pensar de manera diferente y ser alternativo con las ideas. Quiere decir que su fórmula para buscar ideas irá en contra o paralela a lo establecido.

3. Incorporar el talento humano para innovar y dialogar con los clientes. Si los insumos

intangibles son importantes de la organización, es por eso que, en lo posible, las personas deben tener perfiles con alta formación con el fin que puedan tener una visión más global de la misma organización, presentar proyectos significativos, contribuir a la creatividad con sugerencias realizadas desde la observación con inventiva.

4. Aprender a pensar creativamente en equipo, porque siempre predomina la competitividad y el egoísmo. El trabajo en equipo es la mejor estrategia para investigar, planear y proponer acciones creativas al interior de una organización.

5. Sentir y transmitir emociones para que trabajadores y consumidores sientan experiencias diferentes a las habituales.

6. Motivar a los empleados para que sientan la empresa como propia. Los estímulos que el líder cree, son la base para desarrollar compromiso frente a las labores que se desarrollen en la organización o frente al emprendimiento que se esté llevando a cabo.

7. Trabajar en equipo por ideas revolucionarias. Es plantearse metas en equipo, que trasciendan y sean transformadoras de organizaciones, productos y servicios.

Postula Ponti que sólo así una marca podrá ser líder innovadora en un mercado globalizado y competitivo.

B) *La habilidad del auto-conocimiento*, se da cuando hay reconocimiento de las fortalezas y los aspectos débiles; de ese aspecto del conocimiento puede surgir el compromiso por mejorar y tener mayor desempeño en lo que hace.

C) *La capacidad de introspección* es la forma de mirar la situación desde lo que está dentro y fuera, es ir más allá del problema y visualizarlo teniendo en cuenta diferentes perspectivas, sin dejar de lado los detalles, sean grandes o pequeños.

D) *La auto-motivación*: las personas emprendedoras gozan de un elevado nivel de energía; ello conduce a que muchas veces trabajan con incansable esfuerzo hasta conseguir los objetivos propuestos.

E) *Desde lo comportamental* o los aspectos observables aprendidos en el entorno, hacen referencia a las habilidades que tienen que ver con la formulación de problemas y con su solución creativa; en una búsqueda constante de ideas y renovación personal y

organizacional, la actitud aventurera y trasgresora puede convertirse en norma.

El planteamiento de Ponti presenta una personalidad dotada en exceso. Más que un emprendedor real, parece un ideal de persona que, antes de motivar, diríase que desanima al joven que desea tomar la andadura de emprendedor.

2.4.2.3.- Factores sociales del perfil emprendedor

Un primer factor social del emprendedor es la presencia de unas necesidades físicas y, sobre todo motivacionales.

Abraham Maslow (1954) diseñó, con base en su teoría de las necesidades, una jerarquía de seis niveles que, en su opinión, explicaban la determinación del comportamiento humano. Esta teoría considera que las personas están impulsadas a satisfacer distintos tipos de necesidades, clasificadas en orden jerárquico, conforme a la siguiente pirámide:

Figura 1



Fuente: <http://www.webislam.com/?idt=11586>

Las necesidades ubicadas en lo alto de la pirámide son las que presiden la acción

emprendedora; en verdad satisfechas las necesidades primarias, es consecuencia lógica que aparezcan las de carácter secundario como pertenencia, estima, autorrealización.

En 1961 David Mc Clelland, tomando como referencia a Maslow, presenta su teoría de la motivación; al respecto afirma que los factores que motivan a la humanidad son grupales y culturales. Mc Clelland sostiene que existen 3 tipos de factores motivantes del ser humano, el logro, el poder y la afiliación, cuyo desarrollo o equilibrio varía de una persona a otra (Adriana López: 2000).

Factor de realización o logro. La persona desea lograr sus metas aunque lo rechace el grupo. Los factores geográficos o naturales son secundarios; lo importante es la motivación de éxito. El factor logro es el centro de desarrollo económico de un país, lo cual puede intensificarse por la influencia del contexto.

Factor de afiliación. Las personas están interesadas en establecer contactos cálidos. Relaciones estrechas con los demás.

Factor de Poder. De una forma u otra todos y todos estamos interesados en influir abierta o secretamente sobre los demás.

Mc. Clelland (1989) habla de una “sociedad realizadora” para referirse a que en ciertas épocas y lugares florece la motivación de logros fuertemente apoyada por la sociedad, sus instituciones y sus mitos. Las culturas varían en su evaluación del dominio intelectual, emocional o social como vehículo de expresión de la competencia.

A su vez, Adriana López (2000) resume la teoría de las motivaciones formulada por Mc Clelland en tres aspectos fundamentales:

1. *Necesidades de Realización.* Su preocupación consiste en desarrollarse, destacarse, aceptando responsabilidades personales. Se distingue además por intentar hacer bien las cosas, tener éxito incluso por encima de los premios. Las personas no dudan ante el afrontamiento de los problemas, desean retroalimentarse para saber sus resultados y afrontan con resolución el triunfo o el fracaso.

2. *Necesidades de Poder.* Su principal rasgo es tener influencia y control sobre los demás y se afanan por esto. Prefieren la lucha, la competencia y se preocupan mucho por su prestigio y por influir sobre las otras personas, incluso más que por sus resultados.

3. *Necesidades de Filiación.* Su rasgo esencial es ser solicitados y aceptados por otros, persiguen la amistad y la cooperación en lugar de la lucha, buscan comprensión y buenas relaciones.

4. *Necesidad de logro.* Los emprendedores logran una calificación con porcentaje elevado, o sea coinciden con el concepto de necesidad de logro de Mc Clelland, que más adelante lo retoma.

2.4.2.4.- Factores éticos del emprendedor

El factor humano es lo más significativo para el desarrollo del emprendimiento; desde luego, a nuestro entender, los valores juegan un papel importante en el comportamiento social, porque son la base para crear relaciones transparentes y confiables. Hoy más que nunca es imprescindible que desde la base de la familia y luego la escuela vivencia valores para formar individuos con conciencia humana. Desarrollar las condiciones de solidaridad a nivel comunitario es una condición de libro, precisada por el emprendedor. Sergio Ortiz, (2003:26) refuerza esta idea afirmando que “los valores son ideas y creencias fuertemente arraigadas a partir de experiencias significativas, relacionadas con el bien hacer y sirven para guiar la conducta de los hombres”.

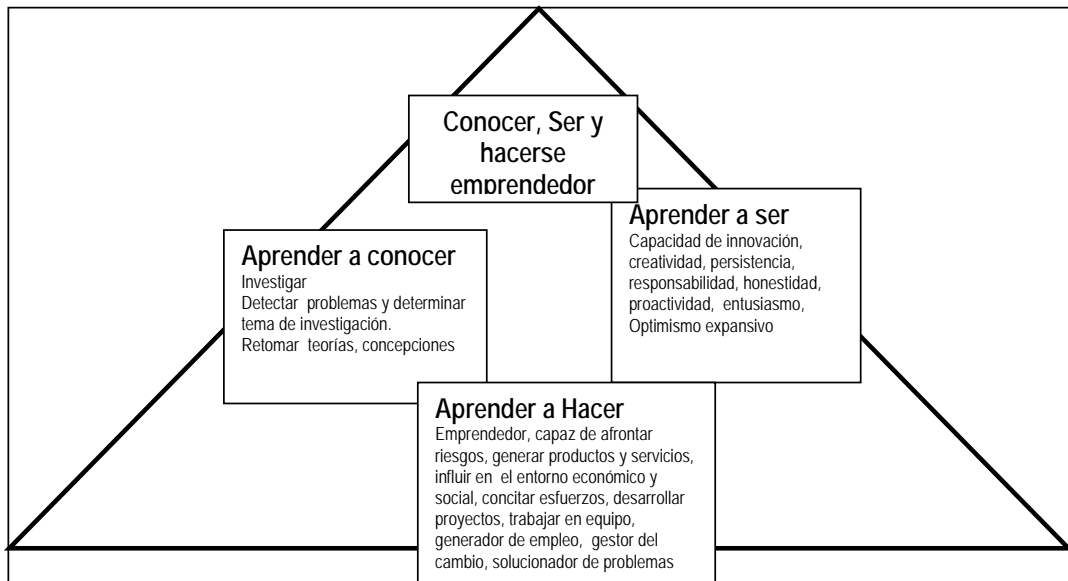
Idear y mantener un proyecto de emprendimiento supone riesgo, inversiones, trabajo en equipo, toma decisiones. Exige que los emprendedores retomen como ayuda unos valores de solidaridad y colaboración que aborden la tarea del compromiso consigo mismo y con la sociedad.

El emprendedor ha de promover entre otros valores la honestidad, responsabilidad, tolerancia, equidad, la justicia y solidaridad con el otro, siendo respetuoso del medio ambiente; recordando que su acción beneficia a otras personas, es ésta la clave del éxito justo. También es ético pensar que su producto o servicio ha de ser de calidad, con precio justo y una atención humana hacia los clientes y usuarios.

2.4.3.- Nuestra propuesta de perfil emprendedor

Para completar el perfil del emprendedor, retomamos o reconvertimos las propuestas de los autores anteriores, para proceder a presentar una propia; nos atrevemos a decir que el emprendedor es una persona que se caracteriza por el siguiente perfil inspirado en el modelo de educación delorsiano (Delors, Jaques (1994: 91-103).

Figura 2. Modelo de educación Delorsiano



Fuente propia a partir de Delors (1994); De Gregori (2002); Crisanto Velandia (2002)

A nuestro entender el emprendedor se va a desempeñar gracias:

- A los conocimientos adquiridos en instituciones, en lo posible superiores, la investigación y la renovación permanente de los saberes.
- En virtud de su potencial, dinamicidad, capacidad del riesgo, desarrollo de ideas creativas y proyectos innovadores.
- Una forma de ser, responsable, social, solidaria, formando parte de la transformación del medio y mejoramiento de sus condiciones de vida y las de los otros.

Según, Jacqueline Toro y Nancy Calixto (1998) el emprendedor es aquella persona que posee una formación y conocimientos de la realidad que le impulsa al emprendimiento, es capaz de proyectar sus innovaciones, con planteamiento y objetivos claros, a partir del desarrollo de sus potencialidades. Sin olvidar la rentabilidad de su emprendimiento, valora la promoción de las personas y el entorno, permite que los otros busquen su crecimiento, en el sentido que todos y cada uno supere y potencie las fortalezas.

2.4.4.-Desafíos del emprendimiento

En el diseño del perfil del emprendedor han aparecido competencias relacionadas con la gestión del riesgo; en torno al riesgo aparecen unos condicionantes que de alguna manera dificultan el empeño emprendedor y que se expanden a lo largo de las etapas del proyecto, desde que se engendra hasta que se evalúa, pasando por la ejecución.

1.- *Etapa de elaboración.* Responde la primera fase a las preguntas, ¿Qué entiendo por emprendimiento? ¿Hacia dónde quiero ir? ¿Qué objetivos me propongo? Los riesgos al madurar la creación de una empresa – programa son:

- Disponibilidad de tiempo que consiste en calendarizar de forma pormenorizada la ejecución de todos los elementos de la acción emprendedora. El tiempo es oro, dice el refrán, quiere decir que al final, es un bien material considerable. Un mínimo error en el momento del despegue, puede desviar a kilómetros de distancia la empresa.
- Posibilidades de recursos, lo que significa que se suelen contabilizar los gastos e ingresos, recursos visibles, para descubrir el balance final de caja; entre los recursos, hoy día, hay que estimar el valor de los recursos invisibles (formación del personal, iniciativas, inteligencia...), bienes de interés empresarial.
- Dominio de las tecnologías: el pensar, razonar, innovar en función de un proyecto y generación de empresas pueden y deben ser implementados con la ayuda de las nuevas tecnologías. El dominio de las mismas es imprescindible.

2.- *Etapa de ejecución.* El segundo momento del emprendimiento responde a los interrogantes, ¿Cómo puedo llegar al destino? ¿Qué necesito en personal y recursos? ¿Cuál es el planteamiento organizativo más adecuado? ¿Cuánto dinero necesito? La persona innovadora ha de prevenir o abordar riesgos provenientes de las preguntas:

- Combatividad y persistencia: las presiones sobre el emprendedor al frente de una empresa recién nacida son constantes e implacables los obstáculos. Conquistar el mercado es difícil, en cuyo caso la constancia y perseverancia han de ser registradas en la agenda.
- Racionalización: el desarrollo correcto de los compromisos empresariales pone sobre la razón, las destrezas de la razón y la inteligencia. Sin embargo existe el peligro de racionalizar todo, manteniendo unas relaciones en exceso laborales, es

decir, muy distantes y poco humanas. Una empresa es un colectivo con más o menos cohesión, pero siempre ha de aparecer la cohesión del grupo

- El liderazgo es una competencia que puede facilitar y deteriorar la comunicación entre trabajadores y usuarios. Liderar un equipo se asemeja a una tarea “ciclópea”, en la medida que empiezan a aparecer los conflictos que, en una empresa humana, siempre vendrán del lado menos esperado.
- Sensibilidad: es una capacidad del emprendedor para percibir y expresar las múltiples dimensiones emotivas de la empresa, sea en situaciones concretas, sea en personas fenómenos. El exceso de resonancia del mundo emotivo, puede conducir al emprendedor a reaccionar sin control de forma impulsiva.

3.- *Etapas de evaluación.* Los errores en la última etapa se derivan del siguiente interrogante, ¿Cómo reconoceré que he logrado las metas que me había propuesto? Pueden ser dos principalmente:

- Rigidez en el pensamiento: una de las competencias del perfil emprendedor es la capacidad de organizar diversas y amplias categorías. El riesgo de la evaluación final es medir lo que se quiere medir, sin visualizar lo diferente, sin admitir caminos distintos.
- Desactivación: el tiempo y el esfuerzo desgastan al emprendedor limitando la promoción y la innovación. La actitud personal o de la organización para emprender también puede y debe someterse a control.

Superados los riesgos, convengamos en que las iniciativas personales o colectivas, las políticas, las estrategias y los programas relacionados con el perfil del emprendedor, han de identificar líderes, equipados ideológica y técnicamente, para descubrir y aprovechar oportunidades desde los factores internos y externos a fin de generar personas con capacidad emprendedora.

2.5.- PAPEL DE LA EDUCACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO

En los momentos presentes ningún investigador pone en duda la necesidad de un planteamiento progresivo de formación profesional (Sáez, 2006). El emprendedor es un profesional, por consiguiente, igualmente precisa de estrategias metodológicas de formación tanto a nivel de tecnología, como de conocimientos teóricos, como de acercamiento in situ a experiencias empresariales capaces de señalar indicadores y técnicas

que convengan en el desarrollo de acciones didácticas.

Al respecto y con el fin de desarrollar el nivel educativo, social y económico que los países necesitan según Guarino (1998), es preciso asegurar que las personas se capaciten y actualicen para que puedan presentar propuestas acordes a las necesidades y a las exigencias de hoy. Y prosigue, “el papel de la educación y de la formación en la capacitación profesional se considera un elemento clave del rendimiento económico de cualquier sociedad” (Guarino 1998:124).

Ante la posibilidad de acudir a la educación para fomentar el espíritu emprendedor, cabe una pregunta de entrada. ¿Por qué educar la cultura emprendedora? Independientemente de la afirmación referida al énfasis de la profesionalización como signo de nuestro tiempo, expresada por el profesor Juan Sáez, a su vez Alfredo Alonso solicita la reflexión sobre argumentos de carácter más específico como son:

1.- Según los estudios científicos existe una estrecha relación entre tres elementos del emprendimiento, (1) la formación de espíritu emprendedor, (2) la obtención del éxito empresarial, y (3) la realización personal (Porrás, 2009).

2.- Las reformas políticas y los cambios de las estructuras laborales están conduciendo a la desaparición del empleo fijo, lo que conduce a la búsqueda de itinerarios alternativos tales que el autoempleo y el emprendimiento.

3.- El clásico enfrentamiento entre empresarios y trabajadores ha filtrado un cierto tufillo de desprestigio del patrón, al punto de dificultar la instalación de la cultura emprendedora en la sociedad y el sistema educativo.

4.- Por último queremos retomar un razonamiento expresado más atrás aportado por Lerner (1997): al emprendedor le va a exigir la ejecución de su empresa capacidades generales (inteligencia y talento, confianza en sí mismo, energía proactiva, pasión por lo que hace), y competencias específicas (creatividad, innovación, tolerancia al riesgo, búsqueda de recursos humanos y materiales). Todas estas habilidades no son bendecidas por la herencia genética, sino que pueden ser educadas y aprendidas.

El aprendizaje escenifica la dinámica y complejidad de las estrategias emprendedoras: el compromiso con un empeño arriesgado, la escala de las estructuras organizacionales y de gestión, el conocimiento de las ayudas financieras, la reunión de

socios y colaboradores, la competitividad de mercado, los proveedores, etc. dotan de una gran complejidad a cualquier iniciativa emprendedora. En consecuencia, quien decide dar los primeros pasos en el mundo empresarial, sea inspirada en las ciencias de la economía, sea inspirada en las ciencias sociales, ha de plantearse las cuestiones relativas a la educación en términos profesionalizadores.

Descendiendo a terrenos más concretos, enfrentamos las respuestas a dos cuestiones: (1) ¿De qué educación estamos hablando? (2) ¿Sobre qué contenidos entenderá el modelo educativo?

1.- Cuando hablamos de educación, nos estamos refiriendo a la educación formal y la educación social.

El planteamiento que fortalece la educación formal en y desde la escuela es la base para que los niños, niñas y jóvenes encuentren la inmersión en una forma de realización personal y desarrollen las capacidades emprendedoras. Las experiencias primeras vivenciadas tanto a nivel escolar, también podemos pensar en la familia, son piedras angulares para la construcción del edificio que luego el adulto levantará en la sociedad. Cabe aclarar que, en dicho proceso de maduración y socialización, están incluidas todas las interacciones que la persona realice con otras personas o instituciones de la sociedad. Por ello, no son solamente importantes la familia y la escuela, sino también las instituciones con las que pueda adquirir compromisos el individuo, como los partidos políticos, sindicatos, organizaciones nacionales o internacionales, clubes o empresas, entre otras (María Marta Formichella: 2004).

Por consiguiente, el niño, el joven, en cuyo hogar y centro educativo hayan brindado opciones de iniciativas, normas claras y consistentes y un ambiente caracterizado por la estimulación del esfuerzo enfrentando los diferentes desafíos del día a día, adquirirá los atributos de una alta autoestima y autoconfianza. Estos elementos serán de gran valor para su desarrollo personal y para emprender proyectos de riesgo, búsqueda de oportunidades y espacios que proporcionen las herramientas necesarias para abordar los desafíos del mundo.

Siguiendo este orden de ideas, María Marta Formichella (2004) señala que las cualidades de los individuos adquiridas en los primeros años de educación han de proseguir su consolidación a lo largo de su vida. Es aquí donde entra en juego la Educación

Social en tanto que educación “sin límites de edad”. Podría pensarse que el ser humano logra desarrollar el espíritu emprendedor de una vez por todas, nada más erróneo; su proceso de socialización y emprendimiento lo acompañan durante el camino, desde que empieza la obra hasta que desaparece, por lo que cobra vital importancia la educación a lo largo de la vida, la educación social.

En términos psicológicos, es interpretada la figura del emprendedor por autores como Mac Millan, (1988); Birley, Westhead (1994) y Westhead y Wright, (1997) como una persona con necesidad de logro, independencia y motivación económica/social ¿Dónde y cómo se cultivan estas habilidades sino es a través de la educación que comienza en la familia, se abre a la educación formal y se prolonga a través de la educación continua?

2.- La segunda pregunta que nos hacíamos, versaba sobre los contenidos de la educación del emprendedor. Hay un debate en torno a la orientación de la formación del futuro empresario: unos autores hablan de una educación centrada en competencias generales y otros se determinan por habilidades específicas. De manera acertada, el citado Lerner (1997-2002) opta por la combinación de sendos tipos de competencias, por cuanto estima que se complementan mutuamente y porque conjuntadas consiguen más insumos.

En consonancia con el abandono de la polémica, apuntamos los impulsos competenciales a promover por la educación y el programa formativo, que interpretamos más aproximado, a las exigencias del emprendedor en medio de la complejidad y competitividad presentes:

a.- Programa de contenidos:

Conceptos relacionados con el emprendimiento

- Qué es el emprendimiento.
- Diferencias entre emprendimiento y autoempleo
- Tipos de emprendimiento
- Espíritu emprendedor

Conceptos relacionados con el emprendedor

- Quién es el emprendedor
- Perfil del emprendedor

- Factores ético/sociales
- Factores psicológicos

Términos relacionados con el entorno

- Entorno socioeconómico
- Reacciones del mercado y opciones de emprendimiento
- El mundo empresarial y la competitividad
- Acercamiento a experiencias de empresarios

b.- Competencias a promocionar:

- La creatividad del profesional emprendedor
- Innovación de la empresa y el emprendedor
- Liderazgo. Tipos
- Cultura del riesgo
- Toma de decisiones y resolución de conflictos
- Trabajo en equipo. Aptitudes interpersonales

En este programa se asume la combinación de competencias generales y específicas; un programa que sirve para la formación inicial y formación superior, debiendo ser adaptado a los distintos niveles. No obstante hemos de ser realistas: la propuesta en el momento presente no dejar de ser una utopía. Las limitaciones de la escuela y la universidad son tan considerables que por ahora apenas hace viable la propuesta. Apunto algunas de las debilidades de las entidades educativas:

1.- Tanto la escuela como la universidad adolecen de enfoque educativos centrados en los recursos laborales, antes que las habilidades emprendedoras.

2.- A su vez, las entidades promotoras de la educación formal se hallan desvinculadas del entorno, social, económico, político, laboral y empresarial.

3.- La formación pretendida, adolece de uniformidad, olvidando las preferencias y motivaciones personales.

4.- Se acentúa la adquisición de contenidos antes que el énfasis de la práctica. La memoria es el primer factor a potenciar y medir.

5.- Faltan recursos didácticos, espacios y tiempos, que se dediquen a la implantación de iniciativas de emprendimiento

6.- Importante es la preparación del docente: no existen maestros específicamente formados para suscitar el espíritu empresarial. Nadie da lo que no tiene. Si los equipos docentes desconocen el mundo de la empresa y del emprendimiento resulta difícil, y hasta imposible, crear una cultura emprendedora.

7.- Así mismo, los docentes han de sostener una carga laboral (docente y burocrática) que limita el posible tiempo a ocupar en las iniciativas empresariales.

Diríase que estamos frente a una realidad insuperable; al contrario, pensamos que a pesar de los obstáculos, estamos a tiempo de empezar una nueva era en la formación de los niños y jóvenes de hoy pensando en el mañana.

2.6.- PROCESO DE LEGALIZACIÓN Y TIPOS DE EMPRESAS

Como en toda nación, Colombia tiene una normatividad y los procesos legales precisos, que han de ser cumplidos a la hora de crear y legalizar una empresa. Se cuenta en Bogotá D.C., con los llamados Centros de Atención Distrital Especial (CADE), en los cuales es necesario realizar las siguientes gestiones:

2.6.1 Gestión de Creación y Constitución Empresa:

Definida la actividad económica a desarrollar, posteriormente se concreta el número de individuos involucrados en la creación de la empresa; si ha decidido emprender su empresa o actividad económica de manera individual, tendrá tres posibilidades, la cual debe ser registrada ante la Cámara de Comercio ya como empresa unipersonal, sociedad comercial unipersonal o como fundación sin ánimo de lucro. Pero si la empresa la quiere comenzar con dos o más personas, a través de alguna de las principales formas de asociación, podrá hacerlo como una empresa asociativa de trabajo, una sociedad agraria de transformación o una entidad sin ánimo de lucro.

2.6.1.1 Si es persona natural

Para el desarrollo de la empresa en forma individual se puede formalizar la empresa bajo cualquiera de las formas jurídicas que se indican a continuación.

Persona natural comerciante

Señala el Art. 74 del Código Civil: “Son personas naturales todos los individuos de la especie humana cualquiera sea su edad, sexo, estirpe o condición...”.

Con respecto al registro mercantil, se considera persona natural a quien actúa en su propio nombre, se ocupa de manera profesional de alguna o algunas de las actividades que la ley considera mercantiles. La persona natural contará con todo su patrimonio, tanto personal como familiar, por las obligaciones que adquiera en el desarrollo de su actividad económica. Para llevar a cabo la formalización de su negocio o empresa, la persona natural deberá primero que todo solicitar su inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) administrado por la Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales (DIAN), posteriormente efectuará su inscripción en la matrícula mercantil de la Cámara de Comercio diligenciando los formularios de Registro Único Empresarial (RUE), de Registro adicional con otras instituciones.

Una vez inscrita la persona natural en el registro mercantil de la CdeC (Cámara de Comercio de la región correspondiente) sigue siendo la misma persona, sólo que adquiere la condición de comerciante por desarrollar, de manera profesional, una actividad considerada por la ley como mercantil. La persona natural actúa por él mismo y se identifica con su número de cédula, y la DIAN le asigna un NIT el cual corresponde a su número de cédula más un dígito adicional.

2.6.1.2 Empresa unipersonal

La empresa unipersonal es una persona jurídica conformada con la presencia de una persona natural o jurídica la cual destina parte de sus activos a la realización de una o varias actividades de carácter empresarial. Una vez inscrita ante la Cámara de Comercio, la empresa unipersonal surge como una persona jurídica distinta al empresario o constituyente. La empresa unipersonal requiere ser creada mediante documento privado de constitución, el cual deberá contener los siguientes requisitos:

- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
- Denominación o razón social de la empresa, seguida de la expresión Empresa Unipersonal, o de su sigla EU, so pena de que el empresario responda

ilimitadamente.

- El domicilio de la empresa, que es la ciudad o municipio donde vaya a desarrollar sus actividades.
- El término de duración, si éste no es indefinido.
- Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
- El monto del capital de la empresa.
- El número de cuotas de igual valor nominal en las cuales se divide el capital social.
- La forma de administración y el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores.

Cuando desee que se aporten a la empresa unipersonal activos, cuya transferencia exija escritura pública, la empresa unipersonal deberá ser constituida por este medio.

2.6.1.3 Sociedad comercial unipersonal

Con base en lo establecido en el Decreto 4463 del año 2006, emanado del Ministerio colombiano de Comercio Industria y Turismo, en la actualidad un empresario independiente podrá constituir sociedades comerciales unipersonales limitadas, anónimas o colectivas, siempre que cumpla con los requisitos señalados en su artículo primero el cual precisa lo siguiente:

Artículo 1° Decreto 4463: Podrán constituirse sociedades comerciales unipersonales, de cualquier tipo o especie, excepto comanditarias o sociedades comerciales pluripersonales de cualquier tipo o especie, siempre que al momento de su constitución cuenten con diez (10) o menos trabajadores o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Dichas sociedades, podrán constituirse por documento privado, el cual enunciará:

1. *Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del socio o socios.*
2. *El domicilio social.*
3. *El término de duración o la indicación de que este es indefinido.*
4. *Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.*
5. *El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El socio o socios responderán por el valor*

asignado a los bienes en el documento constitutivo. Cuando los activos destinados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

6. *El número de cuotas, acciones o partes de interés de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la sociedad y la forma en que serán distribuidas si fuere el caso.*
7. *La forma de administración dentro del tipo o especie de sociedad de que se trate, así como el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.*
8. *Declaración por parte del constituyente o constituyentes, según sea el caso, o de sus representantes o apoderados sobre el cumplimiento de al menos uno de los requisitos señalados en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, esto es, que cuenten con diez (10) o menos trabajadores, o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.*

Las sociedades comerciales unipersonales que se constituyan de acuerdo con los parámetros señalados en la citada ley, deberán expresar la denominación o razón social de la sociedad, indicando el tipo a la cual pertenecen, limitada, anónima o colectiva seguida de la expresión “Sociedad unipersonal”, o de la sigla “U”, so pena de que el socio constituyente responda ilimitada y solidariamente.

Al respecto Gaitán Sánchez en su obra “Guía práctica de las entidades sin ánimo de lucro” (2005), conceptúa lo siguiente: “Una fundación es una persona jurídica sin ánimo de lucro que nace de la voluntad de una o varias personas naturales o jurídicas y cuyo objetivo es propender por el bienestar común, bien sea de un sector determinado de la sociedad o de toda la población en general”.

La fundación surge de la destinación que haga su fundador o sus fundadores de unos dineros preexistentes para la realización de unas actividades que, según su sentir, puedan generar bienestar social. Dada la naturaleza eminentemente patrimonial de la fundación, se dice que ésta existe mientras subsista su patrimonio, aún cuando sus administradores,

siendo personas naturales o jurídicas, dejen de existir, ya que éstos pueden ser remplazados por otros.

2.6.1.4 Empresa integrada por dos o más personas

En caso que se haya decidido ejercer su actividad económica en asocio con dos o más personas, podrá escoger entre cualquiera de las siguientes formas de asociación.

Formas asociativas con ánimo de lucro

Dentro de las más reconocidas formas asociativas con ánimo de lucro, encontramos:

Sociedades comerciales

Son personas jurídicas que se constituyen por un contrato de sociedad en virtud del cual dos o más personas se obligan a hacer un aporte en dinero, trabajo, o en otros bienes apreciables en dinero, con el fin de repartirse utilidades obtenidas en la empresa o actividad social. Las sociedades se clasifican en sociedades personales, capitalistas y de naturaleza mixta.

Las sociedades personales son aquellas en las cuales todos los socios se conocen entre sí, y tanto la sociedad como los socios responden con la totalidad de su patrimonio de forma solidaria e ilimitadamente por las obligaciones sociales, lo que les da derecho, a todos los socios, de administrar la sociedad, ejemplo las sociedades colectivas y las en comandita simple.

Las sociedades capitalistas son aquellas sociedades en las que no se sabe quiénes son los socios y éstos responden hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales, ejemplo las sociedades anónimas y las en comandita por acciones.

Las sociedades de naturaleza mixta, son aquellas sociedades en las cuales todos los socios se conocen entre sí, pero solo responden por las obligaciones adquiridas por la sociedad hasta el monto de sus aportes, ejemplo las sociedades limitadas.

Las clases de sociedades previstas en la normatividad jurídica, son: la sociedad

limitada, la colectiva, la en comandita simple, la anónima y la en comandita por acciones.

2.6.1.5 La empresa asociativa de trabajo

Es una organización económica productiva, cuyos asociados aportan su capacidad laboral por tiempo indefinido, y algunos además aportan cierta destreza tecnológica o conocimiento necesario para el cumplimiento de los objetivos de la empresa. Las empresas asociativas de trabajo, tienen como objetivo la producción, comercialización y distribución de bienes básicos de consumo familiar o la prestación de servicios individuales o conjuntos de sus miembros. Una Empresa Asociativa de Trabajo (EAT) se deberá constituir por acta de constitución junto con los estatutos, por escritura pública o documento privado. Una Empresa Asociativa debe contar como mínimo con tres asociados y máximo diez, si su objeto social consiste en la producción de bienes; por el contrario si se trata de una empresa prestadora de servicios el número máximo será de veinte.

2.6.1.6 Formas asociativas sin ánimo de lucro

Si se ha decidido desarrollar una actividad económica con la que obtiene unas utilidades pero las mismas no son distribuidas entre los asociados, sino que por el contrario éstas son reinvertidas en el capital de la asociación para poder de tal manera continuar generando un beneficio a sus asociados o a la comunidad en general, podrá optar entre las siguientes modalidades de entidades sin ánimo de lucro.

2.6.1.7 Asociación o corporación

La asociación o corporación es un ente jurídico sin ánimo de lucro, que nace de la voluntad de varios asociados o corporados, los cuales pueden ser personas naturales o jurídicas y que tienen como finalidad ofrecer bienestar físico, intelectual o moral a sus asociados o a la comunidad en general. Para la creación de una asociación o corporación se requiere la presencia mínimo de dos constituyentes o asociados fundadores, ya sean personas naturales o jurídicas.

La base fundamental para la existencia de una asociación o corporación, son las personas que la conforman, es decir, los asociados de las misma. Se dice que la asociación

o corporación existe mientras sus asociados lo hagan, o hasta cuando estos decreten la disolución de la misma, o cuando la reducción del número de asociados conlleve su disolución.

Como paso inicial, el interesado debe confirmar que el nombre a utilizar para su nueva empresa, no ha sido registrado. Gracias al Registro Único Empresarial (RUE), el control del nombre para su nueva empresa se hace a nivel nacional. Consultar en la Secretaría de Planeación si la actividad que va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento. El trámite se denomina "Consulta de Uso del Suelo".

La persona natural o el representante legal de la persona jurídica que va a solicitar la Matrícula Mercantil, debe presentar personalmente el formulario del RUT. En caso de enviar a un tercero, este documento deberá tener reconocimiento notarial.

Solicitar en la Cámara de Comercio el formulario de Registro único Empresarial (RUE) y el formulario adicional de registro con otras entidades, estos formularios deben ser diligenciados completamente y firmados por la Persona Natural o el Representante Legal de la jurídica.

Verificar que el nombre registrado en el formulario del RUT, sea idéntico al registrado en el formulario del Registro Único Empresarial (RUE) y al formulario adicional de registro con otras entidades.

Verificar que el teléfono registrado en el formulario del RUT sea idéntico al registrado en el formulario del RUE y al formulario adicional de registro con otras entidades.

Tener una copia auténtica de la Escritura Pública de constitución (personas jurídicas) o documento privado para sociedades constituidas, de acuerdo al artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Si se trata de documento privado debe ser reconocido notarialmente o presentado personalmente por todos los constituyentes.

En caso de que la persona natural ya tenga NIT, deberá adjuntar la fotocopia del certificado del RUT o fotocopia del NIT.

Al efectuar la matrícula, la Cámara de Comercio remitirá a la DIAN la información pertinente para que ésta asigne el NIT, el cual quedará consignado en el certificado de matrícula y de existencia y representación legal

2.6.2. Registro de la empresa

Son documentos obligatorios para registrar la empresa ante la Cámara de Comercio:

- Formulario del Registro Único Tributario RUT
- Escritura pública de constitución de empresa (sólo para persona jurídica) o documento privado (Art. 22 Ley 1014 de 2006).
- Original del documento de identidad.

2.6.2.1 Definición del nombre de la empresa

Lo primero que se debe hacer es verificar el nombre que se va a colocar a la sociedad o al establecimiento comercial, con el fin de evitar la homonimia, es decir, constatar que este nombre no está registrado en ninguna Cámara de Comercio del país.

El control nacional de homonimia permite que el registro de nombres de sociedades y establecimientos de comercio sea controlado, no solo en la jurisdicción en la cual se realiza la inscripción del mismo, sino también a nivel nacional. Las cámaras ejercen el denominado control de homonimia, previsto en el Artículo 35 del Código de Comercio: "Las cámaras de comercio se abstendrán de matricular a una comerciante o establecimiento de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito, mientras este no sea cancelado por orden de autoridad competente o a solicitud de quien haya obtenido la matrícula".

2.6.2.2 Determinación de la actividad de la empresa

Se debe determinar la o las actividades que pretende desarrollar, ya sea como persona natural, o como persona jurídica, igualmente, como complemento de lo anterior, es importante que conozca el código de su actividad, la cual se categoriza de acuerdo a la clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU), el cual tiene como propósito agrupar todas las actividades económicas similares por categoría, que para el caso de la Cámara de Comercio de Bogotá, están conformadas por una letra y seis (6) dígitos

numéricos, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de la información para el análisis estadístico y económico empresarial, con el fin de determinar de manera precisa el código de su actividad empresarial.

2.6.2.3 Verificación del uso del suelo

No se puede establecer un negocio en sitio prohibido, por eso se debe consultar previamente en la Curaduría Urbana de la localidad, si se puede instalar el establecimiento en el lugar que se ha escogido. Sería conveniente, aunque no es obligatorio, obtener en la Curaduría, el Certificado sobre el uso del suelo.

2.6.2.4 Proceso de formalización o legalización de su actividad mercantil o empresarial

a. Elaboración del documento privado de constitución o escritura pública, si es el caso. Según la normativa 1014 del 2006, más conocida como Ley de Emprendimiento, las nuevas sociedades podrán llevar a cabo su constitución a través de documento privado de constitución cuando quiera que cumplan una de las siguientes condiciones:

- Contar con activos inferiores a quinientos (500) salarios mínimos mensuales vigentes.
- Tener una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores.

En caso contrario la constitución de la sociedad deberá llevarse a cabo por medio de escritura pública autenticada ante juez o notario.

b. Inscripción en el Registro Único Tributario (RUT) administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. De acuerdo con la normatividad tributaria de la DIAN, a partir del 1 de febrero de 2005, toda persona natural o jurídica que pretenda matricularse en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá, deberá solicitar previamente su inscripción en el Registro Único Tributario de la DIAN.

El Registro Único Tributario (RUT), constituye el nuevo y único mecanismo para

identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales. La Cámara de Comercio, al efectuar la matrícula mercantil de la persona jurídica, remitirá a la DIAN la información pertinente para que ésta asigne el NIT, el cual quedará consignado en el certificado de matrícula y de existencia y representación legal.

Para quedar formalizado ante la DIAN se deberá obtener el certificado del RUT que expide la DIAN. A partir del 1 de noviembre de 2005, el certificado RUT puede ser obtenido por primera vez en cualquier sede de la Cámara de Comercio. Si requiere copias adicionales deberán ser solicitadas directamente en la DIAN.

c. Registro mercantil en la Cámara de Comercio. Para solicitar el registro es necesario presentar copia de la escritura pública expedida en la notaría o el documento privado de constitución, si es del caso, deberá ser presentado en la Cámara de Comercio, junto con el formulario de Registro Único Empresarial debidamente diligenciado, igualmente diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria NIT que asigna la DIAN y la inscripción en el Registro de Identificación Tributaria (RIT), que lleva la Secretaría de Hacienda del Distrito, si fuere el caso.

Cancelar los derechos de inscripción ante la Cámara de Comercio para la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero, con base en el capital de la sociedad. La inscripción del documento de constitución causa, adicionalmente, un impuesto de registro a favor del departamento de Cundinamarca y del Distrito Capital de Bogotá, en una tarifa del 0.7% sobre el valor del capital. Si las personas designadas para cargos de junta directiva o representante legal no son socios firmantes, deben anexarse las cartas de aceptación con el número de documento de identidad.

d. Registro de factura y resolución. Si de acuerdo a la actividad desarrollada por el Emprendedor, resulta responsable del impuesto sobre las ventas (IVA), debe solicitar autorización para la numeración de las facturas a la administración de Impuestos y Aduanas Nacionales de su jurisdicción. La oficina de la DIAN responsable de dicho trámite es la División de Gestión y Asistencia al Cliente, los documentos que deberá presentar allí son los siguientes:

- Formulario de inscripción en el Registro Único Tributario de la DIAN.
- Formulario de solicitud de autorización de numeración para facturación debidamente diligenciado en original y copia.
- Fotocopia de la cédula del representante legal o de la persona natural.

CAPÍTULO 3

EL CONCEPTO DE COMPETENCIA

Las competencias constituyen una de las partes fundamentales de nuestra propuesta de tesis en tanto que tratamos de descubrir las habilidades del empresario a fin de orientar la formación de emprendedores. Recientemente la teoría de las competencias ha incursionado con fuerza en escenarios diferentes como son la economía, la empresa y la misma educación. Son múltiples los avances en la conceptualización, no obstante las reticencias por el uso y el abuso del fenómeno competencial, dando lugar a planteamientos acrílicos y descontextualizados (Gómez, 2001). En aras de una precisión el presente apartado proyecta aclarar la aparición del término “competencia”, su estructura conceptual, los tipos y la relación con la educación.

3. 1.- APARICIÓN DEL TÉRMINO COMPETENCIA

Lo primero que hemos de señalar al abordar el concepto de competencia, es la diversidad de significados: se utiliza familiarmente en lenguaje coloquial de forma extensiva; asimismo, en el ámbito empresarial tiene su arraigo desde tiempos atrás entendido como un saber hacer; por el contrario al mundo de la educación ha sido incorporado recientemente llegando a generar “una nueva moda” en palabras de S. Tobón (2004) siempre con una pluralidad de sentidos.

Así pues, el uso del vocablo competencia es plural y polisémico. En tanto algunos autores lo consideran como sinónimo de habilidad, destreza, otros reiteran el carácter competitivo de dicho término. Pese a la falta de unificación de criterios en el significado, el concepto se ha extendido en los diversos ámbitos laborales, educativos y en el lenguaje familiar.

En la comunicación coloquial, la utilización del término es frecuente, y diversos los significados atribuidos. Algunos ejemplos aclaran al carácter multiuso del término:

- Competencia equivale a autoridad y toma de decisiones: el juez es competente para

dictar sentencia.

- Competencia significa capacitación, o sea, nivel de formación
- Competencia representa un desempeño laboral: la tarea compete a fulano, no a otro.
- Competencia alude a un buen hacer general: este trabajador es muy competente en el taller...
- Competencia alberga el sentido de rivalidad: la tienda de enfrente nos hace la competencia.
- Competencia supone las condiciones de un buen gestor, es decir, destrezas, habilidades, actitudes para dirigir.
- Competencia es un término que también se emplea en el ámbito deportivo.

Encontramos por tanto, multiplicidad de significados atribuidos al vocablo, sea en sustantivo, sea en adjetivación, al alcance de la mano o calderilla usual, lo que también representa una familiaridad. En palabras de Ortega “el uso puede provocar el abuso”. Pero no es el caso, porque sigue creciendo la inquietud y el interés por la resonancia de las competencias.

Etimológicamente, la palabra competencia deriva del verbo latino *competere* que traduce dos significados: por un lado evoca los verbos participar en la brega, luchar, pugnar, contender, rivalizar, un significado competitivo hallado en algunos de los usos populares; por otra parte conlleva el carácter de incumbir, corresponder, implicar lo que evoca cierto sentido de responsabilidad y capacidad. Sintetizando, en perspectiva etimológica encontramos dos direcciones diferentes otorgadas al término competencia, una positiva (capacitación, desempeño, prestigio en el buen hacer), y otra negativa (rivalidad, enfrentamiento).

Los orígenes científicos del concepto igualmente se hallan sellados por la diversidad. Tanto los autores dedicados a su estudio, como las ciencias que se ocuparon de las competencias no coinciden en la asunción de un significado comúnmente aceptado. En las líneas que siguen advertiremos las diferencias.

3.1.1.- Construcción del concepto competencia según algunos autores

Nos ocupa en este momento el origen del término competencia a través del examen de la literatura científica de cuatro investigadores: Chomsky, Wittgenstein, Habermas y Verón.

3.1.1.1. N. Chomsky y la competencia comunicativa

En el libro *Lingüística cartesiana* (1972), Chomsky plantea el concepto de competencia como la *disposición* para adquirir el lenguaje de un idioma al objeto de llegar a la *comunicación* entre los seres humanos. La explicación de cómo adquiere la humanidad el lenguaje y cómo se comunica con él, es la principal preocupación de Chomsky, calificada de competencia lingüística.

Su teoría no sólo se aplica a la explicación de la naturaleza del aprendizaje y la utilización del lenguaje, sino añade un elemento especial: la capacidad regenerativa. El ser humano dispone de tres habilidades: la comprensión de las formas comunicativas, la reproducción y la creación de otras nuevas. Al fondo del planteamiento chomskiano aparece un rechazo a las tesis empiristas que no admiten más que la memorización y repetición de los componentes comunicativos. El carácter regenerativo de las competencias lingüísticas posteriormente será retomado por otros autores tales como Habermas y Verón.

La competencia comunicativa en Chomsky representa una capacidad de producción y reproducción del lenguaje. Sus estudios diferencian la *performance* en relación con la habilidad para manejar y usar las formas lingüísticas y la *competencia* en cuanto dispositivo del hablante oyente para operar creativamente. Observamos pues, que la competencia se halla comprometida con el conocimiento del lenguaje, sus acciones e interacciones y también con el manejo de la lengua, en tanto que creación de nuevas formas de comunicación.

3.1.1.2. J. Wittgenstein y los juegos del lenguaje

Una nueva dimensión aporta al tema de las competencias Wittgenstein. El nuevo elemento, hace referencia a las habilidades de las personas para manejar los “*juegos del lenguaje*”. Así, un buen escritor se distingue del hablante normal por el uso original y creativo de los componentes comunicativos. Normalmente la comunicación es un combinado de reglas que conducen a unos sistemas de expresión propios de un contexto.

Las reglas no vienen dadas a priori, sino que nacen de unas formas adquiridas (educación), y un entrettejido de experiencias comunicativas.

Detrás de cualquier competencia aparece un número de reglas en orden a la comunicación, quiere decirse que el aprendizaje de una ciencia podría entenderse como

“un proceso en el cual se aprende a jugar un cierto número de juegos del lenguaje relativamente especializados”. Aprender una ciencia es hacerse competente en esos juegos del lenguaje.

Lo anterior significa que el estudiante debe lograr una relativa apropiación en la gramática de cada juego particular. No basta con entender los conceptos y/o los principios de forma aislada; es necesario saberlos articular y ponerlos en situaciones diversas según las reglas de juego y sus estrategias posibles (Granés, 2000, p 211-212).

En el uso de una competencia, según Wittgenstein, se toman unas reglas adquiridas explícita o implícitamente que nos llevan hacia la comunicación. Es el caso del aprendizaje de una ciencia, aprendizaje que representa la asunción de unos procesos gracias a los cuales se adquieren un número de términos (jerga dicho coloquialmente) especializados.

Adviértase que Wittgenstein no utiliza el término competencias, pero se halla oculto en el concepto y uso habilidoso de “reglas de juego”, para entretener los procesos de comunicación.

3.1.1.3 J. Habermas y el aporte de la interacción

A diferencia de Wittgenstein, el científico Jürgen Habermas emplea y enfatiza el concepto de competencias. Dos significados recibe el término: competencia como instrumento de *entendimiento* y competencia como *medio de interacción*, extremos íntimamente relacionados.

De igual modo que los autores señalados anteriormente, Habermas extrae su concepto de competencia de la lingüística. Desde el enfoque lingüístico estructura una interpretación teórica, en virtud de la cual las personas son capaces de entenderse entre sí, siempre y cuando haya algo que comunicarse. La competencia del oyente-hablante da paso al entendimiento de un mensaje y a la comprensión del significado. Por tanto el significado no supone una interpretación subjetiva (existencialismo), sino que está condicionado a la interacción entre el hablante y el oyente.

Las palabras que siguen revelan la concepción de Habermas respecto al concepto de competencia interactiva: “el empleo de la expresión “competencia interactiva” señala la hipótesis básica de la que voy a partir, de que las capacidades del sujeto que actúa socialmente pueden investigarse desde el punto de vista de una competencia universal, es

decir, independientemente de ésta o aquella cultura, al igual que sucede con las competencias del lenguaje y conocimiento cuando se desarrollan con normalidad” (Habermas, 1989, p 161).

Así pues, la comunicación interactiva habermasiana responde a tres elementos: un primer componente, de capacidad personal; un segundo elemento, de acción social y un tercer componente universal. Cuando se cumplen estos tres factores, se producirá el entendimiento entre las personas. Prescindiendo de la dimensión cultural, la “competencia interactiva” desemboca en la comunicación e incorpora un factor de universalismo en tanto que los sujetos pertenecen no a una cultura determinada, cuanto a un universo comunicativo.

3.1.1.4 Eliseo Verón y la competencia ideológica

El autor que nos ocupa, proviene del campo de la sociología. Sus aportaciones al concepto de competencia están cargadas de lo que Verón denomina *ideología*. Conviene resaltar que Verón se aparta conscientemente de la concepción de ideología como alienación. Para nuestro investigador su mirada de la ideología acoge las destrezas específicas especializadas en seleccionar y direccionar el discurso.

Es el nuevo aporte al estudio de las competencias: las personas al hablar o escribir buscamos las palabras adecuadas en nuestro diccionario a fin de ponerlas en orden y direccionarlas, según se estime más oportuno. Los mensajes comunicativos vienen sujetos a una selección y una intencionalidad; cuando una persona escoge un término y no otro, lo organiza de una manera y no de otra, quiere decirse que construye su discurso desde una ideología. La posibilidad de elegir y marcar intencionalidades, se llama competencia ideológica.

Como no podía ser menos, viniendo de un sociólogo, la predilección por una determinada palabra y un orden prefijado, sufre la influencia del contexto social en que se ejercitan, por oposición al pensamiento universalista de Habermas. Las normas y convicciones de un contexto dado, son asumidas por los ciudadanos y, en consecuencia, conforman la predisposición de la competencia ideológica.

Al igual que Chomsky y Habermas sólo en este sentido, la competencia ideológica no adolece de estrechez mental. Verón (1971) insiste en la capacidad de estructurar elementos

finitos de la lingüística para generar estructuras infinitas. Así pues, la competencia veroniana posee un carácter creativo o generativo dentro, por supuesto, de los condicionantes históricos y específicos.

3.1.2.- Fundamentos teóricos del concepto de competencia

El presente apartado se va a ocupar del descubrimiento y construcción del concepto de competencias, teniendo presente las aportaciones de dos ciencias, la economía y la psicología. A través de cuatro autores hemos visto en las páginas anteriores los primeros y principales aportes de la Lingüística; ahora, vamos a centrar la atención en los fundamentos teóricos conectados a dos disciplinas sociales, que condensan importantes tradiciones ideológicas, respecto a la concepción y estructuración de las competencias.

3.1.2.1.- El positivismo en el mundo laboral

Un nuevo modelo económico está pidiendo cambios en las dinámicas empresariales. El enfoque fordista-taylorista de producción, basada en el trabajo-trabajo, empieza a recomponerse con la introducción de las Nuevas Tecnologías (Informática, robótica, etc.) y la globalización del mercado. En un mundo de miradas soslayadas y codazos, la competencia se torna en elemento primordial de mercado y, en consecuencia, otros paradigmas de gestión empresarial reclaman agentes y obreros mejor preparados, operarios implementados con otras competencias. El positivismo está vivo, y experimenta evoluciones.

Los cambios afectan a la cualificación de las personas (mandos superiores, medios u obreros), a los sistemas de producción y también a la oferta de los servicios y los productos. Cada día se habla más del trabajo en equipo, relaciones humanas (RR. HH.), las prácticas culturales en el medio laboral, comunicación entre el empleado y la empresa, clima en el ámbito de trabajo, entorno laboral seguro y sano, etc.

En efecto, por los años 60, según Hylland (1994), comienzan a implantarse otros procesos de organización del trabajo. Semejantes planteamientos defiende Mertens (2001), promoviendo la movilidad laboral, la competencia.

Más adelante un nuevo impulso en la mejora de las condiciones de producción aparece por los años 80. Con una perspectiva competitiva de ámbito mundial en Inglaterra, las

empresas atienden a un enfoque de productividad más eficaz, pero también a la calidad en los productos. Otro ejemplo de prácticas competitivas, lo tenemos en Alemania y en Estados Unidos, países de distinto continente, pero con tradiciones similares en lo que a la competitividad se refiere; en estos escenarios la preocupación por el cambio se traslada a los trabajadores con requerimiento de organización en equipos directivos con formación técnica. Es el secreto del desempeño positivista competente.

De la buena gestión y organización productiva, se llega a la formación de equipos para terminar en década de los 90 en el factor humano; “el desempeño competente” es interpretado como la gestión del talento humano. La selección de trabajadores, la capacitación, los ascensos, la evaluación vienen a convertirse en la base de los sistemas productivos. En consonancia con estos enfoques, surgen movimientos ocupados en la educación y entrenamiento en competencias de un desempeño idóneo, tales como “Competence Based Education and Training” (CBET) o la asociación “Performance Based Teacher Education” (PBTE). La eficiencia empresarial encuentra satisfacción no tanto en la fuerza de los brazos, cuanto en las competencias intelectuales y sociales.

De esta forma, en el mundo de la economía, surge el término competencia; al final se observa un cierto carácter humano y social, pero en el fondo la inspiración y la filosofía viene del positivismo.

3.1.2.2 La Psicología

La psicología ha logrado interesantes aportaciones a la comprensión del concepto de competencia: términos como inteligencia, procesos cognitivos, capacidad de procesamiento de la información, habilidades mentales, técnicas y estrategias cognitivas conforman un elenco de referentes próximos, y por tanto aclaratorios, de lo que se entiende por competencia. Dentro de los diferentes enfoques psicológicos, nos estamos ocupando de la línea cognitivista.

Tradicionalmente, la inteligencia era interpretada como un constructo fijo y estable: su forma de proceder era unitaria, de hecho las pruebas psicométricas se movían dentro de curvas “normales” y estandarizadas; la teorización de la inteligencia carecía de una ubicación contextual, acabando por asumir una estructura final que resultaba permanente e inmodificable.

Sin embargo, Gardner (2001), vino a revolucionar esa concepción única y estática. El psicólogo americano abre la puerta a una pluralidad de inteligencias. Para él, el desenvolvimiento de una persona en la vida requiere de diversas habilidades: nuestro comportamiento y por tanto comprensión de la realidad, no es el mismo en un ambiente, familia, pongamos por ejemplo, que en la escuela. Esta evidencia le llevó a pensar que no existe una sola inteligencia, como se venía proponiendo. Según Gardner la inteligencia es concebida como la capacidad de resolver problemas o de crear productos (arte) que sean valiosos a partir de los diferentes contextos culturales en los que nos desenvolvemos: para él, al menos disponemos de 8 inteligencias, que actúan en función de los ambientes plurales.

Los ocho tipos de inteligencia son independientes, pero pueden interactuar y complementarse en sus dinámicas. A cada prototipo de inteligencia corresponde una forma de expresión de acuerdo con unos procedimientos, unas lógicas, unos énfasis y unas bases biológicas propias. Ellas son:

- 1.- *La lógico-matemática*, centrada en el razonamiento lógico y numérico
- 2.- *La lingüística*, opera con las destrezas comunicativas y de lecto-escritura
- 3.- *La musical*, aprecia y produce los ritmos musicales
- 4.- *La espacial* comprende el mundo visual y del espacio
- 5.- *La cinética corporal*, trabaja especialmente los movimientos del cuerpo y los objetos manuales
- 6.- *La interpersonal*, responde con facilidad a los modos, temperamentos y motivaciones de los otros
- 7.- *La intrapersonal*, accede al conocimiento de sí mismo y cuida de manejar sus sentimientos
- 8.- *La naturalista*, es sensible a la naturaleza y los seres vivos o no vivos que pueblan el cosmos a quienes trata de proteger.

A partir de una concepción plural de la mente, se ha pasado a considerar que los

procesos de la inteligencia están condicionados por dos circunstancias: una el contexto (la naturaleza, las relaciones, la comunicación, etc.), y otra los contenidos sobre los que trabaja la mente (matemáticas, música, el espacio, etc.). Desde estas perspectivas el concepto de desempeño comprensivo y de competencia supone, de una parte flexibilidad para pensar y actuar (Perkins, 1999) y de otra, capacidad de adaptación al contexto.

Esto implica un nuevo abordaje de la formación; frente a la idea de una inteligencia única y un aprendizaje unívoco, surge el planteamiento de la diversidad de enfoques y de situaciones de aprendizaje. Quiere decirse que a partir de ahora la educación no habrá de enfatizar la adquisición de conocimientos, en cuanto a las estrategias que facilitan el acercamiento a la realidad. Si cada manifestación de la inteligencia posee unos ámbitos específicos y unos contextos particulares, el educador no logrará sus objetivos si homogeneiza los métodos y simplifica los saberes adaptándolos a un depósito general inexistente. La pluralidad de inteligencias conlleva diversidad de métodos, y, por tanto, de estrategias de aprendizaje; desvalorizados quedan los esquemas rígidos y los protocolos didácticos prefijados. En consecuencia, la competencia, las personas competentes, aprenden a abordar la realidad gobernados por una actitud abierta, contextualizada bajo la consideración de diversas perspectivas posibles.

A modo de resumen, podemos extraer cuatro rasgos que caracterizan la fundamentación teórica de las competencias:

1.- Las competencias tienen como referente el desempeño eficaz de las tareas laborales, es decir, el desempeño laboral exitoso en perspectiva mecanicista.

2.- Respecto a los procesos de las competencias clave, se afirma que están determinados por la posibilidad de gestionar de manera sobresaliente la organización y las estrategias precisas de la actividad laboral cara a la producción efectiva.

3.- La mayor eficiencia de las competencias se manifiesta, no en situaciones universales y abstractas, sino cuando disponen de la capacidad de adaptarse a contextos particulares y específicos.

4.- Finalmente, se suaviza el concepto racionalista para, desde las aportaciones de la psicología, admitir el sentido competencial como gestión del talento humano entendido en tanto como el manejo de conocimientos, procesos informativos, estrategias, resolución de

problemas.

3.2.- HACIA LA CONCEPTUALIZACIÓN Y ESTRUCTURA DE LAS COMPETENCIAS

Construir el concepto de competencia en una realidad compleja y mutante como la actual (mundo empresarial, mercado globalizado, esfera de la educación, la política o la economía...), implica considerar una identidad histórica, es decir, en constante desarrollo preguntándonos constantemente cuál sea en cada periodo histórico su evolución, proceso y fines. Desde la perspectiva de la complejidad, digamos que antes de dar cuenta de un constructo “objetivo” y preciso, sería preferible trabajar sobre lógicas históricas y relaciones contextuales en un marco social. Por ello, cuanto más multidimensionales se vuelven los problemas, con más exigencia de multidimensionalidad en el sentido que se precisa el pensamiento competencial; cuantos más planetarios se tornan los problemas, tanto más ha de progresar la competencia de la acción Morin (2000).

Independientemente de las conceptualizaciones abundantes habidas en la literatura específica, para iniciar nuestro debate, convenimos en aceptar la definición siguiente: competencia es un saber hacer razonado para hacer frente a la incertidumbre.

En una perspectiva similar Le Boterf (1994), defiende que la competencia significa una combinación de saberes, el saber actuar y el querer hacerlo; además, de la implicación de la persona en su totalidad y peculiaridad, sociales y humanas.

Examinadas despacio las definiciones encontramos:

- 1.- La ausencia del comportamiento observable,
- 2.- Una estructura de conocimientos, saberes.
- 3.- Actitudes frente al saber hacer, o sea, habilidades imprescindibles para un desempeño en situaciones específicas.
- 4.- Un saber estar ante la incertidumbre.

Con el fin de superar vacíos en la interpretación del concepto, seguimos analizando los cuatro elementos señalados.

Según algunos autores, una característica inseparable de las competencias, es que éstas han de "demostrarse" en el desempeño, es decir, constatarse en la práctica, mediante comportamientos evidenciables. La competencia se manifiesta a través de la forma en que las personas resuelven los problemas, las maneras de relacionarse y trabajar con los demás, las actitudes interpersonales demostradas y los valores que se traslucen. (Aurelio Villa Sánchez, Manuel Poblete Ruiz: 2004). No obstante, hemos de poner reparos a esta concepción conductista: la nota distintiva referida a la operatividad de la competencia deja fuera del modelo la consideración de la motivación y la presencia de los sentimientos. La medida y *comportamiento observable* de la competencia es un factor estimable, pero no encierra una característica que los autores citados califican de esencial.

Más importancia registran los componentes estructurales. En este orden de ideas, y entrando en un análisis más exhaustivo de las competencias no solo han de ser consideradas desde el punto de vista operativo, sino que comprenden, además, los conocimientos, habilidades, motivaciones para el hacer y voluntad actitudinal, factores necesarios para un desempeño competente.

El primer aspecto que parece imprescindible en el comportamiento competencial es la *posesión de conocimientos*. Ello significa que el individuo ha de dominar saberes y destrezas cognitivas para la comprensión y el desempeño autónomo, para el ejercicio de la ciudadanía, para la eficacia en el trabajo y para el conocimiento de la ciencia y la tecnología (CEPAL-UNESCO, 1991:121).

Nubia Arias (2008) resalta la competencia en los saberes específicos de un campo de acción, en tanto que representa un factor básico de la persona cifrado en la capacidad de desarrollar elementos imprescindibles, propios del conocimiento como:

- La interpretación de la realidad educativa, social o mercantil sobre la que ejerce su trabajo
- La modificación de todo aquello que tiene que ver con sus aprendizajes, sobre el dominio que le ocupa.
- La toma de decisiones frente a los desafíos que le presente el contexto en el que se halle ubicado.

El fortalecimiento en el área del conocimiento se ha ido asumiendo e internacionalizando, al punto de que la necesidad de la certificación de competencias,

conlleve, en una secuencia silogística, a replantear la formación profesional sin dilación de continuidad. La presencia y la atención a los cambios, en el sector científico y en el desarrollo tecnológico, están exigiendo la actualización del trabajador competente, so pena de quedarse obsoleto en breve tiempo (Salcedo Torres: 2004).

Otro componente estructural de las competencias es *el saber hacer*. Bajo este factor las competencias tienden a ser consideradas como aquellos comportamientos que posibilitan el éxito de una persona en una actividad o función. Constituyen un saber hacer en contexto lo que implica el análisis y el manejo de problemas del entorno mediante el uso de recursos de situación (Tobón, 2004).

El saber hacer concuerda con los planteamientos de diversos autores e investigadores quienes admiten que el manejo de conceptos tales como objetivos, logros, indicadores de logro, estándares, lejos de oponerse al concepto de competencia se complementan de forma mutua (Pereira, 2003; Martínez, 2003; Murillo, 2003). Independientemente de los autores citados, no es menos cierto que el carácter operativo de las competencias no sólo ha sido el más desarrollado en la literatura, sino que ha recibido las mejores bendiciones en particular del instrumentalismo. El tal posicionamiento surge en el marco de los nuevos horizontes eficientistas, las nuevas formas de regular la productividad o las nuevas funciones de los Estados liberales. En realidad, cada concepto brinda aportes específicos a la orientación de los procesos operativos.

En consecuencia, el saber hacer de las competencias alude a los procesos de desempeño de actividades dentro de un área de desarrollo, basadas en indicadores de logro, objetivos o estándares. En definitiva el hacer competente representa, de un lado, patrones reguladores de la acción y por otro aspecto, significa las metas o propósitos que deben ser alcanzados.

Es cierto que la sociedad del conocimiento, la globalización, el mercado han traído muchos cambios y tensiones debido a la falta de continuidad de las propuestas. Sin embargo, la solución no viene de la resistencia al cambio, sino del afrontamiento de forma creativa buscando nuevos posicionamientos preactivos. El saber hacer significa catalizar los cambios, identificar qué cambios, eliminar miedos, desafiar con algo nuevo otros compromisos y metas.

El tercer componente estructural de las competencias está habilitado por el *ser*. Es el

factor menos considerado en perspectiva positivista/empresarial, tal como hemos visto en sus orígenes, pero al tiempo es la dimensión que más nos acerca a la persona humana y sus potencialidades. El concepto de competencia posee un aspecto claramente competitivo que alimenta el espíritu de rivalidad contra el otro o los otros. Si restringimos el desarrollo de las competencias al saber hacer y al conocer, corremos el peligro de impulsar el individualismo, ignorando la proyección hacia el contexto humano y a construcción de una sociedad plural.

El desarrollo del *ser* en las competencias “es capaz de afrontar el conjunto de características bio-psico-sociales propias de la persona, acordes con sus posibilidades y limitaciones en el contexto económico, político, ambiental en el que vive” (Tobón, 2004: 50), en el sentido de abordar el desarrollo humano en su integralidad, lo cual implica trascender el dualismo tradicional entre cuerpo-alma, individuo-sociedad, naturaleza-cultura.

El ser humano, como ente complejo es indivisible y su comprensión, requiere tener en cuenta el tejido de las múltiples dimensiones que posibilitan su esencia y emergencia. Su identidad no está dada de una vez para siempre, sino que se construye de forma permanente mediante relaciones e interacciones consigo mismo, los demás y el entorno cambiante a lo largo de la vida. Así mismo, toda persona tiene la potencialidad de ser responsable de sus sentimientos, pensamientos, actos, decisiones y destino, lo cual implica asumir las consecuencias de sus acciones, responder por ellas, sin transgredir los derechos de los demás (Tobón, 2004).

En resumen, el componente del *ser*, propio de las competencias, brinda a la persona más allá del saber hacer y el conocer:

- La autodisciplina.
- Ausencia del negativismo.
- Control de la hostilidad.
- Establecimiento de vínculos y relaciones que generen confianza.
- Unión de voluntades mediante el trabajo en equipo y la colaboración.
- Creación de redes remando en la misma dirección.

Puede asegurarse que el componente del *ser* en las competencias se da en la medida que se construye la identidad personal, teniendo presente que este rasgo ha sido el más

olvidado en los procesos de su construcción, especialmente en los análisis provenientes del positivismo y la perspectiva empresarial.

Seguimos el debate de la identificación de las competencias.

Para una mejor comprensión, los autores suelen señalar cinco rasgos estructurales de las competencias. Siguiendo a Tobón (2004) señalamos, la ubicación contextual, el enfoque de la idoneidad, la planificación de la acción, la resolución de problemas y el sentido de unidad.

1.- La ubicación contextual

Un tejido de relaciones humanas, materiales, sociales, conforman los contextos. Ubicar las competencias en el contexto significa situar una conducta concreta en una sistema conceptual universal (Zubiría, 2002). Si nos emplazamos en una perspectiva compleja quizás no sea acertado hablar de personas competentes o no competentes, cuanto referir contextos competentes o no, toda vez que el medio donde discurre la acción otorga un significado u otro, ofrece motivaciones o limitaciones, apoya o frena el desempeño de una acción. “La competencia de un sujeto depende de las exigencias de diverso orden (cognitivas, comunicativa, estéticas, axiológicas, etc.) del entorno cultural en el que se desenvuelve; así mismo, tal entorno actúa como posibilitador o inhibidor de dichas competencias (Duarte y Cuchimaque, 1999). No podemos olvidar que las competencias se forman en interacción con los entornos pues son los demandantes y los posibilitadores de las condiciones y recursos.

2.- Enfoque de la idoneidad.

La idoneidad representa la calidad y cantidad en desempeño de una acción. Solía manejarse el concepto de idoneidad en términos de cantidad, si bien recientemente se mide por la calidad: cuando se habla de la idoneidad de una persona desarrollando un trabajo en una entidad o empresa suele venir relacionada con la eficacia medida en términos de cantidad de productos obtenidos. Pero ahora a la idoneidad se ajustan anotaciones cualitativas como motivación, relaciones, oportunidad, contexto, manejo de recursos humanos, inteligencia emotiva.

3.- Planificación de la acción

No puede identificarse el dominio cognitivo en una determinada esfera del saber con su actuación: dice el refrán popular que “una cosa es predicar y otra dar trigo” o “no es lo mismo entregar el pescado, que enseñar a pescarlo”. Los procesos de la actuación se ocupan del desempeño en tanto que propuestas con un determinado fin, con unas estrategias prefijadas, en una situación contextualizada. Al hablar de la formación en competencias no puede olvidarse la idea de la acción transformadora; toda competencia en construcción ha de fijarse la meta del cambio: por ejemplo en la economía, la empresa, el sistema educativo, la formación de sujetos competentes supone el alcance de nuevos registros, otros desarrollos.

Bajo el horizonte del cambio, la actuación competente viene a ser considerada como un proceso integral, con base a otros componentes, como la asunción de retos y la motivación para alcanzar un objetivo en base a la valoración de las propias capacidades y el apoyo social (saber ser), con los conocimientos, comprensión y análisis del contexto (saber), a fin de planificar un programa de acciones estratégicas (hacer). El saber hacer ha sido el elemento más valorado en la construcción de las competencias, pero precisa el importe de los otros dos factores, el ser y el saber.

4.- Resolución de problemas

Abordamos el cuarto componente estructural de las competencias. La simple aplicación de unas secuencias lógicas o unas operaciones pensadas para alcanzar unos resultados no es lo que entendemos por resolución de problemas. Antes bien importa resaltar la forma en que son asumidos los significados y abordados en una situación dada. La resolución de problemas implica “la construcción y práctica social, relacionada con la manera en que nosotros actuamos y nos relacionamos con el mundo según las estrategias, representaciones y habilidades de que disponemos” (Gómez, 2001: 121).

En el supuesto de tener que abordar una situación problemática los estudiosos plantean dos situaciones: la primera centra su actuación sobre una realidad concreta con estrategias y procesos concretos (Pozo, 1994); la segunda aborda los fenómenos aplicando habilidades generales (Nikerson, Perkins y Smith, 1994).

5.- Sentido de unidad

Desde Aristóteles y Platón, la tradición cultural occidental de la cultura ha seccionado en dos partes al ser humano, alma-cuerpo, inteligencia-corazón, esencia-existencia, contemplación-acción. Esta dicotomía está superada: en la actualidad el ser humano es considerado como un ser total. Cualquier actividad se halla transida por elementos cognitivos, físicos, culturales, interpersonales, subjetivos, contextuales lo que exige que todo desempeño sea abordado en su totalidad: la mejor imagen explicativa es la de una red: la persona está en-redada en el tejido de sí misma y en tejido relacional del entorno.

Conviene repetirlo: las competencias abordan los desempeños, implicando al ser humano en su integridad (conocimientos, comportamientos, entidad personal), relegando afortunadamente a la historia la vieja separación entre teoría y praxis. La complejidad de acciones y relaciones del ser humano en el mundo inmerso en procesos de permanente cambio, asume la necesidad de un quehacer dinámico y constante en el que anidan experiencias éticas, estéticas, cognitivas, volitivas, eróticas, comunicativas, etc.

Tratando de resumir el apartado de la conceptualización y estructuración de las competencias, nos atrevemos a asegurar que la concepción de las competencias, privilegiando el instrumentalismo del “saber hacer”, ha derivado en la valoración del componente humano, es decir el “saber ser”. Las competencias con un enfoque integrador enfatiza el dominio representacional con el dominio de las estrategias de acción, a las que sumamos las actitudes y significados abrigados en la persona.

3.3.- CLASIFICACIÓN DE COMPETENCIAS

Son múltiples las formas de tipificar las competencias, según atiendan a criterios amplios o criterios restrictivos. En el presente debate, pensando en las competencias del emprendedor, nos vamos a fijar en los enfoques provenientes del mundo empresarial y del emprendimiento, entendido como promoción de una iniciativa orientada a la productividad, sea material, sea cultural.

Una de las clasificaciones más conocidas, sobre todo en el ámbito educativo, se halla inspirada en el espacio sobre el que extiende el manto de la acción, abarcando desde la brazada más general a la más específica. En este sentido, las formulaciones se

corresponden con tres grados: competencias básicas, competencias genéricas y competencias específicas.

Abordamos cada una por separado.

Vivir en sociedad, desenvolverse con soltura en las relaciones, el trabajo, la familia requiere unas *competencias que llamamos básicas*, es decir son fundamentales o un eje central en los procesos cognitivos o comunicativos: se citan como ejemplos significativos la capacidad de analizar, comprender, sintetizar, argumentar, dominar la comunicación, manejar los procesos de cambio, etc. Se trata de unas competencias válidas para cualquier momento y lugar.

A su vez, las *competencias genéricas* corresponden a actividades comunes, es decir, actividades que no están ligadas a una ocupación en particular. Ellas provienen de una mente y formación flexible en y para las ocupaciones, permiten la adaptación a diferentes entornos laborales o de pensamiento. Entre las competencias genéricas son señaladas, la capacidad de emprender iniciando proyectos, organizando, gestionando, trabajar en equipo, planificar el trabajo, gestionar información y recursos, comprender las relaciones complejas. En adelante uno de los retos del mercado laboral y la educación, vendrá exigido por el requerimiento de una flexibilización tanto de la mente como de los desempeños provenientes de las competencias genéricas por su carácter optativo y adicional.

La tercera categoría extraída de la extensividad es la más restrictiva: reciben el nombre de *competencias específicas*. Son propias de una determinada ocupación por lo que poseen un alto grado de especialización. Desde el punto de vista profesional reciben especial aprecio, porque son eficaces y rentables en la obtención de resultados. Entre estas competencias, sobresalen el diseñar proyectos, liderar empresa, definir perfiles con base en requerimientos de mercado, orientar y gestionar talentos humanos, ofrecer servicios en función de las demandas sociales, trazar estrategias para situaciones concretas. En definitiva, estamos hablando de competencias inherentes a la especialización y la productividad.

Otra tipificación de las competencias se inspira, siguiendo a Tobón (2004), en los modelos de abordar los ámbitos laborales. En función del ajuste al trabajo las competencias laborales se clasifican en: básicas, obligatorias, optativas y adicionales. Las competencias

básicas son comunes a todo el campo ocupacional y son exigidas como plataforma para otras competencias, por ejemplo trabajo en equipo, resolución de problemas. Las competencias obligatorias resultan indispensables para el desempeño de una tarea, como el título académico para ejercer la cirugía. Por su parte, las competencias optativas pertenecen a libre elección del actor y su función es de complementariedad y/o implementación de un empeño.

Finalmente, las competencias adicionales corresponden a funciones muy especializadas en acciones muy concretas, siendo por otra parte que no son necesarias para un logro: tal es caso de cultivar hábitos de emotividad, brindar servicios de extensión.

Disecionando los componentes de las competencias, e inspirados en las categorías educativas de Delors (1996) la mayoría de los pedagogos han clasificado los desempeños competenciales en cognitivos, comportamentales y esenciales.

Competencias cognitivas o del saber: corresponden a la adquisición y apropiación de los conocimientos propios de una ciencia. El procesamiento que se hace de la información externa y las capacidades de construcción del mismo conocimiento tiene que ver con las habilidades para reelaborar el conocimiento; las cuales se consideran claves para el desarrollo de la inteligencia abierta y dispuesta a la recreación del saber adquirido.

Competencias del Hacer, también llamadas *experimentales:* se refieren al campo del saber hacer y recopila las estrategias que conforman el ordenamiento y la logística de los conocimientos teóricos para ser llevados a la acción práctica. Para el funcionamiento de las destrezas experimentales, es necesario disponer de las competencias cognitivas; eso significa que existe una relación directa entre los aprendizajes mentales que se han realizado con anticipación y la competencia de ejecución.

Competencias del saber ser: en esta categoría se articulan diferentes contenidos que tienen que ver con lo afectivo- emocional, el autocontrol y el autoconocimiento. Hacen alusión a la construcción y gobierno de la identidad personal, la conciencia y el ejercicio de las dimensiones emocionales y actitudinales en el desarrollo de una actividad. En definitiva, es la conciencia de las propias fortalezas y debilidades en permanente proceso de redefinición.

Entendemos que la clasificación de las competencias, basadas en tres dimensiones del ser humano (la inteligencia, la conducta y la persona), no son más que macro procesos del ser humano. Estas tres competencias se hallan siempre vinculadas en su origen, desarrollo y finalidad, de manera que conforman un sistema que no se puede separar más que mentalmente. En la realidad, no vamos a encontrarlas por separado, pues no puede darse una sin las otras.

Proseguimos con la clasificación. El mundo de las competencias se ha introducido en todas las ciencias y en todas las actividades humanas. Es esa la razón por la que se han ocupado del tema muchos científicos y/o gestores del ámbito empresarial. Para dar razón de esta afirmación, proponemos algunas nuevas clasificaciones provenientes de diferentes campos y categorías.

Desde un análisis psicológico Franc Ponti y Xavier Ferrás (2006), estiman que las competencias son la base para el perfil de una persona creativa. Las clasifican en competencias internas y comportamentales. Las primeras no son observables pero permiten generar acciones creativas, habilidades que desarrollan el autoconocimiento, la capacidad de introspección, la motivación, la curiosidad. En el segundo grupo, se hallan las competencias comportamentales: son las observables y son adquiridas en la formación educativa como también en las experiencias individuales. En este grupo se encuentran la formulación de problemas con solución creativa, búsqueda constante de ideas, el afrontamiento del riesgo sin temores, la capacidad de liderazgo y las actitudes trasgresoras.

Es conocida la tesis sobre la Inteligencia Emocional: Daniel Goleman revoluciona los tradicionales conceptos de inteligencia (si es que no los desautoriza totalmente), afirmando que existe una -la emocional-, que es mucho más efectiva que el coeficiente intelectual. La inteligencia emocional nos permite ser conscientes de que estamos frente a situaciones emocionales (ya sean positivas o negativas), nos ayuda a comprenderlas y a lidiar con ellas.

Esta habilidad es la que marca la diferencia entre el éxito y el fracaso, entre la felicidad y la desdicha. Con este planteamiento, la competencia siempre es emocional y viene a ser identificada como “la capacidad aprendida basada en inteligencia emocional que tiene como resultado un rendimiento sobresaliente en el trabajo” (Goleman 2005:63).

Concretando su teoría, acaba por encontrar veinte competencias emocionales concentradas en cuatro grupos de aptitudes generales: de conciencia de sí mismo, autogestión, conciencia social y gestión de las relaciones.

El siguiente cuadro visualiza la clasificación de las competencias emocionales propuestas por Daniel Goleman:

Cuadro 5. Clasificación de las competencias emocionales

Conciencia de uno mismo Autoconciencia emocional Valoración adecuada de uno mismo Confianza en uno mismo	Conciencia social Empatía Orientación hacia el servicio Conciencia organizativa
Autogestión Autocontrol emocional Fiabilidad Meticulosidad Adaptabilidad Motivación de logro Iniciativa	Gestión de las relaciones Desarrollar a los demás Influencia Comunicación Resolución de conflictos Liderazgo con visión de futuro Catalizar los cambios Establecer vínculos Trabajo en equipo y colaboración

(Marco referencial de las competencias emocionales, Goleman (2005:65)

Como comentario crítico a Goleman, puede afirmarse que el científico-periodista norteamericano define con claridad la Inteligencia Emocional, pero si la intención del lector es adquirir las habilidades emocionales definidas, entonces su teoría queda sin complemento pedagógico. Hay quien piensa que Goleman termina por defraudar, porque propone unos objetivos educativos nuevos, pero no genera nuevas formas didácticas. La tipificación de las competencias resulta atractiva, sin embargo, a la hora de trabajarlas, el educador se siente víctima de la propuesta golemiana. Definitivamente Goleman no es un pedagogo.

En una perspectiva de políticas de formación el Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2006), ha venido planteando las competencias propias de la escuela, aplicables a los procesos de ingreso, permanencia y desarrollo cara al mundo del trabajo. Su clasificación constituye una pauta de referencia para que las instituciones educativas enriquezcan sus desarrollos, teniendo en cuenta los contextos tanto a nivel educativo como laboral. Ellas pertenecen a los espacios: Intelectuales, Personales, Interpersonales,

Organizacionales, Tecnológicas, Empresariales o de Emprendimiento.

En las intelectuales se hallan: la toma de decisiones, la creatividad, la solución de problemas, la atención, la memoria y la concentración; también agrega aspectos de capacitación como orientación ética, dominio personal, inteligencia emocional, adaptación al cambio.

Entre las interpersonales se encuentran: la comunicación, el trabajo en equipo, el liderazgo, el manejo de conflictos, la capacidad de adaptación y proactividad.

En las organizacionales se ubican: la gestión de la información, la orientación al servicio, la referenciación competitiva, la gestión y manejo de recursos, la responsabilidad ambiental.

A las competencias tecnológicas se dedican las acciones de: identificar, transformar e innovar procedimientos, usar herramientas informáticas, crear, adaptar, apropiar, manejar y transferir tecnologías, elaborar modelos tecnológicos.

Para las habilidades empresariales y de emprendimiento resalta: la identificación de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio, la elaboración de planes para crear empresas o unidades de negocio, la consecución de recursos, capacidad para asumir el riesgo y conocimiento del mercadeo y de las ventas” (MEN 2003).

Conviene hacer una reflexión sobre el planteamiento de las competencias contempladas por el MEN colombiano, en razón de que su filosofía va a inspirar la orientación de la educación en Colombia. Hemos de señalar que, siendo cierto que el Ministerio de Educación tiene en cuenta la sociedad del conocimiento y/o la sociedad de la información lo cierto es que su enfoque está muy gravado por el funcionalismo. Se advierte algunos rasgos como:

- Un cierto optimismo escolástico,
- Un modelo de competencias marcado por la profesionalización laboral y de rendimiento, olvidando el factor humano
- Ausencia del sentido crítico frente a la sociedad y el mundo empresarial

- Consideración de la persona, en este caso, el joven en periodo de formación, como un recurso antes que un talento (Cardoso 2001).

El Ministerio corre el riesgo de que los nuevos conocimientos, habilidades, destrezas y valores, caracteres que conforman las competencias, se conviertan en una gran competencia de confrontación y competitividad en el mercado, máxime si se pasa de puntillas sobre las dimensiones humanas de actitudes y valores. Educar en competencias, según la política ministerial, significa formar personas que sean capaces de *aplicar* lo aprendido a solucionar situaciones problemáticas nuevas o imprevistas en contextos diferentes al aula escolar para de esta forma *desempeñarse eficientemente a nivel laboral*, intelectual y social (MEN, 2003). La adquisición de competencias en el sistema educativo colombiano está inspirada y orientada en y por el paradigma del eficientismo y la instrumentalización de los conocimientos.

Después del análisis de la aparición y la conceptualización de las competencias, pasamos a estudiar su resonancia en la educación.

3.4.- VINCULACIÓN DE LAS COMPETENCIAS AL AMBITO DE LA EDUCACION Y DEL EMPRENDIMIENTO

La formación por competencias se ha introducido pisando fuerte en el ámbito de la educación. Vale la pena revisar los factores que han influido en el fenómeno de la “educación por competencias”.

1.-La **globalización** cada vez más ha convertido al mundo en una “aldea” (MacLuhan 1991). La reubicación que cada país tenga en la nueva división internacional va a depender más de la dotación de talento humano, que no de los recursos naturales o de riqueza material. Estamos en la era de la comunicación y la información. Nuestro tiempo se está caracterizando por una verdadera revolución en el uso de la información como fuente de desarrollo. La educación, los procesos de producción, la organización del trabajo, la provisión de servicios giran en torno al manejo de información. La globalización se sustenta en la información y ésta a su vez, en la educación. La educación es el soporte de la información de modo que se ha convertido junto con ésta, en la base para la generación del desarrollo y la prosperidad.

2.- Los cambios tecnológicos son olas tan cortas que no parece aplicable el concepto de revolución entre una y otra nueva oleada. La revolución tecnológica llegó para quedarse; así, revolución pierde peso como concepto para describir la conmoción generada sobre una estructura en reposo. Las nuevas tecnologías están irrumpiendo en todos los ámbitos de la vida del hombre. Por supuesto lo hicieron en la forma como se organiza la producción y el resultado se ha visto en la operativización de técnicas de producción más flexibles, y por supuesto en la educación: el mayor reconocimiento al valor de la calidad educativa ha girado en torno a conceptos tales como eficiencia, eficacia, autonomía, gestión responsable, solidaridad, participación (Bustamante, 2001).

3.- La educación es considerada como motor para el desarrollo socioeconómico, no sin antes hacer constar que la baja calidad educativa es la causa de los atrasos en los países. Movimientos por la calidad educativa han tenido lugar en América y en Europa: por no citar más que dos ejemplos, apuntamos a la Quinta Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno (2002) que propone a los sistemas educativos fortalecer el capital social y humano en un ideal de educación. Por otro lado, la Unión Europea en la Cumbre de Rectores Universitarios de Bolonia, marca las directrices para todos los países de la Unión a través de la Reforma Universitaria cifrada en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que conlleva la formación de los estudiantes por competencias.

En este contexto, la formación ha extendido su concepción y presencia. Inició su tarea centrándose en la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas vinculadas al desempeño de un empleo, ahora ha ampliado su significado y alcances hacia aspectos como el desarrollo tecnológico y el complejo mundo de las relaciones laborales.

Muchos contenidos de formación se están orientando hacia procesos de innovación tecnológica, apoyando actividades de investigación aplicada, control de calidad, pruebas y prácticas: la formación profesionalizadora es a la vez comprobación y verificación.

Para responder con rapidez a los cambios que están afectando al mundo de trabajo, la formación acude a nuevos enfoques de calificación. La nueva configuración de las ocupaciones y los drásticos ajustes en las formas de trabajo han ocasionado el nacimiento de nuevas exigencias como es educación en competencias. Ahora la formación debe buscar la generación de competencias en los estudiantes no la simple conjunción de habilidades,

destrezas y conocimientos.

Se está reconociendo la necesidad de formar profesionales competentes, no de graduar a profesionales. Esta sutil diferencia evoca un conjunto de competencias nuevas, con la intención de que puedan transferirse de un empleo a otro, disminuyendo el riesgo de obsolescencia y mejorando por tanto la empleabilidad.

La posibilidad de que la formación para el empleo se convierta en un medio de mejorar las condiciones de vida de los países, ampliando la calidad y oferta de bienes y servicios disponibles, y promoviendo el desarrollo, se juega en buena medida con la actualización de los sistemas de formación en competencias.

Precisamos y concretamos. Es constatable la rapidez de los cambios en los contenidos de las ocupaciones, así como la necesidad de profundizar en nuevas habilidades. Pero ante todo, han facilitado el nacimiento de una nueva concepción de la formación profesionalizadora centrada más en el desarrollo de una competencia, el emprendimiento.

Convengamos en definir los parámetros estratégicos para el emprendedor: la formación del estudiante debe ser enfocada hacia el desarrollo de su capacidad de emprender. Este modelo formativo se acerca más a la realidad de un mundo escaso en empleos y necesitado de iniciativas ocupacionales.

El concepto de competencia emprendedora envuelve una capacidad comprobada de iniciativa y creatividad; implica no solo disponer de los **conocimientos** y **habilidades**, hasta ahora concebidos como suficientes en los procesos de aprendizaje para la profesionalización, sino que define la importancia de la independencia y el capital creativo de la persona.

Formar para la competencia del emprendimiento implica "ir más allá", sobrepasar la mera definición de desempeño. Es facilitar que el individuo genere otros proyectos, nuevas esperanzas por él mismo, otra competencia.

A modo de resumen y como cierre del estudio de la cuestión, señalamos en un cuadro las principales competencias encontradas en la literatura:

Cuadro 6. Síntesis de las competencias a partir de la teoría desarrollada en la investigación

Conocer	Hacer	Ser
Desarrollar la capacidad de análisis	Desempeñar la capacidad de liderazgo para influir positivamente en los diferentes grupos donde actúe	Disponer de autoconfianza y autovaloración
Dominar los saberes sobre las exigencias emprendedoras y empresariales	Resolver los problemas y conflictos presentados en distintas situaciones de la vida.	Desarrollar la superación y motivación de logro
Conocer los avances tecnológicos y de las TIC	Planificar la acción emprendedora; responder al compromiso y el cambio social; desarrollar proyectos emprendedores	Poseer autodisciplina y desarrollar la autonomía y Persistencia
Conocer los procesos de investigación	Tener capacidad de adaptación y proactividad	Controlar la hostilidad y el negativismo.
Formar en y para el emprendimiento	Tomar decisiones a partir de datos y hechos con participación colegiada	Respetar el desarrollo humano y sostenible; sentir el compromiso con el medio ambiente
Conocer los procesos productivos y gerenciales de la empresa emprendedora	Gestionar los recursos operativos; manejar las cuestiones financieras; calcular el manejo del riesgo	Apropiarse de la ética y los valores
Conocer la normatividad legal del país relativa al emprendimiento	Dinamizar el espíritu emprendedor; promocionar la cultura democrática y participativa del emprendimiento	Poseer sensibilidad social; sentido de pertenencia con el entorno: responsabilidad social
Conocer la utilidad de las redes sociales; reconocer el valor de los modelos asociativos y solidarios	Dominar la comunicación; disponer de capacidad argumentativa	Poseer capacidades creativas; generar ideas de negocio con carácter asociativo y solidario
Conocer las condiciones del entorno local y global	Promover el trabajo en equipo con énfasis en la colaboración	Disponer de habilidades innovadoras con la ayuda de la tecnología.
	Dominar el uso de las nuevas tecnologías	

CAPÍTULO 4.-

LEY 1014 DEL 2006. DE FOMENTO A LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO.

A partir de los años noventa, el gobierno colombiano ha venido promoviendo leyes para motivar la creación de organismos y programas para potenciar a las personas y puedan definir y concretar su idea de negocio. Actualmente existen normas que impulsan el emprendimiento. Desde la educación básica hasta la formación superior, se ha venido divulgando y apropiando la normatividad.

La falta de empleo, los problemas generados por la deserción escolar, y los problemas de desplazamiento son la motivación de ésta Ley. El Congreso de la República aprobó en el año 2006 la Ley 1014 ó de fomento a la cultura del emprendimiento cuyo objetivo es establecer un vínculo entre los sistemas educativos y productivos, al mismo tiempo, mejorar las condiciones económicas del país por medio de la creación de empresas sólidas.

El marco institucional, lo constituyen las entidades anexas a la Red Nacional de Emprendimiento que la componen el SENA, el Departamento Nacional de Planeación, Colciencias y ACOPI. Para lograr la efectividad de la ley, a nivel de cada región, impulsa la Red Regional para el Emprendimiento, como delegados lo conforman individuos que representan las instituciones como las Gobernaciones Departamentales, el SENA, la Cámara de Comercio y las alcaldías, entre otros.

A través de las redes, se abre el espacio para constituir mesas de trabajo y formular planes estratégicos para el proceso integral y sostenible de la cultura de emprendimiento a lo largo y ancho de todo el país.

Ser emprendedor, significa tener capacidad de iniciativa, imaginación para concebir las ideas, flexibilidad para adaptarlas, creatividad para transformarlas e implementarlas en un espacio y en un tiempo específico. Por lo tanto, esto conlleva a efectuar acciones que contribuyan a mejorar las condiciones sociales y económicas, tanto en el nivel personal

como grupal, también es importante resaltar la motivación para pensar conceptualmente y la capacidad para ver y percibir el cambio como una oportunidad (Proyecto Acuerdo 037-2008 Concejo de Bogotá).

4.1 FUNDAMENTO Y ANTECEDENTES DE LA LEY 1014 DEL 2006.

La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo. Específicamente, el artículo indica que:

“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. (...). La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. (...). El Estado, por mandato de la ley, impedir que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitar o controlar cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. (...).”

Así mismo, el Artículo 58 de la Constitución Política (Modificado por el artículo 10 del Acto legislativo N° 1 de 1999), hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público y/o social, y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria. Dicho artículo establece: *“Se garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley por motivo de utilidad pública o interés social resultaren en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá dar paso al interés público o social. (...) El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad (...)”* y agrega *“La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica”*.

Al respecto la Corte Constitucional colombiana en Sentencia C-53 del 2001, con ponencia de la magistrada Cristina Pardo Schlesinger, considera que el “interés social”, es una concreción del interés general que se relaciona de manera inmediata con la definición del Estado como social y de derecho (Art. 1°).

Apunta la sentencia anotada, que el apelativo de “social” le imprime una finalidad y un límite a la actividad estatal, determinando, específicamente, las condiciones dentro de las cuales los intereses económicos particulares son susceptibles de protección. En este orden de ideas, el conjunto de garantías que otorga el Estado implica, a su vez, una necesaria intervención social de su parte, que tiene como finalidad inmediata y directa y como límite constitucionalmente exigibles, el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas. En particular, de las menos favorecidas.

Teniendo en cuenta que todas las leyes tienen fuerza obligatoria, por virtud de la cual exige su fiel observancia a todas las personas y en todos los casos comprendidos en el supuesto normativo, el interés público se entiende como una manifestación del interés social, desde el punto de vista el grupo social está interesado en que todas las normas se cumplan.

Por lo tanto, las leyes relacionadas con el orden público, se imponen a los destinatarios de la norma por encima de la voluntad de éstos, prohibiendo u ordenando, ergo, el ordenamiento establece y garantiza el orden social, ya que exige obediencia en todos los miembros del grupo a la legislación vigente.

La propiedad intelectual también es declarada por la Constitución en el Artículo 61, que apunta: "(...) *el Estado protegerá la propiedad intelectual por tiempo y mediante las formalidades que establezca la Ley*". Esta tutela es complementada con el numeral 24 del Artículo 150, que establece que compete al Congreso "(...) *regular el régimen de propiedad industrial, patentes y marcas y las otras formas de propiedad intelectual (. J)*", y con el Artículo 189, el cual reza: "(...) *corresponde al Presidente de la República como Jefe de Estado, Jefe del Gobierno y Suprema Autoridad Administrativa conceder patente de privilegio temporal a los autores de invenciones o perfeccionamientos útiles, con arreglo a la Ley*".

Los artículos citados, por lo tanto, hacen explícita la generalidad en cuanto a los derechos de propiedad; parte de su especificidad se encuentra consagrada en los Artículos 534 – 538 del Código de Comercio.

Al respecto, referido al concepto de propiedad intelectual, (García et al, 2008), y retomando a la Corte Constitucional, sostiene que las creaciones del intelecto, y

aquellas que hacen énfasis a la divulgación y difusión, en cuanto a bienes inmateriales han sido agrupadas, para efectos jurídicos, en derechos de propiedad intelectual, los cuales incluyen los derechos de autor, los derechos de propiedad industrial y los derechos sobre descubrimientos científicos, así como otras formas y expresiones de la capacidad creadora del ser humano.

Lo anterior significa que el concepto de derecho de propiedad intelectual es un término bastante amplio, es decir que recoge diferentes aspectos, relacionados con el contexto nacional e internacional, en lo internacional que corresponde a los tratados que suscriben los países o las resoluciones que expide la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). A nivel nacional, cuando se relaciona con las normas (leyes, decretos, resoluciones) que se expiden o se han expedido tutelando la facultad de toda persona en crear obras en todos los ámbitos del desarrollo intelectual.

Precisamente, el derecho de propiedad intelectual tiene un carácter holístico, teniendo en cuenta que no existen límites para la creatividad humana.

Tratándose del derecho de autor, este es un concepto más concreto, porque apunta a la protección de una obra determinada creada o desarrollada por uno o varios individuos, que bien puede hacerlo bajo contratación con una o varias empresas o de manera singular, pero siempre respetando el derecho moral de figurar el autor o autores de la respectiva obra.

De la misma manera, se encuentra el de propiedad industrial y los derechos sobre descubrimientos científicos, que incluyen patentes por inventos. Estos también pertenecen al ámbito de derecho de autor.

La Ley 29 de 1990, llamada Ley de Ciencia y Tecnología, es el marco normativo que regula las disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo científico, y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo especializado. Es la ley soporte del establecimiento de incubadoras de empresas y de parques de ese campo donde se combinan el saber y saber hacer en Colombia, porque señala el marco dentro del cual el Estado y sus entidades se pueden asociar con particulares en "*actividades científicas y tecnológicas, proyectos de investigación y creación de tecnología*".

La Ley de Ciencia y Tecnología es desarrollada mediante los decretos 393, 585 y 591 de 1991, éstos reglamentan las modalidades de asociación y los tipos de proyectos que pueden ser incluidos como actividades científicas y tecnológicas. Específicamente, se afirma que son objeto de la ley los "(...) *proyectos de innovación que incorporen tecnología, creación, generación, apropiación y adaptación de la misma, así como la creación y el apoyo a incubadoras de empresas de base tecnológica (...)*". El Decreto 393 dicta las normas sobre asociación; el Decreto 591 regula los tipos de contratos que generen las asociaciones; y el Decreto 585 crea el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, señalando al Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología como organismo de dirección y coordinación, así como asesor principal del gobierno nacional, en lo que respecta al desarrollo de la ciencia y la tecnología.

La Ley 344 de 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, en su Artículo 16 obliga al SENA a destinar el 20% de sus ingresos al desarrollo de programas de competitividad y de desarrollo productivo. También constituye un importante mecanismo de promoción de la creación de empresas.

Las Leyes 590 de 2000 y 905 de 2004 (modificatoria la 905 de la 590), son típicas leyes de fomento económico, las cuales diseñan un marco institucional encargado de la formulación de planes y programas a favor de la micro y mediana empresa, e igualmente establecen un conjunto de medidas para estimular este tipo de organizaciones empresariales, guardan, por lo tanto, estrecha relación con la Ley 1014 de 2006, la cual también hace parte de esta modalidad legislativa de intervención económica pues precisamente su propósito es fomentar la cultura del emprendimiento.

La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia, es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley MIPYME, creada principalmente con el objeto de "*inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas*", como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales.

La ley 590 establece la inclusión de las políticas y programas de promoción de

MIPYMES en el Plan Nacional de Desarrollo de cada gobierno. El Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006 es el primero que cumple con esta obligación. Al respecto se resalta la estrategia de promoción a las MIPYMES con los objetivos de: eliminar las restricciones de acceso al financiamiento a menores costos, así como desafío y desarrollo de instrumentos de apoyo integral (Ley 812 de 2003, Artículo 8, "Descripción de los principales programas de inversión", literal B, "Construir equidad social", numeral 6, "Desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa". Este plan da prioridad al apoyo financiero está en cabeza del Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las MIPYMES (FOMIPYME).

4.1.1. Documentos del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES).

El Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES — fue creado por la Ley 19 de 1958. Es la máxima autoridad nacional de planeación en Colombia, y se desempeña como organismo asesor del Gobierno colombiano en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país. Para lograrlo, coordina y orienta a los organismos encargados de la dirección económica y social en el Gobierno, a través del estudio y aprobación de documentos sobre el desarrollo de políticas generales que son presentados en sesión.

El CONPES actúa bajo la dirección del Presidente de la República y lo componen los ministros de Relaciones Exteriores, Hacienda, Agricultura, Desarrollo, Trabajo, Transporte, Comercio Exterior, Medio Ambiente y Cultura, el Director del DNP, los gerentes del Banco de la República y de la Federación Nacional de Cafeteros, así como el Director de Asuntos para las Comunidades Negras del Ministerio del Interior y el Director para la Equidad de la Mujer.

En este orden de ideas, y en lo atinente a las políticas públicas que apoyan el emprendimiento en Colombia, el CONPES ha aprobado los siguientes documentos:

CONPES 3297 del 2004. Agenda Interna para la Productividad y Competitividad: metodología. Para aprovechar al máximo los resultados de los diferentes procesos de integración que adelanta actualmente Colombia, así como para mitigar los posibles riesgos

que enfrentará el sector productivo colombiano y las regiones, se deben establecer e implementar una serie de medidas y proyectos que mejoren su competitividad en los mercados internacionales.

Estas medidas, pueden ir desde la construcción y mejoramiento de la infraestructura física o la capacitación de la fuerza laboral, hasta la reorganización de las instituciones, o la eliminación de un trámite. Todos estos proyectos e iniciativas, que buscan eliminar los obstáculos que enfrenta el sector productivo durante su operación y crear condiciones favorables para su desempeño, conforman la *agenda interna*.

La agenda estará definida teniendo en cuenta cuatro dimensiones:

- I) La sectorial que considera las diversas actividades productivas,
- II) La transversal, que involucra proyectos o iniciativas que afectan a toda la actividad productiva, como sería el desarrollo institucional, ciencia y tecnología, formación de capital humano, información, infraestructura, medio ambiente, entre otros;
- III) La regional, que involucra la opinión y las propuestas de desarrollo de las regiones,
- IV) La temporal que indica que éste es un proceso dinámico en el cual se involucran acciones a ejecutar en el corto, mediano y largo plazo. Igualmente, se considerarán diferentes etapas para la revisión de los compromisos y realizaciones con el fin de ajustar y retroalimentar el proceso

CONPES 3424 del 2006. Este documento presenta a consideración del Consejo Nacional de Política Económica y Social -CONPES- la política denominada “La Banca de las Oportunidades” que busca promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando la equidad social en Colombia.

El objetivo de la política de “La Banca de las Oportunidades”, es crear las condiciones necesarias para facilitar el acceso al sistema financiero formal, mediante la provisión de crédito y otros servicios financieros, a las poblaciones que generalmente han sido excluidas de los mismos.

Los segmentos de población a los que va dirigida esta política son: familias de menores ingresos, micro, pequeñas y medianas empresas y emprendedores.

En este documento se consideran servicios financieros aplicables a las microfinanzas, todos aquellos instrumentos que utilizan los hogares y las empresas para la realización de transacciones financieras o económicas, incluyendo pagos y transferencias, remesas del exterior, ahorro, crédito, seguros y pensiones.

CONPES 3439 del 2006. Institucionalidad y principios rectores de la política para la competitividad y productividad. Se presenta un breve análisis de: I) la posición competitiva del país; II) el comportamiento de los factores que subyacen en el desempeño de la competitividad en los últimos años; III) el patrón de especialización del comercio exterior; IV) la evolución de la inversión extranjera; y, V) los antecedentes de la política de productividad y competitividad.

La competitividad de una nación se define como el grado en el que un país puede producir bienes y servicios capaces de competir exitosamente en mercados globalizados y a la vez mejorar las condiciones de ingreso y calidad de vida de su población. La competitividad es el resultado de la interacción de múltiples factores, relacionados con las condiciones que enfrenta la actividad empresarial y que condicionan su desempeño, tales como infraestructura, recursos humanos, ciencia y tecnología, instituciones, entorno macroeconómico, y productividad.

Presenta como propuesta, a fin de alcanzar metas indicativas, el compromiso de promover y consolidar un aparato productivo orientado al logro de altos niveles de productividad y competitividad, se requiere un arreglo institucional que logre vincular efectivamente tanto al sector público como privado. Este arreglo se regirá bajo unos principios esenciales y trabajará en siete factores para superar los obstáculos mencionados en el diagnóstico de este documento, los cuales son: competitividad: infraestructura física, desarrollo científico y tecnológico, desarrollo de capital humano, desarrollo institucional, ambiente macroeconómico, acceso al crédito y productividad.

Tratándose de los principios que guían la formulación de políticas de Competitividad y Productividad, estos corresponden a:

1) Focalización: La existencia de recursos públicos limitados, requiere decisiones de priorización del gasto, determina criterios explícitos de focalización. Un criterio esencial

será el énfasis sobre las micro, pequeñas y medianas empresas.

2) Evaluación y rendición de cuentas: Los programas públicos serán evaluados y sus resultados socializados. Se establecerán criterios claros para determinar el éxito o fracaso de los proyectos y así evaluar los resultados e impactos. En particular, los programas definirán un plazo para el cumplimiento de las metas. Los resultados de estas evaluaciones influirán directamente en la continuidad de los programas y las decisiones futuras de política.

3) Participación del sector privado: Una política de productividad requiere una participación activa del sector privado, en particular en lo que se refiere a: I) mantener una comunicación continua con el gobierno, incluida su participación en el seguimiento y evaluación de los programas; y, II) asumir compromisos en cuanto al desarrollo de los programas adelantados al amparo de esta política.

4) Regionalización: Dentro de las competencias propias del sistema político, el Gobierno debe garantizar a las regiones del país acceso a los programas en materia de competitividad y productividad, de manera acorde con las necesidades particulares de cada una de ellas. Se promoverá la creación de capacidades institucionales y de gestión, particularmente en las zonas de menor desarrollo relativo.

5) Corresponsabilidad: Compete al Estado garantizar la provisión de los bienes públicos necesarios para alcanzar niveles adecuados de competitividad; en tanto que el sector privado es el eje de generación de riqueza, en un contexto de libertad de mercado.

6) Promoción de la responsabilidad social empresarial (RSE): La RSE comprende aquellas iniciativas que benefician a los grupos de interés de las empresas (proveedores, trabajadores y clientes) o a la sociedad en general. Estas iniciativas son realizadas por empresas que guiadas por la rentabilidad de sus negocios se responsabilizan por el impacto que tienen en las sociedades en las que operan (esto incluye efectos ambientales, sociales y económicos). La política pública promoverá el desarrollo de estrategias de RSE.

CONPES 3484 del 2007. Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado.

Este documento presenta a consideración del Consejo Nacional de Política Económica y Social CONPES, las estrategias de política para la transformación productiva y la mejora sostenible de la productividad y competitividad de las Microempresas y de las PYMES. Se busca que estas empresas se constituyan en una fuente creciente de generación de ingresos y empleo de calidad, y logren insertarse y posicionarse en los mercados nacionales e internacionales.

El documento está estructurado en tres partes. La primera es un diagnóstico, donde se describen las características de las Microempresas y de las Pymes, y las políticas públicas que se han diseñado para su fomento y promoción. En la segunda sección se proponen las estrategias de política para la transformación productiva y promoción de esos segmentos empresariales. Finalmente, en la tercera parte se establecen las recomendaciones para la implementación de esas estrategias.

Sobre el fomento del emprendimiento, propone diseñar y estructurar una estrategia para fomentar emprendimientos articulados a cadenas de valor con potencial real de mercado, que permitan ampliar la base empresarial y generar cambios sustanciales en la estructura productiva nacional.

El diseño de esta estrategia partirá de la realización de un inventario y una evaluación del impacto de los actuales programas de emprendimiento. A partir de allí, generar mecanismos de coordinación de los diversos instrumentos de apoyo y se desarrollarán instrumentos específicos de financiación adecuados a las diversas fases del proceso de formación y consolidación de las nuevas empresas (capital semilla, capital de arranque y capital de riesgo).

De igual manera, la estrategia contempla el desarrollo de sistemas de información confiables que evidencien oportunidades de negocio; los mecanismos para fortalecer las redes de cooperación entre las universidades, el sector privado y las entidades del Estado, para impulsar el surgimiento de emprendimientos; el desarrollo de mecanismos tendientes a reducir los costos de operación de las empresas en sus primeros años de operación; y el diseño de intervenciones diferenciadas de acuerdo a las características y capacidades de los diversos grupos de poblaciones con vocación emprendedora (jóvenes emprendedores, poblaciones vulnerables, etc.).

Lo anterior, implica llevar a cabo un amplio ejercicio de coordinación que complemente esfuerzos entre las distintas áreas y niveles del Gobierno, los organismos de cooperación internacional y las organizaciones privadas que desarrollan programas de emprendimiento, para definir derroteros de acción comunes hacia el logro de esos objetivos.

CONPES 3527 del 2008. Política Nacional de Competitividad y Productividad. Este documento plantea quince planes de acción para desarrollar la Política Nacional de Competitividad propuesta en el marco del Sistema Nacional de Competitividad.

Los 15 planes de acción son los siguientes: (1) sectores de clase mundial, (2) salto en la productividad y el empleo, (3) competitividad en el sector agropecuario, (4) formalización empresarial, (5) formalización laboral, (6) ciencia, tecnología e innovación, (7) educación y competencias laborales, (8) infraestructura de minas y energía, (9) infraestructura de logística y transporte, (10) profundización financiera, (11) simplificación tributaria, (12) TIC, (13) cumplimiento de contratos, (14) sostenibilidad ambiental como factor de competitividad, y (15) fortalecimiento institucional de la competitividad.

Considera la competitividad como un término complejo, que admite múltiples definiciones. La forma menos controversial de medirla es por medio de la productividad.

Así, entiende la competitividad como un complemento a las condiciones de entorno para el crecimiento. En particular, el crecimiento posee unas condiciones necesarias, que fundamenta la parte jurídica, seguridad física y la estabilidad macroeconómica. La importancia de esas condiciones es vital. En este documento no se hacen consideraciones sobre las condiciones de entorno, en el entendido de que éstas deben ser satisfechas.

Señala que una política de competitividad no sustituye a la Seguridad Democrática ni a un entorno macroeconómico sano y estable, sino que los complementa, y permite potenciar el efecto de éstos sobre el crecimiento.

Respecto al papel del Estado en la mejora de la productividad, en este documento se entiende que, siendo el sector privado el principal responsable de la productividad, el papel del Estado es facilitar los esfuerzos productivos del sector privado. Esta facilitación se puede dar en por lo menos tres niveles: (1) la provisión de bienes públicos que juegan el

papel de insumos de producción para mejorar la productividad y competitividad de las firmas colombianas, (2) la promoción de alianzas productivas público-privadas, y (3) el fomento de la dimensión regional de la competitividad.

Desarrolla los lineamientos de la Política Nacional de Competitividad (PNC), aprobados por la Comisión Nacional de Competitividad (CNC) el 13 de julio de 2007, teniendo en cuenta que la Comisión estableció los siguientes cinco pilares para la política de competitividad: (1) desarrollo de sectores o *clusters* de clase mundial¹, (2) salto en la productividad y el empleo, (3) formalización empresarial y laboral, (4) fomento a la ciencia, la tecnología y la innovación, y (5) estrategias transversales de promoción de la competencia y la inversión.

El desarrollo que se hace en este documento, consiste en presentar unos planes de acción para alcanzar los objetivos implícitos en cada uno de los cinco pilares previamente definidos. En este sentido, se plantean quince planes de acción en diferentes áreas de trabajo de la competitividad. La elaboración de estos planes de acción ha sido liderada por los ministerios o entidades directamente responsables, haremos especial énfasis al campo de la educación y las competencias laborales.

Tratándose de educación y competencias laborales, este plan de acción es el resultado de la concertación entre el Ministerio de Educación y el SENA, a partir de políticas y estrategias que cada una de estas entidades han venido impulsando para garantizar que los sistemas educativos y de formación para el trabajo, formen el recurso humano requerido para aumentar la productividad y la competitividad del país.

Para lograrlo, presentan los siguientes objetivos y estrategias:

Competencias laborales. Impulsar un nuevo modelo de Formación Profesional en el país, coherente con los actuales requerimientos de transformación y modernización del aparato productivo colombiano y con los retos que impone la Sociedad del Conocimiento.

¹ Nota aclaratoria: *Clúster* es una palabra no traducible literalmente, pero es la que mejor recoge el concepto de agrupaciones de empresas complementarias e interconectadas. De esta manera los *Clusters* son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interrelacionadas que actúan en una determinada actividad productiva. Agrupan una amplia gama de industrias y otras entidades relacionadas que son importantes para competir. Incluyen, por ejemplo a proveedores de insumos críticos (como componentes, maquinaria y servicios) y a proveedores de infraestructura especializada. Con frecuencia también se extienden hasta canales y clientes. *Clúster* no es un gremio. *Clúster* no es un sector industrial. *Clúster* no es una cadena productiva (Tomado de la Web: camaramed.org.co)

Articulación del sistema educativo y formación a lo largo de la vida. Lograr que las instituciones educativas ofrezcan formación en competencias laborales a sus estudiantes en articulación con programas del SENA o instituciones de educación superior facilitando un aprendizaje permanente fundamentado en los principios de acceso, calidad y pertinencia.

Diseño y aplicación de un Marco Nacional de Cualificaciones que facilite el aprendizaje permanente y promueva la aplicación de mecanismos transparentes para reconocimiento, evaluación y certificación de competencias laborales.

Consolidar el Sistema Nacional de Formación para el Trabajo y el Desarrollo Humano (SNFT).

Implementación de esquemas flexibles, que promuevan la movilidad entre subsistemas, con el desarrollo de competencias básicas, científicas, ciudadanas y laborales como el eje articulador.

Fortalecimiento de la educación técnica y tecnológica. Fomentar la oferta y el acceso a programas de calidad y pertinentes que permitan contar con un mayor número de técnicos profesionales y tecnólogos que puedan desempeñarse en los cargos para técnicos de mando medio, técnicos especializados y trabajadores calificados de la pirámide ocupacional.

Consolidar el Servicio Público de Empleo –SPE- y el Observatorio Laboral y Ocupacional Colombiano, como instrumentos estratégicos de las políticas de Estado en materia de empleo y formación, de esta manera contribuir al crecimiento económico y a la equidad social, a través de la gestión e intermediación pública y gratuita de empleo, el análisis del mercado laboral y ocupacional, la orientación de la oferta de formación profesional y de los programas especiales de empleabilidad.

Educación, aprendizaje y mercado laboral. Hacer del Observatorio una herramienta estratégica para orientar la política educativa a partir de las tendencias del mercado laboral, contribuir al mejoramiento de la calidad y pertinencia de los programas que ofrecen las instituciones, orientar las decisiones de los estudiantes, los graduados y los hogares sobre sus inversiones en educación y consolidar información útil para la toma de decisiones por

parte del sector productivo.

Fortalecer el vínculo entre las instituciones de educación superior, los gobiernos locales y el sector productivo en torno a temas estratégicos para el desarrollo de las regiones.

Promoción de la cultura de la responsabilidad social universitaria. Poner en marcha el Sistema del Servicio Social Universitario que permita a las IES y a los estudiantes, involucrarse en proyectos sociales que contribuyan a la reconciliación y el desarrollo regional.

Internacionalización de la educación superior. Promover una educación superior acorde con los retos que imponen la globalización y la economía del conocimiento.

Bilingüismo. Crear las condiciones para desarrollar en los colombianos competencias comunicativas en inglés y otros idiomas.

Uso y apropiación de medios y nuevas tecnologías. Garantizar el acceso de toda la población a las TIC y generar la capacidad para que las personas puedan beneficiarse de las oportunidades que ellas ofrecen.

CONPES 3533 del 2008. Bases para la adecuación del “Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional”. Con el propósito de fortalecer y ampliar las estrategias que promuevan la generación de conocimientos y el desarrollo de habilidades tendientes a estimular un espíritu hacia la creación artística, cultural, científica y tecnológica, el gobierno colombiano pondrá en marcha un plan de acción para la adecuación del sistema de propiedad intelectual a la productividad y la competitividad nacional.

En tal sentido, el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), aprobó las bases de dicho plan para el periodo 2008 - 2010, el cual contiene seis estrategias para su desarrollo por parte de entidades como los ministerios del Interior y de Justicia, de Comercio Industria y Turismo, de Agricultura, de Cultura, la Superintendencia de Industria y Comercio, la Dirección Nacional de Derecho de Autor, el INVIMA, COLCIENCIAS y el SENA, entre otros.

Las estrategias definidas por el CONPES de propiedad intelectual son las siguientes:

Estrategia 1: Estimular la creación y producción intelectuales a través del uso efectivo del sistema de la propiedad intelectual. Su objetivo es contribuir con el desarrollo y crecimiento económico del país a través del estímulo de la generación de activos intangibles, mediante el adecuado uso del conocimiento existente y aprovechamiento de la propiedad intelectual.

Debido que la mayoría de los recursos en Investigación y Desarrollo están en cabeza de las universidades e institutos de investigación pública, gran parte de las recomendaciones propuestas están dirigidas a instituciones educativas para que implementen mecanismos de formación que incentiven la creación y producción de conocimiento.

Estrategia 2: Promover la propiedad intelectual como mecanismo para el desarrollo empresarial. Contribuye a preparar las condiciones para que el aparato productivo evolucione hacia una competencia basada en la creación, la adaptación tecnológica y la innovación.

Se recomienda a la Superintendencia de Industria y Comercio, al Ministerio de Comercio Industria y Turismo y a PROEXPORT, con el apoyo de COLCIENCIAS, diseñar e implementar un programa nacional orientado a promover la propiedad industrial como mecanismo para el desarrollo empresarial.

Así mismo, recomienda al Ministerio de Cultura y a la Dirección Nacional de Derecho de Autor apoyar la conformación del Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor – ODAI.

Estrategia 3: Protección de los conocimientos tradicionales y acceso a recursos genéticos y sus productos derivados. Se elaborará una política que permita la recuperación, protección y fomento de los conocimientos tradicionales, así como garantizar el otorgamiento de derechos de propiedad intelectual basados en el acceso legal a recursos genéticos y sus productos derivados, como fomento a la innovación tecnológica y al desarrollo sostenible, de conformidad con la normativa vigente y el plan nacional de bioprospección.

Estrategia 4: Aplicar de manera efectiva la protección a los derechos de propiedad intelectual. Esto significa lograr la adecuada observancia del régimen de propiedad intelectual, indispensable para estimular la inversión tanto nacional como extranjera y la transferencia de tecnología, asegurando el respeto de derechos patrimoniales de creadores y así estimular la creatividad.

En este caso, se recomiendan, entre otras acciones, que la Fiscalía General de la Nación, la Policía Nacional, la DIAN y al Consejo Superior de Judicatura, coordinen esfuerzos para producir estadísticas consistentes y compartidas entre sí, sobre las labores de control relacionadas con la observancia de los derechos de propiedad intelectual.

Estrategia 5: Gestión eficaz para el fortalecimiento de la administración del sistema de Propiedad Intelectual. Para cumplir con esta estrategia se establecieron tres categorías: propiedad industrial, derechos de obtentor de variedades vegetales², y derechos de autor y conexos.

Igualmente, como una manera de fortalecer eficazmente la administración de la propiedad intelectual en Colombia, se recomendó al Ministerio del Interior y de Justicia, en coordinación con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Departamento Nacional de Planeación y el Departamento Administrativo de la Función Pública, fortalecer el recurso humano de la Dirección nacional de Derechos de Autor y mejorar su capacidad técnica y financiera.

Estrategia 6: Conformación de una instancia superior, de política de propiedad intelectual. Se trata de conformar un grupo institucional de alto nivel, encargado de definir la política en materia de propiedad intelectual, evaluar el impacto de la misma frente a los titulares de sus derechos y los usuarios de ésta y determinar el papel de las diferentes instituciones para efectos de la coordinación de la política. Esta instancia tendría como, entre otros objetivos, que el sistema nacional de propiedad intelectual contribuya a la promoción del desarrollo empresarial y la competitividad, así como al fomento de la investigación científica, la creación y la innovación.

² Nota Aclaratoria: Es el derecho que otorga el Estado a los obtentores de nuevas variedades vegetales, siempre y cuando sea nueva, distinta, estable y homogénea (google.com).

Para ampliar lo anterior, se crea la ley 1286 del 2009 la cual modifica la ley 29 de 1990, ésta convierte a COLCIENCIAS en un Departamento Administrativo y fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e innovación en Colombia. Esta ley es muy significativa, porque busca transformar el modelo productivo a partir de la producción agroindustrial y la extracción de recursos naturales no renovables con poco valor agregado, por uno que, fundamentado en la investigación, aporte un valor agregado a los productos y servicios, se abran los espacios para la creación de una industria nacional que se centre en la base tecnológica.

Lo acordado, permitirá un crecimiento productivo sostenible en el tiempo y en el espacio, además permite asegurar un empleo más firme acompañado de seguridad social, estrategia importante para reducir la desigualdad social.

De la misma forma debe haber un fortalecimiento de las ciencias sociales y humanas y en ella se incluye la Educación Social que nos abra caminos para identificar los problemas y buscar las soluciones con la participación de las comunidades.

El modelo planteado en esta ley, fortalece el trabajo coordinado, interdisciplinar, en equipo y en forma de red, para alcanzar procesos eficientes y resultados que respondan a las necesidades de los individuos.

Además, se establece una estrecha relación para aunar los esfuerzos en pro de la cooperación entre el sector de investigación y el educativo, con el fin de desarrollar la ciencia y la investigación en todos los niveles de formación, la educación sea a lo largo de la vida con el fin de llegar a desarrollar una comunidad científica como base para la transformación y el desarrollo del país.

Esta nueva ley busca desarrollar una mayor correspondencia entre los individuos, los centros de investigación y el sector privado, sea de tipo financiero o empresarial, esta es la única forma que la investigación trascienda y logre ponerse al servicio del desarrollo de la industria nacional y de la sociedad, todo esto encaminado a buscar solución a las situaciones trascendentales que viven un gran número de personas de nuestro país, por consiguiente si la industria gira su visión alrededor de la base

tecnológica con énfasis en la innovación, esto permitirá un empleo más estable y, desde luego, el desarrollo productivo también asciende y se mantenga redundando en mejores beneficios en las áreas de salud, educación, vivienda, recreación para los habitantes de este país.

4.2 LA LEY 1014 DEL 2006

La actual norma de emprendimiento, tiene como referente legal el proyecto de Ley N° 143 de 2004 "De fomento a la cultura del emprendimiento", precedente de la Ley 1014 del 2006; ello se remite al estudio publicado por las Naciones Unidas, que demuestra si existe una fuerte influencia de la cultura en la creación de emprendimiento. Al modelo propuesto en el estudio, se incluyen aspectos individuales que consisten en la cognición, en las necesidades, motivos, creencias, comportamientos y en los valores culturales tanto en un nivel individual como en un nivel social. Tanto el contexto institucional como el económico influyen también el desarrollo del emprendimiento.

La Ley 1014 de 2006, busca "fomentar una cultura del emprendimiento", mediante la creación de un marco institucional y el desarrollo de políticas públicas dirigidas a estimular la generación de organizaciones empresariales, enfatizando el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de ayudar al crecimiento de la economía del país. A su vez, promueve la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad. Este dinámico nexo entre el sector educativo e industrial se refuerza por medio de voluntariados empresariales y la opción de hacer planes de negocios, a cambio del trabajo de grado.

El Estado brinda los espacios para viabilizar la protección y garantía de esta ley, en aspectos como asignación de recursos públicos, especialmente a las redes que se creen alrededor del emprendimiento y que sean registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, de la misma forma los planes de negocios creados por los nuevos empresarios sean una garantía para que las entidades financieras hagan los préstamos que ellos solicitan para el inicio de la empresa.

Lo significativo de la ley, es que normaliza la promoción del emprendimiento en las

instituciones educativas del país, teniendo como base los principios y valores que se encuentran señalados por la Constitución del 91, ésta lleva a la vinculación directa y coordinada entre el sistema educativo y el sistema productivo a través de la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas, empresariales, tecnológicas e investigativas, a través de la implementación de una cátedra transversal de emprendimiento, la cual es un espacio de formación para que los niños y jóvenes desde el preescolar hasta la educación media puedan desarrollar una cultura del emprendimiento.

Así las cosas, en la Ley 1014 del 2006 se entiende por cultura el “(...) conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización (...)” (Art. 1º literal a). A su turno, la norma en cita define el emprendimiento como “(...) una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (...)” (Art. 1º, literal c).

En el anterior orden de ideas, teniendo en cuenta que, conforme se lee en la correspondiente exposición de motivos, el propósito de promover una “*cultura del emprendimiento*”, la ley 1014 se inspiró en dos aspectos básicos, a saber:

1. En primer lugar, estimular la “empresarialidad”, entendida como “(...) la capacidad de los individuos para crear empresas (...)” (Art. 1º, literal d) y, por esta vía, contribuir al crecimiento económico, al aumento de la productividad, al rejuvenecimiento de los tejidos socio-productivos, a la innovación y a la generación de nuevos puestos de trabajo.

2. En segundo lugar, estimular a los emprendedores para desarrollen sus habilidades y construir sus empresas en etapas más tempranas de la vida, de manera que se inserten en la actividad económica en forma anticipada, al igual como ocurre en las economías más dinámicas. Entendiéndose por emprendedores aquellas personas “(...) con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma

creativa, metódica, ética, responsable y efectiva (...)” (Art. 1º literal b).

Si se agrega a lo anterior que el mismo proyecto de ley 143 del 2004 como puntos de justificación, da importancia: I) al impulso de la cultura empresarial desde la escuela como uno de los pilares básicos para potenciar el desarrollo de iniciativas empresariales, por lo que considera necesario fomentar los valores que caracterizan a un emprendedor como parte de la educación de los niños; II) el apoyo para tener Colombia más empleadores y empresarios, sobre todo en el universo de micro, pequeña y mediana empresa porque en ellas las inversiones de capital por empleo generado son sustancialmente menores a las de las empresas de mayor tamaño y fácilmente pueden encontrar nichos de mercado para sus productos y servicios.

La anterior finalidad quedó plasmada en el artículo 2º de la norma en estudio, conforme al cual la 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.

Y es, precisamente, esa finalidad teleológica que recoge el artículo 2º parcialmente transcrito, la que establece las pautas de valoración de las preceptivas de la Ley 1014/2006 y el Decreto Reglamentario 4463 del 2006.

La misma Ley 1014/2006, tiene como propósito facilitar la permanencia de las pequeñas y medianas empresas en el mercado mediante el establecimiento de modelos de gestión y de organización que se adapten a ellas y con la supresión de formalidades inútiles para su constitución, en esa medida la disposición comentada persigue fines constitucionalmente legítimos que por otra parte encuentran cabida dentro de la función de los poderes públicos de crear estímulos al sector productivo.

En efecto, mientras la microempresa aparece regulada en la Ley 905 de 2004, como aquellas que cuentan con menos de once trabajadores ó un capital inferior a quinientos salarios mínimos mensuales legales, la empresa unipersonal está normatizada por la Ley 222 de 1995 como aquella constituida por una persona natural ó jurídica. Ahora bien, el

artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 consigna que las nuevas sociedades instituidas a partir de la vigencia de dicha ley, cualquiera que fuera su especie o tipo, con una planta inferior a once trabajadores ó activos totales inferiores a 500 salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la empresa unipersonal, lo anterior no quiere decir que desaparezcan en estos casos todos los tipos societarios.

Es decir, el artículo 22 de la Ley 1014 del 2006 prevé que las microempresas creadas con posterioridad a la entrada en vigencia de la citada normatividad, deben cumplir las formalidades previstas para las empresas unipersonales, sin embargo no modifica la naturaleza de las nuevas sociedades que se creen, sino simplemente asimila su proceso de constitución al legalmente previsto para las empresas unipersonales. En otras palabras solo en el momento de constitución de la sociedad deben observarse las normas de la empresa unipersonal, sin que el régimen de esta última se extienda en su totalidad a los otros asuntos de las sociedades que se conformen bajo la vigencia de la Ley 1014 de 2006.

La omisión del artículo 22 -relacionada con la no modificación de la naturaleza de las nuevas sociedades que se creen en el marco de la ley de emprendimiento- fue subsanada por el Decreto 4463 del 15 de diciembre del 2006, emitido por el Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo, que, reglamentando el artículo 22 en mención, determinó dos aspectos fundamentales:

El primero, relacionado con la constitución de sociedades comerciales unipersonales, de cualquier tipo o especie, excepto comanditarias o sociedades comerciales pluripersonales de cualquier tipo o especie, siempre que al momento de su constitución cuenten con diez (10) o menos trabajadores o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes, las que podrán constituirse por documento privado. (Artículo 1°).

El segundo, especifica que cualquier sociedad constituida con posterioridad a la entrada en vigencia de la Ley 1014 de 2006 y conforme a los requisitos del artículo 22 de dicha Ley, podrá adoptar la forma de sociedad unipersonal transformándose por documento privado, siempre que cumpla con al menos uno de los requisitos exigidos en materia de activos o trabajadores, previstos en el artículo 22 de la ley 1014 de 2006, y acredite los requisitos previstos en el artículo primero del Decreto 4463 (ello incluye las

sociedades por acciones simplificada, creadas por la Ley 1258 del 2008).

4.2.1 Núcleo temático de la Ley 1014 de 2006.

Este cuerpo normativo está organizado en torno a tres capítulos, los cuales agrupan los diversos preceptos. El capítulo I contiene las disposiciones generales y define en el artículo primero los conceptos de cultura, emprendedor, emprendimiento, empresarialidad, formación para el emprendimiento y planes de negocios.

Refiriéndonos al término cultura, el artículo citado hace una sucinta definición, como ese conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos y normas, que comparten las personas en todo tipo de sociedad, que denota la impronta de todo grupo social y de cada organización, es necesario aclarar que cuando se habla de los hábitos, éstos por sí solos no generan cultura, por cuanto son de carácter individual, su trascendencia hacia la cultura, se da en virtud de la relación entre los individuos, convirtiéndose en costumbre.

De igual manera puede anotarse respecto a los valores, las creencias e ideologías, éstos en su primera fase son de tipo individual y cuando son compartidos por varios individuos se convierten en sociales, lo cual da lugar a la creación de normas, entendiéndose éstas por el resultado de un acuerdo grupal para direccionar reglas de conducta en lo individual y social.

La suma de los componentes emprendedor-emprendimiento-empresarialidad, son el eje de lo social, porque difícilmente no pueden existir el uno sin los otros, primero la identificación de las necesidades, segundo, para el desarrollo de la creatividad y la innovación, con el objetivo de implementar procesos y tercero para lograr la transformación continua y constante de la sociedad, sin dejar de lado la evaluación como proceso de retroalimentación.

Puede decirse que una cultura sin fortalezas en lo que corresponde a sus elementos primarios (costumbres, valores, creencias e ideologías) que sirvan para la creación de normas ajustadas a sus realidades, difícilmente puede proyectarse hacia un cambio en los contextos del emprendimiento.

Posteriormente, el artículo segundo señala los objetivos de la ley, entre los que se destacan: (I) 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; (II) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

El artículo tercero señala los principios generales que rigen la actividad de emprendimiento, el artículo 4° enuncia las obligaciones del Estado en la materia.

Teniendo en consideración que los conceptos de cultura, emprendedor, emprendimiento, empresariedad, formación para el emprendimiento y planes de negocios, al igual que las normas relacionadas con el tema ya han sido desarrolladas en diferentes acápite del presente trabajo, no se hará referencia al respecto.

Desde luego, el marco institucional contempla las normas formales y las obligaciones informales, éstas últimas en lo que respecta a las normas de comportamiento, convenciones y códigos de conducta autoimpuestos, y en las características relativas a su observancia.

Teniendo en cuenta que las instituciones son el fundamento del marco institucional, éstas existen, entre otras cosas, porque reducen las incertidumbres propias de la interacción humana. Estas incertidumbres surgen como consecuencia de la complejidad de los problemas de cooperación social que deben resolverse, a través de reglas (incluidas las de comportamiento), que establecen como regular la interacción de los diferentes agentes y organizaciones, para lograr la armonía entre Estado-Sociedad e individuos.

Siguiendo el desarrollo del tema, el marco institucional es prácticamente un reflejo de la forma como se estructura la interacción humana, limitando las elecciones que se ofrecen a los actores sociales. (Banco Mundial, 2002).

En la práctica, el marco institucional regula el mercado, los bienes, los derechos de propiedad, los contratos y la competencia por esta razón, las características que asuman las instituciones y la forma cómo evolucionen, pasan a ser aspectos determinantes de la formación de empresarios y el potencial empresarial que se pueda desarrollar en una

sociedad (I. Covarrubias, Web. eumed.net).

El capítulo II fija el marco institucional para el desarrollo de la cultura del emprendimiento, mediante la creación de una red nacional y de redes regionales de emprendimiento.

Referente a la Red Nacional de Emprendimiento (RNE), se encuentra adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ésta se encuentra reglamentada, en cuanto a su constitución y funcionamiento, por el Decreto 1192 del 2009, que en su artículo 4º, para dar cumplimiento al artículo 6º de la ley 1014, señala que las Redes Regionales para el Emprendimiento (RRE), quedan adscritas a las Gobernaciones Departamentales, o quien haga sus veces.

En lo que corresponde al cumplimiento de su objeto y funciones cada RRE trabajará en el marco de la Comisión Regional de Competitividad del respectivo departamento. Más adelante se ampliará este tema.

Finalmente, el capítulo III contempla una serie de medidas para el fomento de la cultura de emprendimiento, tales como la enseñanza obligatoria del emprendimiento en los establecimientos educativos (Art. 13), la creación de un sistema de información y orientación profesional (Art. 14), las actividades de promoción del emprendimiento (Art. 18), los beneficios por la vinculación a las redes de emprendimiento (Art. 19), la difusión de la cultura de emprendimiento en la televisión pública (Art. 21).

El artículo 22 de la ley 1014, perteneciente al capítulo III, se encuentra desarrollado en el Decreto 4463 del 2006, que regula la constitución de sociedades comerciales unipersonales, de cualquier tipo o especie (excepto comanditarias); o, sociedades comerciales pluripersonales de cualquier tipo o especie, siempre que al momento de su constitución cuenten con diez (10) o menos trabajadores o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Cuadro 7 Síntesis sobre ley 1014/2006

LEY 1014 DEL 2006	
CAPITULO I Disposiciones generales	CAPITULO II Marco Institucional
<p>Artículo 1°. Definiciones</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Cultura b) Emprendedor c) Emprendimiento d) Empresarialidad e) Formación para el emprendimiento. f) Planes de Negocios. <p>Artículo 2°. Objeto de la ley</p> <p>Artículo 3°. Principios generales: a) Formación integral en aspectos y valores; b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo; c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad; d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles;</p> <p>Artículo 4°. Obligaciones del Estado.</p>	<p>Artículo 5°. Red Nacional para el Emprendimiento.</p> <p>Artículo 6°. Red Regional para el Emprendimiento.</p> <p>Artículo 7°. Objeto de las redes para el emprendimiento.</p> <p>Artículo 8°. Funciones de las Redes para el Emprendimiento.</p> <p>Artículo 9°. Secretaría Técnica.</p> <p>Artículo 10. Mesas de trabajo de la red de emprendimiento.</p> <p>Artículo 11. Objeto de las mesas de trabajo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sensibilización; 2. Formación; 3. Preincubación; 4. Financiación; 5. Creación de Empresas; 6. Capacitación Empresarial y Sostenibilidad; 7. Sistemas de Información
CAPITULO III Fomento de la cultura del emprendimiento	
<p>Artículo 12. <i>Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento.</i></p> <p>Artículo 13. <i>Enseñanza obligatoria.</i></p> <p>Artículo 14. <i>Sistema de información y orientación profesional.</i></p> <p>Artículo 15. <i>Formación de formadores.</i></p> <p>Artículo 16. <i>Opción para trabajo de grado.</i></p> <p>Artículo 17. <i>Voluntariado Empresarial.</i></p> <p>Artículo 18. <i>Actividades de Promoción;</i> 1. Feria de trabajo juvenil; 2. Macrorrueda de negocios para nuevos empresarios; 3. Macrorruedas de inversión para nuevos empresarios; 4. Concursos (Ventures); 5. Acceso al crédito o a fondos de capital semilla; 6. Programas de cofinanciación.</p>	<p>Artículo 19. <i>Beneficios por vínculo de emprendedores a las Redes de Emprendimiento.</i></p> <p>Artículo 20. <i>Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas.</i></p> <p>Artículo 21. <i>Difusión de la cultura para el emprendimiento en la televisión pública.</i></p> <p>Artículo 22. <i>Constitución nuevas empresas:</i> artículo 2° Ley 905 de 2004; Capítulo VIII Ley 222 de 1995.</p> <p>Artículo 23. <i>Reglamentación.</i></p> <p>Artículo 24. <i>Vigencia.</i></p>

Fuente. Elaboración propia.

La experiencia permite resaltar que para la implementación de esta ley es fundamental iniciar desde el contexto local y regional para hacer conexión con las políticas del Municipio y Departamento para comenzar a bajarlas al contexto educativo.

Desde la educación, estos procesos deben permitir a los jóvenes aprender a identificar las necesidades que tienen sus comunidades, porque las oportunidades sociales no se descubren, sino que se diseñan a partir de la creación de ideas con la participación de diferentes miembros de la comunidad que se comprometan en su

implementación, para que la práctica les permita vivenciar experiencias significativas y retomen los aspectos positivos que contribuyan a la solución de problemas propios de la comunidad, como también para trasladarlos a otros espacios que tengan vivencias similares y de esta forma fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento a través de la creación de ideas centradas en el valor social para el bienestar individual y general.

Con base en lo anterior, se puede soñar la propuesta para responder a esa necesidad y, finalmente, su implementación y constante evaluación. Este proceso, por ser educativo, abre una gama de posibilidades a los jóvenes para ir creando la cultura emprendedora y, sobre todo, desarrollar una actitud de independencia, que lleva a seguir profundizando en procesos creativos e innovadores.

Es por eso que, en este momento, el gobierno colombiano ha venido fortaleciendo la articulación entre la media técnica y la educación superior; las instituciones educativas en su gran mayoría y con el aval de las Secretarías de Educación, han venido apoyando este trabajo con los programas que ofrece el SENA, como también con algunas universidades.

La articulación se ha realizado a partir de las características de cada institución Educativa, del currículo y el área productiva del Municipio, ello da lugar a que la educación responda a las necesidades de contexto, además va muy de la mano con la formación que se continúa en el SENA a través de los ciclos propedéuticos.

Si el estudiante identifica con claridad el componente vocacional, el proyecto de vida y la función de la cátedra de emprendimiento y se compromete, desde luego, para llegar a ser profesional, lo hace en poco tiempo, porque la formación que recibe en la técnica le sirve para continuar en la tecnológica y ésta última como base para el nivel universitario.

Es importante resaltar, que los proyectos de emprendimiento educativos constituyen un ámbito que se genera desde la institución educativa para formar sujetos sociales con visión futurista, en el sentido que son capaces de identificar sus potencialidades y descubrir las oportunidades que se hallan en su entorno social para

gestarse como emprendedores.

Desde la proyección individuo-sociedad, éste logra transformar y mejorar las condiciones de vida y diseñar propuestas que sean incluyentes en una política de Estado-nación, donde se articule y tenga sentido el fortalecimiento de la cultura del emprendimiento, identificar aquellos espacios que se brindan como una oportunidad para crear conciencia de la importancia de generar transformación de crecimiento y desarrollo desde su propio contexto.

Por lo tanto, la ley 1014 del 2006, como marco de referencia, busca favorecer la proyección de oportunidades laborales, la consecución de riqueza entendiéndose ésta, no en el modelo economicista, sino como la realización del individuo como persona y miembro de una comunidad, contribuyendo a su crecimiento y desarrollo (Olsen: 2004, citado por Guzmán y Trujillo: 2008), a través de las rutas de articulación sectorial y beneficiando la interinstitucionalidad con el fin de alcanzar los objetivos con base en el fortalecimiento de las competencias, y la instauración de ideas dirigidas hacia el bienestar y desarrollo de los demás como proyecto de vida, todo esto a través de la cátedra de emprendimiento.

Por consiguiente y desde la vivencia del desarrollo de la asignatura de emprendimiento en estos últimos años, se puede afirmar que los estudiantes forjan actitudes emprendedoras, fortaleciendo la autoconfianza, autoestima y la necesidad de logro, en el sentido que plantean ideas que se evalúan y si es del caso, se desarrollan, con la finalidad de atender problemas sociales específicos a través de la consecución de objetivos planteados a nivel comunitario.

Cuando los jóvenes, a través de los procesos educativos de emprendimiento, detectan que en el nivel comunitario no se han logrado las metas propuestas, pueden, a través de ideas creativas e innovadoras, lograr proyectar el desarrollo de esas comunidades como parte de su vida profesional (Roberts y Woods: 2005, citados por Guzmán y Trujillo: 2008).

Es fundamental, que la Institución educativa respalde las acciones de la cultura del Emprendimiento a través de la inclusión de ésta en el Proyecto Educativo

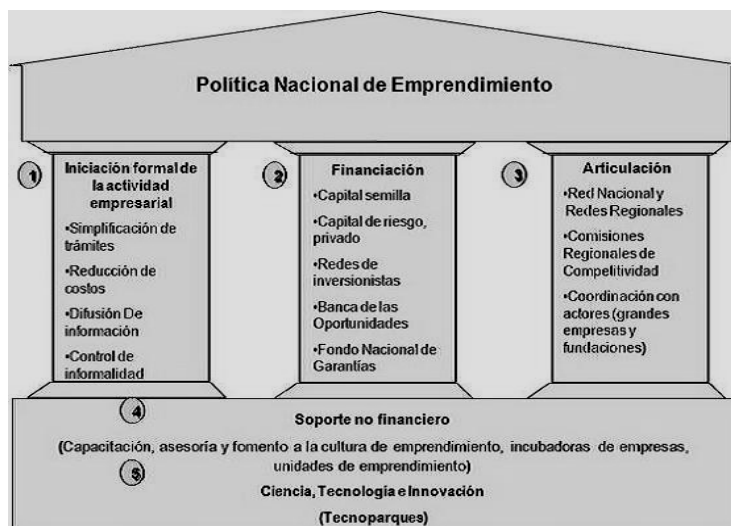
Institucional (PEI), y se convierta en una política institucional.

4.2.2 Política del emprendimiento

El papel del Estado en el fomento del emprendimiento es:

1. Promover la alianza público-privada académica
2. Facilitar condiciones para el emprendimiento
3. Desarrollar la dimensión local del emprendimiento

Figura 3. Política Nacional de Emprendimiento



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2009)

La Política de Emprendimiento en Colombia tiene cinco objetivos estratégicos que son:

1. Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
2. Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
3. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.

4. Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
5. Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

Si bien la ley plantea el desarrollo de la cultura empresarial a través de la creación de empresas, en Colombia la cátedra de emprendimiento ha de estar centrada en lo formativo ya que es muy difícil que quienes cursan la básica y media técnica puedan generar empresa pues en su inmensa mayoría son menores de edad, por lo tanto no son sujetos de apoyo económico a nivel de las entidades financieras, como tampoco para la legalización de las respectivas empresas, es importante que la cátedra de emprendimiento vivencie experiencias significativas a nivel del entorno, ya sea en el contexto local y regional, como en el nacional e internacional.

Fundamento de lo anterior constituyen los siguientes aspectos:

Uno de los criterios que han caracterizado en Colombia la política nacional para el fomento a la creación y desarrollo empresarial, es la afirmación y confirmación de que las empresas sin importar su tamaño y/o clasificación, ofrecen nuevas oportunidades para que en los países en vías de lograr desarrollo se introduzcan en áreas que generen y fortalezcan la creación de riqueza.

Como ejemplo de dichos criterios, figura el programa del gobierno nacional “Emprendedores Colombia”, en cabeza del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo que busca fortalecer y potencializar la política de fomento al emprendimiento, entendiéndose éste como “una manera de pensar y actuar orientada a la creación de riqueza, centrada en oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado, riesgo calculado teniendo como resultado la creación de valor” (Ley 1014 de 2006).

Esta política de emprendimiento se proyecta concertada con diferentes entidades públicas y/o privadas y de orden regional, nacional e internacional, para conformar espacios tangibles y confiables que solucionen las necesidades a través de la creación y fortalecimiento de iniciativas empresariales de alto nivel competitivo.

Se busca con dicha política:

1.- Articular programas, proyectos, entidades y organismos que promuevan el emprendimiento en Colombia y que permitan generar autoempleo formal y sostenido de manera masiva, atender las necesidades de los colombianos para generar emprendimientos que se ajusten a las necesidades y exigencias de los mercados (local o externo), lo que conlleva principalmente a encadenamientos con grandes empresas, mediante los clústers.

2.- Fortalecer mecanismos de capacitación y entrenamiento que correspondan a la economía del conocimiento, con proyectos de rápido y alto crecimiento para la transformación productiva.

3.- Beneficiar con recursos de capital semilla proyectos emprendedores, que sean presentados al Concurso Nacional de Planes de Negocio y fortalecer las herramientas para su crecimiento y sostenibilidad.

Para lograr lo anterior se propone:

- Crear Redes Regionales de Emprendimiento en cada departamento de Colombia para la articulación de organizaciones que apoyen procesos innovadores y desarrollen actividades de fomento.

- Activar acuerdos con instituciones de educación superior (IES), Cámaras de Comercio, ONG's, Fundaciones, incubadoras, gobiernos locales y otros colectivos, para entrenar expertos regionales que fortalezcan la estructuración de Planes de Negocio de alto nivel competitivo y acompañen los procesos de incubación de nuevas empresas.

- Fortalecer el Fondo de Capital Semilla para proyectos de alto nivel competitivo e innovador.

- Dar plena aplicación a la Ley 1014 de fomento a la Cultura del Emprendimiento, creando condiciones y actividades para la consolidación de una política concertada, eficiente y descentralizada para la promoción del emprendimiento.

4.3.3 Las Redes Regionales de Emprendimiento.

Con el objetivo de fortalecer las políticas que dinamizan el emprendimiento, mediante el Decreto 1192 del 2009, el Presidente de la República de Colombia, reglamentó la creación, funcionamiento y funciones de la Red Nacional para el Emprendimiento (RNE), adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o a quien haga sus veces, la cual estará integrada por los delegados de las entidades e instituciones a las cuales se refiere el artículo 5° de la Ley 1014 de 2006.

Entre las entidades adscritas a la Red Nacional de Emprendimiento se hallan el SENA, Departamento Nacional de Planeación, COLCIENCIAS y ACOPI, y está conformada por delegados permanentes para garantizar el desarrollo de las políticas que allí se establecen. También está creada una Red Regional para el emprendimiento, entre los delegados se unen instituciones como la respectiva Gobernación Departamental, el SENA, la Cámara de Comercio y la Alcaldía.

Por lo tanto, las redes son la base para establecer mesas de trabajo, y desde ahí, formular planes estratégicos para permitir el desarrollo integral y mantener la cultura del emprendimiento como una política de Estado, que trasciende en el sector educativo, económico y social.

En el artículo 2° del Decreto en mención, se determinó que en la primera reunión de la RNE, se discutirán y aprobarán: (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.

En lo que relaciona con las Redes Regionales para el Emprendimiento (RRE), el artículo 4° del Decreto 1192 señala que éstas quedan adscritas a las Gobernaciones Departamentales, o quien haga sus veces, y estarán integradas por los delegados (con sus suplentes) de las entidades e instituciones a las cuales. Se refiere al Art. 6° de la ley 1014/2006. Frente al cumplimiento de su objeto y funciones, cada RRE trabajará en el marco de la Comisión Regional de Competitividad del respectivo departamento.

Señala la norma en estudio, que la Red Regional para el Emprendimiento estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
3. Cámara de Comercio de la ciudad capital.
4. Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior (CRES).
7. Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.
9. Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.
10. Un representante de los gremios con presencia en la región.
11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

En relación al funcionamiento de las RRE, se señaló que las reuniones ordinarias se efectuarán por lo menos una vez dentro de cada bimestre del año, y serán convocadas por la Secretaría Técnica de cada Red. Esas reuniones extraordinarias se llevarán a cabo en cualquier tiempo y con la frecuencia necesaria, para el cabal cumplimiento de su objeto, y la Secretaría Técnica de cada Red las convocará.

Finalmente, se decretó que en la primera reunión ordinaria de cada año se discutirá y decidirá al menos: (I) el plan de acción debe ser aprobado por la RRE para el respectivo año, (II) la gestión realizada el año anterior por la RRE, incluyendo la gestión de la Secretaría Técnica, y (III) los demás aspectos han de abordarse de acuerdo con lo señalado en el Reglamento Interno de la RRE. Para las demás reuniones ordinarias del año, se discutirá al menos el seguimiento a la ejecución del plan de acción previamente formulado y aprobado por la RRE.

Tanto el artículo 7° de la Ley 1014 del 2006, como el artículo 7° del Decreto 1192 del 2009, señalan que las RRE complementarán su objeto a través de los siguientes puntos:

-Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento dentro del territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita

-Formular un plan estratégico para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.

-Conformar mesas de trabajo.

-Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita.

-Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales en el territorio correspondiente a la Gobernación a la cual se encuentre adscrita.

En los momentos actuales de desaceleración económica, cuando la tasa de desempleo amenaza con llegar al 15 por ciento, y existe una gran incertidumbre por lo que resta en materia del sector productivo, el gobierno colombiano se juega todas las cartas con el emprendimiento, a través de la constitución de redes empresariales para ofrecer bienes y servicios de categoría.

Considera el Ejecutivo Nacional, que las redes regionales de emprendimiento son un instrumento que permite impulsar la generación de nuevas empresas y, por ende, de empleos, buscando que los bienes y servicios que se produzcan en los departamentos estén acordes con las realidades de mercados nacionales e internacionales, y puedan, a su vez, ser garantía de empresas más sostenibles.

En lo referente a los proyectos de emprendimiento educativo en la media técnica es necesario que los jóvenes efectúen un recorrido temático y consideren todas las alternativas

posibles para integrarse en las redes nacional o regional respectiva a fin de conocer a profundidad como funcionan y poder visualizar adecuadamente su perfil profesional con énfasis en lo empresarial, lo cual conlleva a desarrollar no solo su independencia económica, sino la cultura del emprendimiento y la empresariedad.

Tal y como se anotara al inicio del presente título, es notable que, en lo correspondiente a la formación de emprendimiento (educación básica y media), las anteriores reglas operan solo en lo relativo al fomento de la cultura de emprendimiento, por lo que hace falta por parte del Estado y de la empresa privada una postura más dinamizadora e integradora, para que los jóvenes puedan vivenciar los procesos empresariales e industriales, de tal manera que puedan fortalecer su proyecto de vida relacionado con el enfoque emprendedor.

PARTE 2:

ESTUDIO DE CAMPO. PERFIL DEL EMPRENDEDOR

CAPÍTULO 1.

Es habitual, sobre todo en las tesis doctorales con un carácter fundamental propedéutico, que el diseño de la investigación ofrezca dos partes: una primera de revisión bibliográfica, conocida como “estado de la cuestión”, en América “estado del arte”, y una segunda parte denominada “estudio de campo” con una acentuación de la praxis. En esta etapa situamos por momento nuestro trabajo; en ella tratamos de mostrar cuáles son los objetivos, qué instrumentos aplicaremos para recoger la información, qué procesos metodológicos vamos a utilizar, cuál es la muestra, cómo analizaremos los datos todo un equipaje científico, cuya funcionalidad debe estar estrechamente vinculada a los objetivos planteados.

En el caso particular, la investigadora extraerá los datos de la realidad emprendedora expresada en distintas fórmulas, mediante el uso de diferentes instrumentos reconocidos por su validez y fiabilidad; la finalidad desemboca en el alcance de los objetivos previstos en la investigación. A todo doctorando se la ha de pedir claridad en el planteamiento de su problema, de donde el eje de su trabajo gira en torno a dos interrogantes:

- 1.- ¿Qué es lo que pretendo? Objetivos
2. ¿Cómo puedo alcanzar los objetivos? Diseño

Así pues, en primer lugar aparece la guía-meta del estudio, es decir, los objetivos; después, el diseño marca el recorrido de un mapa de actuaciones lógicas y coordinadas que arranca del emplazamiento de la investigación en el ámbito científico específico para proseguir hacia la aproximación a la realidad. El acercamiento a la situación, en tanto que el proceso de conocimiento de las condiciones concretas y reales del tema, es lo que en el diseño investigativo se llama estudio de campo.

1. CONTEXTUALIZACIÓN

Desde la década del 90, el trabajo y específicamente, el empleo, se ha visto afectado por un sin número de transformaciones y situaciones como:

1. Los modos de producción tecnológica son transformados a partir y desde la Nuevas Tecnologías.

2. Los ambientes laborales se centran en equipo, por lo que los desarrollos individualistas no tienen espacios credenciales.
3. Por lo mismo, las estructuras organizativas de tipo piramidal son reemplazadas por estructuras horizontales y flexibles.

Para ejemplificar estos planteamientos relacionados con el emprendimiento, tema de interés en este caso, las organizaciones han tenido que reducir el número de personas, sea por la inclusión de la tecnología, sea por la reestructuración de la misma organización, sea porque los individuos no se acomodan a trabajar en equipo. Es por ello que el empleo se ha visto afectado, en su funcionalidad, importancia y significado social.

No podía ser de otra manera: tras los cambios macrosociales, el trabajo como derecho se ha visto afectado por las nuevas exigencias que se incrustan en lo global, aterrizan en políticas nacionales y se apropian de las directrices regionales y locales.

Los cambios que se estructuran en esta nueva sociedad, hacen que las teorías y las prácticas pedagógicas se vayan ajustando en los ámbitos formativos a las demandas sociales. Es evidente que sobre la base de la educación se consolidan los cimientos de la construcción y reconstrucción de los individuos, la sociedad y el Estado frente al trabajo y al emprendimiento, objeto de nuestra preocupación.

Por consiguiente, la educación desempeña una acción esencial en la formación de los educandos con capacidades emprendedoras; descubrir las capacidades, las competencias emprendedoras permite forjar una praxis formativa que toma como eje vertebrador la orientación hacia la autonomía laboral desde los primeros niveles del sistema hasta la Universidad (Ley 1014/06).

Para dar solidez a los objetivos, hemos afrontado en páginas precedentes el interés por descubrir los conceptos próximos a la cuestión del emprendimiento: tales son personalidad del emprendedor, cultura emprendedora, creatividad, innovación, competencia. Todos estos términos se vinculan a los planteamientos competenciales de la Ley 1014 del 2006, promulgada por el Estado colombiano, versada igualmente sobre la promoción del emprendimiento en el país. En función del diseño de la investigación corresponde al estudio de campo obtener información de la realidad, esto es, del mundo emprendedor, bien por experiencia (empresarios), bien por conocimientos (docentes), bien por aspiraciones desde la formación (estudiantes) Cerciorados del pensamiento de los

agentes sociales relativos a las competencias del emprendedor, nos comprometemos a comparar los datos recogidos en la vida real con los datos aportados por la legislación.

En consecuencia, con el panel informativo precedente surgen los siguientes interrogantes

1. ¿Cuáles son las competencias propias del emprendedor que plantea la ley 1014 del 2006?
2. ¿Qué ideología social, política y económica sustenta el perfil de emprendedor en la Ley 1014 del 2006?
3. ¿Qué competencias a juicio de los empresarios, docentes y estudiantes definen al emprendedor?
4. ¿El perfil emprendedor que proponen los empresarios, docentes y estudiantes coincide con la propuesta que contempla en la ley 1014 del 2006?

De estos cuestionamientos se desprenden los objetivos de la investigación expresados con brevedad y claridad

CAPÍTULO 2.

FORMULACIÓN DE LOS OBJETIVOS

2.1 GENERAL

Construir el perfil de emprendedor desde el desarrollo de las competencias propias del emprendedor según la ley 1014 del 2006 colombiana.

2.2 ESPECÍFICOS:

1° Identificar cuáles son las competencias contempladas en la Ley 1014/06 del Gobierno colombiano.

2° Analizar los fundamentos filosóficos, axiológicos y empresariales caracterizados en el planteamiento oficial de las competencias del emprendedor.

3° Determinar cuáles son las competencias que a juicio de los docentes, empresarios, y estudiantes definen al emprendedor.

4° Comparar el perfil propuesto por los agentes sociales, empresarios, docentes y estudiantes, con el perfil contemplado en la ley 1014 del 2006.

Oportuno y quizás necesario es ofrecer una descripción más amplia de los objetivos a fin de presentar una consideración detallada.

La formulación del objetivo general persigue identificar en la ley la tipología de aquellas habilidades que configuran el perfil del emprendedor. El texto legal, “construir el

perfil de emprendedor desde el desarrollo de las competencias propias del emprendedor según la ley 1014/2006 colombiana”, apunta hacia la formación de personas capaces para crear el propio negocio; está bien definida la intención de formar talentos innovadores: lo importante es responder efectivamente a los retos y desafíos que se presentan en la vida, laboral, familiar y social con un equipo completo y diverso de recursos. Al equipaje personal, social, formativo que conforma el perfil del emprendedor y hace referencia la intención general.

El primer propósito, “identificar cuáles son las competencias contempladas en la Ley 1014/06 del Gobierno”, consiste en poner sobre la mesa las competencias que enfatiza la ley, primero para conocerlas y después para promocionarlas en sistema educativo reglado. Anteriormente, el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, respondiendo a las necesidades de los individuos, había planteado como política prioritaria la formación en competencias emprendedoras. Sus directrices establecían una especie de guía de referencia en virtud de la cual las instituciones educativas deberían concretar los currículos de emprendimiento, teniendo en cuenta los contextos sociolaborales. Sobre tales orientaciones incide la nueva Ley (ver capítulo de la Ley 1014 del 2006).

El segundo objetivo consiste en revisar el planteamiento ideológico del gobierno sobre el tema de las competencias. “Analizar los fundamentos filosóficos, axiológicos y empresariales caracterizados en el planteamiento oficial de las competencias del emprendedor” es someter “al ojo crítico” el marco institucional y el desarrollo de las políticas promotoras del emprendimiento. Sobre el papel, plantea una fórmula prometedora, aquello de “fomentar la cultura emprendedora”, pero ¿cuál es la filosofía que subyace? ¿A qué principios económicos responde? ¿Es el positivismo, la empresa economicista, los fines materialistas en exclusividad los principios ideológicos que conducen “el espíritu emprendedor” de la Ley?

El propósito tercero persigue identificar qué piensan los diferentes agentes vinculados a la investigación frente a las competencias; su caracterización no sólo nos presenta un perfil del emprendedor, sino que, en nuestro caso, como educadores, nos va a marcar una línea a considerar en los escenarios de la educación. Como venimos observando en la legislación y en la literatura el emprendedor no “nace sino que se hace”. El dicho, por repetido, diríase extraído de “lugares comunes”, pero resulta imprescindible en cualquier investigación contrastar la teoría con la realidad, en nuestra investigación, los estudios sobre emprendimiento con la opinión de los agentes experimentados. De esta manera es

posible otorgar a sus opiniones una mayor fiabilidad.

El último objetivo se expresa en términos de confrontación. Se trata de “comparar el perfil propuesto por los agentes sociales, empresarios, docentes y estudiantes, con el perfil contemplado en la ley 1014/2006”. ¿Qué se pretende con la comparación? Queremos encontrar las coincidencias y diferencias entre el perfil de emprendedor descrito en los textos legales y la mirada de las personas implicadas de distinta manera en el emprendimiento. Por ello la compulsa del objetivo último afrontará las disimilitudes o semejanzas entre los emprendedores y la Ley; también deseamos confrontar los conceptos de los tres tipos de agentes sociales.

El enfoque de los objetivos se caracteriza por ser holístico, en cuanto estudia globalmente el perfil del emprendedor, sin fragmentarlo y más bien contextualizándolo. Por lo mismo realiza un análisis inductivo, es decir, las competencias, explicaciones e interpretaciones, se elaboran partiendo de los datos y no de las teorías previas. Digamos con Pérez Luján (2008) que el diseño se justifica por la necesidad de [...] descubrir pautas, patrones y regularidades que permiten comprender el sentido, el significado y la construcción del perfil del emprendedor, a partir del análisis de cuatro fuentes de información: la Ley 1014 del 2006, los empresarios, los docentes y los estudiantes.

CAPÍTULO 3

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque metodológico referido a la investigación constituye una piedra fundamental a partir de ésta, cualquier trabajo científico intenta construir un pensamiento sea teórico o práctico. Comprender fenómenos, elaborar saberes, interpretar significados en las ciencias requiere un marco de procesos dentro del cual se mueve el investigador que se propone trabajar en profundidad. Anteriormente hemos argumentado y contextualizado las bases teóricas que sustentan el estudio presente; sin una metodología apropiada difícilmente el trabajo habría de recibir el respaldo de la cualificación científica. Con nuestro planteamiento procesal intentaremos descubrir en las próximas líneas cuál sea la metodología más adecuada para su inclusión en la esfera científica.

3.1 RELACIÓN METODOLOGÍA-INVESTIGACIÓN

Retomando algunas características comunes a las diversas interpretaciones que existen, podríamos identificar el concepto de investigación como la vía que permite descubrir alternativas fiables a los problemas que se abordan bajo la consideración de un planteamiento estratégico, planificado y sistematizado. En el fondo no es más que el manejo de una herramienta capaz de avanzar con seriedad en la promoción del conocimiento y la capacitación del ser humano, en el caso de las ciencias sociales, para relacionarse y resolver sus conflictos.

Situados en la esfera de la acción, somos conscientes de que las Ciencias de la Educación se hallan ubicadas en el marco de las Ciencias Humanas y Sociales por la fuerza de dos argumentos básicos:

- Porque el objeto de estudio que abordan es el fenómeno de la educación, en sentido amplio, de la especie humana y la sociedad

- Porque la metodología de sendas esferas científicas, Ciencias de la Educación y Ciencias Sociales, son similares

Es decir, por un lado, tanto los campos de acción, como los procesos de estudio son compartidos, por otra parte, el hecho educativo suele estar envuelto en unos condicionantes sociales, culturales, económicos. En estos momentos vamos a centrar nuestra mirada en la premisa metodológica a fin de lograr una justificación del tratamiento de los datos a estudiar.

Por discutidas que sean desde el campo de las “ciencias duras”, las estrategias de las Ciencias Sociales y sus metodologías siguen siendo científica. Así piensan autores de reconocido prestigio como Sáez, Serrano y Bisquerra, quienes conceden la autoridad de cientificidad a los estudios de los fenómenos socioeducativos. Se piensa, no sin razón, que la primera norma del científico social es ser respetuoso con los hechos que se están estudiando antes que servir dócilmente a un cuerpo de principios procesales, lo cual no debe impedir el rigor y la solidez del método.

Trataremos de explicarnos: es un dato constatable que la mayoría de los métodos de investigación en la esfera de la educación toma una dirección interpretativa. Quiere decirse, que su propósito principal asume la búsqueda “de lo que significa”, particularmente lo que es y tiene “vida”, pongamos por caso, las conductas educables, los fenómenos históricos, los hechos sociológicos, las expresiones psicológicas... Esto supone que no sólo nos detenemos en los hechos en cuanto tal, sino que también son consideradas las relaciones existentes, las prácticas dominantes, las experiencias y las creencias, las representaciones y las actitudes, así como los sentimientos y tendencias que suscitan, el significado (Cohen y Manion, 1990). ¿Dónde está la diferencia con los métodos experimentales? La mirada diferenciada radica en que el investigador no planifica los resultados, sino que más bien se preocupa de describir lo que ocurre. Y no podría ser de otra manera, porque las conductas humanas están selladas por significados difíciles de controlar tales como las intenciones, los intereses, las creencias, las percepciones, en suma las experiencias.

En consecuencia, interpretar el sentido de un comportamiento humano, representa no sólo una aproximación al hecho en sí, cuanto entender la significación que lo guía; si nos reconocemos parte del ámbito social, quiere decirse que no hay forma de escapar a esa realidad. Desde esta perspectiva ha de admitirse el carácter simbólico y aproximativo de la investigación social: nosotros no buscamos causalidades, sino relaciones y significaciones.

(Hammersley y Atkinson, 1994). En el marco pues, de un contexto interactivo se halla la razón principal de los comportamientos humanos, bastante lejos de interpretaciones puramente causales y normativas, como si de datos físicos se tratara.

Con estos supuestos, se comprende fácilmente que el método hermenéutico sea de uso fundamental en los estudios relacionados con la educación: describir, comparar, contrastar, clasificar, analizar, interpretar a los individuos, los grupos, las instituciones conforman el método fundamental de la investigación en las Ciencias Sociales y Educativa.

Podrán establecerse hipótesis confirmadas e interpretaciones validables siempre y cuando el investigador se ajuste a los contextos sin alterar las reacciones habituales de los sujetos. En el respeto a los escenarios humanos están justificados los procesos investigativos del presente estudio.

Con estos avales, el método dispone de los instrumentos destinados a facilitar al investigador la tarea de reunir, clasificar, ordenar, sintetizar, evaluar e interpretar. Los autores lo relacionan con los métodos cuantitativos subrayando uno de los aspectos principales lo cuantificable (Cohen y Manio, 1990: 91); por el contrario, otros consideran más válida la corriente cualitativa.

Antes de ubicar la descripción de nuestro planteamiento metodológico, queremos clarificar y examinar los caracteres que singularizan a los procesos cualitativos y los cuantitativos, así como los paradigmas que los inspiran.

3.2.- LOS MODELOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS

Un modelo es una estructura conceptual que sugiere un marco de ideas para un conjunto de descripciones que de otra manera no podrían ser sistematizadas. Así concebido, el modelo impulsa la inteligibilidad y ayuda a la comprensión de los fenómenos sociales, ya que proporciona lazos de interconexión entre hechos que sin la existencia de los canales de agrupamiento, podrían permanecer aislados e independientes unos de otros. El modelo es un espacio para explicaciones posibles y direcciones que conducen a una comprensión más asequible (Hanson, 1958).

Para una mejor aproximación al tema, se estima adecuado resaltar, si quiera de forma sucinta, algunas de las diferencias adheridas a cada uno de los modelos; las propiedades destacadas en cada caso, han servido a su vez de argumento motivacional para tomar posición a favor de la metodología cualitativa, cuyos rasgos en opinión de G. Pérez Serrano (1998) podrían sintetizarse en cinco esferas:

1. - Los objetivos a perseguir
2. - El proceso de análisis a utilizar
3. - Las técnicas de acumulación de información
4. - Las técnicas de análisis de datos
5. - La síntesis final de los datos

Tomando como base estos rubros, se deduce una interpretación diferente del propio proceso de investigación, una forma peculiar de abordarlos, una codificación y una extracción de resultados, que probablemente ayudarán a elaborar actuaciones diferentes.

Cuadro 8: Comparación sintética de los modelos cualitativos y cuantitativos

	Modelo Cualitativo	Modelo Cuantitativo
Objetivos	Búsqueda de tendencias, tipologías, regularidades, o patrones y obtención de datos únicos de carácter ideográfico	Conseguir datos que posibiliten una generalización de los resultados
Proceso de datos	Es sistemático y ordenado, obedeciendo a un plan que puede ser “artesanal”. Su carácter es fundamentalmente interactivo, lo que exige volver sobre los datos, analizarlos y replantear el proceso. Dado que se plantea como un ciclo, el análisis de datos no es la última fase de investigación.	Es un planteamiento más rígido y sigue características que suelen ya estar corroboradas. Posee una orientación fundamentalmente lineal.
Recogida de información	Va unida al análisis de datos; éstos necesitan ser traducidos a categorías con el fin de poder realizar comparaciones y posibles contrastes	La búsqueda de información y el análisis de datos constituyen momentos Diferentes
Análisis de datos	Mantiene una estrecha relación de contraste e independencia con el diseño del estudio y las informaciones pueden codificarse mediante estrategias diferentes como las palabras. También intenta la búsqueda de técnicas y procedimientos válidos para realizar y establecer inferencias. La validez y la fiabilidad pueden determinarse por diversas técnicas.	Se ordena preferentemente en base a códigos matemáticos y numéricos. Intenta el manejo de técnicas y procedimientos válidos y sistemáticos
Reducción de resultados	Se lleva a cabo a lo largo de todo el Proceso	Se realiza en un momento concreto

Fuente: Elaboración propia a partir de la bibliografía sobre el tema.

3.3 LOS PARADIGMAS

Etimológicamente, la palabra paradigma proviene del griego paradeigma (leer), formada del prefijo para (junto) y de deigma (modelo, ejemplo), el cual proviene de deiknynai (mostrar).

Un paradigma se define como una estructura conceptual, de fundamentos metodológicos y teorías interrelacionadas que presenta un determinado punto de vista por parte de una comunidad científica específica; el paradigma forma y representa una concepción del mundo (cosmovisión), a la vez que la construye como tal (Kuhn 1984).

Considera Kuhn (1984) que el concepto de paradigma es más de tipo abierto, porque la comunidad científica lo mantiene a través de la ciencia normal, hasta que nuevamente surge otro paradigma que cambia el anterior. Los criterios de validez en lo que respecta al conocimiento, están trazados por la comunidad científica, que lleva implícita una metodología apropiada. Porque existen diferentes metodologías, y hay distintos paradigmas, lo que en su momento levantó alguna polémica sobre la validez científica de cada. Sin embargo, en la actualidad los diferentes paradigmas no compiten entre sí, sino que se complementan, y tienden a coexistir (Lakatos, 1974).

Popper en su obra clásica “La Lógica de la Investigación Científica” propone un criterio de demarcación en las diferentes áreas de la ciencia que permita, de forma tan objetiva como sea posible, distinguir las proposiciones científicas (paradigmas) de aquellas que no lo son. Ese criterio de demarcación no decide sobre la veracidad o falsedad de una afirmación sino sólo sobre si tal afirmación ha de ser estudiada y discutida dentro de la ciencia o, por el contrario, se sitúa en el campo más especulativo de la filosofía. El estudio de los paradigmas sirve para preparar principalmente al investigador y para entrar a formar parte de la comunidad científica particular con la que trabajará más tarde.

Son muchos los paradigmas que ha adoptado la ciencia en el transcurrir de los siglos, ya que los paradigmas cambian y se transforman, pero ¿a qué se debe el surgimiento de un nuevo paradigma?, la respuesta es sencilla, se debe a una revolución científica. Cada revolución es una oportunidad de pasar de un paradigma a otro. Si se desarrolla una crisis, originada por un enigma no resuelto por el paradigma actual, es

esencial para el progreso de la ciencia un cambio de paradigma, obligando a los científicos a buscar nuevos horizontes.

La adopción de determinados paradigmas metodológicos ofrece diversas implicaciones, como:

1. Sirven como guía para los profesionales de una disciplina, al indicar cuáles son los problemas que deben afrontar.
2. Orientan la producción de esquemas conceptuales, modelos y teorías desde los cuales se interpretan dichos problemas.
3. Establecen los criterios para determinar los procedimientos y herramientas más apropiados con los temas y enfoques teóricos; y
4. Proporcionan una epistemología y unos principios metodológicos desde los cuales un trabajo investigativo se asume como pertinente.

En la historia de las ciencias sociales han existido, tanto paradigmas teórico interpretativos, como paradigmas metodológicos; en este sentido, la mayoría de autores los agrupan con los riesgos de toda clasificación, en tres principales y grandes concepciones paradigmáticas de la ciencia como son, el positivismo, la hermenéutica y el criticismo.

Toda investigación parte del concepto de realidad que tienen los investigadores. Ya sea por sus marcos teóricos previos, su disciplina de conocimiento, la corriente de pensamiento o el sistema cultural al que pertenece; el investigador nunca parte de cero frente al campo de la realidad que pretende estudiar. Generalmente no existe un científico que se adhiera totalmente a un paradigma metodológico. Sin embargo, a efectos didácticos, enfatizamos las imágenes de realidad que predominan en base a los enfoques cuantitativo y cualitativo.

En este orden de ideas, y teniendo como referencia lo anotado, exponemos los paradigmas principales surgidos en el avance del conocimiento científico:

3.3.1.- Paradigma positivista

Es llamado también cuantitativo, racionalista, empírico-analítico. En este paradigma lo que realmente interesa es el producto final logrado, es decir, el conocimiento observable, objetivo y cuantificable, con posibilidades de generalización.

El desarrollo del proceso de investigación sigue un procedimiento rígido, estructurado; su propósito final es someter a prueba la teoría, a través de la verificación y la contrastación de las hipótesis que se han formulado y que conforman la guía del proceso de la investigación. Por otra parte el lenguaje usado es demasiado técnico y con fuertes connotaciones teóricas, lo cual constituye en los puntos más criticados.

El enfoque metodológico, se caracteriza por la definición clara concisa de las variables que intervienen en la investigación (dependiente e independiente), la actuación, el amarre de las variables extrañas, la selección de las muestras que en un momento se toman como aleatorias, las medidas cuantificables. Desde el enfoque cuantitativo, inspirado en el positivismo, la realidad es vista como exterior a los individuos, como un orden social similar al natural, es decir, un mundo regido por la lógica de las relaciones causales y de las leyes inexorables, donde el margen de acción y de decisión de los sujetos está condicionado por las referidas relaciones causales y leyes. En consecuencia, el papel de las ciencias sociales es explicar y determinar normas a partir del descubrimiento de tales determinantes y de las teorías existentes (Paulo E. Oviedo: 2004).

3.3.2.- Paradigma Cualitativo-interpretativo.

Es también llamado cualitativo, fenomenológico, constructivista, inductivo, naturalista, humanista, etnográfico.

Para el paradigma cualitativo, la realidad es una construcción social compartida por sus miembros; el hecho de ser compartida, determina una realidad percibida como subjetiva, viva y reconocible para todos los participantes en la interacción social. La preocupación de las ciencias sociales es, comprender y explicar dichas relaciones desde el marco de referencia de la cultura de sus actores (Paulo E. Oviedo: 2004).

Hoy se comparte la suposición cualitativa, porque la cultura es un concepto central, entendida como dimensión simbólica y representativa de las prácticas sociales, e interpretada personalmente. Por tanto se trata de una realidad simbólica y significativa en función de las percepciones del sujeto. Hernández Pina (1998) frente a este paradigma sostiene que:

-La vida social se genera y se mantiene por las interacciones y por los comportamientos en comunidad, es decir los cambios de vida que suceden en los contextos sociales.

- La conducta es explicada a partir de las interpretaciones propias de los sujetos que intervienen en el proceso de la investigación.

- El conocimiento pedagógico no es universal, sino que se ajusta a contextos y espacios determinados, ello significa que las teorías sociales son relativas, dado que cada comunidad actúa con juicios propios que a la vez pueden cambiar en el tiempo, efecto de los mismos cambios y construcciones que se puedan ir dando en las propias comunidades.

Las investigaciones llevadas en esta línea se centran en la descripción y comprensión de los comportamientos de los sujetos que participan en la investigación, analizando sus creencias, intenciones, motivaciones y aspectos complementarios al proceso de la investigación, pues ésta presenta una mirada holística de la realidad.

3.3.3.- Paradigma socio-crítico

Es llamado crítico, liberador, dialéctico, emancipador. Este enfoque busca la transformación social, como también dar respuestas a los problemas que nacen de éstas. Las realidades construidas a través de un proceso de análisis dinámico a partir del acercamiento a factores políticos, sociales, económicos, culturales y personales. Los principios más significativos están:

- Conocer y comprender la realidad para mejorarla y transformarla.
- Orientar el conocimiento para que el individuo vea la salida al problema en su contexto social, como también se convierta en co-partícipe de la propia investigación.
- Dar mayor interés a los problemas educativos próximos al sujeto.

- Presentar un plan de actuación abierto y flexible de acuerdo al proceso analítico y crítico.

Realizada la presentación de los fundamentos esenciales de cada paradigma, Gloria Pérez Serrano efectúa un análisis comparativo entre ellos, tomando como referencia varios autores que ahora se presentan, para dar una visión más amplia sobre el mismo tema.

Cuadro 9 Comparación de los paradigmas

CRITERIOS	POSITIVISTA	INTERPRETATIVO	SOCIO-CRÍTICO
Finalidad	Verificar Controlar	Comprender Describir	Liberar Criticar
Ver finalidad	Única Externa	Múltiple Holística	Construida Holística
Relación sujeto/objeto	Independiente Neutral	Interrelacionada Relación subjetiva	Interrelación Compromiso
Propósito	Generalizar Explicar Cuantificar	Hipótesis de trabajo, contexto, tiempo y espacio, cualidad	Lo mismo que en el interpretativo
Diseño	Determinado	Emergente	Abierto/ Flexible
Lugar	Laboratorio	Situación natural	Situación social
Condiciones	Controladas	Libres	Libres
Valores	Libre de valores	Dados e influyentes	Crítica ideológica
Forma de conocimiento	Objetiva Teorías explicativas	Subjetiva Ideográfica Comprensión	Dialéctica Comprensión Reflexión, Praxis

Fuente: Gloria Pérez Serrano (2004: 212)

Para ampliar lo anterior, Cook y Reichardt (1986), afirman que un investigador no debe afiliarse de forma ciega a un paradigma u otro, sino que puede elegir una mezcla de los atributos de ellos para obtener los mejores resultados de la investigación.

Pérez Serrano (2004:207), retoma la comparación de los paradigmas cualitativo y cuantitativo que realiza con mayor precisión Cook y Reichardt.

Cuadro 10: Comparación entre paradigmas

PARADIGMA CUANTITATIVO positivista	PARADIGMA CUALITATIVO Hermenéutico- crítico
<p>Aboga por el empleo de los métodos cuantitativos. Positivismo lógico (busca los hechos o causas de los fenómenos sociales, con escasa atención a los estados subjetivos de los individuos.</p> <p>Medición controlada Objetivo Al margen de datos; perspectiva “desde fuera”. No fundamentado en la realidad, orientado a la comprobación, confirmatorio, reduccionista, inferencial e hipotético deductivo.</p> <p>Orientado al resultado Fiable: datos “sólidos y “repetibles” Generalizable: estudios de casos múltiples.</p> <p>Particularista: Asume una realidad estable</p>	<p>Aboga por el empleo de los métodos cualitativos. Fenomenologismo (interesado en comprender la conducta humana desde el propio marco de referencia de quien actúa).</p> <p>Observación naturalista y sin control Subjetivo Próximo a los datos; perspectiva “desde dentro”. Fundamentado en la realidad, orientado a los descubrimientos, exploratorio, expansionista, descriptivo e inductivo.</p> <p>Orientado al proceso Válido: datos “reales”, “ricos” y “profundos”. No generalizable: estudios de casos aislados.</p> <p>Holista: Asume una realidad dinámica</p>

Fuente Cook y Reichardt (1986)

La comparación que se ha dado siempre alrededor de estos paradigmas, que son aceptados por la comunidad científica, muestra la diferencia en los aspectos epistemológicos, metodológicos y utilitarios de las dos propuestas. Para Cook y Reichardt, (1986) un mismo fenómeno puede ser objeto de análisis desde el paradigma cuantitativo o cualitativo, pero ha de estar de acuerdo con las situaciones que puedan ocurrir en el proceso de la investigación.

En el campo de la investigación en educación se aceptan hoy día posturas eclécticas, ya que se puede hacerse uso de las condiciones del paradigma cualitativo como del cuantitativo; no obstante, el ajuste a la utilización de un u otro paradigma se fundamenta teniendo en cuenta los objetivos que se han definido en la investigación.

Eisenhart y Howe, (Citados por Gloria Pérez Serrano: 2004) afirman que siempre han de ser considerados los principios metodológicos que a continuación se plantean, sin dejar de lado que hoy día se da mayor énfasis a los procesos:

- Formular preguntas que se cimienten en la práctica educativa, luego se elijan los métodos de acuerdo a la investigación planteada.

- Aplicar sistemáticamente técnicas concretas para la recolección de datos y su análisis, lo cual implica escoger un enfoque específico.
- Definir la fundamentación de la investigación centrada en las teorías sociales como también sobre la práctica educativa.
- Dar una garantía acerca de las conclusiones logradas, como también abordar críticamente los logros y descubrimientos alcanzados a lo largo de la investigación.

3.4 LA PEDAGOGÍA SOCIAL, LOS DIFERENTES PARADIGMAS Y EL EMPRENDIMIENTO

Para iniciar este planteamiento es importante resaltar que la P/ES está enmarcada dentro de las ciencias humano-sociales de carácter pedagógico; además autodefinida como ciencia teórico-práctica, es necesario la utilización de una metodología que busque la vinculación entre la reflexión y la acción sobre las situaciones de la comunidad o personas objeto de estudio. Es preciso resaltar que la P/ES necesita del aporte de los diferentes paradigmas y la integración de perspectivas, porque los problemas a resolver son complejos y necesita de aportes plurales que le ayuden a tener una visión holística de la realidad que se analiza. Desde luego, la P/ES, por desarrollar los aspectos teórico-práctico, tiene vínculos cada vez más cercanos en lo que respecta a la investigación y a la intervención desde la intención que persigue.

Por lo tanto, el acercamiento a la realidad se realiza en forma dinámica y flexible y es a través de esta vía que se accede a la construcción del conocimiento y se crea en forma interactiva; así mismo la aproximación a la realidad adquiere un significado peculiar en la cultura y en la vivencia de quienes participan en el proceso investigativo.

También se busca la comprensión de la realidad en la que se halla ubicado el acontecimiento, problema o hecho para llegar a contextualizar la acción. Para poder hallar la información se requieren varias vías: una se realiza con el uso de técnicas estandarizadas o por procedimientos subjetivos como la observación participante, la biografía, relatos, etc. Desde esta parte lo que se quiere es resaltar la colaboración, el apoyo y el trabajo en equipo y que cada uno sea consciente de buscar y construir un mejor panorama de su realidad circundante.

Pérez Serrano, (2003:218), por otra parte, considera que, dada la naturaleza de la investigación educativa, y orientada hacia la resolución de problemas prácticos, ha de ocuparse del ámbito socio-educativo (nominación que se da en éste campo de la investigación). Precisamente la acción educativa es la característica que diferencia de otro tipo de investigación. La singularidad de tal acción está marcada en Sáez y Molina (2006: 164) por los siguientes rasgos:

- Investigación vinculada a la práctica.
- Orientada al cambio y transformación social.
- Hecha desde una visión dinámica de la realidad.
- Proceso continuo, función “bisagra” de investigación-acción, acción-reflexión.
- Aporta una reflexión sobre la praxis.
- Ofrece alternativas a los problemas y situaciones de mejora.

Teniendo en cuenta, como hemos reiterado, que P/ES representa un conocimiento científico provisional y por ende, inacabado, en constante evolución y revisión, su campo metodológico ha de ser interdisciplinar y su enfoque paradigmático plural. Porque no puede remitirse a un solo paradigma sino nutrirse de varios para el cumplimiento de sus objetivos; ello, dicho sea de paso, fundamenta que una disciplina como el emprendimiento con carácter social sea una de las preocupaciones de la pedagogía social, pues constituye en la actualidad una de las expresiones globalizantes del conocimiento y del desempeño oportuno y eficaz en los diferentes aspectos de la sociedad.

3.5 EL PROBLEMA DE LOS MÉTODOS

Dependiendo del tipo de problema que aborda y el fin que persigue alcanzar, cada investigación sigue un método, que siempre se adecua a cada circunstancia y problema. De ahí que la Metodología de la Investigación se haya constituido en una herramienta de apoyo general a los procesos investigativos por cuanto ella aporta luces para:

- 1.- Reflexionar críticamente acerca de la manera de llegar al conocimiento científico
- 2.- Estudiar y valorar los fundamentos teóricos, de los métodos empleados para llegar al conocimiento científico.
- 3.- Desarrollar las estructuras formales del método científico.

Vista de esa manera, la Metodología es una herramienta inter, trans y multidisciplinaria, que valiéndose de fundamentos filosóficos, lógicos, epistemológicos y técnicos, aporta al quehacer científico los medios para desarrollar los diversos procedimientos a través de los cuales la praxis investigativa contribuye al desarrollo del conocimiento científico, generando nuevos saberes, que bajo la forma de conceptos, explicaciones, principios, leyes y teorías, contribuyen al avance general de la ciencia (Simón Martínez Ubrinez, Nubys Eugenia Ochoa Cuadros (Web: unad.edu.co).

Seleccionar el método cuando se hacen investigaciones en educación es imprescindible, porque aquí son importantes los procesos. La metodología de investigación presupone una orientación filosófica, lo cual implica seleccionar los modelos, los paradigmas, las técnicas y los recursos necesarios para cada caso según la investigación a realizar.

El fin de la metodología es establecer el orden de los razonamientos para la consecución del saber. A lo largo de la historia, las investigaciones realizadas para acercarse a la realidad concreta se han hecho de forma disímil; esto ha permitido la apertura a otras corrientes, con puntos de vista diversos, dando origen a la pluralidad de modelos y formas para conocer la realidad desde ópticas diferentes y complementarias con una gran riqueza a nuevos horizontes en investigación.

Partiendo de la conceptualización etimológica de método que se define como el camino para conseguir algo, para Ferrater (1971) el método supone seguir un camino, que desde luego en la investigación tiene un plan prefijado, con unas reglas determinadas y aptas para conducir al fin propuesto.

La Pedagogía Social, como ciencia pedagógica y social, toma los métodos que utilizan las ciencias humanas y sociales: lo educativo hace uso de procesos y estrategias de acción cuyo fin está dirigido hacia el mejoramiento de los individuos y grupos sociales. Por lo tanto, no se puede olvidar que el objeto de estudio de la Pedagogía Social, es la construcción del conocimiento científico- pedagógico social y que la Educación Social hace referencia a acciones promoviendo la participación social. Es por eso que la Pedagogía Social toma los paradigmas y métodos de investigación tanto cualitativos como cuantitativos que son ajustados a cada situación específica de acuerdo a las situaciones y

realidades sociales que vive la comunidad, y desde la perspectiva de participación. Tanto la acción social como la investigación hacen uso de proyectos y programas de acción socio-educativa.

Entonces, la investigación socioeducativa es desde luego una actividad práctica y teórica, porque uno de los ejes de ésta es abordar situaciones de la vida e identificar las herramientas necesarias a las personas o comunidades. Con estos parámetros la investigación socioeducativa, es un proceso sistemático que está dirigido a lo social, en el cual intervienen grupos heterogéneos, que tienen conocimiento de esa realidad y la forma de actuar y convergen para buscar alternativas a los contextos susceptibles de cambios.

Desde la realidad concreta, el investigador social se comporta como un dinamizador que indaga los problemas, plantea soluciones de mejora implemente, evalúe, haga seguimiento, busque mejorar las condiciones y abrir nuevos horizontes que posibiliten una vida con mejores condiciones para las personas y/o colectividades. Por consiguiente, el investigador socioeducativo tiene un papel protagónico, al facilitar no solamente un conocimiento de la realidad social, sino que busca la comprensión y explicación científica de los procesos sociales que están sucediendo y pueden suceder, cuidando también de anticiparse a los desajustes con herramientas educativas.

Según Jesús García Mínguez (2006), la práctica socioeducativa posee unos principios que pueden seguir las siguientes orientaciones:

- Realizar un estudio que sea significativo con el fin de acercarse a la realidad.
- Crear una conciencia a nivel personal como social, para que a través del proceso educativo se alcance la sensibilidad de la ciudadanía frente a los fenómenos que vivencia y que la misma comunidad busque el cambio y la transformación desde lo local, regional o nacional.
- Generar espacios que permitan la reflexión, el análisis y la crítica; ello lleva a que cada persona es motor de cambio frente a su comunidad, como también adquiere un compromiso.
- Encauzar la educación como un proceso que tiene en cuenta los espacios y tiempos en lo diacrónico y sincrónico, es mirar tanto el presente, como del pasado como experiencia histórica que bien utilizada puede ser de gran provecho para el logro de

objetivos.

- Implementar las acciones educativas con una mirada interdisciplinar, porque los problemas que hoy se dan en las organizaciones y fuera de ellas son complejos y necesitan de soluciones también complejas; por lo que la mejor manera para enfrentarlos es través del trabajo en equipo.
- Impulsar programas y proyectos con metas y estrategias claras y que además vinculen miembros de la misma comunidad; esto permite ver el camino para ubicar los recursos necesarios a la solución de las necesidades.
- Realizar la evaluación, como proceso para identificar los aspectos positivos y los que necesiten mejora, para llevar a cabo la retroalimentación para el logro de las metas.

Planificar la acción investigadora desde la Educación Social, significa mirar campos de acción que pueden ser:

- Prestación de servicios personales
- Desarrollo de recursos humanos
- Prevención de problemas sociales
- Reconstrucción socio-comunitaria
- Modificación de las condiciones socio-económicas.

Por consiguiente el reto de quienes estamos en el campo de la Educación Social, es buscar que cada día avancen los conocimientos en esta área, se enriquezca con la reflexión y la acción a través de la investigación educativa.

CAPÍTULO 4.

LOS INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN: LA ENTREVISTA Y EL CUESTIONARIO

Dejamos de lado el debate sobre la prioridad de los métodos y sobre todo de los paradigmas: tanto los procesos positivistas como los hermenéuticos y/o críticos disponen de fuerza suficiente para alcanzar las metas de una investigación. Sin embargo tomados conjuntamente las aportaciones de cada uno implementan al tiempo que los insumos devienen con más fiabilidad. De ahí que en nuestro trabajo nos proponemos utilizar el enfoque cualitativo y el cuantitativo.

En concreto el abordaje del perfil competencial del emprendedor se desprenderá del uso de un instrumento cuantitativo y otro cualitativo en la convicción de que la pluralidad de fuentes canalizadas a través de vías diferentes, finalmente incrementará y complementará el flujo informativo; estos instrumentos corresponden a la entrevista y al cuestionario como medio de recolección de información.

4.1 PERTINENCIA DE LA ENTREVISTA Y CUESTIONARIO CON NUESTRO ESTUDIO

La recolección de datos se puede llevar a cabo mediante el uso de una gran diversidad de técnicas que vienen a ser utilizadas por el investigador para obtener información; entre estos instrumentos se citan como más frecuentes la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diario, el relato, el registro de datos anecdóticos, etc. Para acercarnos a una información viva y con conocimiento de causa hemos optado por la encuesta y la entrevista como los instrumentos ajustados a los objetivos de la presente investigación con carácter social.

En efecto, tanto el cuestionario como la entrevista son instrumentos que facilitan alcanzar una información precisa respecto a:

- Los objetivos de la Investigación
- La recopilación de los datos más relevantes que deseamos obtener

- Datos complementarios
- El elenco de la información necesaria para comprobar el planteamiento global de la tesis, esto es, describir el perfil competencial del emprendedor.

Determinamos en primer lugar el instrumento cuantitativo:

4.1.1.- El cuestionario

Para ejecutar estudios de campo en las ciencias sociales el cuestionario suele ser el documento prioritario. El cuestionario es un documento conformado por preguntas redactadas de forma coherente, es decir, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el objetivo de que las respuestas puedan ofrecer la información que se precisa.

En nuestro caso hemos seguido las recomendaciones de López Ruiz y Schmelkes (2008) para quienes el uso de cuestionarios en investigación suponen que:

1. El investigador parte de unos objetivos de estudio perfectamente definidos
2. Cada pregunta es de utilidad para el objetivo planteado en la investigación.
3. El investigador estructura las preguntas teniendo en mente los objetivos del trabajo.
4. El que contesta está dispuesto y es capaz de proporcionar respuestas fidedignas.

La fiabilidad y validez suelen ser los supuestos admitidos por los autores en la elaboración del cuestionario

- Confiabilidad.

Un cuestionario resulta fiable cuando el contenido representa lo mismo para todos los encuestados. Se puede confiar en una escala si genera constantemente los mismos resultados al aplicarla a sujetos similares en diferentes espacios. La fiabilidad implica consistencia. El asegurar la respuesta de los sujetos a los que se aplica el cuestionario redundará en resultados confiables. Un cuestionario demasiado largo genera cansancio en el encuestado, por lo tanto, las preguntas finales se responden sin entusiasmo, restándole confiabilidad.

- La validez es el segundo supuesto que caracteriza el cuestionario.

Cualquier cuestionario se dotará de validez cuando logra una información exacta y relevante. La selección y la redacción influyen en la validez de la pregunta.

Cuanto menos obligue a pensar al encuestado, o sea, cuanto más precisos aparezcan los ítems más válidos será la respuesta. En este sentido, la validez implica congruencia en la manera de plantear las preguntas: una redacción pobre o difícil de interpretar influye en el resultado y también en la calidad de las respuestas obtenidas. El sujeto no debe tener que adivinar lo que se quiso preguntar.

Para diseñar el cuestionario es preciso determinar el tipo de preguntas: los ítems pueden ser abiertos o cerrados. Nosotros preferimos el cuestionario abierto porque sabíamos de antemano que la muestra poseía conocimientos acerca del tema del emprendimiento; la experiencia de los sujetos encuestados provenía del ejercicio empresarial (empresarios y estudiantes), y/o docente relativo al emprendimiento. Con el fin de que las respuestas tuvieran como fuente la implicación en la vida emprendedora y a la vez se eliminará la fatiga y/o el esfuerzo del entrevistado, la formulación del cuestionario se ha reducido a tres preguntas:

1.- Desde su experiencia como empresario ¿cuáles cree que son las competencias o habilidades, destrezas que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa? (en tu mente deben estar presentes las competencias aludidas y si acaso ayudar en la conversación a hablar de ellas, o de la creatividad e innovación, el trabajo en equipo, etc. pero no deben aparecer en el enunciado)

2.- ¿Ud. considera que las políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen a poner en marcha una empresa?

3.- ¿Piensa que en la educación en sus distintos niveles, primaria, secundaria y universitaria o fuera del sistema (cursos, seminarios, celebración de eventos para el emprendimiento), se fomenta el espíritu emprendedor en Colombia?

Entendemos que la sencillez de las preguntas, una caracterización de los cuestionarios, por un lado minimiza el error y por otro las respuestas surgen de la implicación de los encuestados como usuarios del mundo de la promoción, creatividad y/o

innovación empresarial.

4.2.2 La entrevista

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista.

Las entrevistas es un intercambio de información que se efectúa cara a cara. Es un canal de comunicación entre el analista y la organización; sirve para obtener información acerca de las necesidades y la manera de satisfacerlas, así como consejo y comprensión por parte del usuario para toda idea o método nuevos. Por otra parte, la entrevista ofrece al analista una excelente oportunidad para establecer una corriente de simpatía con el personal entrevistado, lo cual es fundamental en transcurso del estudio. Es normal que la entrevista conforme la mejor manera de conocer las actividades de un sistema, entidad, organización toda vez que recoge opiniones, comentarios, ideas o sugerencia en relación a como se procede o se podría hacer u organizar un trabajo.

- **Determinación de nuestra entrevista**

Como el objetivo de la entrevista consiste en adquirir información general, hemos visto conveniente elaborar una serie de preguntas sin estructura: por lo mismo las respuestas son libres y abiertas. No parecía oportuno presentar a las personas entrevistadas una estructurada estandarizada. Por tanto, como en el cuestionario el modelo de respuestas y preguntas ha mantenido un formato no estructurado. Este formato permite a los entrevistados dar cualquier respuesta que parezca apropiada y al entrevistador incidir, recuperar aspectos especiales de la información recibida.

Las personas entrevistadas han respondido al mismo conjunto de preguntas (3) presentadas en el cuestionario. La diferencia entre uno y otro instrumento está en la relación más - menos personalizada que se establece entre sendos recursos recopiladores de información.

La entrevista no estructurada requiere menos tiempos de preparación, porque no necesita tener por anticipado las palabras precisas de las preguntas. Sin embargo el análisis de las respuestas del tipo de entrevista no estructurada lleva más tiempo que la primera. Veamos cómo se aplicará el análisis de los datos recibidos.

4.2. TRATAMIENTO DE LOS DATOS

El análisis de datos consiste en relacionar el conjunto de la información con los objetivos de la investigación; se trata de verificar si tienen razón de ser, es decir, si se identifican o qué tipo de relación mantienen con los propósitos del problema planteado en la tesis.

En los proyectos de corte cuantitativo se suelen manejar estructuras matemáticas, como análisis factorial, correlaciones, análisis factorial exploratorio, métodos multivariantes, medidas de tendencia central. Es el caso de nuestro cuestionario.

En el cuestionario vamos a utilizar *el análisis estadístico* de porcentajes. La técnica estadística de reducción de datos a porcentajes resulta un trabajo estadístico elemental pero capaz de explicar la variabilidad entre las variables estudiadas; como no es grande el número de factores y están polarizados en una conducta observable, el emprendimiento, estimamos que para evidenciar las competencias del emprendedor era suficiente el exponente matemático de los porcentajes. Toda vez que un promedio de encuestados comparte un grupo de valores, puede derivarse una constante que conduzca a la descripción del perfil del emprendedor.

Por otro lado para el instrumento de la entrevista y estudio de la Ley 1014/06 parece oportuno usar *el análisis de contenido* en tanto que técnica cualitativa de estudio de contenidos escritos u orales. Según Piñuel (2002) “se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados” Cohen y Manion (1990: 95), amplían más las expectativas del análisis de contenido y presentan siete objetivos que podrían perseguirse de forma complementaria:

1. Describir tendencias en el contenido de la comunicación.
2. Relacionar las características conocidas de las fuentes con los mensajes que producen.
3. Intervenir el contenido de la comunicación en contraste con las normas.
4. Analizar las técnicas de persuasión.
5. Analizar el estilo.

6. Relacionar los atributos conocidos de la audiencia con los mensajes producidos por ella.

7. Describir esquemas de comunicación.

Es también interesante la clasificación al respecto que, de manera global, señala Pérez Serrano (1998: 138, siguiendo a B. Berelson), y que tiene en cuenta la temática del contenido a analizar desde tres puntos de vista diferentes:

A.- Cuestiones referidas a las características del contenido:

- Describir las tendencias en el contenido de las comunicaciones
- Seguir la pista al desarrollo de la escolaridad
- Comparar medidas o niveles de comunicación ordinarios
- Ayudar a las operaciones técnicas de investigación
- Exponer las técnicas de propaganda
- Medir la legibilidad de los materiales de comunicación
- Descubrir formas estilísticas.

B.- Cuestiones referidas a productos o campos del contenido:

- Identificar las intenciones y otras características de los comunicantes
- Determinar el estado psicológico de las personas y grupos
- Detectar la existencia de propaganda (fundamentalmente con propósitos legales).

C.- Cuestiones referidas al público o efectos de contenido:

- Reflejar actitudes, intereses y valores (esquemas culturales) de grupos de población
- Describir las respuestas de actitud y conducta ante las comunicaciones.

Este último objetivo es el que en mayor medida responde a nuestra finalidad investigadora. En realidad, el análisis de contenido que nosotros vamos a desarrollar se sustenta en la necesidad de obtener datos fiables y válidos en lo referente a un determinado sector de población (empresarios, docentes y estudiantes, Ley 1014/06) que, de manera más o menos manifiesta, muestran una serie de proyecciones e ideas

(competencias), respecto al emprendimiento.

Partimos de la premisa de que las respuestas verbales de un sujeto o texto ante diversas situaciones proporcionan información en tanto que el lenguaje comunicativo no existe como fenómeno aislado, sino que se manifiesta junto a otros factores que posibilitan el campo de la comunicación (Pérez Serrano, 1998). Por eso el análisis del contexto y la simbología que supone, son tan importantes como el mismo análisis semántico.

Nos enfrentamos entonces a la necesidad de contemplar dos niveles diferentes: primero, *El nivel manifiesto*: supone una transcripción directa de la respuesta en función de un código determinado.

El nivel latente: trata de codificar el significado de la respuesta o de la motivación subyacente que motiva la conducta descrita (trata entonces de deducir lo que se quiso decir o dar a entender).

Parece ser que existen pruebas que muestran cómo el primero se puede realizar con mayor fiabilidad y validez que el segundo Fox, (1987), aunque ello no implica que este nivel quede desestimado en la investigación. Justamente una de las mayores ventajas del análisis de contenido es que, apoyándose en el significado manifiesto, descubre algunos aspectos ocultos a los que no podría accederse de otro modo. Es una razón importante que justifica a todas luces su utilización y desarrollo. Aunque, como vamos a estudiar, hayan de extremarse las medidas que concedan garantía y solidez al uso en sí de esta técnica analítica.

4.2.1 Desarrollo del análisis de contenido

Los discursos de las entrevistas tienden a reflejar las actitudes, puntos de vista y marcos filosóficos de sus creadores, reflejados en los comportamientos existenciales. De allí que sean portadores de sentidos que tienden a ser implícitos y ocultos. La técnica del análisis de contenido busca develar tales sentidos, mediante un proceso investigativo ordenado. De acuerdo con autores tales como Bardín (1986) y Krippendorff (1990), las posibilidades de esta técnica dependen tanto de la preparación del investigador, como de la organización, temática y establecimiento de las hipótesis o categorías.

Entre las principales ventajas, hay que destacar las siguientes:

- 1.- Es sencilla y no tiene muchos elementos técnicos;
- 2.- Se articula tanto con otras metodologías cualitativas como cuantitativas;
- 3.- Tiene múltiples aplicaciones en la medida que los discursos y
- 4.- Los textos son diversos; y puede aplicarse a grandes volúmenes de informaciones.

Los sentidos a determinar están dados por el investigador a través de la organización informativa por categorías. Teniendo en cuenta los supuestos de las teorías sobre competencias, emprendimiento, emprendedor, etc. nos ha parecido oportuno, inspirados en Delors (1978), agrupar los datos en tres categorías: el saber, el hacer y el ser. Entre las múltiples opciones el camino de la organización triádica ha sido prestado por un lado, de las aportaciones científicas de la investigación descubiertas en la primera parte y, de otro lado, nos han guiado las recomendaciones de Bardin (1986) y Krippendorff (1990), líneas arriba expuestas.

Organizada la información a través de las tres categorías mencionadas se analizarán los textos buscando contrastar su contenido con los objetivos de la investigación. Para ello se comparan los distintos discursos entre sí, empresarios, docentes, estudiantes, y con la información proveniente de la Ley 1014/06. De este modo logramos en cierto modo el carácter triangular exigido a los trabajos de corte cualitativo, acorde con los tres procesos, que Bardín (1986) propone para implementar la técnica:

- (1) Descripción sistemática (enumeración de las características de un texto),
- (2) Interpretación del sentido (determinación del sentido o la significación)
- (3) Inferencia (explicación).

De esta manera, cumplimos con los propósitos señalados en las primeras líneas del capítulo dedicado a la metodología: “el enfoque metodológico referido a la investigación constituye una piedra fundamental a partir de la cual cualquier trabajo científico intenta construir un pensamiento sea teórico o práctico. Comprender fenómenos, elaborar saberes, interpretar significados en las ciencias requiere un marco de procesos dentro del cual se mueve el investigador que se propone trabajar en profundidad”

CAPÍTULO 5

POBLACIÓN Y MUESTRA

Para este momento de la investigación, tenemos claro cuál es el problema a estudiar, hemos formulado los objetivos, se ha delimitado el diseño y los instrumentos con que vamos a trabajar. Siguiendo los parámetros clásicos de un modelo de tesis doctoral resta determinar los sujetos con quienes se va a llevar a cabo el estudio. Esta consideración nos conduce a delimitar el ámbito de la investigación definiendo la población y seleccionando la muestra.

- ***Población***

La población es definida por Rafael Bisquerra (2004) como el conjunto de todas las personas a las que se desea hacer extensivo el objeto de estudio de la investigación. “La definición y la delimitación clara de la población permitirá concretar el alcance de una investigación” (Bisquerra. 2004:143). No sólo se alude a personas, otras definiciones ofrecen una perspectiva más amplia: es el ejemplo de los autores Latorre, Rincón y Arnal, (2003) quienes identifican a la población como el conjunto de todos los individuos (objetos, personas, eventos, etc.) en los que se desea estudiar un fenómeno. Ellos deben reunir las características que definen el objeto de estudio. Observemos que el concepto de individuo, en esta acepción, hace referencia a cada uno de los elementos de quienes se obtiene la información.

En la práctica de nuestra investigación, tratándose de una población humana, por razones obvias resulta imposible ubicar todos los individuos de la población; de ahí la necesidad de acudir al muestreo.

- ***Muestra***

Siguiendo a Bisquerra, la muestra se define como un subconjunto de la población. Denominada también “universo de trabajo”, la muestra infiere los casos que de alguna manera tenemos consignados y de los que podemos extraer la muestra. Es normal que no se pueda trabajar con una la población grande como es el caso, sino con una parte o

fracción de ella la cual es considerada como una representación significativa de la totalidad.

Desde luego, si la muestra es representativa de la población, las conclusiones que surjan del proceso habitualmente pueden extenderse a los sujetos objeto de investigación, sobre todo en los estudios de corte cuantitativo. Disponiendo nuestro trabajo de un carácter cuantitativo y cualitativo, no nos atrevemos a generalizar los resultados; más bien preferimos mantener la reserva de lo cualitativo, considerando que los datos finales constituyen una orientación, unas pautas a seguir, tomando precaución de otorgar a los resultados el registro de norma o ley.

La selección de la población se ha realizado través del método de selección al azar, de modo que todos los sujetos de la población tienen las mismas probabilidades de formar parte de esta investigación. La selección al azar nos permite obtener una información precisa, significativa para dar alcance a los objetivos que nos hemos planteado. No es infrecuente que el rastreo de la información, tras el abordaje de un determinado número de sujetos, llegue a la saturación de los datos; es decir, no se registra nuevas aportaciones, las informaciones se repiten.

Hemos pensado que el método de muestreo habría de reconocer en los participantes una preparación específica sobre el tema del emprendimiento; para el caso hemos considerado que los sujetos habrían de reunir al menos tres características:

- 1.- Experiencia empresarial
- 2.- Conocimientos en el ejercicio o prácticas emprendedoras
- 3.- Personas con capacidad de observación y reflexión sobre el emprendimiento y/o el concepto de empresa.

Concretamente la muestra ha solicitado información de docentes, empresarios y estudiantes. Entendemos que los tres subgrupos, por un lado cumplen las tres condiciones señaladas y, por otro, pueden constituir una representación significativa por su relación con la legislación sobre el emprendimiento. Los intereses de cada universo (empresarios, docentes, estudiantes) han de tener como referente los documentos legales vinculados a las tareas emprendedoras y, en particular, la Ley 1014/06, centro principal de nuestra consideración.

Partiendo de la base referencial como es la reconocida Ley 1014/06, la muestra para el contraste de la investigación está conformada por 181 personas, repartidas

proporcionalmente entre los tres subgrupos. Las unidades muestrales se describen con los siguientes rasgos:

En primer lugar, abordamos al universo de trabajo de *los docentes*: se seleccionó una muestra de 57 sujetos, cuyo dato matemático corresponde a un porcentaje del 33.3% de la muestra. Los educadores elegidos poseían algunas características importantes de mencionar:

1. En su formación académica han recibido un curso sobre emprendimiento o dirigen la cátedra de emprendimiento en alguno de los niveles de la educación colombiana, (básico primaria, básica secundaria, media, media técnica, o universitaria).
2. Respecto a la titulación, todos son licenciados, tienen especialización y/o cursan una especialización en educación.
3. Las edades están identificadas entre 28 y 55 años.

Respecto a los *empresarios* el número asciende igualmente a 57 personas, o sea un 33, 33% de la muestra. Se destacan las siguientes características:

1. Todos tienen una empresa en funcionamiento.
2. La mayoría de las empresas giran en torno a bienes y servicios, productos agrícolas, pecuarios o artesanías.
3. Las edades oscilan entre los 25 y 58 años

En tercer grupo, se hallan los *estudiantes*; igual que el anterior grupo de trabajo suman 57 sujetos y representa sobre el total de la muestra el 33.3%. En esta unidad de muestreo se identifican los elementos propios siguientes:

1. Todos han recibido en su etapa de formación cursos, seminarios relacionados con emprendimiento a partir de la ley 1014 del 2006.
2. En su etapa de formación han tenido la oportunidad de proponer y vivenciar algún proyecto de negocio, como experiencia académica.
3. Las ideas de negocio no han sido registradas en Cámara y Comercio por los

costos de inicio como de sostenimiento.

4. La titulación formativa se reparte entre bachilleres técnicos, unos cursan la tecnología y otros el nivel universitario.
5. La edad de los jóvenes oscila entre los 17 y 25 años.

Como registro de representatividad anotamos la *ubicación geográfica*: Los participantes de la investigación están ubicados en la capital o en municipios muy cercanos a Bogotá y en la Costa Atlántica, lo cual se anota con más detalle a continuación:

Los docentes laboran en el departamento de Cundinamarca en diferentes municipios cercanos como Zipaquirá, Chía, Faca, Cogua, Soacha, Silvania como también Bogotá.

Los estudiantes residen en los municipios de Cogua, Zipaquirá, Silvania y la capital, Bogotá.

Los empresarios se ubican en Bogotá, Santa Marta, Bucaramanga y Cogua.

Uno de los problemas fundamentales que se le plantea al investigador en relación con el muestreo consiste en saber si el grupo seleccionado es verdaderamente representativo del conjunto. En la ocasión estimamos que, efectivamente, se da la representatividad en el colectivo muestral, por cuanto los rasgos de las personas elegidas son similares a los de la población que deseamos estudiar, es decir, las personas que aspiran ser emprendedores (ver 1ª parte, Capítulo de Emprendedor, 2.4).

CAPÍTULO 6

RECOGIDA DE INFORMACIÓN: PROCESO

Como se ha señalado en páginas anteriores, la recogida de información se ha compilado con dos instrumentos: un cuestionario ad hoc y una entrevista. Como ambas técnicas están explicadas ahora queremos exponer el proceso, porque nos parece de interés.

En un primer momento hicimos un reparto de los cuestionarios en formato informático, es decir, por Internet. El resultado en respuestas fue limitado en número y carente de información adecuada. Ello nos obligó a cambiar de estrategia y de reformular el cuestionario.

En el segundo paso llegamos a tres estimaciones:

1.- El cuestionario y la entrevista habría que construirlos sobre la base de una formulación breve y abierta.

2.- Teníamos una población “secuestrada” que eran los estudiantes y docentes. Quiere decirse que el acceso a esta muestra para recabar información no era difícil.

3.- Quedaba la población y muestra de los empresarios. El abordaje en las oficinas de la empresa no parecía el espacio más apropiado para realizar una encuesta o una entrevista. La oportunidad vino a tiempo, cuando pudimos asistir a varias concentraciones de empresarios (ferias y congresos). En un ambiente más informal que la oficina de la empresa se nos permitió solicitar un tiempo para llevar a cabo en unos casos la entrevista, en otros el cuestionario.

El proceso de recogida de información precisa atención, voluntariedad, organización, dirección intencional; el procedimiento seguido ha permitido que los sujetos seleccionados, además de las condiciones mencionadas hayan mostrado una participación cargada de interés, lo que garantiza de alguna manera la veracidad de los datos registrados.

CAPITULO 7.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Mirando hacia atrás, aparece con evidencia la construcción de una estructura de la investigación sobre el emprendimiento, que parte de unos marcos teóricos provenientes de la literatura específica y de la legislación colombiana, hasta alcanzar la concordancia con la realidad emprendedora pasando por la exposición metodológica. Enmarcamos la realidad en unas intenciones que constituyen el núcleo del trabajo doctoral; preguntas como ¿Cuál es la filosofía que mantiene la ley 1014/06 relativa el emprendimiento?, ¿En qué competencias se concreta el pensamiento teórico del legislador?, ¿Qué habilidades y destrezas movilizan o han movilizad a las personas vinculadas de alguna manera con la tarea emprendedora?, ¿Hasta dónde llega la aproximación entre los planteamientos de los investigadores sobre competencias emprendedoras, las aportaciones legales y la opinión de los dispositivos docentes, empresariales y estudiantado con vocación por el tema? conforman los cuatro objetivos de la presente tesis.

Los objetivos son el velo que nos envuelve a través del recorrido investigativo; los objetivos a alcanzar designan el camino a seguir. Descubierta la cartografía bibliográfica y los supuestos contemplados en la Ley, ahora corresponde abordar el pensamiento de lo que nos hemos atrevido a calificar de realidad, es decir, cómo sancionan los agentes emprendedores sus conocimientos, su experiencia, su formación respecto a los condicionantes del emprendimiento y cuál es el grado de conformidad con la Ley1014/06. Emerge, pues, un empeño inmediato: acercarnos a través de los instrumentos, encuesta, entrevista, a la subjetividad de los sujetos que sustancian el emprendimiento como son los docentes en sus desarrollos pedagógicos, los empresarios en su política empresarial y los estudiantes en sus representaciones emprendedoras.

Tras la información de los promotores sociales, contrastada con la resultante de la parte relativa a los planteamientos competenciales de la Ley, estamos en disposición de ofrecer las huellas direccionales que describan el perfil del emprendedor, nombre propio de la investigación.

Empujados por el hilo conductor del trabajo establecemos cuatro momentos en el análisis de la información:

- Primero, análisis de las competencias ubicadas en la Ley 1014/06
- .- Segundo, debate sobre la información del cuestionario,
- .- En tercer lugar, tratamiento de las aportaciones de las entrevistas y
- .- En cuarto lugar, el ejercicio comparativo entre los constructos de las competencias emprendedoras promovidas por la normativa legal y las referencias prácticas de los agentes sociales.

Con carácter propedéutico, cada campo informativo será conducido por la guía de las tres categorías, expresadas en espacios superiores y tomadas de Delors, como son los tópicos del “conocer”, el “hacer” y “ser”. A su vez cada categoría-tópico solicitará información sobre las competencias del emprendedor emergentes de la Ley, del cuestionario y de la entrevista a partir de la información extraída de las instancias sociales referenciadas: docentes, empresarios, estudiantes.

7.1 ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS EN LA LEY DE EMPRENDIMIENTO

Esta parte tiene como propósito identificar las competencias que aparecen en la ley 1014 para sustentar teóricamente el título de la presente investigación, como norma base del trabajo que se está desarrollando. Lógicamente la relación competencial ha de estar en estrecha relación con el mundo del emprendimiento.

Es importante resaltar que nos proponemos cruzar la información que aparece en la ley en mención con el capítulo correspondiente al tema de las competencias y su mirada desde la posición de autores como Tobón (2004), Delors (1996), Franc Ponti (2006), Goleman (2005), el mismo Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2003) y Gardner (1994-2001).

Gardner considera que los seres humanos tienen diferentes tendencias cognitivas y deriva de sus investigaciones una clasificación de ocho inteligencias y las sintetiza en tres grandes marcos: la naturalista, la espiritual y la existencial.

Como podrá observarse, desde la postura de Delors está tomada la clasificación de las competencias en función de tres categorías: el conocer o conocimientos; hacer o

habilidades en ejercicio y el ser o actitudes y valores. Lo difícil es lograr que el joven se encauce hacia el sector del emprendimiento, “para desempeñarse de manera apropiada en cualquier entorno productivo, sin importar el sector económico de la actividad, el nivel del cargo, la complejidad de la tarea o el grado de responsabilidad requerido” (MEN: 2003:6). Para empezar llama la atención la firmeza de los términos “entorno productivo” “sector económico”. Con esta luz encendida examinaremos cuáles son las líneas teóricas que inspiran la Ley 1014/2006.

El fortalecimiento que debiera darse, como se anotara, es una acción de vivencia a partir de talleres con empresarios de manera que el aspirante pueda vivenciar experiencias de la empresarialidad; el contacto con la vida de la empresa es la mejor guía para facilitar la profesionalización empresarial y analizar las oportunidades laborales. La formación emprendedora tendrá en consideración seis direcciones de las competencias: intelectual, personal, intrapersonal, organizacional, empresariales y para el emprendimiento, tecnológicas. No obstante seguimos las pautas marcadas por las categorías de Delors ya recordadas.

Gardner considera que, como en la ciencia física, la matemática, el lenguaje, la parte artística también es importante la forma compleja de pensamiento en el aprendizaje del emprendimiento. Eso significa que los individuos han de desarrollar un extenso número de competencias específicas y genéricas relacionadas con distintas disciplinas y símbolos. Por ejemplo encontramos estrechos vínculos con las artes: lo artístico es una actividad de la mente que está enfocada hacia el desarrollo de la creatividad, lo cual desde la óptica competencial para el emprendimiento, empalma con posibilidades creativas relacionadas con la transformación de contextos desde la cultura y el perfil emprendedor.

En la actualidad y respondiendo a las tendencias de la educación creativa, el emprendimiento debe ocupar un espacio fundamental en la formación de los jóvenes: es la intención primordial de la Ley 1014 desarrollar las capacidades del individuo y apropiarse de las competencias relacionadas con la capacidad de tomar iniciativas. Se está devengando la adquisición de habilidades con una triple mirada: la emprendedora, la social y personal.

Lo esencial de estos procesos de emprendimiento es que las condiciones son creadas desde la misma base, y se implementan a lo largo de la formación.

Por lo tanto, al hablar del emprendimiento, en tanto que actividad generadora de empleo propicia, (1) la expresión de valores al interior de una comunidad u organización, (2) está liderada por individuos que tienen sentido de pertenencia a su entorno, (3) busca establecer compromisos a través de acciones que involucren la participación del Estado a nivel municipal, departamental o nacional, mediante la creación de políticas que contribuyan a apoyar propuestas innovadoras.

Pasando al tema de competencias, la Ley 1014 del 2006, en el capítulo 1, que corresponde a las disposiciones generales, comprende esencialmente los artículos 1° a 4°.

De forma intencional, el artículo 1° se ocupa de las disposiciones básicas o fundamentales; aclarando que a través de su contexto se van encontrando las competencias que caracterizan al emprendedor.

Centrados en artículo 1°, literal b), que trata sobre el concepto de emprendedor, acota que éste, en lo referente a las competencias, contempla “la capacidad de innovar, entendida ésta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica”. Estamos ante un apartado ambicioso en propuestas. Podrá observarse que se desglosan las habilidades de innovación, creatividad para generar bienes y servicios teniendo en cuenta una adecuada metodología para lograr los objetivos de “generación de bienes y servicios”. Al abrir el artículo 1° de la Ley es fácil llegar a la conclusión de que las habilidades creativas e innovadoras se sitúan en el rango de la prioridad. (Franci Ponti y Xavier Ferrás (2010), Goleman, (2005).

Del texto también se infiere el énfasis sobre las competencias del hacer: se insiste en generar “bienes y servicios”, cuyo enfoque es inspirado en el mundo empresarial, representado en la cultura de la productividad y la efectividad. Se podría entender que está dejando a un lado la parte social y educativa, un rubro del proceso de formación, pero, como se verá más adelante, dicho tópico es desarrollado por el literal (e).

El literal c, del artículo en comento, atento al emprendimiento, hace énfasis en “... pensar, razonar y actuar... mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado,...”. Ello infiere la presencia de las competencias cognitivas (pensar y razonar) en armonía con el hacer (actuar) y el manejo del riesgo calculado. Delors (1994), Gómez (2001). Las competencias del conocer, sin desprenderse de la acción (actuar), se

manifiestan en la parte metódica; en realidad el artículo c) no ahonda en los conceptos y apropiación de cuáles son las teorías que necesita el emprendedor; el literal c) solo reconoce como competencias la forma de “pensar, razonar y actuar, centradas en oportunidades con visión global...y con la gestión de un riesgo calculado”.

El liderazgo, como habilidad interpersonal, también se halla contemplado en las competencias laborales, que orienta el Ministerio de Educación Nacional: es entendido como la capacidad de alcanzar una meta mediante la dirección de colaboradores humanos; la clave está en observar la influencia positiva en el individuo, y en la acción de convocar, organizar, comprometer y canalizar las ideas, buscar los recursos con el objetivo de conseguir beneficios que cobijen a la mayoría. Por supuesto, como decíamos en el estado de la cuestión, lo más importante radica en ser agente de motivación para la transformación y crecimiento de la comunidad. Tobón (2004) Gómez (2001) Zubiría (2002)

La habilidad para el manejo del riesgo, se ubica dentro de las competencias empresariales referidas al emprendimiento. Por lo tanto, es un enfoque que hace alusión al uso estratégico de la incertidumbre a través de una serie de actividades y recursos que crea el individuo a fin de reducir o evitar los efectos negativos y eventos potenciales que puedan afectar la organización; lo anterior conlleva administrar los imprevistos para dar seguridad e integridad al proceso emprendedor hasta lograr los objetivos programados, sea a nivel de organización o a nivel personal. Autores como Peter Senge (2000), Sergio Ortiz (2003).

Así las cosas, el literal (d), sobre empresarialidad da un paso adelante considerando las competencias de la creatividad como una habilidad personal al expresarse en los siguientes términos: el “despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea...”.

El hecho de identificar los problemas del contexto y las oportunidades que se pueden hallar en el mismo, parece que encadena las competencias de ser con el conocer tal como también lo plantea Franci Ponti (2006) Le Boterf (2002) Goleman (2005)

El literal (e) del artículo 1º, es el que hace más énfasis en la formación de competencias, al abordar la preparación teórica en el ámbito del emprendimiento, señala

que para el desarrollo de la cultura del emprendimiento es necesaria “la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal” sobre estas habilidades hemos debatido anteriormente en el acápite sobre competencias en esta parte lo plantea el MEN (2003) (Ministerio de Educación Nacional). En este sentido, significamos la complicidad del presente literal con la parte teórica en la que hemos mencionado la clasificación de las competencias en básicas, laborales, ciudadanas, empresariales. MEN (2003), Tobón, (2004).

En El literal f del artículo 1º, sin abandonar la cuestión de la formación, nos emplaza ante la aportación de dos nuevas competencias: la investigativa y el manejo de las TICS: “La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica...” Se enfatiza tanto el saber, (“formación teórica y práctica”) como el hacer (“manejo de las TICS”) como no podía ser de otra manera en una sociedad de la información. Por otro lado, se filtra el pensamiento positivista asegurando que “el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia,...”. Estas afirmaciones (concepto empresa, uso de las tecnologías, avances científicos...) nos sitúan ante un planteamiento fundamentalmente tecnocrático.

La investigación, que incluye tanto el ser como el saber y el hacer, se enfoca entonces para incentivar en el estudiante desde la básica primaria hasta el nivel universitario la curiosidad por indagar sobre los diferentes aspectos del emprendimiento; es así como se puede llegar a elaborar propuestas adecuadas al medio en que se mueve el estudiante, creando empresas de futuro y por lo mismo, empresas sostenibles.

El artículo 2º, que trata sobre el objeto de la ley 1014 del 2006, en sus literal (e) enuncia que es fundamental “la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento”. Este artículo viene a repetir lo anotado en el Art 1º, literal e). Pero en este momento nos detenemos en su análisis a la luz de otro texto del MEN.

Como precedente a los conceptos sobre competencias básicas, laborales y ciudadanas anotadas, en representación de las políticas gubernamentales, figura el documento del Ministerio de Educación Nacional colombiano (MEN) titulado:

“Competencias Laborales: Bases para Mejorar la Empleabilidad de las Personas. Documento de Trabajo”, publicado en el año 2003. Incluir la formación de competencias en los estudiantes, constituye la base para mejorar la calidad de la educación emprendedora por lo que, en su opinión, debe establecerse en el Plan de Mejoramiento Institucional (Pág. 5).

Agrega el documento citado del MEN (Pág. 5), que las competencias que el sistema educativo debe desarrollar en los estudiantes son: Básicas, ciudadanas y laborales.

Define el documento en estudio del MEN, como competencias básicas aquellas que el estudiante necesita para la comunidad, pensar en forma lógica, utilizar las ciencias para conocer e interpretar el mundo; todas ellas han de ser desarrolladas desde la básica primaria hasta media técnica.

Así mismo, las competencias ciudadanas son las que impulsan la participación democrática, la solidaridad y la convivencia, que igualmente se desarrollarán desde la básica primaria hasta la media técnica y superior.

Respecto de las competencias laborales, el documento MEN del 2003 señala que éstas corresponden a todos aquellos conocimientos, habilidades y actitudes indispensables para que los jóvenes se desempeñen con eficiencia como seres productivos, clasificándolas como generales y específicas; las generales se desarrollan desde la educación básica hasta la media y las específicas se desarrollan en la educación media técnica; en la formación para el trabajo y en la educación superior. Entendemos que tras las competencias laborales del MEN aparecen desempeños tecnocráticos al proponer como meta última el alcance de “seres eficientes y productivos”: de nuevo, ahí aparece el guiño al pensamiento con finalidades positivistas.

Insiste el documento que venimos comentando, en que las competencias laborales habrán de desarrollar en el estudiante aquellas capacidades y habilidades necesarias para adquirir una mentalidad emprendedora para la vida productiva (MEN 2003:6). Está claro que el punto de mira es la productividad más allá del cual no parece, puedan coexistir otros objetivos con carácter social, cívico, humano.

Al respecto, discrepan Jacqueline Toro y Nancy Calixto (2005) al señalar que el

emprendedor es aquella persona que posee una formación y conocimiento de la realidad que le impulsa al emprendimiento, y es capaz de proyectar sus innovaciones, con planteamiento y objetivos claros, a partir del desarrollo de sus potencialidades. Se supone que el conocimiento de sí mismo y el entorno pueden aportar elementos que trasciendan el exclusivo beneficio material (productividad). En esta misma línea, Stoner y otros (1996:174) retomaron la cuestión cuando dicen que: “el emprendedor detecta una necesidad y, después, reúne la mano de obra, los materiales, el capital y la tecnología que necesita para satisfacer esa necesidad”, en principio con sentido social.

El literal (f) del artículo 2º considera como objetivo el “inducir el establecimiento de mejores condiciones en el entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas”. Se entiende que, a partir de un contexto determinado, se puedan identificar los intereses y necesidades de sus miembros, y desde ahí propiciar las competencias necesarias –como se anotaron arriba - para crear y operar en la instalación nuevas empresas. Con reiteración en la ideología eficientista, la Ley 1014 insiste “en la creación y operación de nuevas empresas”.

Los principios generales que rigen las actividades del emprendimiento, se encuentran anotados en el artículo 3º de nuestra Ley; en él encontramos una riqueza de recursos personales en lo que respecta a las competencias, emergidas desde el elemento psicológico, con el acompañamiento de la sustentación formativa e innovadora.

Así, tenemos que el literal (a) del artículo 3º se acompaña de las competencias del ser y conocer, cuando enuncia como recursos la “autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación”. Estas habilidades relacionadas con la personalidad del emprendedor adquieren especial relieve en la literatura especializada autores como Franc Ponti y Xavier Ferrás (2006), Goleman (2005). Además de la formación es preciso contar a la hora de tomar iniciativas emprendedoras con un cierto grado de “amor propio” y/o una autopercepción positiva tanto a nivel de conocimiento de la propia identidad como a nivel relacional. La independencia, el sentido cívico de pertenencia a un grupo, el cultivo de la innovación, la solidaridad, trabajo colaborativo son disposiciones generales válidas para no importar qué trabajo o comunicación, pero imprescindibles a la hora de tomar la iniciativa de caminos emprendedores.

Así mismo el propio literal a) realiza las nuevas y necesarias capacidades cognitivas a través del “estímulo a la investigación y aprendizaje permanente” para el mantenimiento sostenible de cualquier iniciativa. (Gardner, 1988; Lerner, 1981 y Salcedo Torres, 2004). Fundamental parece la competencia por la promoción de procesos investigativos, seguidos de una formación permanente.

Avanzando en el análisis del art 3º, encontramos que el literal (b) reitera las competencias del ser cuando trata sobre el trabajo asociativo y en equipo al invocar el “fortalecimiento de procesos del trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social”. De alguna manera recuerda las intenciones del apartado (a). No obstante ahora agrega las competencias del eficientismo al referenciar que las actividades anotadas deben hacerse “en torno a proyectos productivos”. Diríase que la “productividad” es un pensamiento persistente y nuclear en la mente del legislador.

Sin embargo, observamos una cierta liberación de la ideología positivista: el artículo 3º con su literal (d) señala que las competencias anotadas deben desarrollarse a través del “apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional”. Surgen algunas miradas hacia la generación de la sostenibilidad, mejores condiciones de vida acorde con el entorno cultural, desarrollando programas de emprendimiento en consonancia con las políticas regionales, y algo novedoso, con dimensión ecológica.

Damos un salto en el estudio competencial de la Ley que nos ocupa, para abordar el artículo 12. En él surge el tema de la preparación formativa (mencionada unas líneas atrás) y asegura que los objetivos de la formación para el emprendimiento, han de consignar competencias del ser y del hacer, respectivamente. Veamos:

En primer lugar, el literal (a) cuando enfoca la formación hacia “el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales” se están referenciando las competencias de un ser humano abierto a la sociedad. Y complementa la identidad personal con la incorporación de las habilidades eficientistas al invocar la presencia de “seres productivos”. Pareciera que el legislador no puede desprenderse del modelo empresarial.

El literal (b) del artículo 12, alude otra vez a las competencias del hacer cuando

resalta como uno de los objetivos específicos en la formación de emprendimiento el disponer de “las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, encaminadas a la generación de ingresos por cuenta propia”. La diana de los procesos formativos queda claramente expresada en los bienes crematísticos, es decir, “la generación de ingresos”.

El literal (d) al tratar sobre el fomento de la cultura de “la cooperación, formas de asociatividad, y diversas formas del trabajo en equipo” evoca el saber hacer cooperativo y asociativo. Como eje lateral del contexto de la formación se trae a colación la asociatividad y el trabajo colaborativo en equipo.

En este orden de ideas, el artículo 13 de la ley 1014 del 2006, que trata sobre la enseñanza obligatoria del emprendimiento y generación de empresas en establecimientos educativos, tanto públicos como privados, desarrolla las competencias cognitivas, existenciales y ejecutivas a través de sus numerales.

Dichas competencias se visualizan al resaltar la importancia de un currículo que enfatice la formación para el emprendimiento a través de una cátedra empresarial; su razón de ser viene dada por el desarrollo de capacidades emprendedoras que permitan asumir retos y responsabilidades.

Se amplifica lo anterior, en el numeral 1º al abordar la formación para el emprendimiento en tanto que la responsabiliza del equipamiento de aquellas “habilidades propias del saber junto y para la generación de empresas”.

Así mismo, el numeral 2º, señala que la formación se orienta hacia la creación de “una actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas”. Se pone en evidencia la secuencia lógica que existe entre las competencias del ser (actitudes) y los alcances de las mismas (generar empresas).

El numeral 3º reza: “diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “cátedra empresarial” que constituyen un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica primaria, básica secundaria, media académica y media técnica, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su

entorno que le permita asumir retos y responsabilidades”. El estudio del numeral 3ª está redactado con una mirada ambiciosa en exceso, a nuestro entender, sobre todo si consideramos los niveles de formación (básica, primaria, básica secundaria...), y las finalidades, “capacidades emprendedoras, generación de empresas, conocimiento del entorno asunción de retos y responsabilidades.

Así mismo, en el contexto del numeral motivo de análisis, se observa una confusión en relación a los niveles de formación, ya que habla de la “educación básica, básica primaria y educación básica secundaria”, como modelos educativos diferentes, cuando en realidad es una sola educación básica repartida en primaria (desde grado 1º a grado 5º) y secundaria (desde grado 6º a grado 9º).

Tratándose del diseño y divulgación de módulos específicos, éstos corren a cargo de cada docente, según su formación relacionada con el emprendimiento; no existen guías curriculares o planes de estudios que orienten el desarrollo de la cátedra para la formación del emprendimiento; en consecuencia, nos topamos con una falencia fundamental correspondiente a la estructuración (contenidos, metodología, prácticas) de un currículo que fije de alguna manera el seguimiento y profundización formativa en función de los distintos niveles educativos.

Del numeral 4º y los anteriores, se infiere que no existen directrices concretas, temáticas específicas a partir de la ley 1014 que orienten adecuadamente un programa formativo emanado de la cátedra empresarial o del emprendimiento. Tal vacío legal va a impregnar de forma negativa los procesos educativos emprendedores, toda vez que son dejados en manos de cada formador donde las propuestas pueden adolecer de subjetivismos personalistas, de carencias formativas del propio docente o desinterés.

Si, por ejemplo, el pensar y razonar corresponden a las competencias del conocer, es necesario establecer las metodologías y contenidos programáticos pertinentes que lleven al estudiante a la adquisición de dichas destrezas: la cultura del emprendimiento y la empresarialidad no se adquieren genéticamente, sino que son efecto de una enseñanza/aprendizaje, en lo posible como asignábamos atrás, en contacto con la experiencia.

Si bien es cierto que las competencias anotadas constituyen una base para la

construcción del proyecto de vida de los jóvenes estudiantes colombianos, no es determinante cuando se dice que éstos “sepan identificar oportunidades para crear negocios o asociarse para generar unidades productivas”. Es decir, al contenido curricular carente de directrices frente a la cultura emprendedora, hemos de agregar la ausencia de pautas en la búsqueda de recursos. Es indudable que los estudiantes no suelen disponer de los recursos económicos y/o empresariales lo que exige información y conocimiento de los yacimientos de medios materiales para el emprendimiento.

No sólo son los programas formativos, o únicamente la búsqueda de los nichos de recursos, tampoco se registran espacios y tiempos para las prácticas en empresas. Ni la Ley 1014, ni por decreto alguno posterior, se contemplan indicadores básicos en la formación del emprendedor. Son cuestiones imprescindibles cuya falencia deja en el aire el plan formativo y por consiguiente todo el planteamiento de la ley.

Clasificando los anteriores enunciados, y en orden a una síntesis, las competencias se visualizan en el siguiente cuadro de acuerdo con las categorías de Delors:

Cuadro 11 Resumen de las principales competencias de la Ley 1014/20

CONOCER	HACER	SER
<p><i>-Desarrollar la Capacidad de análisis:</i> Art. 1º, literal c) “manera de pensar” Art. 13, numeral 2º, “formar actitud favorable.... a la creatividad”. Literal a. Art. 13, núm. 2º “Formar actitud favorablea la innovación” <i>-Dominar los saberes. Conocer los procesos productivos y gerenciales</i> Art 1 lit c Adaptarse al avance de las ciencias Art 2 lit g. “generar trabajo de mayor calidad” Art. 4 numeral (1) Estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación. Art. 3º, literal a. Trabajo bien hecho Art 2 Lit. g. “generar trabajo de mayor calidad”</p>	<p><i>-Dinamizar el espíritu emprendedor</i> Lit. c) “Manera de actuar orientada a la creación de riqueza. ”, Lit. f) “actuar como emprendedor”. Art 1 Lit. e) Art. 2 Lit. c). Art. 2 Lit. A. Art 2 Lit. g). Art. 13(3). Art. 13 Núm. 4) Promoción de la Cultura del emprendimiento Art. 12 Lit. b “emprender iniciativas”, <i>-Planificar la acción. - Generar ideas de negocio con carácter asociativo y solidario. Respetar el desarrollo humano y sostenible:</i> Art.3 lit. b) “fortalecimiento de procesos asociativos” Art. 12 Lit. d) “fomentar la cultura de cooperación y el ahorro...formas de asociatividad”. Art. 1º, literal b. “...generar</p>	<p><i>Poseer capacidades creativas. Respetar el desarrollo humano y sostenible:</i> Art. 1º, Lit. d “despliegue de la capacidad creativa” Art. 2º, literal g. “potencialidad creativa.” Art. 13, numeral 2º, actitud favorable.... a la creatividad Art 13, Lit. d. Apoyar procesos de emprendimiento sostenible. Sociales, culturales y ambientales <i>-Disponer de habilidades innovadoras.</i> Art. 1 Lit. b “poseer la capacidad de innovar” literal a. Art. 13, num. 2º “.. actitud favorablea la innovación” <i>- Poseer sensibilidad Social: Responsabilidad social:</i> Art. 3º, literal c.</p>

<p>Art. 4 numeral (1) Estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.</p> <p>-Formar en y para el emprendimiento.</p> <p>Art.1 literal f</p> <p>Art. 12; Art13 num. 1; Art.13 numeral 2) “formación para el emprendimiento”; “formar actitud favorable al emprendimiento”.</p> <p>Art.1 Lit. e) “ formación en competencias empresariales”, “formación en competencias básicas, “formación en competencias ciudadanas”.</p> <p>Art. 16 “formación de “formadores orientadores al desarrollo de la cultura para el emprendimiento”.</p> <p>-Conocer los procesos productivos y gerenciales de empresa.</p> <p>Art1lit.f) “—define claramente los objetivos de un negocio”.</p> <p>Art3 Lit. a) “formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano.)</p> <p>-Conocer las condiciones del entorno local y global.</p> <p>Art. 1 Lit.c) “creación de riqueza con visión global”.</p> <p>Art.1 Lit. d) “interrelacionarse con su entorno”.</p> <p>Art. 13 num.3 “visión clara de su entorno”</p> <p>-Conocer la normatividad.</p> <p>Art 2 Lit. b) “disponer de un marco jurídico e institucional”</p>	<p>bienes y servicios de forma creativa”</p> <p>Art 2 Lit. h “un alto nivel de planeación”.</p> <p>Art 12 (a) “desarrollo de personas como seres productivos”.</p> <p>Art 2 Lit. e) “fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial”</p> <p>Art. 2 Lit. c; Art. 13 (1) “generación de empresas”</p> <p>Art 13 (2) “desarrollar competencias para generar empresas”</p> <p>Art. 3º, literal b, “ fortalecer..entorno a proyectos productivos con responsabilidad social”</p> <p>-Manejar las cuestiones financieras. Calcular el manejo del riesgo Art. 1 lit. c) gestión riesgo calculado”</p> <p>Art 2 lit. g) “aportar al sostenimiento de las Fuentes productivas”.</p> <p>Art2 lit. h) “impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes</p> <p>Art 12 (b)”emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia</p> <p>- Promover el trabajo en equipo con énfasis en la colaboración.</p> <p>Art. 3 Lit. b “ fortalecimiento de procesos...en equipo”</p> <p>- Desempeñar la capacidad de liderazgo Art. 1 Lit. c) “Liderazgo equilibrado”</p> <p>-Dominar el uso de las nuevas tecnologías</p> <p>Art. 1 li. f),“Adaptarse a las nuevas tecnologías”</p> <p>-Disponer de capacidad argumentativa</p> <p>Art. 1 Lit. c)“forma de razonar”</p>	<p>“Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas...integrantes de una comunidad”</p> <p>-Apropiarse de la ética y los valores</p> <p>Art. 1º, literal b. “persona..ética y responsable”</p> <p>Art2 Lit. (a)”trabaje sobre los principios y valores que establece la constitución...presente ley”</p> <p>Art. 13, numeral 3º, “asumir retos y responsabilidades”</p>
---	---	---

Fuente propia a partir de la ley 1014/2006

De alguna manera, las competencias indicadas se corresponden con las que hemos descubierto entre los investigadores del emprendimiento espigado en el estudio de la

cuestión. Se dice que las competencias del saber hacer y del conocer están implicadas entre sí y la presencia de unas lleva espontáneamente a otras. Observamos que algunas habilidades son compartidas por dos o tres categorías, por ejemplo, la capacidad creativa puede considerarse como una habilidad personal, como elemento de aprendizaje y/o como un ejercicio profesional. Dígase lo mismo de la cultura de la iniciativa. En todo caso el esquema nos sirve para sintetizar y obtener una visión global del pensamiento y directrices de la Ley 1014.

En primer lugar, observamos que el cuadro resumen pone en evidencia que la adquisición de conocimientos son estimados como una forma de ingresar en el mundo del emprendimiento; ello facilita que las destrezas de razonar, pensar, no sean adquiridas de una vez para siempre, en un momento puntual, sino en perspectiva de medio y largo plazo (aprendizaje permanente).

Ha de agregarse, en frase conocida, que a la ciencia se llega por la investigación. Por otra parte, no podía faltar en la actualidad el manejo de la tecnología y la red, herramientas imprescindibles en un sujeto emprendedor, y/o en la empresa moderna. Preciso es convencer al estudiante que nunca acabamos de aprender, sino que siempre estamos en este proceso. Echamos en falta, qué contenidos teóricos exige el emprendimiento y cómo se forma a los emprendedores.

En la segunda casilla aparece el tópico dolorsiano del saber hacer. Esta categoría dice relación con el modo correcto de llevar a cabo el emprendimiento. El dominio de los conocimientos conduce a la aplicación práctica de los mismos. ¿Qué significa correcta aplicación? Como cualquier profesión, el ejercicio de una actividad se requiere una serie de habilidades o destrezas fundamentales, como el liderazgo, el trabajo en equipo, gestión del riesgo, sagacidad práctica, inspiración creativa. Todo este equipamiento competencial tiene una finalidad imprescindible: la generación de beneficios, la creación de proyectos marcados por el signo y seña empresarial.

Está claro que, tanto por el número de competencias, como por las metas a que tiende la ley, el propósito fundamental, viene de la mano del paradigma positivista. La razón de todo proyecto emprendedor no es otra que la aportación de bienes crematísticos, la productividad, el saldo de beneficios. Estos componentes del emprendimiento no son

elementos concretos y puntuales nacen de la concepción de una filosofía racionalista que impregna todo el texto de la Ley 1014. Aparecen, pero muy diluidas, las competencias sociales, las dimensiones colaborativas del emprendedor, la acción teñida de humanismo. Es una carencia muy lejana de lo que vienen enfatizando los investigadores más actuales como Marta Vargas, E y Torres Geri, R. (2000), Pereira, F. (2003) entre otros.

En el tercer apartado nos encontramos con el reconocimiento del ser, la caracterización de la personalidad del emprendedor. En este segmento figuran la autoestima y sentido de autonomía, la responsabilidad, la solidaridad, el sentido del asociacionismo, el aprecio a la innovación, etc. Es una vertiente volcada hacia el descubrimiento de la identidad de la persona, bajo el supuesto de bucear sobre sus capacidades y actitudes. Todo ello en un contexto social y cultura. Alguna parte de la proyección social se encuentra en la descripción de las habilidades personales, pero el grueso del contexto termina por nublar la responsabilidad social que defienden Mac Millan (1988), Birley & Westhead (1994), Ortiz (2003) solo por citar algunos.

En el último sentido, no olvidamos que el espíritu emprendedor fija sus fundamentos en la ciencia de la Pedagogía Social. Es cierto que el emprendimiento es el resultado de un análisis contextual, e implica relaciones de modelos interdisciplinarios y multivariados. García Mínguez (2006) resalta el sustrato propio de la Educación Social identificado con la dimensión social y educativa en el espacio del desarrollo comunitario. La capacidad de emprender ha de acompañarse del carácter comunitario, en tanto y en cuanto la función del emprendimiento ha de reconducir el negocio y las competencias puramente empresariales hacia la asunción de una proyección social, cívica, comunitaria. Cierto, no se puede prescindir del enfoque racional. Lo que queremos acentuar es que debe ir acompañado de las competencias humanistas.

La responsabilidad cívica es la primera carencia importante que encontramos en el documento que venimos analizando. A ella, hemos de sumar la ausencia de un marco referencial sobre el que asentar la formación de los nuevos emprendedores.

Efectivamente, en segundo lugar el texto legal habla de la inclusión de una “cátedra empresarial” en los centros formativos, un término que suena bien aunque en realidad es retórica. Al dejar la cátedra vacía de programas y orientaciones sus funciones se diluyen en

la formalidad y los docentes se encuentran frente a la cátedra como en un desierto sin guía, ni caminos por donde transitar. De la incertidumbre al desánimo y por tanto a la falta de compromiso formativo emprendedor, la frontera apenas se distingue.

Por último, como falencias, falta agregar el olvido de las prácticas en el periodo de formación. Con unas competencias sostenidas sobre pilares teóricos pareciera que los procesos formativos poseen un suelo de arena. El edificio del emprendimiento no puede sostenerse sobre terrenos empantanados en la teoría. Estamos abocados al fracaso de un proyecto en principio interesante, en la práctica poco viable.

7.2 ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS EXTRAÍDAS DEL CUESTIONARIO.

La particular visión de los sujetos encuestados sobre las competencias del emprendedor se ha generado a partir de tres ítems; donde se privilegia el modelo de cuestionario semi-abierto, pensando que la forma dialogada, permitiría con más facilidad traslucir el imaginario de los agentes sociales:

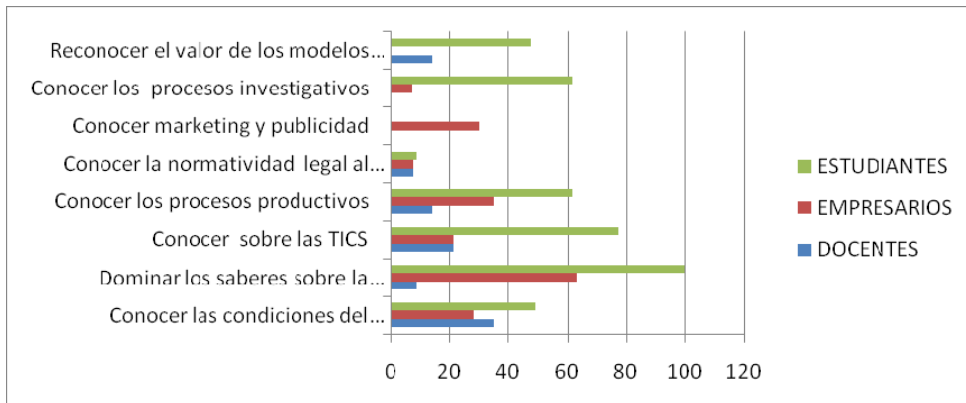
7.2.1.- Primer interrogante

Iniciamos el recorrido del trayecto con el análisis del Cuestionario. El primer ítem *Desde su experiencia como empresario ¿cuáles cree que son las competencias o habilidades, destrezas que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa? (en tu mente deben estar presentes las competencias aludidas y si acaso ayudar en la conversación a hablar de ellas, o de la creatividad e innovación, el trabajo en equipo, etc. pero no deben aparecer en el enunciado), centra nuestra atención.*

Tabla.1.- Análisis de los datos del cuestionario vinculados al conocer

COMPETENCIAS	DOCENTES	EMPRESARIOS	ESTUDIANTES
Conocer las condiciones del entorno local y global	35.08	28.06	49.12
Dominar los saberes sobre la empresa	8.77	63.15	100
Conocer sobre las TICS	21.05	21.05	77.19
Conocer los procesos productivos	14.03	35.08	61.40
Conocer la normatividad legal al emprendimiento	7.54	7.57	8.77
Conocer marketing y publicidad		29.82	
Conocer los procesos investigativos		7.01	61.40
Reconocer el valor de los modelos asociativos y solidarios	14.03		47.36

Gráfico 1



En conjunto puede observarse que la categoría relativa al conocimiento de las condiciones sociales, económicas, políticas resulta la más valorada. Probablemente el dominio cognitivo del medio en que se va a desarrollar la iniciativa emprendedora otorga seguridad en la andadura empresarial. De hecho, el investigador Von Mises (2000) aseguraba que el emprendedor es un “evaluador”: calcula beneficios y costos, y descubre nuevas necesidades y factores de emprendimiento. El interés de estos conocimientos radica en ellos constituyen el fundamento para elaborar sus decisiones. En nuestro caso no se distingue entre la lectura contextual anterior o posterior, es decir, antes de la decisión por un emprendimiento o también después de tomada la decisión; lo más probable es que no sean dominios antagónicos, sino más bien consecutivos.

En esta línea, los docentes puntúan sobre un 35.08% la competencia conformada por el “conocimiento de las condiciones del entorno local y global”. Parecería que los resultados están dados de acuerdo a su función de formar, por cuanto se hace oportuno que el docente conjugue la situación de las oportunidades y las tendencias sobre el emprendimiento con la formación de los futuros emprendedores. Que el emprendedor piense y reflexiones sobre las posibilidades emprendedoras latentes en la geografía de posible actuación, facilitará la propuesta de proyectos acordes a las tendencias y necesidades descubiertas. Para una mayor seguridad en las decisiones preciso es tener en cuenta las circunstancias próximas, lo local, pero sin perder vista la lectura de la globalización.

Más que en ningún otro segmento poblacional, los estudiantes alcanzan el valor de

un 49.12%. La cifra significa por un lado la necesidad de sentirse seguros sobre el terreno que pisan y después la importancia que otorgan al estudio formativo en las problemáticas sociales. Es preciso que los jóvenes puedan identificar los grandes problemas a nivel de emprendimiento como también las oportunidades en tanto que emprendedores.

También los empresarios resaltan el micro y microanálisis con unas respuestas cuantificadas en un 28.06%, en la competencia que nos ocupa. La ignorancia de la evolución de los mercados es una trampa o rampa en el fracaso: conocer las oportunidades y las amenazas en el mercado permite la constante oxigenación de la cualquier empresa.

Atención especial merecen la competencia que se inscribe con el conocimiento de las TIC. Tanto los docentes como los empresarios coinciden en el porcentaje del 21.05%, relativamente discreto: de su valoración se desprende una utilidad apreciable en el desarrollo del emprendimiento; de hecho, muchos de ellos han venido incursionando en este tema en los últimos años. Por otra parte, los estudiantes muestran alto interés por la promoción de esta competencia, 77.19%. La cifra hace tangible un desarrollo en el manejo de las habilidades técnicas, al tiempo que una creencia en las posibilidades de las nuevas tecnologías. La educación ha brindado unas condiciones como recursos emprendedores que tornan fácil acceso a un mundo nuevo.

Es habitual encontrar en la bibliografía ocupada en el estudio de las competencias, clasificarlas bajo tres dimensiones: competencias básicas, competencias genéricas y competencias específicas. Si nos adentramos en las expresiones informativas de los empresarios se observa que su pensamiento apuesta por las competencias específicas. Sus valores más destacados recaen sobre el “dominio de los saberes sobre la empresa”, 63,15%, “el manejo de los procesos productivos”, 35,08%, “el conocimiento de los procesos de marketing” 29,82%. Si por un lado, el énfasis de las opiniones de los empresarios se centra en la especificidad competencial encontramos, por otra parte que esta preocupación proviene de una concepción eminentemente empresarial del emprendimiento.

Imbuidos en un análisis más detallado, queda claro que el carácter positivista está por encima de los “modelos solidarios” (sin valoración), la “investigación” (7,01%) o la incidencia del “conocimiento de la normatividad” relativa al emprendimiento. Hay una

asociación inmediata y en cierto modo cerrada, entre el concepto de empresa y la idea de negocio. El dominio de la rentabilidad, productividad toma cuerpo más allá de cualquier orientación social, asociativa, cooperativa, cultural.

Es de esperar que la promoción emprendedora haya de destacar una orientación económica eficaz, principio básico de sustentabilidad, pero evitando la presencia exclusiva de un mercado liberal. Por lo mismo, conocer el “marketing y publicidad” es una competencia propuesta por los empresarios con un porcentaje del 29.82%. La presencia de esta competencia no aparece más que en el segmento poblacional de los gestores de negocios, posiblemente por tratarse de una estrategia vinculada al conocimiento de las condiciones contextuales y nacida al abrigo intencional de poner los productos y/o servicios en el mercado.

Frente al pensamiento definido de los empresarios, figuran las propuestas de los estudiantes bastante dispersas. En general, efecto de posicionamientos más radicales, sus puntajes son altos: además de las competencias señaladas de las TIC y el contexto, encontramos el conocimiento de los “procesos productivos”, (61,40%), “reconocimiento de los modelos asociativos y solidarios” (47,36%), o acompañarse de los “procesos investigativos” (61,40%), corresponde a competencias menos vinculables entre sí. Diríase que son recursos provenientes de una ausencia de experiencia empresarial y, sobre todo, de la influencia de la cultura académica. Repárese, por ejemplo, que la investigación es un elemento competencial exclusivo estrato del estudiantado.

Las funciones desempeñadas por el conocimiento de la legislación no parece que atienda a las necesidades de ninguna de las figuras que comparten la muestra: ni docentes, ni empresarios, ni educandos, se acompañan de especial interés por los dictámenes legislativos, lo que puede significar que de los políticos no pueden esperarse especiales novedades.

Como síntesis final y para una mejor comprensión de la competencia del “conocer”, resaltamos la consolidación de:

- 1.- “el reconocimiento del entorno local y global” en tanto que habilidad compartida por todos los sujetos encuestados
- 2.- “el conocimiento de las Nuevas Tecnologías” también valorado por docentes,

estudiantes y empresarios, aunque éstos últimos no destacan en demasía su interés por las TIC.

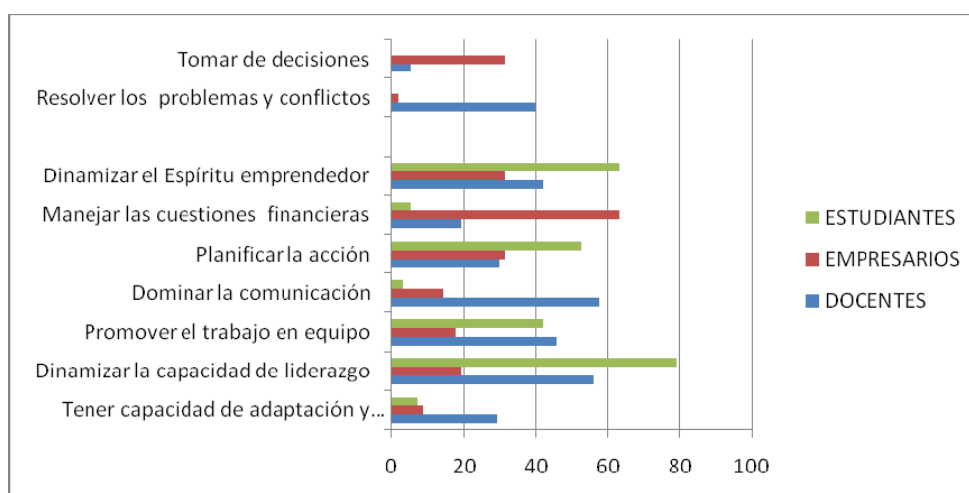
3.- En el segmento estudiantil, frente al resto encuestados, resalta la alta valoración de “los procesos relativos a la investigación”.

Elaborado el resumen del primer tópico, la siguiente categoría que vamos a someter a estudio pertenece al ámbito de la experiencia y ejecución.

Tabla. 2.- Análisis de los datos del cuestionario vinculados al “hacer”

COMPETENCIAS	DOCENTES	EMPRESARIOS	ESTUDIANTES
Tener capacidad de adaptación y productividad	29.2	78.77	7.01
Dinamizar la capacidad de liderazgo	56.14	19.29	79.19
Promover el trabajo en equipo	45.61	17.54	42.10
Dominar la comunicación	57.8	14.2	3.05
Planificar la acción	29.8	31.57	52.63
Manejar las cuestiones financieras	19.29	63.15	5.26
Dinamizar el Espíritu emprendedor	42.10	31.57	63.15
Resolver los problemas y conflictos	39.86	1.75	
Tomar decisiones	5.26	31.57	

Gráfica 2.



Con una primera mirada de los datos acumulados en la tabla 2 y la respectiva gráfica, intentamos realizar dos lecturas: una horizontal, otra vertical. En la lectura horizontal parece compartirse por parte de los sujetos una masa apreciativa respecto a la valoración de las competencias identificadas como “planificación de la acción” y

“dinamización del espíritu emprendedor”: prácticamente todos los puntajes se sitúan sobre el 30%; es una imagen del emprendedor apoyada por consenso sobre la base del buen hacer, sea gestionando “in situ”, sea motivado por una cultura emprendedora “ad hoc”. La planificación de la acción y el espíritu emprendedor, decíamos líneas atrás, pueden interpretar el emprendimiento desde ideologías humanistas, economicistas, socialistas, gerenciales. En esta competencia no se legitima la opción ideológica, pero otros ítems otorgan tributo a una filosofía determinada.

En perspectiva vertical, los docentes en conjunto realzan de igual modo las funciones de la acción: primero, todas las competencias de las ordenadas reciben una puntuación, segundo, esta puntuación de promedio supera el 40%. Se está diseñando el perfil de un emprendedor movido por factores de eficiencia antes que elementos de carácter social.

Por su parte, los estudiantes mantienen como en la anterior categoría del conocer una pronunciada oscilación: promocionan la “capacidad de liderazgo” hasta un 79,19% sin embargo la “capacidad de tomar de decisiones” y “resolver conflictos” no merecen preocupación alguna. De nuevo el perfil de las competencias del emprendedor parece diluido en los futuros profesionales. No cabe hablar de elementos específicos a la hora de definir al emprendedor, tal vez por falta de experiencia, aunque también cabe preguntarse por el realismo del modelo de formación emprendedora que están recibiendo en las aulas.

Si descendemos a un análisis de detalle, sorprende el dibujo valorativo que realizan los empresarios respecto a la “capacidad de liderazgo”: mientras los estudiantes (79,19%) y docentes (56,14%) apoyan la competencia con decisión, los empresarios no se sienten especialmente vinculados al trabajo del líder (19,29%). Quizás obedece a un modelo de gestión empresarial jerarquizado, con una autoridad menos colegiada y más unipersonal.

No obstante, los tiempos han cambiado y el personalismo está superado en opinión de los expertos apuntados páginas superiores, Franc Ponti, (2006); Velandia (2005); Senge (2000). En esta línea los estudiantes parecen mostrar mayor acuerdo con las tendencias actuales de un liderazgo compartido.

Cabe hacerse la misma reflexión con la competencia del “trabajo en equipo” porque se mantiene un esquema mental de opinión similar; mientras los docentes lo valoran con un 45.6%, y los estudiantes con un 42.10 %, los empresarios optan por un discreto 17.54%.

Decididamente el segmento empresarial está más a gusto con los supuestos del individualismo, en contra por ejemplo de Franc Ponti (2006) quien afirma: “el ideal de hoy es enfatizar el trabajo en equipo, máxime si se realiza en forma creativa e innovadora”.

La competencia “dominar la comunicación” puntúa en los docentes con un 57.8%, porque a juicio de los formadores representa una de las fortalezas que debe desempeñar un emprendedor. En contra de esta valoración, los empresarios manifiestan un 14.2% y los estudiantes un limitado porcentaje del 3.05. Ello demuestra un alejamiento de los planteamientos del Ministerio de Educación Nacional, que como promotor del emprendimiento enfatiza el desarrollo de esta competencia. Desafortunadamente, los jóvenes se hallan influenciados por el lenguaje de la imagen (cine, televisión, Internet). Se produce un importante vacío en una competencia que, aunque genérica, para el emprendedor las “habilidades comunicativas” resultan de gran necesidad.

En la competencia sobre el “manejo de las cuestiones financieras” la apreciación se estipula de la siguiente manera: los docentes registran un 19.29%, los empresarios un 63.15% y estudiantes 5.26%. Para los empresarios la dimensión financiera es una tarea habitual: el balance de los ingresos y egresos en las cuentas de la empresa viene a ser un ajuste diario. En esta dirección los docentes saben que es una orientación obligatoria para las promociones emprendedoras. Sin embargo, en los estudiantes la falta de realismo les lleva a una minusvaloración de la gestión económica; ubicados en la etapa de formación, no acaban de identificar la importancia del elemento financiero.

Recapitulando el análisis de las competencias extraídas de la categoría del “hacer” podemos resaltar:

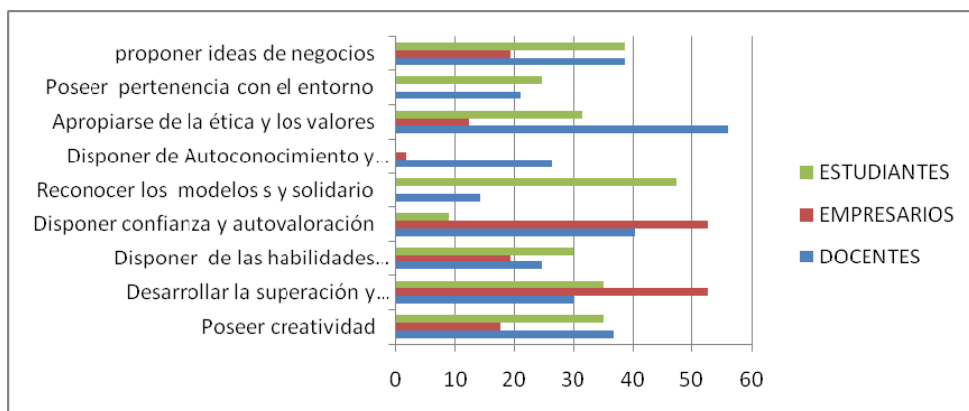
- 1.- “el espíritu emprendedor” en cuyo realce coinciden los tres segmentos que conforman la muestra
- 2.- “la planificación de la acción” se perfila como unas competencias de alto aprecio por todos los actores sociales
- 3.- “la capacidad de liderazgo” es prestigiada especialmente por los docentes y los estudiantes
- 4.- Resalta además “el manejo financiero”, conducido por el quehacer inquietante y cotidiano de los empresarios.

Sustentada la categoría del “hacer” pasamos a estudiar las referencias competenciales del “ser”

Tabla. 3.- Análisis de los datos del cuestionario vinculados al “ser”

COMPETENCIAS	DOCENTES	EMPRESARIOS	ESTUDIANTES
Interesarse por los procesos creativos	36.84	17.54	35.08
Consolidar en si mismo el sentido de superación y motivación para el logro	29.82	52.63	35.08
Disponer de las habilidades innovadoras ; proponer ideas	38,59	19.29	38,59
Ser capaz de autoconocerse, autovalorarse, poseer confianza	40.35	52.63	8.77
Reconocer en los modelos solidarios	14.03		47.36
Percibir como propia la ética y los valores	56.14	12.28	31.57
Sentirse perteneciente y responsable social	21.04		24.56

Gráfica 3.



En páginas anteriores, se registraba el debate sobre la categorización de dos factores: los externos (educación, economía, políticas, análisis del contexto, etc.), frente a la influencia de los factores internos (personalidad, ambición, optimismo, sentido de la

superación, autovaloración, etc.). Incluso se hacían propias unas ideas del SENA (2004) que perfilaba la imagen del emprendedor como “la persona que tiene capacidad inherente de emprender procesos que le garanticen el logro de sus propósitos y la ejecución de ideas”.

La misma Ley 1014/06 se encarga de exponer una decidida pronunciación por los elementos personales. (Ver el cuadro N° 11: Resumen de competencias, según los investigadores). Una acentuación de los estímulos internos se ve reforzada en los discursos de las entidades públicas.

A la vista de la Tabla, 3, centrada en las competencias personales, en otras palabras, los factores internos, se obtiene una información en cierto modo sorprendente: los empresarios en general presentan puntajes bajos (19.29%; 5.26%; 12.28%...); incluso respecto al “sentido de pertenencia a la comunidad” no parecen percibir obligación alguna (sin puntuación). En sintonía con estos resultados, recordemos que la empresa y los empresarios en perspectiva economicista (Tabla 1) es legitimada principalmente por los activos tangibles.

Un posicionamiento extraño a los factores personales conduce a dos interrogantes: ¿El empresario sólo es movido por intereses materiales e ideas de negocio?, en un tiempo de estimulación de las relaciones sociales horizontales ¿Cabén lógicas de culto a un individualismo que ignora el sentido de pertenencia a una comunidad? No estamos en disposición de adentrarnos en la cartografía de los valores del empresariado, por lo que únicamente nos atrevemos a mostrar y constatar el predominio de los “activos tangibles”.

Prosiguiendo el análisis con el segmento empresarial, quedan desplegadas con autoridad las competencias vinculadas al “desarrollo de la superación y la motivación” (52,63%) y el interés por “la autovaloración y confianza en sí mismos” (52, 63%). Parece que las voces interiores que escucha el empresariado vienen de la acreditación de unas conductas que dan fe del convencimiento de la propia estimación y las aspiraciones que la persona alimenta.

Si nos ubicamos en el estudio de los docentes y los alumnos, encontramos que los supuestos del “ser”, o los factores internos, reciben un despliegue valorativo bastante pronunciado: la puntuación más baja en los profesionales de la formación se sitúa “en la

apropiación de los modelos de solidaridad” (14.03%), siendo que los estudiantes en el rango inferior otorgan un 8.77% a la “confianza y autovaloración”. En el polo opuesto, las cifras más altas de los docentes son ubicadas en el “aprecio por la ética y valores sociales” 56.15%, observando en los estudiantes “el reconocimiento de la solidaridad” 47.57% como la competencia preferida.

Con la falta de conocimiento de la realidad empresarial por parte de los estudiantes, parece normal que sus aspiraciones emprendedoras sean acreditadas a través de los factores competenciales basados las condiciones personales. De ahí el mapa de las puntuaciones relativamente considerables a la “solidaridad” (47.36%), “innovación” (38.59%), “la creatividad” y motivación” (38.08% para ambas competencias). La creatividad e innovación no aplica tanto a los activos tangibles como a los intangibles en consonancia con las últimas tendencias emprendedoras (Mac Millan y otros 1988). Llama la atención que para los estudiantes pase desapercibida la “confianza y autovaloración” (8.77%), incluso parecería que hay una contradicción con la preocupación por la creatividad e innovación, competencias que tienen su raíz en la “autoestima y sentido de superación”, ampliamente amparadas por la estimación de los estudiantes.

Está dentro de la lógica el dato, según el cual, los docentes acentúan las competencias personales. Desconociendo de primera mano el mundo empresarial, el modelo formativo convierte en patrimonio principal del emprendedor las competencias del “ser” en el contexto académico. Conforme a esta filosofía, la “creatividad, la innovación, el sentido de superación y motivación, la autoconfianza y valoración, los valores éticos, la responsabilidad social...”, asumen una legitimación valorativa de promedio superior al 35%. Ello nos inclina a pensar que al docente ante todo y en primer lugar preocupa la formación de la persona antes que al profesional.

A modo de resumen, encontramos que se mantienen al alza las tres siguientes competencias, pertenecientes a la categoría del “ser”:

- 1.- “el sentido de superación y motivación” compartida por los tres agentes sociales
- 2.- “la creatividad” acentuada por docentes y alumnos
- 3.- “las habilidades innovadoras” compartida a partes iguales por alumnos y docentes.
- 4.- “los modelos de solidaridad” en tanto que emprendedor social por parte de los estudiantes.

7.2.2.- Segundo interrogante

Finalizado el análisis del primer ítem del cuestionario abordamos el estudio de la segunda cuestión: *¿Considera Ud. que las políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen a poner en marcha una empresa?*

Resulta sencilla la pregunta, por no calificarla de lugar común. Verse interpelado por algo próximo, conocido, al alcance de la mano suscita cierta perplejidad, máxime tras la lectura de diversos documentos oficiales (Ver el capítulo 4 dedicado a la Ley 1014/06) dedicados a impulsar e emprendimiento. Hay una frase que recoge muy bien esta especie de obvedad; “cuando nadie me lo pregunta, lo sé; pero si me lo preguntan y quiero explicarlo no lo sé”. Tal dificultad de entendimiento de la pregunta sobre si las “*políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen el emprendimiento* se incrementa cuando, a lo obvio, no se encuentra vinculación con los propósitos que vienen formalizándose en el trayecto de la tesis. Hay una exigencia de explicación.

Para empezar, digamos que no es el caso del estudiante que por primera vez entra en el aula esperando comprender dónde se ha metido y de qué manera hay que comportarse allí. Pero, repetimos, estamos obligados a poner en claro lo que pensamos y queremos con este ítem; sobre todo necesitamos relacionar la cuestión que nos ocupa con los objetivos de la investigación para evitar escollos de comprensión e incertidumbres.

Justamente, en ocasiones se escribe negro sobre blanco; lo que parece claro oscurece la realidad y nos crea la paradoja. En política es muy frecuente dictar leyes sin poner los recursos necesarios para llevar a la práctica: una cosa es tener derechos y otra distinta es disfrutarlos. Las expectativas que ha suscitado la Ley 1014/2006 sobre el emprendimiento, las propuestas del Ministerio de Educación sobre el tema, los antecedentes, la creación de redes cooperativas (Ver capítulo correspondiente) hacen presagiar visibles avances sobre la generación de nuevas empresas en el ámbito colombiano. Está claro que más allá y más acá de la normativa hacen falta apoyos y recursos que asistan a la puesta en escena de los proyectos emprendedores. Para descifrar el imaginario futuro parece lógico intentar desentrañar el presente. Se han creado unos sueños respecto a la promoción del emprendimiento que conviene hacerles un seguimiento.

Todo proyecto requiere unos pasos: sensibilización, elaboración, ejecución y una

evaluación. Las aportaciones legislativas representan un proyecto y es probable que hayan logrado sensibilizar a una parte de la sociedad, y desarrollar estrategias de elaboración en los centros educativos. Falta saber si hay un seguimiento en la escenificación de tales proyectos lo que exige crecientes sustentaciones políticas. Éstas pueden ser gubernamentales, regionales o locales. ¿Se han dado, se están dando apoyos y propuestas por parte de los distintos gobiernos para que el emprendedor pueda “poner en marcha una empresa”? La pregunta es un nuevo camino que se abre a Ley y que entronca con la posibilidad de configurar un perfil del emprendedor, objeto del presente trabajo.

La pregunta del cuestionario es semiabierta. Nos parecía que para obtener una información concreta bastaba solicitar al encuestado una respuesta breve que nosotros hemos sintetizado en tres direcciones: sí, no, dudoso. Como en el primer ítem, el seguimiento de la información será clasificada en función de los tres agentes sociales encuestados.

La información extraída en porcentajes respecto a la pregunta **sí las políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen a poner en marcha una empresa**, se resumen en la siguiente tabla.

Tabla 4.- Respuestas de los agentes sociales a las políticas de ayuda

	DOCENTES	EMPRESARIOS	ESTUDIANTES
SI	31.80%	44.38%	41.26%
NO	63.10%	39.59%	23.25%
No respondieron	5,10%	16,03%	35,49%

Nos disponemos a interpretar los datos registrados en la tabla adjunta, cuidando de asociar los números a los razonamientos con que los sujetos interrogados justifican su posicionamiento.

Dos tercios de segmento de los docentes se pronuncian claramente por denunciar la falta de apoyo institucional (63.10%). Otro tercio responde con más condescendencia (31.80%). Un pequeño grupo (5.10%) manifiesta sus dudas, lo que de alguna manera se podría sumar a las opciones negativas.

Mirados los porcentajes, no parecen sean capaces de aprobar las políticas de los diversos gobiernos, central, regional, local. Es decir, quedan salpicados de contradicciones los propósitos de la legislación respecto al emprendimiento, en principio laudables, y los

marcos de seguimiento posterior. Y se argumenta con contundencia:

- “se beneficia a pocos”
- existe “clientelismo, burocracia, corrupción”
- “el excesos de tributos desalienta la puesta en marcha y mantenimiento de la empresa”
- “el gobierno no capacita para crear empresas”...

Todos estos argumentos parecen responsabilizar a las entidades públicas de una falta de voluntad real y concreta en la promoción del emprendimiento, con independencia de las políticas corruptas que también se denuncian.

Cuando los docentes votan a favor del apoyo gubernamental las características de los razonamientos adolecen de cierta ambigüedad:

- “existen políticas e instituciones que brindan asesoría y acompañamiento”
- “hay empresas que facilitan créditos”
- “apoyo de la Cámara de Comercio y Banco de la Mujer”

Los movimientos de la Cámara de Comercio y Banco de la Mujer surgen como las instituciones que canalizan espacios y recursos para poner en ejercicio las ideas de innovación empresarial.

Atendiendo a las aportaciones de los empresarios de alguna manera la información se invierte: un 44.38% opta por aprobar las políticas emprendedoras y un 39.59% se inclina por la denuncia. En principio no se ve mucha distancia (5.77 puntos) entre la afiliación a los programas de los Gobierno y el descontento.

En general los empresarios, que conocen y viven los procesos de construcción y mantenimiento de empresas son objeto de muchas dudas, de donde se justifican los resultados dudosos. Su argumento es el “sí pero”...

- “sí, pero falta más compromisos de las autoridades”
- “sí, pero pocas veces”
- “sí, pero las políticas gubernamentales deben incluir el desarrollo productivo”
- “sí, pero falta práctica de sensibilización para el emprendimiento”
- Sí, algunas leyes apoyan la realización de empresas”

Detalladas las informaciones no parece observarse un pronunciamiento contundente y claro. Probablemente su posición de empresarios exija prudencia o si se prefiere están mostrando unas respuestas “políticas” con la intención de no enfrentarse al político de quien han precisado su apoyo y /o acaso lo requieran en el futuro. De ahí que los alcances de sus opiniones vengan teñidas de cierta ambigüedad.

En el análisis del primer ítem de la encuesta pudimos registrar cierta dispersión en la opinión de los jóvenes estudiantes; no existe un pensamiento caracterizado por la claridad y la convicción, fenómeno que por otra parte tiene explicación desde la carencia de prácticas. En la tabla que acumula los datos sobre “políticas de ayuda”, su pronunciamiento oscila en un intervalo de 18 puntos: un 41.26% se articula en pro de los apoyos gubernamentales, un 23.25”%, se inserta en el rechazo y 35.45% se mantiene en la duda. La inscripción al escenario afirmativo resalta apenas 6 puntos sobre la indecisión que equivalen a la clásica respuesta del “no sabe, no contesta”. En ese limbo de la falta de opinión se encuentran varias repuestas argumentativas:

- “sí, pero faltan incentivos”
- “sí, pero depende del tipo de empresa”
- “falta difundir información”
- “sí, porque las personas son más responsables y cumplidoras”
- “no, porque no hay capital”
- “no, porque son pocas las empresas que prestan servicios a los jóvenes”

Lo expuesto en las respuestas de los estudiantes, pone de manifiesto que algunas respuestas no dicen vinculación directa con la pregunta: el acento en la “responsabilidad de las personas”, “en las empresas que no prestan servicios a los jóvenes”, “depende del tipo de empresa” transmite la idea de que, o no se ha entendido el interrogante, o el pensamiento de la población encuestada está disperso.

Al resumir la discusión sobre la segunda pregunta del cuestionario, ¿las políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen a poner en marcha una empresa?, podemos concluir en función de la información de cada grupo muestral seleccionado:

- 1.- Los docentes no sienten que las políticas de apoyo al emprendimiento. Su

pronunciamiento es decidido.

2.- Los empresarios dan su consentimiento al fenómeno institucional de favorecer la puesta en marcha de una empresa. No obstante, sitúan sobre la mesa algunas dificultades y reparos.

3.- Los estudiantes mantienen un criterio sin definición, entremezclando la posición afirmativa con el rechazo a la promoción de las políticas emprendedoras provenientes de las entidades públicas.

Por todo lo expuesto podemos concluir que los buenos planteamientos y reconocidas propuestas que respecto al emprendimiento muestra la Ley 1014/06 carecen de un seguimiento socialmente aprobado. Tampoco aparece una decepción abierta ante la ausencia de apoyos. En todo caso, parece que se echan en falta más orientaciones, apoyos técnicos, recursos materiales que expediten el camino hacia la consideración, elaboración y puesta en marcha de proyectos emprendedores.

7.2.3.- Tercer interrogante

Como investigadores docentes nos preocupa lo que pensamos, lo que hacemos y lo que queremos hacer. Resulta aconsejable a quien quiera pensar el presente e imaginar el futuro, partir de las lógicas habituales para, en su caso, buscar otras formas de escribir las prácticas profesionales. Una herencia impropia, pero frecuente, es actuar pro rutina, sin reflexión. Por ello queremos reencontrarnos con nosotros mismos como formadores.

De una parte, es cierto que existe un movimiento emergente de promoción del emprendimiento en todos los niveles educativos, particularmente a partir de la insistentemente mencionada, Ley 1014/06. Por otra parte, no nos interesa tanto la constancia de la “cátedra de emprendimiento en los centros educativos” cuanto conocer su cualificación de la misma.

Justamente la exigencia de calidad es lo que nos ha llevado a formular la pregunta: ¿Piensa que en la educación en sus distintos niveles -básica secundaria, media académica o media técnica y universitaria (pregrado)- o mediante cursos, seminarios, celebración de eventos para el emprendimiento, se fomenta el espíritu emprendedor en Colombia?

Defendemos la necesidad de un hacer construido sobre “buenas prácticas. Para llegar a pensar las prácticas docentes, es preciso aprender a reflexionar sobre nuestros propios procedimientos. Retomando nuestros propios pasos seremos capaces de observar si estamos en el mundo platónico de la ideas o si pisamos el suelo de la realidad cuando promovemos procesos de emprendimiento en el aula.

En la tercera cuestión nos interesa principalmente la opinión de los docentes y en cierto modo de los estudiantes; pero ante todo, queremos reflexionar sobre la dirección y significado de los argumentos que avalan las respuestas.

Evitando movernos en entornos borrosos, presentamos síntesis y de forma gráfica los resultados de la información recibida de los encuestados. Para ello, elaboramos la Tabla 5 sobre las implicaciones de las instituciones educativas en el emprendimiento

Tabla, 5.- Respuestas de los agentes sociales a la implicaciones de las instituciones educativas en el emprendimiento

	DOCENTES	EMPRESARIOS	ESTUDIANTES
SI	61.41%	91.22%	94.75%
NO	38.59%	8.78%	5.25%

Era de esperar que las respuestas bajo la fórmula categórica del SÍ o el NO tuvieran una decidida mirada por la posición afirmativa. De hecho en la mayoría de los centros educativos de Colombia por medio de la Ley 1014/06 se ha instaurado la “cátedra de emprendimiento”. Conviene, no obstante, precisar el análisis ocupándonos de los ejes que sustentan el pensamiento en armonía con “la implicación de las instituciones educativas en el emprendimiento”. Queremos descubrir la significación en el ámbito profesional de las prácticas emprendedoras.

Una lectura global de la Tabla 5 señala que la muestra del empresariado y la de los estudiantes defienden con solidez la participación de la educación institucional, 91.22% y 94.75% respectivamente. ¿Cuál es el elemento que configura el compartir una opinión, siendo por otra parte sujetos se hallan distanciados en conocimientos y experiencia en el ámbito emprendedor? Divisar los procesos formativos desde fuera es el factor que comparten; el juicio de valor se ha conformado desde los exteriores de la escena: son

actores que desconocen los tránsitos íntimos de la obra.

Sin embargo, los docentes conforman la figura que teje y desteje los manejos de lo cotidiano, las normas de la organización, los empeños, los discursos de los profesionales, en fin, la legalidad o los formalismos legales. Creemos que la diferencia con el resto de los encuestados, tanto en pronunciación por el SÍ como por el NO se debe a que los docentes están inmersos en el ruido de los procesos y el campo de la toma de decisiones. Podría suponerse que la opción por el descontento (38.29%) representara una desafección por la implicación de los educadores en los empeños emprendedores; más bien, creemos que la desilusión proviene del conocimiento de la formación de los docentes, la forma de elaborar los programas y la pedagogía de los desarrollos. Su puntaje de 61.41% no es fortuito, sino consecuencia del nomadismo en la aplicación de la Ley. Con el baño de un cursillo se ha supuesto una preparación en los docentes para impartir docencia sobre emprendimiento que no responde a las exigencias formativas.

Los razonamientos que acompañan las respuestas son elocuentes y suficientemente expresivos. Algunos argumentos justificativos de las respuestas a la pregunta sobre la implicación de las instituciones educativas en el emprendimiento manifiestan el descontento con la aplicación de la Ley en los centros de formación emprendedora

- “no se tiene una visión clara y sostenible”
- “desconocimiento de los docentes del tema del emprendimiento”
- “no somos ni hemos aprendido a ser emprendedores”
- “falta implementación de la Ley”
- “no hay nexo real y significativo con las empresas del sector más cercano a la institución”.

Las palabras que avalan el negativismo de los docentes muestran, no sólo contundencia, sino también algo tan radical como es “desconocimiento del tema”; la cuestión básica es que los formadores no saben el papel que han de desempeñar como promotores del emprendimiento.

Por otra parte, las respuestas de empresarios y estudiantes se abstraen de un análisis real y exponen los deseos ideales; se descubre una proyección antes que la descripción de lo que acontece en el decurso de la formación:

- “es necesario el fomento desde el principio de la formación”
- “se deben fomentar proyectos de investigación”
- “se den buscar alianzas con universidades y empresas
- “la motivación no es total”
- “debe existir mayor interacción docentes – estudiantes”
- “que la Universidad se integre en la empresa”
- “se deben detectar perfiles emprendedores², etc.

Con estos testimonios, resulta argumentación suficiente para ver que las problemáticas que inquietan a empresarios y docentes no se relacionan tanto con “la implicación educativa de las instituciones” en el presente, sino con las medidas que habría que tomar para el futuro. Las respuestas son la pantalla un desiderátum. El propio uso del lenguaje con el “debe” viene a constituirse en el soporte de un ideal frente al análisis real. En definitiva, la construcción de los saberes de los maestros tiene su fundamentación en la práctica docente por lo que resulta más fiable.

7.3 ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS

El saber y la experiencia de los sujetos que venimos llamando agentes sociales (docentes, empresarios estudiantes) son tomados como banderas en la entrevista: queremos recordar que “la vida es valiosa en tanto y en cuanto le rindamos crédito ante cualquier decisión” (García Mínguez, 2005), en nuestro trabajo, el emprendimiento. No se puede dejar de emprender nuevas aventuras de iniciativas, cuando la marea de los acontecimientos parece querer empujarnos hacia la orilla de la vida. En principio se trata de buscar, frente al sistema del desempleo, otros mecanismos y fórmulas que permitan aportar a la sociedad un aumento de ocupación laboral, contando siempre con la experiencia y los recursos de los que por su formación y por su carrera vital, estuvieron a la cabeza de las propuestas emprendedoras.

El objetivo que se fijó esta tesis ha sido que su investigación se ajustara al *tiempo* y a las necesidades de la sociedad y de la juventud, en orden a definir un camino capaz de convertirse en un símbolo de la iniciativa emprendedora tal como le correspondía jugar a la educación colombiana a partir de la Ley 1014/06. Es una aventura de indudable calado

social, que trata de mantener encendida la llama de una cultura del emprendimiento en nuestro país (Alveiro, 2009). Sabemos que no basta una normativa institucional; por alta que ésta sea, hace falta atender al funcionamiento, favorecer la motivación, dar alcance a hábitos, generar espíritu emprendedor en la gente.

En efecto, a partir de las políticas, una disposición urgente es recuperar la actividad del empleo mediante la modernización competencial del emprendedor que canalice la aparición de su confianza. Elemento crucial de esta confianza es la constatación de la experiencia implicada en la promoción formativa en unos casos y/o ejercicio del emprendimiento en otros. Con la entrevista, pues, estamos ante un choque con la realidad sea ésta docente sea empresarial. El horizonte, mérito por su saber y experiencia, procede del exterior y sugiere, así lo esperamos, motivaciones e impulsos en las generaciones futuras. Es obvio que los indicadores que surjan de los textos que vamos a abordar dan pistas para acciones precisas a seguir y claves ajustadas cara al emprendimiento.

Quizás seamos ingenuos, pero es el propósito del presente trayecto. Confiamos que el análisis de las entrevistas aporta nueva luz sobre el pensamiento de docentes, empresarios y estudiantes respecto al perfil del emprendedor dibujado en términos de competencias. El hecho de estudiar las opiniones abiertas de la muestra se piensa que sus formulaciones serán expresadas con más libertad que en un instrumento cerrado; estos márgenes de libertad pondrán de manifiesto la congruencia con las categorías registradas en páginas precedentes tanto en relación con las manifestaciones de la ley 1014/06, como con las utilidades extraídas del cuestionario. Cabe puntualizar que seguiremos el mismo patrón que solicita las disposiciones racionales de los tres colectivos que vienen conduciendo el estudio de campo, en función evidentemente de las tres cuestiones pulsadas en la entrevista (conocer, hacer, ser):

Con este esquema, empezamos significando las aportaciones de los docentes a la primera cuestión:

7.3.1.- Primer interrogante

Desde su experiencia como empresario ¿cuáles cree que son las competencias o habilidades, destrezas que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa? (en tu mente deben estar presentes las competencias aludidas y si acaso ayudar en la conversación a hablar de ellas, o de la creatividad e innovación, el trabajo en equipo, etc.

pero no deben aparecer en el enunciado), centra nuestra atención.

- **Docentes**

Una primera cuestión se pone de relieve antes las respuestas de los docentes: sus prestaciones verbales son bastante extensas en relación con el resto de acompañantes entrevistados. En sintonía con su profesión de comunicantes, la facilidad verbal queda a la vista. Pero ¿en qué competencia fija la atención principalmente la actividad educativa de los docentes?

Para empezar nos ajustamos a las **competencias cognitivas del saber**. “*el conocimiento de los saberes y las exigencias emprendedoras y empresariales*” ocupa un lugar preferente en los docentes, afirma categóricamente un maestro. Otros docentes en diversas expresiones significan su sintonía con el dominio cognitivo de los entornos emprendedores aplicados a la creación de una empresa:

.- “*Hay que estudiar con frecuencia el estudio de mercado*”...

.- “*La capacidad para la gestión, el seguimiento y la evaluación de las actividades inherentes son responsabilidades del emprendedor*”....

.- “*No menos importancia posee el saber desarrollar procesos de administración de acuerdo con la normatividad institucional, a desarrollar dentro de la empresa*”.

Las aportaciones de los docentes respecto a los conocimientos de la empresa antes de iniciar el emprendimiento alertan del estudio del entorno (“mercado”) y del funcionamiento interno: la “gestión”, “administración de la normatividad”, “evaluación de procesos”. Es obvio que estos procesos corresponden a un pensamiento cuya importancia recae sobre el papel de un conocimiento de las singularidades de la empresa, y por tanto adelantos precisos del emprendedor.

Resaltando su dominio de las funciones formativas un docente alude a la teoría que expusimos en la primera parte: “*unas competencias con orientación al saber han de estar relacionadas básicamente con toda la teoría de creación, fortalecimiento y manejo organizacional*”. Es el principio educativo a recordar aunque fuere sabido: una buena práctica exige una buena teoría.

Junto al control del funcionamiento de la empresa aparece la competencia del

conocimiento de los procesos productivos y gerenciales de la empresa emprendedora: “*competencias organizacionales*”... “*estar muy bien preparado, reconocer cualquier tipo de empresa, cómo se organizan, cómo se fomenta, cómo se pone en marcha una empresa*”... El protagonismo del funcionamiento interno en tanto que requisito cognitivo es clave para los docentes. Y añaden un elemento que nos parece fundamental, el “*manejo del talento humano como factor importante de la gestión moderna*”... Será difícil arrancar y mantener una empresa sin tener en cuenta el valor del talento humano, es decir, “los activos intangibles” atrás inscritos (Cañibano, 2007).

Respecto a los procesos de ejecución, o sea, las **competencias del hacer** los docentes son igualmente prolijos en la manifestación de su pensamiento; diversas opiniones de diferentes docentes aspiran a mantener con prioridad los recursos siguientes:

1.- Desarrollar la capacidad de liderazgo, “*Capacidad de liderazgo en la realización de trabajo interdisciplinario*”... “*fortalecer aquellas habilidades de liderazgo necesarias para una organización o situación concreta*” “*el líder debe coordinar, dirigir y controlar o motivar al equipo a ciertas acciones según sea el interés que se tenga. Es decir, el líder debe tener cierto carisma*”. El docente, con verbos de acción decisiva (fortalecer, coordinar, dirigir, controlar...) y/o términos de necesidad (debe, tener que...), tiende a promover un emprendedor con carácter decisorio e incluso con sentido referencial (carismático)

2.- Planificar la acción con compromiso social, “*identificador de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio*”... “*responsable frente a la planeación, ejecución y evaluación del trabajo asignado*”... “*adaptación al cambio: De hecho, la nueva economía exige una rápida adaptación a los cambios que se producen en todos los ámbitos, cambios que se deben comprender e integrar en el devenir individual, colectivo y empresarial, a medida que se presentan*”... “*todo emprendedor debe procurar ser proactivo tanto en el éxito como en la adversidad, ya que sus acciones y decisiones siempre van a estar ligadas a la incertidumbre del entorno y el mercado*” Quizás el docente se deje llevar por un modelo ideal de emprendedor, que vale para presentarlo en el salón de clase, pero que acaso no sea real en el campo de batalla. Prestemos atención a las siguientes dos categorías.

3.- Dominar la comunicación, disponer de capacidad argumentativa es el recurso preferido por muchos docentes: “*la comunicación asertiva en el ámbito de las habilidades correspondientes: leer, escuchar y hablar*”... “*Habilidades lingüísticas interpretativas, argumentativas y propositivas*”... “*Emprendedor es de suma importante de saber comunicar sus ideas a fin de darse a entender, ya sea cuando esté en el proceso de coordinación y dirección de un grupo de colaboradores para que desarrollan cierta actividad*”... “*Para que el emprendedor, comunique asertivamente los pensamientos e ideas, debe recurrir a palabras sencillas, actos transparentes y compromisos claros que le permitan ser entendido por la otra parte*”... “*ser buen comunicador*”. El interés y la confianza de nuestros entrevistados están relacionados por una comunicación que sin duda viene asociada al desempeño de sus tareas formativas.

4.- Por último, queremos concluir la preocupación por el manejo de las TICs entendido como “*la capacidad para comprender, interpretar y armonizar los fenómenos tecnológicos y sociales asumiendo posiciones objetivas y crítico-constructivas*”. No hay más claves ni más entendimientos en el discurso docente respecto al uso de las nuevas tecnologías. En verdad, extraña la escasa apreciación por los recursos técnico cuyo empleo resultan necesarios en la actualidad en sentido activo y pasivo, es decir, conocer y darse a conocer.

Si el proceso de exposición en las categorías de conocer y hacer es amplificado por los docentes, tal vez las **competencias vinculadas al ser** son tratadas con mayor abundancia verbal. Casi todas las competencias que hemos registrado en el estado de la cuestión tienen reflejo en el apartado del ser. Se entiende que en la personalidad del emprendedor reside el secreto del qué y cómo del emprendimiento; los docentes tienden a adoptar la perspectiva de una suerte de determinismo personal que puede con todas las dificultades sean previstas o imprevistas (Silva, 2008). Tomamos como ejemplo cinco competencias y unos cortos testimonios de algunos docentes.

1.- Desarrollar la superación y motivación de logro: “*Contar con una actitud positiva, significa preguntarnos en principio ¿cómo hallamos nuestro sentido?, y cómo encontrar nuestro sentido a través de los valores actitudinales positivos...*”*el emprendedor se construye en una autoestima, autovaloración, auto reconocimiento para poder construir con otros la empresa, puesto que la empresa es un proyecto de vida y de*

organización que tiene tanto responsabilidad para la persona como para su conglomerado y para la sociedad entera”. Diríase que la primera norma es la asimilación del sentido de superación

2.- Poseer autodisciplina, autonomía, persistencia: “*La constancia en el desarrollo de proyectos*”... es otro elemento de partida para el emprendedor; y sigue: “*las personas con una elevada necesidad de logro buscan encontrar situaciones en las que puedan competir contra algún parámetro, ya se trate de calificaciones, dinero o ganar en un juego, se trata de probarse a sí mismas que son exitosas*”. Una persona con caracteres integrales y holísticos mantendrá vivo el espíritu emprendedor.

3.- **Ser éticos y poseer valores:** “*honestidad significa actuar de forma ética, conviene para robustecer el espíritu moral*”... “*La ética es entonces, una decisión práctica que sólo se puede alcanzar en sociedades cercanas a los individuos mismos, como son la familia, escuela o universidad*”. ..“*El compromiso del emprendedor, debe ser el atributo más importante a cultivar por parte del emprendedor...requiere de responsabilidad, seriedad y honestidad*”... “*Tener una conducta ética... es un factor fundamental para llevar a término un servicio o producto*”.... “*ser una persona responsable con los clientes frente al producto o servicio que va a prestar*”. No menos valorados son los rasgos éticos en el deseo de promover un emprendedor no sólo técnico sino también en clave moral y social

4.- En conexión con el dispositivo de los valores se destaca el significado de las competencias proyectadas en y sobre la **sensibilidad social y el sentido de pertenencia con el entorno:** “*los principios del emprendedor han de estar definidos con responsabilidad ambiental y social*”... también con **el entorno:** En el momento actual parece resaltarse un llamado de atención: el compromiso del emprendedor gira en torno a reconocer el valor y la importancia que apuesta por enfoque empresarial con su carácter social y al tiempo el interés por lo ecológico (“ambiental”).

5.- **Por último los docentes resaltan la creatividad y la innovación:** “*La creatividad es un factor que caracteriza de primera mano al emprendedor y lo hace competitivo*”...“ *los productos o servicios innovadores son importantes para emprender una iniciativa de negocios*” ... *El emprendedor innovador necesita fortalecer sus procesos de enseñanza y aprendizaje donde los conceptos y fundamentos básicos están soportados*

en la investigación, el desarrollo y la innovación de productos o servicios de la empresa. La creatividad es también conocida como inventiva, pensamiento original, imaginación, pensamiento divergente, pero ante todo resulta ser la generación de nuevas ideas, proyectos, renovaciones, cambios, adaptaciones soluciones, ruptura en definitiva de la monotonía, un elemento conservador y por ende negativo en los desarrollos de cualquier negocio.

En importancia, decíamos, aparece la tendencia de los docentes a dotar al emprendedor de habilidades personales; es la señal de que el colectivo se encuentra dentro de la línea de las ciencias sociales (Porrás, 2010) y que no bastan por sí mismo los conocimientos y/o el saber ser buen ejecutor de los negocios. El colectivo apuesta y resalta la personalidad creativa, innovadora, sensible a las situaciones sociales, ética, disciplinada. El sentido de superación y motivación hacia el logro favorecen el desarrollo del emprendimiento y acaba conformando competencialmente al emprendedor.

- **Empresarios**

En la honda del conocimiento que desentraña las interioridades y contornos de la empresa se sitúa el pensamiento de algunos empresarios. Estar informado del sistema y entorno del negocio es una garantía imprescindible para un novicio de la empresa:

- *“estar informado en todos los aspectos del negocio y del sector en el cual va a incursionar”*

- *“conocer el manejo de los procesos administrativos como controlar, planear, dirigir y la organización”...*

Los poderes externos, “información sobre el negocio y su sector”, en la teoría se mencionaban a la economía, tecnología, oportunidades, políticas, etc., se complementa con la contención de los elementos internos, “manejo de la planificación, dirección, organización”, en su momento hablábamos de factores psicológicos, éticos, sentido del logro, el poder, etc.

Saberse desenvolver en la complejidad de la sociedad, conocer el entorno local y global aporta un sentido de seguridad en opinión de otro empresario: *“Teniendo en cuenta el fenómeno de la actual globalización de los mercados, el hacer o crear empresas requiere de una perspectiva muy amplia, muy enfocada a las diferentes necesidades de*

oferta y de la demanda que existe en cada una de las diferentes regiones del mundo”... “los cambios del entorno son de vital importancia para asegurar el éxito de una nueva empresa”. Estudiar las y necesidades del contexto se convierte en una oportunidad de éxito en opinión del empresario.

Abordando las competencias de la **proacción**, esto es, el **hacer**, los empresarios ponen en lugar destacado el carácter del emprendedor manifestado a través de la apuesta por tres principales recursos competenciales:

1.- ejercicio del liderazgo: *“tener liderazgo para poder influir y dirigir a otros para encaminar su negocio. En definitiva, el liderazgo está en buscar un equilibrio entre los intereses y motivaciones individuales y colectivas”... y también “tomar decisiones resulta imprescindible para el buen gestor y líder”.* Este empresario vincula la buena “gestión, la capacidad de influencia, la justa dirección del negocio al liderazgo.

2.- la asunción de riesgos: *“Asumir riesgos... que implica un desafío, una situación que puede suceder de tipo económico, tecnológico, humano en el sentido que el negocio no responda a las necesidades de la empresa. El riesgo debe ser reconocido y valorado”.* La presencia del riesgo no es previsible, por lo que, en opinión de este empresario hay que estar siempre listos para “reconocerlo y valorarlo”. La misma competencia aparecía con buena posición en la encuesta

3.- Otro factor resaltado por algunos directores de empresa es el **trabajo en equipo**: *“disposición de trabajo en equipo”... “saber trabajar en equipo, las tareas hoy no se hacen a nivel individual, sino con los aportes del otro”... “una habilidad... de tipo consultivo tiene sentido porque hay mayor análisis entre varias personas, la mirada es más amplia y hay menos riesgos negativos”.* Resulta llamativo que se empodere el trabajo en equipo por un colectivo marcado por el carácter capitalista, tal como venía siendo habitual tanto en las encuestas como en la filosofía que regentaba las directrices de la ley 1014/06. ¿Es una contradicción o más bien responde al resurgimiento de un grupo de empresario en sintonía con las nuevas corrientes sociales y culturales?

La discusión sobre las competencias vinculadas a la **categoría de ser** apenas dispone de espacio en los empresarios. Su estrategia se limita a ponderar las habilidades creativas e innovadoras: *“la innovación se hace necesario porque la empresa esté en*

permanente cambio y transformación en sus discursos, prácticas y actividades, propiciando la generación y puesta en marcha de nuevas iniciativas innovadoras que mejoren los procesos, productos o servicios en términos de calidad, rendimiento, accesibilidad, costo y satisfacción a los grupos de interés ligados al negocio". Pocos son los testimonios, pero la intervención de este empresario adquiere singular protagonismo y significado por la contundencia con que se expresa; "la necesidad de innovación" se torna "permanente" debido a los "cambios y la transformación" en todo el proceso ("discursos, prácticas, actividades"). El punto de vista que el empresariado aplica a la creatividad e innovación está en las condiciones de "calidad, rendimiento, accesibilidad satisfacción", factores impactantes.

- **Estudiantes**

Desde el punto de **vista del conocimiento** de las interioridades de la empresa, los estudiantes, en cierto modo, son el eco de los docentes. Para los empresarios del porvenir "*el emprendedor no se puede alejar de los conocimientos relacionadas con las exigencias emprendedoras para que el producto se sostenga en el mercado*". Un estudiantes hablaba en término generales de "*conocer sobre el funcionamiento de la empresa*" y otro añadía la asimilación de los saberes globales de la empresa en términos parecidos... "*el conocimiento y aplicación correcta del manejo de empresa y los procesos productivos*". Ajenos a la experiencia y contextos empresariales, el colectivo estudiantil se sitúa en la búsqueda del perfil de un emprendedor-modelo que satisfaga unos ideales.

Por este mismo camino, se desenvuelven las dos competencias que ponen de relieve en el ámbito **del hacer**:

1.- Desempeñar la capacidad para influir en los demás: "*necesario es el liderazgo*"... y *propósito de crecer en conocimiento y experiencia son las bases fundamentales de una empresa*"... "*hay que saber incursionar en el mundo global con el producto*". La puesta por el liderazgo queda diluida en expresiones más próximas a un desiderátum que a la realidad ("propósito de crecer... hay que saber incursionar"...)

2.- Al mismo orden, si por orden se entiende "pisar con los pies en el suelo", el estudiante se alinea la competencia que hemos identificado en su momento con espíritu emprendedor: "*Debe ser una persona emprendedora con un gran poder de superación e innovación... y como competencias debe direccionar el espíritu de emprendimiento a*

través del empowerment". El significado del verbo "deber" utilizado en dos ocasiones es la señal de que algo cabría esperar y sería de interés alcanzar: el significado oculto del lenguaje revela una debilidad en las convicciones.

Así mismo, el resultado de las entrevistas a los estudiantes tampoco alimenta expectativas relevantes en la categoría **del ser**: ninguna de las competencias que aparecen, pongamos por caso en el cuestionario, son acentuadas ahora; allí se muestran algo más explícitos, aquí en la entrevistas solo rinden homenaje a la **creatividad y la innovación**: *"la innovación permitirá a la empresa tener un control absoluto sobre el producto; esto garantiza la permanencia de la empresa (y por lo tanto, del producto) en el mercado.* La conclusión ante la parquedad de los estudiantes podría ser la siguiente: estamos en un periodo de formación y sin experiencia; déjennos pensar más adelante.

7.3.2.- Segundo interrogante

Conducidos por esquema que nos habíamos planteado tras el análisis de la consideración de las competencias del emprendedor por parte de los colectivos entrevistados, sometemos a consideración la segunda cuestión: *¿considera usted que las políticas gubernamentales, regionales y locales ayudan y favorecen la puesta en marcha de empresas?* Aunque el interrogante vierte su énfasis discursivo sobre la empresa antes que sobre el emprendimiento, estimamos que detrás "de la puesta en marcha" de un negocio hay un negociante. Todo acto precisa de un actor, en el caso un actor primerizo.

- **Docentes**

El profesorado admite de forma periférica la presencia de ayudas al emprendimiento por parte de la Administración Central y las locales. *"Pueden existir varias líneas de crédito"*, aseguraba un docente y otro confirmaba: *"se podría decir que en Colombia, se han promulgado y reformado las políticas públicas -leyes y normas- que facilitan y fortalecen la empresariedad en el territorio nacional, a partir de la modificación de la ley 520 de 2000 sobre la creación de empresas"...* *"y la emisión de la ley 1014 de 2006 para el fomento de la cultura empresarial"*. Hay un cierto consenso en afirmar que existen iniciativas gubernamentales para promover el emprendimiento. La intervención de los poderes públicos vendría a ser como un arranque con un potencial básico y en cierto modo ejemplar cuando se habla de promoción de la "cultura empresarial".

Sin embargo el colectivo de enseñantes encuentra reparos en la ejecución de las ayudas: pareciera que una cosa es la norma y otra el disfrute.

En primer lugar existe una falta de información: *“Políticas las hay, pero hay desconocimiento de las mismas”... “falta más divulgación sobre su existencia,”* confesaba un encuestado.

En segundo lugar existe otra grave dificultad apuntada por varios docentes: *“hay mucha tramitología para poder acceder a estas...por eso la principal limitante que el emprendedor manifiesta es la capacidad de financiación”... y se añadía,” exigen requisitos exagerados a tal fin que los solicitantes muchas veces no pueden colmarlos, haciendo esta situación, mucho más tenaz para lograr alcanzar dichas sumas”... “El cuello de botella se presenta en la cantidad de trámites y requisitos para la aprobación de los préstamos para tal fin sobre todo a los pequeños y medianos empresarios”.* Las manifestaciones son tan claras que no precisan comentario; resulta “tenaz”, tener que atravesar un “cuello de botella” para poder alcanzar las ayudas.

Pero se incrementan los obstáculos cuando aparece la contradicción de que el préstamo se convierte en fuente de ingresos para el Estado: *“Las políticas del Estado a cualquier nivel no favorecen la creación y sostenibilidad de pequeñas y medianas empresas por la cantidad de gravámenes que les aplican a sabiendas que son ellas las que generan la mayor cantidad de empleos y dinamizan la economía”...* Por mucho empeño que ponga en promocionar el emprendimiento, si los impuestos asfixian el promotor, la motivación acabará agotada.

- **Empresarios**

El mismo pensamiento negativo respecto a las políticas gubernamentales comparten los empresarios; la ley 1014/06 direcciona el fortalecimiento del emprendimiento y la creación de empresas, pero faltan incentivos reales que tornen efectivas las intenciones legales. Ponemos como ejemplo algunos testimonios cuyo eco resuena en la mayoría de los empresarios: *“muchas políticas gubernamentales, regionales, locales, no han favorecido el crecimiento de nuevas empresas, empezando como primera medida que no se crea un ambiente de apoyo sostenible en la parte económica, no hay un régimen especial relacionado con los impuestos, no existen incentivos reales a las empresas para generar*

puestos de trabajo, y por estas razones, las políticas del Estado siguen teniendo una visión muy estrecha en cuanto al apoyo de beneficiar el crecimiento de buenas empresas". "Desde mi punto de vista de ciudadano común y corriente, confesaba otro empresario, considero que las políticas oficiales no favorecen la puesta en marcha de empresas". Se puede decir más lato, pero no más claro: el empresariado no se siente protegido por el Estado y las ayudas que puedan existir "no logran sacar a uno adelante, porque la plata es plata".

- **Estudiantes**

La opinión de los estudiantes sobre las políticas de apoyo al emprendimiento sigue empeñadas en una discusión idealista sin comprender el alcance y largo horizonte que hay tras un periodo de formación y la adquisición de unos conocimientos cuyo monto de los recursos financieros escapan a su control. Algunas señales de un planteamiento sin aterrizaje en la realidad tienen espacio en los siguientes testimonios: *"contamos con la colaboración del Estado en el sector económico para infraestructura o manejo del terreno; es de tener en cuenta que para poner en marcha una empresa es necesario que el empresario sea una persona responsable pero ante todo una persona organizada y con una mira clara alrededor de la empresa que crea".* Del terreno de las ayudas se da un salto en el vacío a la responsabilidad, organización, visión clara, etc.

Con más sentido de la especificidad puntualiza otro estudiante: *"en este país se cuenta con la opción de adquirir ayuda por medio del programa de la Cámara de Comercio con el nombre de "Mega Proyecto", "Destaca Futuro" de la empresa Bavaria, en el campo regional se cuenta con el apoyo de "Fondo Emprender".* Pero otro estudiante puntualiza en las líneas siguientes evocando, casi con las mismas palabras, las opiniones de sus formadores: *"la tramitología limita mucho la creación de empresa, los pagos de impuestos también perjudica el desarrollo de empresa porque muchas veces no se vende y sin embargo los impuestos no se rebajan, se deben pagar. Esto principalmente una limitación que uno lo piensa mucho antes de iniciar una empresa".*

La discusión, centrada sobre la cuestión de las ayudas estatales al emprendimiento y los procesos correspondientes, pone de manifiesto la continuidad y los alcances de la legislación, en particular la ley 1014/06. Una opinión común se desprende de la entrevista: hay que impulsar el emprendimiento acompañado de la apuesta por apoyos económicos

reales, es decir, con menos trabas burocráticas y disminución de los impuestos, sobre todo a los comienzos de las iniciativas.

7.3.3.- Tercer interrogante

¿Cómo está respondiendo el sistema educativo reglado y no reglado en la cuestión del emprendimiento? Es el tema con que hemos abordado en el estudio de campo a los colectivos de nuestra muestra a través de entrevista. Es un interrogante tan posible como deseable. ¿Por qué? se podría preguntar. Sencillamente porque el espíritu emprendedor no viene asociado a los genes, sino que precisa estrategias educativas capaces de promoverlo. Como el rendimiento escolar, el emprendimiento es una exigencia social a demandar a la educación. El interrogante completo dice: *¿Piensa Ud. que en la educación en sus distintos niveles, primaria, secundaria y universitaria o mediante cursos, seminarios, celebración de eventos para el emprendimiento, se fomenta el espíritu emprendedor en Colombia?*

Empeñamos las páginas que siguen en la lectura y debate de las entrevistas a docentes, empresarios y estudiantes en conformidad con los conocidos planeamientos.

- **Docentes**

Del análisis de las entrevistas resaltamos un primero pensamiento expuesto de entrada por un docente: *“Mientras las instituciones educativas a cualquier nivel no vivencien el emprendimiento con cierta autonomía organizativa es difícil que se fomente”*. No es un tema baladí: el docente sabe que el trabajo productivo precisa de una implicación formativa, pero enfatiza su convicción asegurando que el emprendimiento precisa ser “vivenciado”. La seguridad de la formación y su eficacia será tal cuando el educador haya asumido su papel como algo vital y existencial.

Casi todos los docentes afirman la articulación del emprendimiento en los programas de los centros educativos:

- *“Se necesita otra política de fortalecimiento... hay que formar mucho a las personas”...*

- *“Sinceramente pienso que hasta ahora de unos 5 años aproximadamente a la fecha, sí se ha tratado de implementar esta mentalidad en la juventud estudiantil en los diferentes ámbitos pedagógicos”...*

- *“Hay convenio con el SENA y se hace la articulación en los grados 10 y los estudiantes terminan con el título técnico”...*

- *“Se forman los estudiantes en temas como: implementación de ideas de negocio como emprendedor, liderazgo, planeación, toma de decisiones, manejo de los problemas”.*

Las presentes y seleccionadas aportaciones son el reflejo de una filosofía de asimilación del emprendimiento como empeño del sistema educativo; además los testimonios avanzan desde afirmaciones generales *“se necesita una política de fortalecimiento”*, hasta la secuenciación de los temas tratados en los currículos, *liderazgo, planificación, toma de decisiones*” Es una educación con el compromiso del emprendimiento.

Sin embargo, algunos docentes críticos con el fenómeno, observan falencias que son de rigor constatarlas; aseguran algo que puede oscurecer todo el proceso educativo: *“se motiva al estudiante como quedó en el punto anterior, pero este proceso se ve interrumpido, por cuanto no se lleva todo un proceso de seguimiento hasta un resultado final”*. Es fundamental la sensibilización y equipamiento de conocimientos en el estudiante, pero no posee menor interés el hacer un seguimiento de los proyectos emprendidos. Y aún es más pesimista el testimonio siguiente: *“la capacitación y formación en empresarismo es requerida para los educadores a partir del desarrollo de su perfil emprendedor”...* *“y es aquí en donde se falla ya que los docentes carecen de formación los de otras áreas no se interesan por hacer parte de estos proyectos”*. La falta de formación de los formadores puede llevar a los márgenes del fracaso la filosofía del emprendimiento. La preparación de los docentes es el principio del éxito en la carrera de la promoción de emprendedores en Colombia.

- **Empresarios**

De lejos ven los empresarios el tema de la formación. Sus opiniones en este sentido son contradictorias, reflejo del desconocimiento inmediato de lo que acontece en los centros educativos. Por un lado estiman necesaria la formación: *“se necesita tener muy buena formación educativa, ya que la competitividad globalizada es cada vez más exigente, la constante capacitación, actualizaciones, redireccionamientos de los diferentes temas referentes al emprendimiento son los que pueden asegurar en definitiva el positivo éxito de una nueva empresa.”* Finalmente se expresa un deseo de formación que es avalado

por otro testimonio: *“creo que los diferentes entes educativos están articulando sus proyectos educativos en esa área: el emprendimiento como eje transversal del currículo, y en instituciones de educación superior como electivas y seminarios”*.

Otros testimonios no observan preocupación en los centros educativos por el emprendimiento: *“Creo que en ningún nivel educativo en Colombia se promueve el espíritu emprendedor, por lo menos hablo desde mi punto de vista... En la universidad nunca le inculcan al estudiante el espíritu emprendedor, por lo menos en la que estudié yo, U. De Cartagena”*. Las opiniones opuestas de los empresarios requieren un tratamiento reservado y prudente. No se puede construir una norma o criterio de aquello que no se conoce.

- **Estudiantes**

Es de esperar que los estudiantes, sujetos activos de la formación dispongan de un criterio homogéneo y generalizado. En efecto ellos piensan que en el sistema educativo existe un interés por la promoción del emprendimiento según manifiestan distintos estudiantes de forma resolutiva:

- *“En la educación colombiana, se fomenta el espíritu emprendedor”*
- *“el conocimiento que dan los docentes o tutores es un conocimiento que ayuda al progreso y desarrollo”*
- *“en la Institución Departamental Las Villas de Cogua fue muy interesante, ya que en ese nivel profundicé en la habilidad de ser emprendedor por medio de un proyecto productivo y no empleado”*.

Las diversas aportaciones dan fe de la presencia formativa para el emprendimiento en los Centros educativos; los testimonios también son diversos hablando alguno de los estudiantes en primera persona con marcado entusiasmo: *“profundicé en la habilidad de emprendedor con un proyecto productivo”*. Es el mejor argumento de la incursión académica en las cuestiones emprendedoras.

A modo de resumen cabe inferir de la entrevista que estamos ante el cultivo del emprendimiento en tonos diferentes:

- Los docentes conforman el colectivo más positivo: aborda con claridad las

competencias propias del emprendedor, quizás con cierto matiz idealista, estima oportunas las políticas de promoción del emprendimiento y con seguridad afirma el compromiso de los Centros educativos con el mismo.

- Los empresarios ponen sobre la mesa unas cuantas competencias del emprendedor pero sus manifestaciones son limitadas al respecto. Su crítica es bastante severa respecto a las acciones gubernamentales en pro de la creación de nuevos empresarios.

- Los estudiantes navegan entre aspiraciones emprendedoras y movimientos empíricos: sus horizontes de proyectos empresariales refieren limitaciones confusas.

Es preciso por razones obvias presentar un resumen de las entrevistas, particularmente del primer interrogante, es decir, las competencias que resultan más fortalecidas tras el análisis de los textos. Confiamos que la concurrencia de mentalidades, más que de tesis concretas, dote a la imagen del emprendedor de una unidad, no determinante, pero sí suficientemente consiste, máxime si de alguna manera se establece comunicación con los resultados de la encuesta.

Cuadro 12.- Síntesis de las competencias del emprendedor según las entrevistas

Docentes			Empresarios			Estudiantes		
Conocer	Hacer	Ser	Conocer	Hacer	Ser	Conocer	Hacer	Ser
Saberes empresaria	Liderazgo	Actitud Positiva	Conocimiento Oportunidades	Liderazgo	Innovación	Saberes Sobre empresa	Liderazgo	Creatividad
Capacidad Gestión	Conocimientos Oportunidades	Constancia	Capacidad gestión	Asunción riesgos	Atención Cambios mercado	Saberes Sobre Emprendimiento	Sentido Superación	Innovación
Estudio mercado	Comunicación	Etica y valores	Estudio mercado	Trabajo equipo				
	Conocimiento TICS							

CAPITULO 8

CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL DE EMPRENDEDOR SEGÚN LA LEY 1014/2006. COMPARACIÓN CON LOS AGENTES SOCIALES

Es el momento de responder a la finalidad última del estudio: la elaboración del perfil de emprendedor, según la Ley 1014/06. Si bien teníamos trazados los rasgos al final del análisis del documento legal (ver el punto 7.1), en una lógica más amplia nos permitimos comparar las cuatro fuentes informativas, ley, decentes, empresarios y estudiantes. De este rico escenario extraeremos las principales competencias que describan el perfil de emprendedor. No vamos a detallar todas las competencias; se marcarán tres de aquellas que han logrado una alta consideración por parte de los sujetos encuestados/entrevistados y aquellas que reciben más énfasis y reiteración en el texto legal. Para una mejor comprensión utilizamos el lenguaje visual en tablas.

Cuadro.13.- Competencias enfatizadas en le Ley 1014/06

Competencias del conocer	Competencias del hacer	Competencias del ser
Dominar los saberes. Conocer los procesos productivos y gerenciales	Dinamizar el espíritu emprendedor	Poseer capacidades creativas. Disponer de habilidades innovadoras.
Formar en y para el emprendimiento.	Planificar la acción. -Generar ideas de negocio con carácter asociativo y solidario.	Poseer sensibilidad Social: Responsabilidad social
Desarrollar la Capacidad de análisis:	-Manejar las cuestiones financieras.	Apropiarse de la ética y los valores

El ideal de la Ley, hace confluir competencias que responden a un modelo de emprendedor bastante definido. Los ideales de transformación social y aspiraciones de una sociedad más justa y equilibrada parecen diluirse en el texto que nos ocupa cuando trata de perfilar al profesional emprendedor. Se localiza otro tipo de intereses. Las competencias que vamos a señalar, están significadas en función de un criterio espacio temporal: el espacio que ocupan y las veces que se citan en distintos artículos en el documento revelan un énfasis, guía de nuestra selección.

La competencia que más veces aparece mencionada es “el espíritu emprendedor” en nueve ocasiones; después figura la capacidad de “planificación de los procesos

empresariales” en ocho momentos; detrás le siguen con seis apariciones, “el manejo de los procesos gerenciales y productivos”, “dominio de los saberes relativos a la empresa”, “formación para el emprendimiento”, manejo de las cuestiones financieras”.

La lectura de las seis competencias más pronunciadas en la Ley 1014/06 conduce al descubriendo de un pensamiento positivista: la razón de la normativa no es otro que la ocupación laboral de los jóvenes, pero sobre todo “generar riqueza, estimular la productividad, emerger negocios”. Estamos en una sociedad capitalista por lo que a ella nos debemos. Quizás por esta razón pasan a segundo plano el emprendimiento social o la sensibilidad por los temas del medio ambiente, o el reparto equitativo de los bienes culturales y materiales o las iniciativas cooperativas. Deja claro la Ley, donde está y a quién se debe.

Avanzando, pasamos a analizar los supuestos que subyacen en las encuestas y las entrevistas para ir definiendo el perfil del emprendedor.

Cuadro 14.- Competencias enfatizadas docentes, empresarios, estudiantes en cuestionarios y entrevistas

Competencias del conocer			Competencias del hacer			Competencias del ser		
Docentes	Empresarios	Estudiantes	Docentes	Empresarios	Estudiantes	Docentes	Empresarios	Estudiantes
Conocimiento del entorno	Saberes empresa	Saberes empresa	Comunicación	Cuestión Financiera	Liderazgo	Valores éticos	Confianza autovaloración	Solidaridad
Conocimiento de las TIC	Procesos Productivos	Conocimiento de las TIC	Liderazgo	Toma de Decisiones	Espíritu Emprendedor	Confianza Autovaloración	Sentido del Logro Motivación	Idea de negocios
Saberes empresariales y emprendimiento	Marketing, publicidad	Investigación	Espíritu emprendedor	Espíritu Emprendedor	Planificación	Ideas de negocio	Ideas de Negocio	Creatividad

El análisis comparativo del cuadro 14 ofrece la presencia de algunas competencias que atraviesan la opinión de los tres segmentos poblacionales. Por ejemplo:

- en la categoría del conocer, “los saberes sobre la empresa” forma parte de la preocupación de los sujetos sin excepción
- en la categoría del hacer, resalta “el espíritu emprendedor”, distinguido por toda la población
- también en la categoría de ser “la idea de negocio” hace acto de presencia en todos los agentes sociales.

Después, encontramos que “la confianza y autovaloración” toman particular vigencia entre los docentes y los empresarios.

El manejo de las TIC aparece sintonizado por los docentes y estudiantes. Los mismos sujetos mantienen sus apreciaciones especiales por la competencia del “liderazgo”.

Si centramos la atención en las propuestas competenciales el talante y filosofía de cada muestra perfila modelos de emprendedores particulares:

- los docentes asocian las competencias a un prototipo de emprendedor de altas aspiraciones y portador de múltiples recursos. El profesionalismo les conduce a presentar una figura sin apenas fisuras: recordemos las artes que se le atribuyen en la entrevistas: “creatividad”, “innovación”, “sensibilidad social”, “autodisciplina”, “motivación”, “sentido del logro”. El docente sabe lo que quiere, aunque casi todas las competencias descritas no son específicas del emprendedor, sino más bien atraviesan la acción de los profesionales de lo social. Por ello hablábamos de cierta indefinición unos párrafos atrás.
- los empresarios anticipan sus esfuerzos en torno al sentido empresarial, entendido como negocio. Su mentalidad y filosofía quedan definidos por competencias relativas a la productividad: “manejo de las cuestiones financieras”, “capacidad de adaptación y productividad”, “planificación de la acción”, “toma de decisiones”. Hay una persistente acotación de un pensamiento vinculado al positivismo.
- los estudiantes giran en torno a representaciones identificadas con lo ideal; sus aspiraciones finalmente se identifican con los “valores morales”, “la solidaridad”, “el conocimiento de las TIC”, “la investigación” Por la forma en que se manifiestan son portadores de una ideología que resalta las competencias con una ocupación

mental más preocupada *por lo que debiera ser* que *por lo que es* el emprendedor. Demasiados intereses, demasiados deseos.

Llegados a estas alturas, nos preguntamos ¿cuál es el perfil de emprendedor, según la Ley 1014/06 y nuestros sujetos/muestra? El esfuerzo por sintetizar los resultados obtenidos del análisis de la Ley, las encuestas y los cuestionarios permiten ofrecer un diagnóstico general del perfil del emprendedor en nuestro país, Colombia, cuyas raíces pueden encontrarse en la concepción de emprendimiento. Los estudios sobre las fuentes informativas tienen sentido, en tanto dibujan un escenario en el que aparecen unas limitadas competencias que configuran el prototipo de emprendedor, muy estrecho, al tiempo que abren otros horizontes. Digámoslo de una vez: no tenemos muy claro un perfil definido; sólo podemos reconstruir una figura en la concordancia de unas competencias mínimas. En este sentido los tres segmentos poblacionales junto con la Ley comparten tres competencias:

- 1.- el carácter de líder del emprendedor
- 2.- el conocimiento sobre el desarrollo y el funcionamiento de los procesos empresariales
- 3.- el espíritu emprendedor.

El estudio es capaz de centrar nuestra atención evitando dispersiones en dos competencias específicas, y una tercera con carácter, el liderazgo, transversal, es decir, un rasgo que pueden desempeñar otros profesionales de las ciencias sociales, como el psicólogo, el pedagogo, el sociólogo, etc.

No es cuestión de caer en el derrotismo; lo que realmente nos interpela es la construcción ideológica. En el fondo observamos que las informaciones de las personas encuestadas y entrevistadas y la misma ley nos presentan tipos paradigmáticos de emprendedor. Por tanto, sin vinculación a prototipos concretos, los análisis no descubren un perfil, sino unos modelos que responden a unas filosofías.

El proyecto de emprendedor y emprendimiento para la Ley 1014/04 está inspirado en una mentalidad positivista, idea en la que convergen los empresarios. Lo más significativo de este modelo es el pensamiento centrado en el negocio; apenas se mueve por otros intereses que no sea el rendimiento económico. Creemos haber mostrado en decurso del

debate cuáles son los presupuestos de las competencias abanderadas por la normativa y el empresariado. (Ver cuadros 12, y 13 y 14)

A su vez, lo mejor de las intenciones de docentes y en gran parte los estudiantes es el optimismo y confianza en un modelo de emprendedor “estratégico”. Un complejo apreciable de competencias cognitivas, pro-activas y personales autorizan al ciudadano a convertirse en emprendedor. Nuestros interlocutores presentan una lógica de habilidades y recursos que consignan un equipamiento de estrategias capaces de otorgar seguridad al iniciador de proyectos emprendedores. Con una formación protagonizada por la adquisición de estrategias el estudiante, futuro emprendedor, puede cobrar el protagonismo que exige la sociedad colombiana en el momento presente, vinculado a la ocupación laboral. Hablando con cierta cautela, se entrevistó que quizás los criterios formativos anidados en las mentes de docentes y estudiantes devengan de una concepción marcada por la academia.

En definitiva observamos la posibilidad de ir construyendo el pensamiento del emprendimiento; las aportaciones legales, docentes, estudiantiles y/o empresariales permiten transitar y acompañar a un emprendedor capaz de pensar, innovar con los pies en el suelo.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

Nos hallamos ante el último capítulo de la tesis. Es el momento de hacer balance final en el que trataremos de ver si los objetivos propuestos se han cumplido y/o en qué grado hemos sido capaces de alcanzarlos. Nos hemos enfrentado a una larga, al tiempo que desafiante carrera. Nadie pone en tela de juicio que las novedades respecto al emprendimiento requeridas por el país y sus gentes, han de orientarse hacia una modernización de Colombia, sobre todo en lo que se refiere a la demanda de ocupación laboral. Recordamos, una vez más, la crisis de empleo extendida por todo el mundo y que a nosotros los colombianos también afecta. Sobre la marcha se nos han ido aclarando ideas. Nos disponemos a evaluar la correspondencia entre los resultados de los agentes interrogados y las propuestas de la tesis:

- El primer objetivo, que decía, *identificar cuáles son las competencias contempladas en la Ley 1014/06 del Gobierno colombiano*, se ha cumplido. Hemos resumido los contenidos competenciales de la Ley con una tabla resumen que visualiza las principales aportaciones del documento legal (Ver cuadro, 13).

- El segundo objetivo, requería *analizar los fundamentos filosóficos, axiológicos y empresariales caracterizados en el planteamiento oficial de las competencias del emprendedor*. El estudio da por resultado un agenciamiento de las competencias teñidas de concepciones empresariales que rinden tributo al economicismo y la obtención de beneficios inmediatos y tangibles.

- El tercer propósito, *determinar cuáles son las competencias que a juicio de los docentes, empresarios, y estudiantes definen al emprendedor*, también se ha confirmado. Los instrumentos de información, cuestionarios y entrevistas nos han dado un elenco de competencias que sirven de orientación para mejor comprender la figura del emprendedor (Ver cuadro, 14).

- Finalmente nuestro trabajo investigador se había empeñado en *comparar el perfil propuesto por los agentes sociales, empresarios, docentes y estudiantes, con el perfil contemplado en la ley 1014/2006*. La respuesta que hemos logrado en este apartado tiene una doble dirección:

Por un lado, hemos construido un escenario en el que unos datos permiten observar y comparar las competencias de cada una de las fuentes informativas. El resultado prefigura un perfil poco consistente de emprendedor. Son tres las competencias compartidas por el universo de la muestra: el carácter de líder, el conocimiento sobre el desarrollo y el funcionamiento de los procesos empresariales, espíritu emprendedor

Por otra parte, hemos de confesar que salvo, hecha la salvedad precedente, no se visibiliza un perfil de emprendedor ajustado a unas competencias específicas. Más bien se ha descubierto unos modelos de sujetos motivados por determinado pensamiento de emprendimiento; de alguna manera se corrige la representación del cuarto objetivo. Quizás no podamos promover perfil personalizado de emprendedor, pero podemos postular la reflexión sobre unas ideologías, que conviene desenmascarar para ubicar a los futuros emprendedores frente a una toma de decisiones conscientes y sin sutiles contagios.

Como sugerencias nos atrevemos a propiciar tres propuestas extraídas de las encuestas y entrevistas:

1.- Convendría que las autoridades políticas atendieran con mayor énfasis a la formación de los formadores en lo que a la problemática del emprendimiento se refiere

2.- En relación a las ayudas gubernamentales para el emprendimiento, los estudiantes demandan más información y los empresarios denuncian el exceso de burocracia y las asfixiantes cargas fiscales

3.- Por último, a los centros educativos se solicita no sólo la participación en la educación para el emprendimiento, sino la asimilación de un espíritu emprendedor que contagie a los estudiantes.

Los escollos y las dificultades durante la trayectoria de la tesis, sobre todo en

relación a las encuestas y entrevistas, no han sido pequeños. El empeño mereció la pena: pensamos haber marcado unos referenciales para que los futuros emprendedores y docentes dispongan de unos recursos capaces de privilegiar una formación optimizada y un mejor servicio al país.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Zoltan J., Audretsch, David B. (2003). *Handbook of entrepreneurship research*. Kluwer Academic Publishers.
- Ainsa, Fernando (1986). *Identidad cultural de Iberoamérica en su narrativa*. Editorial Gredos.
- Alaluf y Stroobants (1994) (libro de Navio)
- Alavez Tello, Lizbeth; Peraza Talavera, Héctor Raúl (2004). “*Guía práctica en la formación de una empresa comercializadora*”, editorial Gasca Sicco, México.
- Alberici Aureliana y Serreri Paolo (2005) *Competencias y la formación en la edad adulta*: Barcelona: Alertes, S.A
- Alles Martha Alicia (2005). *Autoempleo: Una salida frente al desempleo*. Buenos Aires. Granica.
- Amit, R.L. and Mueller, E. (1993). *Challenges to theory development in entrepreneurship research*. Journal of Management Studies.
- Añaños Breiñana, Fanny T. (coordinadora), García Minguez Jesús, Bedmar Moreno Matías, Montero García Inmaculada. (2006). *Educación Social. Formación Realidad y Retos*. Grupo Editorial Universitario. Colección Educación Social.
- Ansoff, Igor H., (1997). “*La Dirección estratégica en la práctica empresarial*”, editorial Pearson, México
- Arbonies, Ángel L.(2005); *Las paradojas organizativas*; MIK S. Coop.
- Arias Arias, Nubia Constanza (2008) *Tendencias o corrientes en la concepción de competencia*. Bogotá: USB.
- Ariau, A. (2003). *La Educación de los emprendedores: Un comentario acerca de los contenidos formativos y el rol de la Universidad*. Pigüe, Argentina. Congreso Provincial Emprendedurismo y Desarrollo Local.
- Arroyo Simón,(1985): *¿Qué es la Pedagogía Social?:* Madrid: Universidad de Complutense
- Artaza, Naiara (2004); *Adaptive Leadership in today's Modern Society*. Tony Mobbs, Socio del Centro Cynefin sobre Complejidad Organizacional.
- Audretsch, D. Feldman y MP. (2003). *El conocimiento desbordamientos y la Geografía de la innovación*", en J. Vernon Henderson y Thisse Jacque, editores. *Manual de Urbano y Regional de Economía y Geografía*, Volumen 4 ciudades. Amsterdam: North Holland Publishing. Amsterdam: Holanda del Norte Editorial. pp. 2713-2739. pp 2713-2739.

- Audretsch, David (1999). *Economic Growth and Innovations Dynamics*. IDSADP.
- Audretsch, David y Thurik, Roy (2001). *Linking entrepreneurship to growth*, STI working paper.
- Bacic, M. y otros (2001). *Informe sobre el proceso emprendedor en Brasil*. Mimeo. BID.
- Balla Oberholzer Gisele (2009). *Foreign Affairs: The new world among the Globalization life*. AIU.
- Banco Interamericano de Desarrollo, BID (1999). *Primer estudio de análisis de creación de empresas en América Latina*.
- Banco Mundial (2002). *Instituciones para los mercados. Informe sobre el Desarrollo Mundial 2002*. Madrid. Publicaciones del Banco Mundial.
- Banco Mundial-BIRF (1991). *Informe Anual*.
- Bardín, L. (1986): *Análisis de Contenido*. Madrid. Akal
- Barnard, Chester I (1938). *The functions of the executive*. Cambridge, Mass, Harvard University Press.
- Baron, R.A.() 1998. *Cognitive mechanisms in Entrepreneurship – Entrepreneurship in the 1990s*. Journal of Business Venturing.
- Barone Victor (1998) *Documento de trabajo No. 95 Globalización y Neoliberalismo. Elementos de una crítica*. Asunción Paraguay. Consejo latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Biblioteca virtual. Sala de lectura.
- Baumol, William J. (1993). *Entrepreneurship, Management and the Structure of Profit*. New York University.
- Bedmar Moreno, Matías; Añaños Brediñana, Fanny (2006). *Introducción a la Pedagogía Social/Educación Social*. Grupo Editorial Universitario. Colección Educación Social.
- Benavente, J. y otros (2003). *Informe sobre el proceso emprendedor en Chile*. Mimeo. BID.
- Benedict, Ruth (1934.). *Pattern of Culture*. Universidad de Columbia.
- Benson, A. *Time and Entrepreneurship*. Time Center. 1977.
- Betancourt, J. *Educación en creatividad* Disponible en la Web: psicologiacientifica.com
- Bhide, Amar y Otros (1999). *Iniciativa Emprendedora*. Harvard Business Review. Deuste. BID. *Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*.
- Birley, Sue and Paul Westhead (1994). *Una taxonomía de Creación de empresas Las razones y su impacto sobre el crecimiento y tamaño*, Diario of Business Venturing vol. *Aventurarse en Negocios*. Vol. 9, pp. 7-31. 9, pp 7-3

- Bisquerra Alzina Rafael (coord.). et al. (2004). *Metodología de la Investigación Educativa*. Madrid. La Muralla.
- Bodemer, Klaus (1998). *Nueva Sociedad* Nro. 156 Julio-Agosto
- Boggio Vásquez, Juan; Vecino Romero, Fernando José (2008). *Emprendimiento e instituciones: el caso Cancún*. México. Teoría y Praxis N° 5.
- Boissier, Sergio (1999). *Ser o no ser provincia, ser o no ser región: esa es la cuestión*. ILPES.
- Boissier, Sergio (2001) *Sociedad del conocimiento, conocimiento social y gestión territorial*. Paper.
- Boissier, Sergio .*Y si el desarrollo fuese una emergencia sistémica*. CLAD, Reforma y Democracia. No. 27, Octubre 2003.
- Buame, S. (1992) *Stimulation of Entrepreneurship: An integrative Approach*. European. Small Business Seminar.
- Buarque, Sergio (1997). *Desarrollo sostenible. Metodología de planeamiento: Experiencia del norte del Brasil*. Sao Paulo: BMZ/GTZ.
- Bustamante, G (2001). *Sobre un intento retórico de legitimar la evaluación de 'competencias básicas'*. Pedagogía y Saberes. N° 16. UPN.
- Callon, M. (1991). *Réseaux technico-économiques et irréversibilités*. En : Godar Boyer (ed.) *Les figures d'irréversibilité en économie*, París, Éditions de L'École des Hautes Études en Sciences Sociales, p. 196.
- Capra, Fritjof (1995). *La trama de la vida, una nueva perspectiva de los sistemas vivos*. Anagrama colección Argumentos.
- Cardozo, G. (2001). *La falacia de las competencias laborales*, en Competencias laborales y desinstitucionalización de la formación profesional. Bogotá, SINDESENA.
- Caride J. A. (2003). *Las identidades de la educación social*. Cuadernos de pedagogía N° 321.
- Casado, José Manuel (2001). *El directivo del siglo XXI* Barcelona. Gestión 2000, S.A.
- Cassirer, Ernest (1981). *La Filosofía de la Ilustración*. Fondo de Cultura Económica.
- Castells M. (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. Madrid. Alianza.
- Chomsky Noam (1983). *El lenguaje y el conocimiento inconsciente*. México. FCE
- Chomsky, N (1972). *La lingüística cartesiana*, Madrid Gredos.
- Christensen Enero 2006 Men Fuente: Ministerio de Educación, Altablero N° 35, junio-julio, 2004.

- Coase, R. *The nature of the firm*. Económica Vol. 4. 1937.
- College/London Business School. *Gem. Global Entrepreneurship Monitor (2002)*. Executive Report. Babson
- Colom A.J. y colaboradores (1987). *Modelos de intervención socioeducativa*. Madrid. Narcea.
- Cook, T.D. y Reichardt, C.S. (1986) *Métodos cuantitativos y cualitativos en investigación evaluativa*; Madrid: Morata
- Coraggio, José Luis (2007:58). *La Economía Social como vía para otro desarrollo social* ww.google www.fronesis.org Revista el desarrollo y la nueva generación.
- Corbalán, Fj; Martínez, F; Donolo, D; Tejerina, M; Limiñana, Rm (2003) *CREA Inteligencia Creativa. Una medida cognitiva de la creatividad*. Madrid: TEA Ediciones. Obra galardonada con el VII Premio Internacional TEA Ediciones.
- Cordón Pozo Eulogio (2006) *Desarrollo de un proyecto innovador*. Universidad de Granada; España.
- Corona Funes, Rafael, 2001, 178 pp “*Estrategia, el cambio en la proyección del pensamiento empresarial*”, editorial Gasca Sicco, México.
- Corte Constitucional de Colombia. *Sentencia C-53 del 2001*, M.P. Cristina Pardo S.
- Cuesta R (1988). *Clío en el aula*. Madrid. Akal.
- DANSOCIAL, SUMA.2005. *Escuela Galán para el Desarrollo de la Democracia. Herramienta Pedagógica en la Convivencia Social*.
- Dávila L. De Guevara, Carlos (2001). *Teorías organizacionales y administración*. McGraw Hill.
- De Bono, E. (1993): *El pensamiento lateral. Manual de creatividad*. Paidós, Barcelona
- De Gregori, Waldemar (1996). *Administración sistémica*. Bogotá. Asic-pro.
- De Gregori, Waldemar (2002). *El capital intelectual*. Bogotá Mc Graw Hill-UCC.
- De Gregori, Waldemar (2002). *El poder de los tres cerebros*. Bogotá. Kimpres.
- De Gregori, Waldemar (2003). *La gramática del dinero*. Dallas.
- Dehter, Mario (2004 Abr) *Networking: cómo construir y gestionar redes personales y profesionales de apoyo*. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Relaciones del Trabajo
- Delgado, Antonio (cuaderno pagina 22)
- Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro*, Madrid, UNESCO- Santillana.
- Delors, Jaques (1994): *Los cuatro pilares de la educación en La educación encierra un tesoro*. El Correo de la UNESCO, pp. 91-103.

- Días De Carvalho, A (1998): *Pistas para una formación-investigación de los educadores sociales*. II congreso Estatal de Educación Social (edición electrónica).Madrid: FEAPES
- Dilthey, Wilhelm (1960). *Fundamentos de un sistema de Pedagogía*. Buenos Aires. Editorial Losada.
- Drucker Peter (2008).*El líder del futuro* Ediciones Deusto s.f., .España
- Drucker, P. F. (2002, Agosto). *The Discipline of Innovation (La disciplina de la innovación)*. Harvard Business School Publishing.
- Drucker, Peter (1985). *La Innovación y el empresario innovador*. Ed. Edhasa.
- Drucker, Peter (1985). *The entrepreneurial mystique. Inc.*
- Duarte, P. y Cuchimaque, E. (1999). *Nuevo examen de estado para el ingreso a la educación superior. Cambios para el siglo XXI Lenguaje*. Bogotá, ICFES.
- Durand, Gilbert (2000). *Lo Imaginario*. Ediciones del Bronce.
- Echeverri G., Jorge (2001). *Introducción al pensamiento de Edgar Morin desde la perspectiva ambiental*. Revista Gestión y Ambiente. Vol. 6 No. 1.
- Echeverri G., Jorge. *Conferencia magistral sobre Los Imaginarios en Maestría de Administración*. Ibagué, abril 22 de 2005.
- Ekvall y Ryhammar (1999) *La persona protagonista de la innovación: España*. ECOTEC
- Elliot, Ph (1975). *Sociología de las profesiones*. Madrid. Tecnos.
- Empresarial. Revista Pensamiento & Gestión N° 26, páginas 94-119. Universidad del Norte. Barranquilla. Colombia.
- Escuela Galán para el Desarrollo de la Democracia. *Herramienta Pedagógica en la Convivencia Social*. DANSOCIAL, SUMA.2005.
- Espinosa R., Miguel A (1997). *Región de la teoría a la construcción social*. Fundación Social.
- Etzioni, Amitai (1964). *The International Award for Entrepreneurship and Small Business Research*.
- Etzioni, Amitai (1972). *Organizaciones modernas*. México, UTEHA.
- Evans y Jovanovic, Evans, D. y Jovanovic, B. (1989). *An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints*. Journal of Political Economy Vol 97 N° 41.
- Evans, P. B (1992). *Embedded autonomy and industrial transformation. Political power and social theory*. Cambridge University Press.

- Farr J.L., y Ford, C.M. (1990). *Individual Innovation*. En M.A. West y J.L. Farr (Eds). Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies. Chichester. Wiley.
- Farr; J. (1992). *Innovation and creativity at work*. Wiley and sons.
- Fayol, Henry (1916). *Administración Industrial y General*.
- Fayole A. y Bruyat C. A (2002). *Conceptual and methodological framework to study, using the modeling of complex system, the Foundation and Development Processes of Innovate*. Business Activities. First European Conference en Entrepreneurship Research
- Fermoso Estébanez Paciano (1994). *Pedagogía social. Fundamentación científica*. Barcelona. Herder.
- Fernández, Roberto (1990). *Problemáticas ambientales y procesos sociales de producción del habitat: territorios, sistemas de asentamientos, ciudades*. Alianza Editorial.
- Ferrás Xavier (2010). *Innovación 6.0*. Madrid. Plataforma editorial.
- Flores, Fernando; Spinosa, Charles; Dreyfus, Hubert L (2000). *Abrir nuevos mundos. Iniciativa empresarial, acción democrática y solidaridad*. Chile. Taurus.
- Formichella María Marta (2004). *El Concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, el Empleo y el Desarrollo Local*. Monografía Realizada en el Marco de la Beca de Iniciación del INTA: “Gestión Del Emprendimiento Y La Innovación” Director De Beca: Ing. José Ignacio Massigoge. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Chacra Experimental Integrada Barrow (Convenio Maayp-INTA) Tres Arroyos, provincia de Buenos Aires.
- Frigotto G. (1998). *La productividad de las escuelas improductivas*. Madrid. Miño y Dávila.
- Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica. (2007) *La persona protagonista de la Innovación* Gráficas Arias Montano, S. A.: Madrid.
- Furtado, Celso (1982); *A nova dependencia*; Sao Paulo, Paz e terra.
- Gaitán Sánchez, Oscar Manuel (2005). *Guía Práctica de las entidades sin ánimo de lucro y del sector solidario*. Bogotá D.C. Panamericana Formas e Impresos S.A.
- Garay, Luís Jorge (2002). *Repensar a Colombia: hacia un nuevo contrato social*. ACCI, PNUD.
- García Garrido, José Luis (1971). *Los fundamentos de la educación social*. Madrid. Magisterio Español.

- García Jiménez, Manuel (2001). *El empleo en la economía social*. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos N° 74.
- García Jiménez, Manuel. (2008) *Autoempleo: Trabajo asociado y Trabajo Autónomo*. España. Tecnos.
- García Mínguez, J (2005). *Educación en personas mayores. Ensayo de nuevos caminos*. Madrid, Nancea.
- García Mínguez, Jesús. (2006): *Educación Social*; (Edición electrónica), Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.
- García Mínguez, J. (Coord) (2009). *Caminando hacia La identificación de los valores propios de La cultura afrocolombiana*. Bogotá. Universidad Pedagógica.
- García Mínguez, J. (2010). *Educación y adultos mayores*. Rosario, Argentina. Laborde Editor.
- García Vanegas David, Solano de Jinete, Nancy (2008). *Derechos de autor en el ámbito universitario*. Bogotá D.C. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Imprenta Nacional.
- García Vanegas, David (2009). *Ensayo Sobre el Próximo Escenario Global*. Web: aiu.edu.com
- García Vera, A.B. (1994). *Las nuevas tecnologías en la capacitación docente*. Madrid. Visor.
- Gardner, H. (1997). *La mente no escolarizada*. Argentina. Paidós.
- Gardner, H. (2001). *La inteligencia reformulada. Las inteligencias múltiples en el Siglo XXI*. Barcelona. Paidós.
- Garner (2006). *La práctica de la inteligencia emocional*: España: Kairós.
- Garrido Santiago, Buj, 2003. *Dirección Estratégica*. México, editorial Mc Graw Hill,
- Gartner, W. (1988) ¿Who is an entrepreneur? Is the wrong question. American Journal of Small Business.
- Gaudencio Frigotto (1998). Ensayos y Documentos.
- Geroski, Paul (1991). *Market Dynamic and Entry*. Royal Economic Society. Vol. 101, N° 409.
- Giarini Orio y Liedtke, Patrik, (1998) *El dilema del empleo*. Bogotá. Círculo de Lectores.
- Gibb, A.G., Ritche, J.(1982). *Understanding the process of starting small business*. *European Small Bussiness*. Journal. Vol. 1 No.1.
- Gibson, James L, Ivancevich, John M. y Donnelly Jr., James H (2001). *Las organizaciones: comportamiento, estructura, proceso*. Santiago. Mc Graw Hil.

- Gilder, George (1984). *El espíritu de la empresa*. New York. Simon and Schuster.
- Gilder, J (1984). *The spirit of the enterprise*. Penguin Books Ltd.
- GIRAL, José, 2003, 298 pp. “*Empresas competentes, prácticas exitosas para el desarrollo de su empresa*”, Grupo Editorial Iberoamérica S.A DE C.V., México
- Gitman y Mc Daniel, 2002 “*El futuro de los negocios*”, editorial Thomson, México.
- Global Entrepreneurship Monitor Survey, GEM (1999 y 2002). *Executive Report*. Babson College/Londos Business School.
- Goleman D. (2002) *inteligencia emocional*. Barcelona, Kairós.
- Goleman, D (1994). *La inteligencia emocional*, Barcelona, Kairós.
- Goleman, Daniel y Cherniss, Carlos, (2005), *Inteligencia emocional en el trabajo*. Barcelona: Kairós
- Gómez, J. (2001). *Competencias. Problemas conceptuales y cognitivos*, en E. Torres, Marín L.F y Otros, *El concepto de competencias. Una mirada interdisciplinar*. Bogotá, Sociedad Colombiana de Pedagogía.
- Granés, J. (2000). *Competencias y juegos de lenguaje. Una reflexión sobre la enseñanza de las ciencias y la evaluación en la escuela secundaria*. En Begoya y Otros: *Competencias y proyecto pedagógico*. Bogotá, U Nacional.
- Grootings, P. (1994) *De la cualificación a la competencia: ¿de qué se habla?* Revista Europea de formación profesional Num. 1
- Grupo de Estudio de los Sistemas de Valores Europeos (EVSSG). (1981, 1990, 1995, 2000). *Encuesta sobre los Sistemas de Valores Europeos*.
- Grupo De Reflexión Iguaima-Varios (1996). *Iguaima el futuro posible*. Editorial Grijalbo.
- Guilford, J.P., Strom, R.D. (1978). *Creatividad y Educación*. Buenos Aires: Paidós.
- Guzmán Alexander y Trujillo María Andrea (2008) *Emprendimiento social*, Revisión de literatura. Vol. 24 Nro. 109 octubre-diciembre 2008. Universidad ICESI, Colombia
- Guzmán Y Fernández (2001). *La gestión y el comportamiento mediambiental de las pequeñas y medianas empresas industriales*. Revista Gestión y Ambiente. Vol. 4, N° 2.
- Habermas, J (1984): *Ciencia y técnica como ideología*; Madrid: Tecnos
- Habermas, J (1987). *La teoría de la acción comunicativa*, Madrid, Taurus
- Habermas, Jurgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa*. T I y T II. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen, *Pensamiento Postmetafísico*, Edit. Taurus.
- Hall, A. (1996). *Entrepreneurship*. Prentice Hall.
- Hall, Richard H (1976). *Organizaciones: estructura y proceso*. Madrid, Prentice-Hall.

- Hammersley M. y Atkinson, P. (1994); *Los relatos nativos: escuchar y preguntar*. En Etnografía. Métodos de Investigación. Barcelona, Paidós.
- Hanson R. (1958). *The Logic of Discovery*. The Journal of Philosophy. LV, N°25, pp. 1073-1085.
- Harrison Jeffrey S. 2002, 222 pp. “*Fundamentos de la Dirección estratégica*”, México. Editorial Thomson,
- Hastie R., & Dawes, R. M. (2001). *Rational choice in a uncertain world: The psychology of judgment and decision. Making (Cambio racional en un mundo incierto: El juicio de la psicología y la decisión de hacer)*. Thousand Oaks, CA. Sage.
- Heller, Agnes (1993). *Existencialismo. Alimentación, Postmodernismo: Los movimientos culturales como vehículos de cambio en la configuración de la vida cotidiana*. En Aportes No. 38. Cultura: Enfoques recientes. Dimensión Educativa. Santafé de Bogotá.
- Hernández Pina F. (1995). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona. PPU.
- Hernández Pina F.; Buendía L y Colás P. (1997). *Métodos de investigación en psicopedagogía*. Madrid. Mac Graw Hill.
- Hernández Sampieri., Roberto, Fernández C., Carlos, Baptista L., Pilar (1992). *Metodología de la Investigación*. México. Mc Graw Hill.
- Hill, Charles W. L., 2000 “*Administración estratégica. Un enfoque integrado*”, 3ª ed, editorial Prentice Hall, México.
- Hitt, Michael A., 2003 “*Administración Estratégica*”, 5ª ed, editorial Thomson, México
- Holt, Douglas B; Quelch, John A. y Taylor, Earl L. (2004). *Cómo compiten las marcas globales*. Harvard Business School Publishing Corporation.
- Hoselitz Bert F y Moore (1974). *Industrialización y Sociedad*. Madrid. Editorial Euramérica.
- Hoselitz Bert F (1965). *Aspectos sociales del desarrollo económico*. Madrid. Editorial Hispano Europea
- Hoselitz, Bert F. (1964) *Teoría de los Estadios del Crecimiento Económico*, en Hoselitz, B.F. (ed) *Teorías del Crecimiento Económico* (1ª edc. en 1960 *Theories of Economic Growth*). México. Ediciones Herrero Hermanos
- Husson, Michel (1994). Citado por Víctor Barone (1998). *Estado y Mundialización*, en: Impreacor para América Latina. Abril, México

- Hylland, T. (1994). *Competence, education and NVQs dissenting perspectives*. London, Redwood Books.
- Hymes, Dell (1964) *Hacia etnografías de la comunicación*, en Maqueo Ana María (2008)
- Hymes, Dell (1972) *Acerca de la competencia comunicativa*, en Maqueo Ana María (2008).
- Instituto De Investigacion De Recursos Biologicos: Alexander Von Humboldt (2002). *Guía para la elaboración de un plan de negocios para empresas de biocomercio*.
- Jennings, D. (1993). *Multiple perspectives of Entrepreneurship: Text reading and cases*. Cincinnati: South Western Publishing Co..
- Johannisson, B.(1998). *Personal networks in emerging knowledge-based firms: Spatial and Functional Patterns*, Entrepreneurship & Regional Development. Vol. 10, No. 4,
- Johnson Gerry, 2000” *Dirección estratégica*”, editorial Prentice Hall, México.
- Kantis, H., Angelelli, P. y Moori Koenig, V. (2004).*Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Bogotá. Editorial Nomos.
- Kantis, Hugo y Otros (2002). *Informe de empresarialidad en economías emergentes*. BID.
- Kantis, Hugo, Angelelli, Pablo y Moori Koenig, Virginia (2004). *Desarrollo emprendedor. América Latina y la experiencia internacional*. Bogotá. Editorial Nomos.
- Katzenbach Jon R.(2001). *El trabajo en equipo*. Ediciones Granica.
- Kerschensteiner, Georg (1934): *La educación Cívica*. Barcelona: Herder
- Kiely (1993) (brasisntorning)
- Kirzner I.M (1981). *La crisis desde la perspectiva ‘austríaca*, en I. Kristol (comp.), *La crisis en la teoría económica*, Buenos Aires, *El Cronista Comercial*. pp. 16-175.
- Kirzner I.M. (1984b) *Prices, the Communication of Knowledge, and the Discovery Process*, en K. Leube y A. Zlabinger (comps.), *The Political Economy of Freedom: Essays in Honor of F. A. Hayek*, Munich, Philosophia Verlag, pp. 193-206.
- Kirzner I.M. (1985a). *Uncertainty, Discovery, and Human Action*, en *Discovery and the Capitalist Process*, Chicago, The University of Chicago Press, pp. 40-67.
- Kirzner I.M. (1985b) *The Entrepreneurial Process (El proceso empresarial)*, en *Discovery...*, pp. 68-92.
- Kirzner I.M. (1986a) *Another Lock at the Subjectivism of Costs*, en *Subjectivism...*, , pp. 140-45.
- Kirzner I.M. (1986b) *Welfare Economics: A Modern Austrian Perspective*, manuscrito inédito.

- Kirzner I.M. (1988a) *The Economic Calculation Debate: Lessons for Austrians. (El debate sobre el cálculo económico: Lecciones para los austriacos)*, Review of Austrian Economics 2 (: 1-18).
- Kirzner I.M. (1988b) *Foreword: Advertising in and Open Ended Universe. (Prólogo: Publicidad y Universo de composición abierta)*, en R. Ekelund y D. Saurman, *Advertising and the Market Process*, San Francisco, Pacific Research Institute of Public Policy, pp. XV-XXII.
- Kirzner I.M. (otoño de 1984^a) *Economic Planning and the Knowledge Problem*, Cato Journal 4: 407-418.
- Kirzner I.M. (otoño de 1985d). *Review of O'Driscoll and Rizzo. The Economics of Time and Ignorance*, Market Process 3, N° 2
- Kirzner I.M. (1985c) *Entrepreneurship and the Future of Capitalism. (El espíritu empresarial y el futuro del capitalismo)*, en Discovery..., pp. 150-168.
- Koontz, H. y Weihrich, H. (1991): *Elementos de administración*. México. Ed. Mc Graw Hill,
- Kripke, Saúl, *Reglas y lenguaje privado*, México. Edit. UNAM.
- Krippendorff, K (1990): *Metodología del análisis de contenido. Teoría y Práctica*.
- Kuhn, T.S. (1984): *La estructura de las revoluciones científicas*; Madrid: FCE
- Lakatos, I. (1974) *La historia de las ciencias y sus revoluciones racionales*; Madrid: Tecnos.
- Larrain Jorge (2001). *Identidad chilena*. Santiago de Chile. Editorial LOM.
- Le Boterf G. (1994). *De la compétence: essai sur un attracteur étrange. (Competencia. Un ensayo sobre un extraño atractivo)*. Paris. Editions de l'Organisation (Organización Editorial).
- Le Boterf, G. (1991): *Ingeniería y evaluación de los planes de formación*. Bilbao: Deusto.
- Le Boterf, G; Barzuchetti, S; Vincent, F. (1993): *Cómo Gestionar la Calidad de la Formación*. Barcelona: AEDIPE-GESTIÓN 2000.
- Leiva Bonilla, Juan Carlos (2001). *Informe sobre el proceso emprendedor en Costa Rica*. Mimeo BID.
- Lerner, J. (2005). *The University and the Start-up: Lessons from the Past Two Decades. (La Universidad y la puesta en marcha: lecciones de las últimas dos décadas)*. Journal of Technology Transfer, 30(1/2), 49-56.
- Lerner, M. y Almor, T. (2002) *Relationships among strategic capabilities and the performance of women-owned small ventures. (Las relaciones entre las capacidades*

- estratégicas y el desempeño de pequeñas empresas propiedad de mujeres*), Journal of Small Business Management, vol. 40, n. 2, 109-125.
- Lerner, M.; Brush, C. y Hisrich, R. (1997) *Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance. (Las mujeres empresarias de Israel: Un examen de los factores que afectan el rendimiento)*, Journal of Business Venturing, vol. 12, 315-339.
- Levy-Leboyer, Claude (1996). *Gestión de Competencias*. Barcelona, Ediciones Gestión 2000
- Levy-Leboyer, Claude (2002) *Ingeniería de las competencias*, Barcelona: Gestión club-pise.
- Londoño, Juan Pablo (2004). *El desarrollo del pensamiento ambiental moderno*. Revista Gestión y Ambiente. Vol. 7, No. 1.
- López Ruiz, Martha; Schmelkes, Corina y Guajardo, Gonzalo (1998). *Metodología para el Fomento de la Investigación en el SNIT*. Querétaro. Qro. México. CIIDET.
- López, Gisbert. M^a Cinta (2005). *Creatividad e Innovación en la Práctica Empresarial*. España. Fundación COTEC.
- Low, M.B. and McMillan, I.C. (1988). *Entrepreneurship: Past research and future challenges*. Journal of Management..
- Luhmann, Niklas (1997). *Organización y decision. Autopoiésis, acción y entendimiento comunicativo*. Universidad Iberoamericana-Anthropos..
- Mac Millan, I.C.; Low, M. (1988). *Entrepreneurship: Past research and future challenger*. Journal of Management, Vol. 14. N° 2. Págs. 139-161.
- Maqueo, Ana María (2008) *Lengua, aprendizaje y enseñanza*, Méjico, Limusa
- March Cerdá, Martí Xavier (1999). *Evaluación de proyectos de acción en Educación Social Especializada*, en Ortega Esteban J. (coord.): *Pedagogía Social especializada*. Barcelona. Ariel. Págs. 195-206.
- Marías Julián. (1993). *Razón de la filosofía*. Madrid. Alianza Editorial.
- Marín L.F y Otros, *El concepto de competencias. Una mirada interdisciplinar*, Bogotá, Sociedad Colombiana de Pedagogía.
- Marín Ricardo (1996). *La Creatividad: Diagnóstico, Evaluación e investigación*. Madrid, UNED,
- Marín, Ricardo (1991). *Manual de la Creatividad* U. Barcelona: España,
- Marina J.A. (1996). *El laberinto emocional*. Barcelona. Anagrama.

- Martá Vargas, Eugenia, Torres Geri, Rautf (2000). *Diseño de una propuesta para el desarrollo de habilidades en los docentes de la Facultad de Administración de Empresas para aumentar el espíritu empresarial*. Trabajo de Grado Especialización.
- Martinez Fajardo, Carlos Eduardo (2005). *Teoría avanzada de organización y gestión*.
- Marulanda, Jorge Andrés, Correa Geovanny y otro (2009) *Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano*, Revista EAN No. 66
- Maslow, Abraham H. (1954). *Motivación y personalidad*. Sagitario.
- Massaro, G (1990). *Educación Social*. En D'Arcais, G.F. y Gutiérrez Zuluaga I. (dir). *Diccionario de Ciencias de la Educación*. Madrid. Ediciones Paulina.
- Maturana Romesin, Humberto y Varela Garcia, Francisco J. (1997) *De máquinas a seres vivos: La organización de lo vivo*. U. Iberoamericana-Anthropos.
- Max-Neef (1991). *Desarrollo a escala humana. Conceptos, reflexiones y aplicaciones*. The Apex Press.
- Max-Neef, Manfred; Elizalde, Antonio y Hopenhayn, Martín (1986); *Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Montevideo. Editorial Nordan-Comunidad.
- Mayntz, Renate (1972). *Sociología de la organización*. Madrid, Alianza Editorial..
- Mc Cauley, C. D., Lombardo M., & Usher C.J. (1989). *Diagnosing management development needs: an instrument base on how managers develop*. Journal of Management, 15 (3):389-403p.).
- Mc Clelland D. A. (1965): *Toward a theory of motive acquisition*, American Psychologist.
- Mc Clelland, David C. (1961). *The Achieving Society*, Princeton. Van nostrand.
- Mc Clelland, David C. (1989). *Estudio de la motivación Humana*, Narcea. Madrid.
- McClelland, D. (1976): *Power is the motivator*, in Harvard Business Review, N° 54.
- McClelland, David (1961). *The Achieving Society*. Journal of Managment..
- McClelland, James L (1980). *Motivation and Organization*. McGraw Hill.
- McLuhan, Marshal (1991). *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona, Gedisa.
- McLuhan, Marshall (1985). *La compensación de los medios como extensiones del hombre*. México, Diana.
- Méndez, José (1997). *Dinámica social de las organizaciones*. Ediciones McGraw Hill.
- Menger, Carl y otros (1981). *Principles of economics*. New York: New York University Press.

- Mertens, L (2001). *La gestión por competencia laboral en la empresa y la formación profesional*, Madrid, OEI.
- Ministerio De Desarrollo Económico (2000). *Política nacional para el fomento del espíritu empresarial y la creación de empresas*.
- Ministerio de Educación Nacional (2003) *Articulación de la educación con el mundo productivo*.
- Ministerio de Educación Nacional colombiano (MEN) (2003). *Competencias Laborales: Bases para Mejorar la Empleabilidad de las Personas*. Documento de Trabajo. Miranda Martín mayo 23 y 24 de 2006 MEN
- Mintzberg Henry, 1997. *El proceso estratégico conceptos, contextos y casos*. México. Editorial Prentice Hall,
- Misas Arango, Gabriel (2004). *La educación Superior en Colombia. Análisis y estrategias para su desarrollo*. Bogotá D.C.Universidad Nacional de Colombia.
- Mitt Ireland, Hoskisson, 2003 “*Administración Estratégica*”, México. Editorial Thomson.
- Moliner, M (1991), *Desarrollo e Innovación*. Fondo de Cultura.
- Mollenhauer, K. (1968). *Conflictos y situaciones conflictivas en la adolescencia a la luz de la Pedagogía Social. Pedagogía Social*. Murcia.
- Moreno Domínguez, José M.(2004). *Comunicación, interculturalidad y desarrollo*.
- Morgan, Gareth (1991). *Imágenes de la Organización*. Alfa-Omega Rama.
- Morín, E. (2000). *La mente bien ordenada*, Barcelona, Seix Barral.
- Morin, Edgar (1994). *Introducción al pensamiento complejo*. Gedisa.
- Morin, Edgar (1996). *El Paradigma perdido*. Gedisa.
- Morin, Edgar (2000). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO.
- Morrissey, George, 2002 “*Pensamiento Estratégico. Construya los cimientos de su planeación*”. México. Editorial Prentice Hall,
- Múnera Ruíz Leopoldo (2007). *Políticas Públicas Alternativas para la Educación Superior en Colombia (síntesis)*. Bogotá. Universidad Nacional.
- Murillo, Paulino (2003). *Estrategias de asesoramiento*. Madrid. Temáticos Escuela Española, N° 7.
- Nannetti, Ernesto Jul (2004). *La dimensión económica del desarrollo sostenible*. Revista Gestión y Ambiente. Vol. 7, No. 1.
- Natorp, Paul. (1913) *Pedagogía Social: Teoría de la Educación de la voluntad sobre la base de la comunidad*. Madrid: La lectura

- Navarro Edel y García Santillán: (2007). *Clima y compromiso organizacional, riqueza, la de producción práctico*. Edición electrónica gratuita. Texto completo en la Web. Eumed.net/libros. Navio Gámez, Antonio(2005) *Las competencias profesionales del formador*; Barcelona: Octaedro
- Nickerson, R y Otros (1994). *Enseñar a pensar. Aspectos de la aptitud intelectual*. Barcelona, Paidós.
- Noguera de E., Ana Patricia (2004). *El reencantamiento del mundo*; PNUMA-UN-IDEA.
- Nohl Hermann,(1965): *Aussagen und Wege der sozial pädagogik*. Weinheim:Beitz.
- Novak, Joseph D., Gowin, D. Bob, (1988) *Aprendiendo a aprender*. Barcelona. Ediciones Martínez Roca.
- Núñez V (2002). *La educación en tiempos de incertidumbre: Las propuestas de la pedagogía social*. Barcelona. Gedisa.
- Núñez V. (1990). *Modelos de educación social en la época contemporánea*. Barcelona PPU.
- Núñez V. (1999). *Pedagogía social: cartas para navegar en el nuevo milenio*. Buenos Aires. Santillana.
- OCDE. Best (1998) *Practice policies for small and medium-sized enterprises*. OECD. Paris.
- OECD (1997). *Competitivité Régionale et Qualifications*. OECD, Paris.
- Ohmae, Kenichi (2006). *El Próximo Escenario Global*. Editorial norma.
- Okapi (1991). *Gran Diccionario Ilustrado Okapi*. Ediciones Okapi Ltd.
- Olsen J.P., March, J.G. (1995). *Democratic Governance*. Free Press.
- Organizaciones – Comportamiento, estructura, procesos. México, McGraw Hill.
- Orrego Clara Inés (2008) *La dimensión humana del emprendimiento*. Revista ciencias estratégicas vol. 16 No.20 Medellín- Colombia
- Ortega Esteban, J (2004). *Pedagogía Social realidades actuales y perspectivas de futuro*. I Congreso Iberoamericano De Pedagogía Social. XIX Seminario Interuniversitario de Pedagogía Social 8-10 de noviembre 2004, Clase Inaugural. Santiago de Chile
- Ortega Esteban, J. (1999): *Educación Social Especializada*; Barcelona: Ariel.
- Ortiz, Sergio R. (2003). *Análisis estratégico de la empresa*. México. Editorial Thomson.
- Oviedo, Paulo Emilio (2004). *Los Paradigmas Cualitativos y Cuantitativos de la Investigación*. Universidad Pedagógica Nacional de Colombia. Bogotá D.C.
- Parsons, Talcott (1960). *Structure and process in modern society*. New York, The Free Press.

- Pawlak, A. (2000). *Fostering creativity in the new millennium*. Research Technology Management, 43(6): 32-35.
- Perdiguero Tomás y García Reche Andrés (2005). *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Universitat de Valencia. Con el apoyo económico del Servici Valencià d'Ocupació i Formació. SERVEF Conselleria d'Economia, Hisenda i Ocupació. Generalitat Valenciana. Imprenta Palácios, SI.
- Pérez Luján, Dalgys; Álvarez Valdivia, Ibis M.; Rodríguez García, Carlos E. (2008). *La identificación del talento en la formación profesional. Diseño y resultado de una estrategia*. Revista Complutense de Investigación. Vol. 19, Nº 1 (2008). 191-207.
- Pérez Serrano, Gloria (2003). *Pedagogía Social-Educación Social. Construcción Científica e Interpretación Práctica*. Madrid. NARCEA de Ediciones.
- Perkins, D. (1999). *Qué es la comprensión*, en W Stone, *La enseñanza para la comprensión*, Buenos A. Paidós.
- Petrella, Ricardo (1989). Citado por Victor Barone (1998). *La mondialisation de la technologie et de l' economie*. En: Futuribles, Nº 135, París
- Petrus, Antonio (2004) (1997): *Pedagogía Social*; Barcelona: Ariel, S.A.
- Phillips, Bernard (1982). *Sociología. Del Concepto a la práctica*. México, McGraw Hill.
- Planella J. (2006). *Cuerpo, cultura y educación*. Bilbao. Desclée de Brouwer.
- Ponti, Franci y Ferrás, Xavier (2006): *Pasión por innovar. De la idea al resultado*. Barcelona: Granica.
- Popper Karl (1980). *La Lógica de la Investigación Científica*. Madrid. España.
- Popper, K. R. (1994) *El Mito del Marco. El Mito del Marco Común. En Defensa de la Ciencia y la Racionalidad*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1997.
- Popper, K. R. (1994a) *Sobre el Choque Cultural* [1984]. *En Busca de un Mundo Mejor*. Barcelona Ediciones Paidós.
- Popper, K. R. (1994b) *Knowledge and the Body-Mind Problem*. Londres: Routledge.
- Popper, K. R. y John C. Eccles (1982). *El Yo y su Cerebro* (1977). Barcelona: Editorial Labor.
- Popper, K.R. (1984). *Lógica de la Investigación Científica*. Madrid. Editorial Tecnos.
- Popper. K. R. (1972) *Las Dos Caras del Sentido Común: Argumentos en Pro del Realismo del Sentido Común y en Contra de la Teoría del Conocimiento del Sentido Común. Conocimiento Objetivo*. Madrid: Tecnos, 1974.

- Porras Jiménez, Jaime A. (2006-2009) *Diseño conceptual del emprendimiento para el desarrollo regional en la perspectiva de la complejidad autopoiesica*. Tesis para optar al título de magíster en administración. Directora: Ana Patricia Noguera De Echeverri, PHD. Universidad nacional de Colombia - sede Manizales. Facultad de Ciencias y Administración. Universidad del Tolima. Facultad de Administración de Empresas. Maestría en Administración. Ibagué
- Porter, Michael E. 2003, 550 pp., *Ventaja Competitiva*, México. Editorial CECSA,
- Porter, Michael (1990). *The competitive advantage of nations*. Harvard Business Review.
- Pozo, J. I. (1994). *La solución de problemas*. Madrid, Santillana.
- Prentice W.C.H. (2004). *Comprendiendo El Liderazgo*. Harvard Business School Publishing Corporation. América Latina. Clásicos HBR. *Lo Que Hacen Los Grandes Líderes*
- Quintana Cabanas, José María. (1994): *Pedagogía Social*; Madrid: Dykinson.
- Quintero Duque Carlos (2007). *Generación de competencias en jóvenes emprendedores*. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Bucaramanga. Colombia.
- Ramoneda Josep. Este artículo es la transcripción de la ponencia desarrollada por el autor en el encuentro “*La participación de la sociedad en el Estado de bienestar del siglo XXI*”, organizado por el “Forum Europa” los días 19, 20 y 21 de marzo del 2003 en el Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona (CCCB) y patrocinado por la Diputación de Barcelona.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1980-1992). *Diccionario de la Lengua Española*.
- Rees, H y Shah A.(1986), *An empirical analysis of self-employment in the U.K*. Journal of Applied Econometrics.
- Revilla Blanco, María Luisa (2003). *En torno al desarrollo*. Revista Gestión y Ambiente. Vol. 6, No. 1.
- Revista EAN, N° 66, mayo-agosto (2009)
- Revista el desarrollo y la nueva generación 2007.
- Revista Electrónica De Geografía Y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9788. Depósito Legal: B. 21.741-98. Vol. VI, núm. 119 (77), 1 de agosto de 2002 EL TRABAJO Número extraordinario dedicado al IV Coloquio Internacional de Geocrítica (Actas del Coloquio) Autoempleo De Alta Cualificación En La España Rural Ángel Paniagua.
- Revista Innovar Vol. 15 No. 26 Bogotá julio/diciembre 2005

- Richardson Bill, 1996 *Planeación de negocios un enfoque de Administración estratégica*. México. Editorial CECSA.
- Rivas Tovar Luis Arturo (2002). *Gestión integral de recursos humanos*. México. Ediciones Taller Abierto.
- Rodríguez Carlos y Jiménez Manuel (2005) *Emprenderismo, acción gubernamental y academia*. Revista innovar Vol. 15 no. 26. Bogotá julio/diciembre 2005 (la misma de innovar)
- Rodríguez Ramírez Alfonso (2009). *Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial*. Revista Pensamiento & Gestión. N° 26. Barranquilla (Colombia). Universidad del Norte.
- Rojas Moreno, Ileana (2006) *Presencia de los clásicos en la producción Discursiva de la Pedagogía* Facultad de Filosofía y letras –UNAM. Perfiles Educativos, tercera época, año/ Vol. XXVIII, número 113. Universidad Nacional Autónoma de México. Pág. 7-37.
- Romo, R.: Soria (2008) *Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara*. México riqueza, la de producción práctico. Edición electrónica gratuita. Texto completo en Web: eumed.net/libros.
- Ruiz Duran, C. y otros (2001). *Informe sobre el proceso emprendedor en México*. Mimeo BID.
- Sáez Carreras, Juan (Coordinador: 2007). *Pedagogía Social*. Madrid Pearson & Prentice Hall..
- Sáez Carreras, Juan; Molina, José G. (2006). *Pedagogía Social. Pensar la Educación Social como Profesión*. Alianza Editorial. Madrid.
- Salcedo Torres Luís Enrique (2004). Vicerrector Universidad Pedagógica Nacional. *Las Competencias en la Formación Profesional*. Memorias Encuentro Nacional de Vicerrectores Académicos. Agosto 2004.
- Sánchez cistina y Venegas Luis Miguel (2001) *Procesos de pensamiento, Universidad pedagógica y Tecnológica de Colombia*, UPTC.
- Sánchez Sarto, Manuel (1936) *Diccionario de Pedagogía* (2 tomos). Barcelona. Edit Labor
- Sanvisens, A, (1984): *Introducción a la Pedagogía*; Barcelona: Barcanova

- Scarone Delgado Carlos A. (2004) Tesis doctoral: *La innovación en la empresa: la orientación al mercado como factor de éxito en el proceso de innovación en producto*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Schein, Edgar H (1975). *Psicología de la organización*. Madrid, Prentice Hall.
- Schumpeter Joseph Alois (1912). *Teoría del desenvolvimiento económico*
- Schumpeter Joseph Alois (1934), *Depressions: Can we learn from past experience? (Depresiones: ¿Podemos aprender de la experiencia pasada?)*, in Economics of the Recovery Program
- Schumpeter Joseph Alois (1934). *Review of Robinson's Economics of Imperfect Competition (Review de Economía Robinson de competencia imperfecta)* JPE
- Schumpeter Joseph Alois (1934). *The Nature and Necessity of a Price System, (La Naturaleza y la Necesidad de un sistema de precios)*, Economic Reconstruction.
- Schumpeter Joseph Alois (1939) *Los ciclos económicos*.
- Schumpeter Joseph Alois (1954). *La historia del análisis económico* (Obra póstuma).
- Schumpeter, Joseph (1942). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Ed. Folio. Pág. 118-124.
- Sen, Amartya (1997). *Desarrollo y Libertad*. Editorial Planeta.
- Sen, Amartya (1999). *Desarrollo y libertad*. Ed. Planeta.
- SENA (2004) *El SENA en cifras: "Inversión En La Formación Para El Trabajo, La Competitividad Y La Equidad Social"* Edith Olivera Martínez. Servicio Nacional De Aprendizaje Sena–Colombia. Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas. Lima, Diciembre de 2004.
- Senge, Peter (1993). *La quinta disciplina*. Barcelona. Granica.
- Senge, Peter (1995). *La quinta disciplina em la práctica*. Barcelona. Granica.
- Senge, Peter (2006). *La quinta disciplina: El arte y la práctica de Las organizaciones abiertas al aprendizaje*. Buenos Aires. Granica.
- Senge, Peter. (2002). *Escuelas que aprenden*. Bogotá D.C. Grupo Editorial Norma.
- Serrano Pérez, Gloria. (2004): *Pedagogía Social/ Educación Social, Construcción científica e intervención práctica*. Madrid: Nancea, S.A.
- Shapero, A. (1994). *The entrepreneurial event. The environment for entrepreneurship*. Lexington press.
- Shapero, Albert (1984). *Why entrepreneurship?* The Ohio State University.
- Steiner, George A, 2000. *Pensamiento estratégico*. México. Editorial CECSA. Universidad Nacional de Colombia. UN.

- Stevenson H.H. y Jarillo J.C. (1990). *A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management (Un paradigma de la iniciativa empresarial: La gestión empresarial)*. Strategid Management Journal 15 (7): 521-537
- Stiglitz Joseph E. (2002). *El malestar en la globalización*. Buenos Aires. Taurus.
- Stiglitz Joseph E. (2004). *Capital, Mercado, liberación, globalización y el FMI*. Oxford Review of Economic Policy, vol. 20, 1.
- Stiglitz, Joseph. E. (2003). *El malestar en la globalización*. Madrid. Santillana- Suma de letras.
- Stoner, James; Freeman, R. Edward y Gilbert Jr, Daniel R. (1996). *Administración* 6a. Edición. Editorial Pearson. México.
- Tamayo y Tamayo Mario (2002). *La Investigación*. Bogotá. ICFES. Serie aprender a investigar. Módulo 2.
- Tedesco Juan (1987). *The paradigms of socio-educational research in Latin America*. (Comparative Educational Review)
- Tedesco Juan (1983). *El Proyecto Educativo Autoritario*. Argentina 1976-82; en coautoría con Braslavsky, C. y Carciofi, R. Buenos Aires.
- Tedesco Juan (1989). *The role of the State in Education. (Prospects)*
- Tedesco Juan (1991) *Estrategias de Desarrollo y Educación: el desafío de la gestión pública*. Madrid.
- Tedesco Juan (1995). *El Nuevo Pacto Educativo*, Anaya.
- Tedesco Juan (1995). *Una nueva oportunidad. El rol de la educación en el desarrollo de América Latina*, Santillana (en cooperación con E. Schiefelbein)
- Tedesco Juan (2000) *Educación en la sociedad del conocimiento*, Fondo de Cultura Económica.
- Tedesco Juan (2005). *¿Cómo superar la desigualdad y la fragmentación del sistema educativo argentino?* Buenos Aires. Instituto Internacional de Planeamiento Educativo (IIPE) UNESCO.
- Tedesco Juan Carlos (2003). (Editor) *Evaluar las evaluaciones. Una mirada política acerca de las evaluaciones de la calidad educativa*. Buenos Aires, UNESCO – IIPE.
- Tedesco Juan Carlos, (2000). *Educación en la sociedad del conocimiento*. Fondo de Cultura Económica.
- Tedesco Juan Educación (1972). *Sociedad en Argentina: 1800-1945*. Buenos Aires.
- Tezanos José Félix (1997). *Ciencia, tecnología y sociedad*. Madrid. Sistema.
- Timmons J.A. y Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation*. Boston. Mc Graw-Hill

- Tobón, S. (2004). *Formación en competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica*. Bogotá, Eco Ediciones.
- Toro Lasso, Jacqueline; Calixto Sandoval, Nancy Patricia; Ortégón Álvarez, Ana María; Díaz Soler, Carlos Jilmar; Ortiz Riaga, Carolina (1998). *Desarrollo de la Personalidad Emprendedora: una opción de vida*. Bogotá. Escuela de Administración de Negocios.
- Trigo, E. y de la Piñera, S. (2000). *Manifestaciones de la motricidad*. Barcelona: INDE
- Trigo, E., y otros. (1999). *Creatividad y motricidad*. Barcelona: INDE Publicaciones.
- Trilla J. (comp). (2000). *Pedagogía del group i del projecte. Una aproximació a l'obra de Joaquim Franch*. Barcelona. Eiccion62-eumo Editorial.
- Universidad Externado de Colombia. *Evaluación Curricular*.
- Valenzuela J., Luís Fernando (2004); *Perspectivas de la responsabilidad social empresarial con enfoque ambiental*; U. Nacional de Colombia.
- Varela V. Rodrigo (2001). *Innovación Empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. 2ª edición. Bogotá D.C. Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Vargas, Martha (1994). *Materiales educativos e innovaciones en el marco del programa materiales educativos y calidad de la educación básica de la SECAB*. En: *Materiales Educativos s Innovaciones*.
- Vásquez-Barquero, A (1999). *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre el desarrollo endógeno*.
- Veiga, A.(1995). *El desarrollo regional e integración local*.
- Velandia Mora, Crisanto (2005). *Metodología interdisciplinaria*. Bogotá. Universidad Cooperativa de Colombia.
- Velásquez Caicedo, Álvaro. *Formación del espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial*. Revista Javeriana. Número 718, Tomo 141, Año 72. Septiembre de 2005.
- Ventura, Victoria, (2004). *Análisis estratégico de la empresa*. México. Editorial Thomson.
- Vera J, Sáez J., y Martínez M. (1996). *Personas, grupos y organizaciones*. Madrid. DM
- Vereda del Abril Antonio. (2006). *Otro mundo desde abajo y desde adentro*. Fundación Iberoamericana para el Desarrollo (FIDE).
- Verheul, I., Wenneker, S., Audretsch, D. y Thurik, R (2001). *An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture*. EIM Research Report.
- Verón, E. (1971). *Condiciones de producción, modelos generativos y manifestación ideológica*. En *El proceso ideológico*. Buenos Aires. Tiempo contemporáneo.

- Villa Sánchez, Aurelio; Poblete Ruiz, Manuel (2004). *Practicum y evaluación de competencias*. Profesorado, revista de currículum y formación del profesorado, 8 (2) 2004
- Von Mises Ludwig (2000-2008). *La acción humana: Tratado de Economía*. 8ª edición. Madrid. Unión Editorial S.A.
- Wagner, Tony; Kegan, Robert; Laskow Lahey, Lisa; W. Lemons, Richard; Garnier, Jude; Helsing, Deborah; Howell, Annie; Thurber Rasmussen, Harriette; Vander Ark, Tom (2007). *Change Leadership: A Practical Guide to Transforming Our Schools*. Escuela 2.0 [Rosario Blog Day](#). Web: amazon.com)
- Wallerstein, I. (1998) *Utopística*. México. Siglo XXI,
- Weber, Max (1947). *The Theory of social and economic organization*. New York, The Free Press.
- Westhead, P. & Wright, M. (1997). *Fundadores principiantes, de cartera y de serie: ¿Son diferentes?* In *Frontiers of Entrepreneurship Research 1997*. (Fronteras de la Investigación Empresarial 1997.) WD Bygrave, NM Carter, P. Davidsson, WB Gartner, CM Mason & PP McDougall Wellesley, MA: Babson College. Bygrave. 218-231.
- Whittington, Richard,(2002, 194 pp) *¿Qué es la estrategia? ¿Realmente importa?* México. Editorial Thomson.
- Widdowson, H.G. (1978) *Teaching Language as Communications*, U.K., Osford University Press.
- Williamson, O.E.(1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. Free Press.
- Wittgenstein, Ludwig (1973). *Tractatus lógico-philosophicus*. Madrid. Alianza.
- Wittgenstein, Ludwig (1988). *Investigaciones filosóficas*. México: Instituto de Investigaciones Filosóficas UNAM
- Wittgenstein, Ludwig (2007). *Los cuadernos azul y marrón*. Madrid. Tecnos.
- Wittgenstein, Ludwig (2009), *Sobre la certeza*. Madrid. Edit. Gedisa.
- Zubiría, S. (2002). *La mala pedagogía se hace con buenas intenciones*, en G. Bustamante y Otros, *El concepto de competencia II. Una mirada interdisciplinar*. Bogotá, Sociedad Colombiana de Pedagogía.

NORMATIVIDAD

Constitución Nacional de Colombia 2001

Código de Comercio de Colombia.

Documentos del CONPES: 3297 del 2004, 3424 del 2006, 3439 del 2006, 3484 del 2007, 3527 del 2008, 3533 del 2008.

Decretos 393, 585 y 591 de 1991. Desarrollan la Ley 29 de 1990

Decreto 4463 del 2006

Decreto 1192 del 2009 (Reglamenta la Red Nacional de Emprendimiento).

Ley 19 de 1958

Ley 29 del 1990, de Ciencia y Tecnología.

Ley 222 de 1995.

Ley 344 de 1996.

Leyes 590 de 2000 (Ley MIPYME)

Ley 812 del 2003 (De Fomento a la Cultura del Emprendimiento)

Ley 143 del 2004

Ley 905 de 2004 (Modificatoria de la Ley 590 del 2000).

Ley 1014 del 2006 (De emprendimiento).

Ley 1258 del 2008 (Sociedades por Acciones Simplificadas –SAS-).

Ley 1286 del 2009 (Modifica Ley 29 de 1990)

Plan Nacional de Desarrollo 2003-2006

SENA. Acuerdo 0007 del 2004. Por el cual se establece el reglamento interno del Fondo EMPRENDER.

Autores y Sitios consultados en Internet

Alonso, Alfredo (2006). Promoción cultura emprendedora. Argumentos y herramientas.

http://www.bilbao.net/lanekintza/creacion_empresas/material_apoyo/ponencias/Ponencia_Cultura_Emprendedora_Programa_Aprender_a_Emprender.pdf

Arroyo Menéndez, Millán. (1998). Informe de resultados. *Estudio sobre las limitaciones de acceso a la formación continua*. Editado en papel y en pdf. Difundido en papel en el sector y libre divulgación en la web de la Fundación. www.fundaciontripartita.org

Betancourt, J. Educar en creatividad Disponible en la Web: psicologiacientifica.com

- Cáceres, P. Estrategias cognitivas: Desarrollo de la creatividad (en línea). Disponible en: www.geocities.com/athens/olympus/5133/crea.html
- Colectivo Situaciones y Universidad Trashumante (2004). Universidad Trasmunte (territorios, redes, lenguajes). Copyrigh Tinta Limón. <http://tintalimon.com.ar/libro/UNIVERSIDAD-TRASUMANTE>
- Coraggio, José Luis. Sobre la sostenibilidad de los emprendimientos mercantiles de la economía social y solidaria. *CDC*. [online]. ene. 2006, vol.23, no.61 [citado 17 Enero 2010], p.39-67. Disponible en la World Wide Web: www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1012-
- Covarrubias M. Isaías. Emprendedores y Empresarios: Un enfoque institucional. Cuadernos: Contribuciones a la Economía. Web: eumed.net
- Doménech, Rafael (2004). Norma grh 27001 Implantación de un Sistema de Gestión de Recursos Humanos. <http://www.gestiopolis.com/Canales4/rrhh/normagr27.htm>
- Goovaerts y Joris, 1999. http://www.infoconsumo.es/eec/web/nice/cas/esp_21.pdf
- Guarino, N. (1998). Formal Ontology and Information Systems, in formal Ontology in Information Systems. Proceeding of FOIS'98. Trento, Italia. 6-8 June 1998. Amsterdam IOS Press. Disponible en <http://www.loa-cnr.it/Papers/FOIS98.pdf>
- Guarino, N. Welty C. (1998). Evaluating Ontological Decisions with ONTOCLEAN. Guarino. Ed. Amsterdam, Netherlands. IOS Press. Disponible en Web: <http://citeseer.ist.psu.edu/cache/papers/cs/26864/>
- Gunning, J. P. (2000). The idea of entrepreneur Role as Distinctly Human Action: A History of Progress. Disponible en la Web: gunning.cafeprogressive.com
- Kiely (1993): [brasisntorning](http://brasisntorning.com). Web. Google.com
- Larrain, Jorge (2001). "Identidad chilena y globalización", Portal Latinoamericano en Globalización, alojado en la página web: globalización.org.
- López Adriana. La Motivación. Web: monografias.com. Fecha 10-10-2000.
- López Segrera, Francisco. (2004) L'educazione Superiore Nel Contesto Della Globalizzazione E La Società Della Conoscenza. Web: google.com
- Martínez Ubrinez, Simón; Ochoa Cuadros, Nubys Eugenia. Metodología de la Investigación Científica. Web: unad.edu.co
- Martínez, F. (2003): El libro de texto como medio didáctico. En Cabero, J.; Martínez, F., y Salinas, J. (Coord.): Medios y herramientas de comunicación para la educación universitaria. EDUTEC-Sucesos Pub., Panamá. Consultado el 1 de septiembre de 2010 en <http://www.scribd.com/doc/36692598/Lectura3Martinez>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2009). Políticas de Emprendimiento. Versión Final.
- Web: mincomercio.gov.co/econtent/documentos/emprendimiento/politicaemprendimiento2009.pdf
- Monsalve Z. Alveiro (2009) Director Centro de Desarrollo Empresarial. Emprendimiento Social Modelo De Desarrollo Alternativo. Web monografías.com.
- Navarro E. Del y García Santillán: (2007) Clima y compromiso organizacional, riqueza, la de producción práctico, Edición electrónica gratuita. Texto completo en Web: eumed.net.
- Novak, Joseph D. Gowin, D. Bob, (1988) aprendiendo a aprender, ediciones Martinez Roca: Barcelona.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2001). Factores ambientales en el lugar de trabajo. Bajado de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---safework/documents/normativeinstrument/wcms_112584.pdf
- Paniagua Ángel (2002). Autoempleo de alta cualificación en la España rural. Emplenet. Programa DELNET de apoyo al desarrollo local. Organización Internacional del Trabajo (OIT). <http://www.emplenet.org.co/roce/herramientas/10.pdf>
- Perdiguero Tomás y García Reche Andrés(2005) La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Universidad de Valencia.
- Pereira, C. (2003). Cine y educación en valores: un problema de estudio en pedagogía. Página: [cineenlaescuela.Alphaetum](http://www.alphaetum.com). Localizado en: <http://www.atelamerica.com/pages/cine/htm/recursos.htm>
- Piñuel, José Luis. (2002). Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido. Estudio de sociolingüística. 3(1), 2002, pp. 1-42. Web: jet.es/pinuel.raigada/A.Contenido.pdf; sociolingüística.uvigo.es/descarga_gratis.asp?id=58
- Rodríguez Marcela (2007) www.creatividad.com
- Romo, R.: Soria (2008) Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, México. Riqueza, la de producción práctico > Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2008c/432/
- Sánchez Cristina y Venegas Luis Miguel (2001) Procesos de pensamiento, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. UPTC

Scarone Delgado Carlos A. (2004) “tesis doctoral La innovación en la empresa: la orientación al mercado como factor de éxito en el proceso de innovación en producto Universitat Obertade catalunya

Uribe Botero Angela ny Schumacher Gagelman Christian (2005) Etica, responsabilidad social y empresa, Centro editorial Universidad del Rosario, Bogota

Web: gerencie.com

Web Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Junio 12/ 2009

WikiLearning.com. Gestión por Competencias - 19/07/2007 18:24

www. http://europa.eu.int/comm/employment_social/knowledge_society/index_en.htm

www. http://europa.eu.int/comm/employment_social/knowledge_society/index_en.htm

www.autoemplearse.com.ar

www.fundacionsalvat.com.org

www.entrepreneur.com.ar

[www.Revista Dinero](http://www.RevistaDinero.com)(2006) no. 253 mayo

www.create2009.europa.eu

www.eumed.net/libros/empresas.htm[www.psicologia-](http://www.psicologia-online.com/articulos/2006/pensamiento_creativo.shtm)

[online.com/articulos/2006/pensamiento_creativo.shtm](http://www.psicologia-online.com/articulos/2006/pensamiento_creativo.shtm)

www.eumed.net/libros/empresas.htm[www.psicologia-](http://www.psicologia-online.com/articulos/2006/pensamiento_creativo.shtm)

[online.com/articulos/2006/pensamiento_creativo.shtm](http://www.psicologia-online.com/articulos/2006/pensamiento_creativo.shtm)

www.iacat.com/Revista/recrearte/recrearte07/Seccion2/2.%20Educar%20para%20la%20creatividad.pdfgo)

www.mineduacion.gov.co

www.ricyt.org 2006 Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT)

www.webislam.com/?idt=11586

www.iacat.com/Revista/recrearte/recrearte07/Seccion2/2.%20Educar%20para%20la%20creatividad.pdfgo)

www.ricyt.org 2006 Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia y Tecnología (RICYT)

ANEXOS

ANEXO 1

LEY 1014 DE 2006 (enero 26)

De fomento a la cultura del emprendimiento.

El Congreso de Colombia

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1°. Definiciones

a) Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;

b) Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;

c) Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a acabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;

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

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

f) Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Artículo 2°. 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 reto des para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Artículo 3°. Principios generales. Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

a) Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad,

b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social;

c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;

d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

Artículo 4°. Obligaciones del Estado. Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.

2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.

5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.

6. Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas.

CAPITULO II

Marco Institucional

Artículo 5°. Red Nacional para el Emprendimiento. La Red Nacional para el Emprendimiento, adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo quien lo presidirá.

2. Ministerio de Educación Nacional.

3. Ministerio de la Protección Social.

4. La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.

5. Departamento Nacional de Planeación.

6. Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias.

7. Programa Presidencial Colombia Joven.

8. Tres representantes de las Instituciones de Educación Superior, designados por sus correspondientes asociaciones: Universidades (Ascun), Instituciones Tecnológicas (Aciet) e Instituciones Técnicas Profesionales (Acicapi) o quien haga sus veces.

9. Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Acopi.
10. Federación Nacional de Comerciantes, Fenalco.
11. Un representante de la Banca de Desarrollo y Microcrédito.
12. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
13. Un representante de las Cajas de Compensación Familiar.
14. Un representante de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento.
15. Un representante de las incubadoras de empresas del país.

Parágrafo 1°. Los delegados deberán ser permanentes, mediante delegación formal del representante legal de la Institución o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Parágrafo 2°. El Gobierno Nacional, podrá una vez se encuentre en funcionamiento y debidamente reglamentada “la Red para el Emprendimiento”, crear una institución de carácter mixto del orden nacional, que en coordinación con las entidades públicas y privadas adscritas, desarrollen plenamente los objetivos y funciones establecidas en los artículos 7° y 8° de esta ley respectivamente.

Artículo 6°. Red Regional para el Emprendimiento. La Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena.
3. Cámara de Comercio de la ciudad capital.
4. Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior, CRES.
7. Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.
9. Un representante de la Banca de Desarrollo y microcrédito con presencia en la región.
10. Un representante de los gremios con presencia en la región.
11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

Parágrafo. Los delegados deberán ser permanentes mediante delegación formal del representante legal de la Institución, o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Artículo 7°. Objeto de las redes para el emprendimiento. Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

- a) Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento;
- b) Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento;
- c) Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10 de esta ley;
- d) Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país;
- e) Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales;
- f) Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

Artículo 8°. Funciones de las Redes para el Emprendimiento. Las Redes para el Emprendimiento tendrán las siguientes funciones:

- a) Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas “SISEA empresa”, el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial;
- b) Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento;
- c) Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento aprovechando los recursos tecnológicos con los que ya cuentan las entidades integrantes de la red;
- d) Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal;

- e) Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos;
- f) Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros Invima, sanitarios, entre otros);
- g) Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos;
- h) Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales;
- i) Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial;
- j) Emitir avales a los planes de negocios que concursen para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

Artículo 9°. Secretaría Técnica. La Secretaría Técnica será el instrumento operativo de las redes de emprendimiento encargada de coordinar todas las acciones de tipo administrativo, y deberá cumplir entre otras con las siguientes funciones:

1. Planear y acompañar la implementación de la estrategia prevista para el desarrollo del emprendimiento.
2. Presentar informes mensuales a los integrantes de la red sobre las acciones y programas realizados en torno al emprendimiento.
3. Impulsar el desarrollo de las funciones asignadas a la red.
4. Promover el desarrollo de diagnósticos y estudios sobre el Emprendimiento.
5. Monitorear indicadores de gestión sobre el desarrollo de la actividad emprendedora en la región.
6. Las demás asignadas por la red.

Parágrafo. La Secretaría Técnica de cada red se encargará de su propia financiación, organización e instrumentación de sus respectivas sedes.

Artículo 10. Mesas de trabajo de la red de emprendimiento. Las mesas de trabajo son un espacio de discusión y análisis para que todas las instituciones que conforman la Red, se sientan partícipes y logren desarrollar acciones con base en los lineamientos contemplados por las mismas. Podrán convertirse en interlocutores válidos de las instituciones responsables de la operación.

Artículo 11. Objeto de las mesas de trabajo. Las mesas de trabajo conformadas por las redes de emprendimiento tendrán el siguiente objeto:

1. Sensibilización: Trabajar en el diseño y ejecución de un discurso unificado, orientado a motivar a la gente para que se involucre en el emprendimiento. Lograr masificación del mensaje con una utilización más eficiente de los recursos.
2. Formación: Unificar criterios de formación. Formar Formadores. Extender la Formación a colegios públicos y privados.
3. Preincubación: (Planes de Negocio): Identificar Oportunidades de Negocio y proponer una metodología de Plan de Negocios orientado a simplificar procesos en la región y adecuarlos a la toma de decisiones de inversionistas y del sector financiero.
4. Financiación: Impulsar y recoger en un sistema las fuentes de recursos financieros para los emprendimientos que se desarrollan en la región, permitiendo pasar de los estudios de factibilidad a empresas del sector real. Además deben proponer nuevos mecanismos viables de estructuración financiera (capital semilla, capital de riesgo, préstamos, financiación e inversionistas) a nivel nacional e internacional.
5. Creación de Empresas: La iniciación de operaciones de las empresas para que alcancen su maduración en el corto plazo y se garantice su autosostenibilidad. Buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos mercados y nuevos productos.
6. Capacitación Empresarial y Sostenibilidad: Diseñar y dinamizar un modelo que diagnostique la gestión de las empresas (mercados, finanzas, técnicos, etc.) y faciliten planes de acción que permitan el mejoramiento continuo de las mismas y su sostenibilidad en el largo plazo.

7. Sistemas de Información: Articular y estructurar toda la información generada en las Mesas de Trabajo en un Sistema de Información, facilitando la labor de las instituciones participantes de la Red y en beneficio de los emprendedores, proporcionando información sobre costos y tiempos de los procesos de emprendimiento por entidad oferente. Esta información será un insumo para los

programas de formación de emprendedores.

Parágrafo. Las redes, podrán de acuerdo con su dinámica de trabajo establecer parámetros distintos en cada región e implementar nuevas mesas de trabajo de acuerdo con sus necesidades.

CAPITULO III

Fomento de la cultura del emprendimiento

Artículo 12. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;
- b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia;
- c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo;
- d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.

Artículo 13. Enseñanza obligatoria. En todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con:

1. Definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios.
2. Transmitir en todos los niveles escolares conocimiento, formar actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas.
3. Diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte fundamental de los programas educativos de la enseñanza preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresas con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades.
4. Promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macrorruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos en esta ley y con el apoyo de las Asociaciones de Padres de Familia.

Parágrafo. Para cumplir con lo establecido en este artículo, las entidades educativas de educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional acreditadas ante el Ministerio de Educación Nacional, deberán armonizar los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) pertinentes de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 General de Educación.

Artículo 14. Sistema de información y orientación profesional. El Ministerio de Educación Nacional en coordinación con el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, Icfes, el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología, Colciencias, y el sector productivo, establecerá en un plazo máximo de (1) un año, un Sistema de Información y Orientación Profesional, Ocupacional e investigativa, que contribuya a la racionalización en la formación del recurso humano, según los requerimientos del desarrollo nacional y regional.

Artículo 15. Formación de formadores. El Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, coordinará a través de las redes para el Emprendimiento y del Fondo Emprender y sus entidades adscritas, planes y programas para la formación de formadores orientados al desarrollo de la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 16. Opción para trabajo de grado. Las universidades públicas y privadas y los centros de formación técnica y tecnológica oficialmente reconocidos, podrán establecer sin perjuicio de su régimen de autonomía, la alternativa del desarrollo de planes de negocios de conformidad con los principios establecidos en esta ley, en reemplazo de los trabajos de grado.

Artículo 17. Voluntariado Empresarial. Las Cámaras de Comercio y los gremios empresariales podrán generar espacios para constituir el voluntariado empresarial con sus asociados con el objeto de que sean mentores y realicen acompañamiento en procesos de creación de empresas.

Artículo 18. Actividades de Promoción. Con el fin de promover la cultura del emprendimiento y

las nuevas iniciativas de negocios, el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Programa Presidencial Colombia Joven y el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, darán prioridad a las siguientes actividades:

1. Feria de trabajo juvenil: Componente comercial y académico.
2. Macrorrueda de negocios para nuevos empresarios: Contactos entre oferentes y demandantes.
3. Macro ruedas de inversión para nuevos empresarios: Contactos entre proponentes e inversionistas y sistema financiero.
4. Concursos dirigidos a emprendedores sociales y de negocio (Ventures).
5. Concursos para facilitar el acceso al crédito o a fondos de capital semilla a aquellos proyectos sobresalientes.
6. Programas de cofinanciación para apoyo a programas de las unidades de emprendimiento y entidades de apoyo a la creación de empresas: Apoyo financiero para el desarrollo de programas de formación, promoción, asistencia técnica y asesoría, que ejecuten las Fundaciones, Cámaras de Comercio, Universidades, incubadoras de empresas y ONG.

Parágrafo. Recursos. El Gobierno Nacional a través de las distintas entidades, las gobernaciones, las Alcaldías Municipales y Distritales, y las áreas Metropolitanas, podrán presupuestar y destinar anualmente, los recursos necesarios para la realización de las actividades de promoción y de apoyo al emprendimiento de nuevas empresas innovadoras.

Los recursos destinados por el municipio o distrito podrán incluir la promoción, organización y evaluación de las actividades, previa inclusión y aprobación en los Planes de Desarrollo.

Artículo 19. Beneficios por vínculo de emprendedores a las Redes de Emprendimiento. Quienes se vinculen con proyectos de emprendimiento a través de la red nacional o regional de emprendimiento, tendrán como incentivo la prelación para acceder a programas presenciales y virtuales de formación ocupacional impartidos por el Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, a acceso preferencial a las herramientas que brinda el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de la dirección de promoción y cultura empresarial, como el programa emprendedores Colombia.

De igual manera podrá acceder de manera preferencial a los servicios y recursos manejados a través de las entidades integrantes de las redes.

Artículo 20. Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas. Con el fin de promover el emprendimiento y la creación de empresas en las regiones, las Cámaras de Comercio, las incubadoras de empresas desarrollarán programas de promoción de la empresarialidad desde temprana edad, procesos de orientación, formación y consultoría para emprendedores y nuevos empresarios, así como servicios de orientación para la formalización. También las Cámaras facilitarán al emprendedor, medios para la comercialización de sus productos y/o servicios, así como la orientación y preparación para el acceso a las líneas de crédito para emprendedores y de los programas de apoyo institucional público y privado existentes.

Artículo 21. Difusión de la cultura para el emprendimiento en la televisión pública. La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces, deberá conceder espacios en la televisión pública para que se transmitan programas que fomenten la cultura para el emprendimiento de acuerdo con los principios establecidos en esta ley.

Artículo 22. Constitución nuevas empresas. Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales.

Parágrafo. En todo caso, cuando se trate de Sociedades en Comandita se observará e requisito de pluralidad previsto en el artículo 323 del Código de Comercio.

Artículo 23. Reglamentación. Se exhorta al Gobierno Nacional para que a través de los Ministerios respectivos, reglamente todo lo concerniente al funcionamiento de las redes para el Emprendimiento, durante los tres (3) meses siguientes a la sanción de esta ley.

Artículo 24. Vigencia. La presente ley entrará a regir a partir de su promulgación.

La Presidenta del honorable Senado de la República,

Claudia Blum de Barberi.

El Secretario General del honorable Senado de la República,
Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,
Julio E. Gallardo Archbold.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,
Angelino Lizcano Rivera.

REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y cúmplase.

Dada en Bogotá, D. C., a 26 de enero de 2006.

ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Viceministro de Comercio Exterior, encargado de las funciones del Despacho del Ministro de Comercio, Industria y Turismo,
Eduardo Muñoz Gómez.

ANEXO 2

Cuestionario aplicado a los docentes, empresarios y estudiantes.

UNIVERSIDAD DE GRANADA, ESPAÑA Y UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL, COLOMBIA

Educación social: Construcción del Perfil de Empresario desde el Desarrollo de las Competencias Propias del Emprendedor Según la ley 1014/2006 Colombiana

La aplicación de este cuestionario sobre el tema de emprendimiento, está dirigida a (docentes, empresarios, estudiantes). Tiene como objetivo recoger información relacionada con el pensamiento que sobre la empresa y el emprendimiento manifiesta el encuestado.

La presente información forma parte de un trabajo de investigación que está llevándose a cabo en las Universidades de Granada (España) y la Pedagógica Nacional de Bogotá.

“Educación social: Construcción del Perfil de Empresario desde el Desarrollo de las Competencias Propias del Emprendedor Según la ley 1014/2006 Colombiana”

Marque con una X su respuesta en el espacio del recuadro el resto de preguntas precisan un respuesta más amplia.

- | | | |
|--|--|--------------------|
| 1. Género: | 2. Dedicación: | |
| a. Femenino | a. Empresario/consultor | |
| b. Masculino | b. Docente formador | |
| | .c. Estudiante | |
| 3. Edad ____ | 4. Residencia: | |
| | a.. Cundinamarca (Colombia) | |
| 5. Tipo de empresa: | | |
| a. Bienes y servicios | b. Turística | c. Industria |
| d. Industrialización productos agrícolas | e. Industrialización productos pecuarios | |
| f. Comunicación | g. Institución educativa | h. Ninguna empresa |

Por favor explique su respuesta

1.- Desde su experiencia como (docente, empresario o estudiante) ¿cuáles cree que son las competencias o habilidades, destrezas que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa?

2. ¿Ud. considera que las políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen a poner en marcha una empresa?

3.- ¿Piensa que en la educación en sus distintos niveles, primaria, secundaria y universitaria o mediante cursos, seminarios, celebración de eventos para el emprendimiento, se fomenta el espíritu emprendedor en Colombia?

RESPUESTAS SOBRE COMPETENCIAS

1.- Desde su experiencia como empresario ¿cuáles cree que son las competencias o habilidades, destrezas que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa?

Aclaración

El análisis del trabajo de campo en la investigación cualitativa no siempre obedece a estadísticas fijas, sobre todo teniendo en cuenta que cuando son preguntas abiertas las respuestas también lo son, por ello es necesario acudir a la hermenéutica para poder determinar los campos o ítems específicos que se deben tener en cuenta, de acuerdo con los objetivos trazados.

En este orden de ideas, las respuestas encontradas sobre las competencias se encuentran de manera indiscriminada, la labor que se hizo fue “pasar por un filtro” (es decir aplicar la hermenéutica) a esas respuestas para determinar las competencias.

- Respuestas docentes

1. Lectura previa de las realidades de contextos sociales, las necesidades del individuo, proyecto de vida y temáticas de actualidad.
2. Diagnóstico del mercado, presupuesto, ejecución y proyección.
3. Las competencias procedimentales.
4. Calidad, liderazgo, trabajo en equipo, motivación, arriesgarse.
5. Procedimentales, laborales, sociales.
6. Conocimiento, preparación, habilidades gerenciales, capacidad económica ó búsqueda de la misma.
7. Comunicativa y la procedimental.
8. Muchas ganas de progresar, la creatividad, la constancia.
9. Conocimiento sobre el mercado, liderazgo, innovación y perseverancia.
10. Visión, organización, sabiduría.
11. Organización, trabajo en equipo, capacidad de toma de decisiones.
12. Creatividad, poner en práctica sus ideas, realizar un estudio de mercado del producto que ofrecerán. Creer en su producto y hacerlo pensando en una necesidad actual.
13. Conocimiento, habilidades, comunicación.
14. Gerenciales comunicativas y sociales.
15. Calidad humana, liderazgo, actualización, gestionar, manejo de marketing, conformidad de acción colectiva.
16. Diagnóstico del mercado, presupuesto, ejecución y proyección.
17. Las competencias procedimentales.
18. Calidad, liderazgo, trabajo en equipo, motivación, arriesgarse.
19. Procedimentales, laborales, sociales.
20. Conocimiento, preparación, habilidades gerenciales, capacidad económica ó búsqueda de la misma.
21. Comunicativa y la procedimental.
22. Muchas ganas de progresar, la creatividad, la constancia.
23. Conocimiento sobre el mercado, liderazgo, innovación y perseverancia.
24. Visión, organización, sabiduría.
25. Organización, trabajo en equipo, capacidad de toma de decisiones.
26. Creatividad, poner en práctica sus ideas, realizar un estudio de mercado del producto que ofrecerán. Creer en su producto y hacerlo pensando en una necesidad actual.
27. Conocimiento, habilidades, comunicación.
28. Gerenciales comunicativas y sociales.
29. Calidad humana, liderazgo, actualización, gestionar, manejo de marketing, conformidad de acción colectiva.
30. Conocimiento y manejo de marketing
31. Liderazgo:
32. Trabajo en equipo:
33. Procedimentales:
34. Conocimiento:
35. Habilidades gerenciales:
36. Creatividad:
37. Comunicativas:
38. Calidad:
39. Laborales

40. Sociales
41. Capacidad económica
42. Constancia
43. Interpretativas, propositivas, de cambio, de innovación, de riesgo.
44. Procedimentales, básicas, comunicativas, sociales, laborales.
45. Comunicativas, cognitivas, laborales.
46. Trabajo de la autoestima, proyecto de vida, trabajo en equipo, competencias laborales generales, competencias laborales específicas, vinculación con el mundo productivo.
47. Comunicativa y social.
48. Autoestima, constancia, iniciativa, solución de problemas.
49. La ética profesional, el desarrollo de competencias básicas laborales y comunicativas desde los primeros grados de escolaridad.
50. Comunicación entre estamentos.
51. Autoconocimiento, trabajo en equipo, capacidad de manejo financiero.
52. Hacer énfasis en la constancia y la disciplina del trabajo.
53. Comunicativa y el creer en sí mismo.
54. Gerenciales, comunicativas, laborales, procedimentales, sociales.
55. Sociales, comunicativas, liderazgo.
56. Tecnológicas y administrativas
57. Servicio a la comunidad y remunerado.
58. Capacidad de generar empresa
59. Saber sobre que es empresa
60. Crear empresa
61. La capacidad de adaptación que tiene una persona para adaptarse a su medio de trabajo
62. Capacidad de dirigir
63. El trabajo relacionado con la empresa
64. Crear empresa
65. Puede ser la forma en que se genera compromiso dentro de las empresas, o el empeño para generar nuevas empresas.
66. Hacer empresa teniendo en cuenta los factores sociales que influyen.
67. Actividad que genera empresa
68. Una empresa como tal
69. La persona que quiere formar empresa o que trabaja o se enfoca en crear empresa.
70. Las ideas que tengo para formar una empresa y así poder llevar a cabo las mismas.
71. Inteligencia empresarial, emprendimiento y planes de negocios.
72. Creación de empresa que genere ingresos a la sociedad.
73. Forma como se genera o se crea empresa teniendo en cuentas la creación de empresas anteriores.
74. Creo que es una forma de organización social para el desarrollo de actividades económicas.
75. Es la capacidad que tenemos para crear nuevas empresas a partir de nuestra propia creatividad.
76. Bueno, se relaciona a la manera como se gestiona una empresa.
77. Crear empresa que genere empleo en la sociedad.
78. Es la capacidad creativa de la persona sobre que lo rodea.
79. Procesos, estrategias para direccionar una empresa.
80. Generar trabajo respondiendo a necesidades de la sociedad.
81. Es una organización la cual tiene un propósito de generar empleo de aportar a un país y de explotar los talentos de sus socios, empleados y demás.
82. Construcción de empresas - Capacidad de formar y mantener empresa - Creación y dirección de empresas
83. Capacidad de generar empresa - Crear empresa - Capacidad de fomento y generación de empresa.
84. Actividad de crear y sostener una empresa - Características y condiciones para formar empresa
85. Cualidad específica de una empresa o un empresario - Capacidad de fomento y generación de empresa - Cualidad humana para ser empresario

86. Acciones y decisiones que llevan a un bien común
 87. Servicio a la comunidad y remunerado
 88. Estrategia que se basa para iniciar un trabajo
 89. Saber sobre que es empresa.
 90. Todos los quehaceres relacionados con el fortalecimiento de una empresa - Referente al manejo empresarial
 1. No soy experta en capacitación de este tipo de actividad.
 2. Debe ser un líder, tener buena comunicación con los compañeros y el personal.
 3. En general, ser emprendedor, presentar buenos proyectos, estar actualizado.
 4. Líder, habilidad para trabajar en equipo, visión futurista, arriesgado, auto motivación, investigador, visión de mercadeo.
 5. Creativo, proactivo, líder, capacidad de trabajo en equipo, conocedor del oficio o especialidad a la que se va a dedicar la empresa, honestidad, responsabilidad.
 6. Debe tener ideas reales y transformadoras, con acciones incluyentes donde se valore la palabra como medio de acción y los valores de respeto y tolerancia se conviertan en lema de la creación.
 7. Creador, constante, líder, innovador.
 8. El empresario debe ser una persona segura de sí misma, con una alta autoestima y un conocimiento sobresaliente del mercado en el cual se desenvuelve.
 9. Persona con sana ambición y abierto a los cambios.
 10. Una persona entusiasta, constante, con capacidad a adaptarse a los continuos cambios, manejo de tecnologías, con actitud abierta y con capacidad de sacrificio y de trabajo en equipo.
 11. Debe ser una persona que crea en su producto, en sus empleados y en que está vendiendo algo que responde a una necesidad actual.
 12. Debe ser una persona con buenas relaciones personales y debe tener una gran habilidad de comunicación con sus clientes y con sus empleados.
 13. Personas con capacidad de sacar adelante una idea, con el empeño necesario de no desfallecer en el camino, buscar la manera de sobrevivir al iniciar, colaboración y empeño.
 14. Persona líder en procesos de gerencia y producción, con espíritu creativo, emprendedor y solidario, en constante actualización, con conocimientos en el manejo de las buenas tecnologías de la educación, dispuesto a brindar productos de calidad y consciente del papel de la empresa en el desarrollo económico del país.
 15. Ser una persona que maneja la ética profesional, con capacidad de liderazgo, comunicación asertiva, que sea dinámica, recursiva, creativa, sociable, estratégica para las acciones correctivas, organizada idónea para su labor.
 16. Persona líder en procesos de gerencia y producción, con espíritu creativo, emprendedor y solidario, en constante actualización, con conocimientos en el manejo de las buenas tecnologías de la educación, dispuesto a brindar productos de calidad y consciente del papel de la empresa en el desarrollo económico del país.
 17. Ser una persona que maneja la ética profesional, con capacidad de liderazgo, comunicación asertiva, que sea dinámica, recursiva, creativa, sociable, estratégica para las acciones correctivas, organizada idónea para su labor.
- Respuestas de empresarios
 - El proyecto de vida.
 1. Trabajo en equipo
 2. Los valores, trabajar mucho la autoestima y la parte empresarial.
 3. Competencias laborales generales y específicas
 4. Conocimientos sobre Mercadeo-contabilidad-legislación laboral y comercial.
 5. Conocimiento de una comunidad y sus necesidades
 6. Capacidad de liderazgo
 7. Ideas de negocios. Administración.
 8. Ética de los negocios.
 9. Empresarismo y emprendimiento.

10. Habilidades comunicativas y creatividad.
11. El proyecto de vida desde el primer grado hasta el último.
12. Conocimiento de una comunidad y sus necesidades. Formar para el futuro sobre hechos reales. Desarrollar proyectos que apunten a la realidad del país y a sus necesidades.
13. Normatividad, calidad de una empresa, habilidades sociales y comunicativas, liderazgo, proyección, emprendimiento.
14. Trabajo de la autoestima, proyecto de vida, trabajo en equipo, competencias laborales generales, competencias laborales específicas, vinculación con el mundo productivo.
15. Sueño con fomentar en cualquier institución el valor de la palabra en acción y recurso. Lo que se empieza se termina.
16. Los valores, trabajar mucho la autoestima y obviamente la parte empresarial.
17. Mercadeo-contabilidad-legislación laboral y comercial y ética profesional.
18. Capacidad de liderazgo, convivencia y la academia.
19. Ideas de negocios. Fortalecimiento del proyecto de vida. Administración. Ética de los negocios. Empresarismo.
20. Habilidades comunicativas y creatividad.
21. Marco legal, tributario, contable y financiero.
22. Las procedimentales, sociales y comunicativas.
23. Comunicativas, sociales, operativas.
24. Conocimiento, preparación, habilidades gerenciales, capacidad económica o búsqueda de la misma.
25. Comunicativa. Social, procedimental, laboral.
26. Constancia, deseos de superación, esfuerzo, disciplina.
27. Conocimiento sobre el mercado laboral, necesidades del cliente y formación permanente.
28. Constancia.
29. Entusiasmo, adaptabilidad, conocimiento de un mercado.
30. Capacidad de divulgación y publicidad de la empresa.
31. Habilidad, conocimiento, conocimiento, comunicación, fortaleza, dedicación.
32. Gerenciales (entendida como la selección del producto atendiendo a las necesidades de la comunidad, la comunicación, la planeación y la evaluación de los procesos y productos
33. Laborales, procedimentales, sociales.
34. Liderazgo social, trabajo en equipo, comunicación asertiva.
35. Cognitiva, comunicativa, argumentativa e investigativa.
36. En mi experiencia es ser más recursiva con lo que hago ser más creativa en mis ideas y propósitos que hago.
37. La conducta emprendedora de un joven primero las ganas de salir adelante y poner en marcha sus conocimientos ante una labor desarrollada.
38. Auto Aprendizaje Superación Personal.
39. Los jóvenes responden al emprendimiento cuando la motivación, el reconocimiento y la responsabilidad van atados a generar eventos positivos donde las Ideas de todos son respetadas y evaluadas por los demás de forma constructiva.
40. Seguridad, constancia, dedicación.
41. Habilidades para la escritura, para expresarse con claridad hacia los demás y leer mucho.
42. Compañerismo.
43. Que quiera formar empresa que le guste generar empleo y no ser empleado.
44. En primer lugar creo que es esencial la preparación intelectual, en segundo lugar la confianza, el optimismo y la formación técnica.
45. Ganas.
46. Capacidad, liderazgo, voluntad, recursos económicos, capacitación, auto disciplina, trabajo, austeridad, ganas de salir adelante y hacer las cosas bien.
47. Tener la capacidad de identificar y solucionar los problemas o requerimientos que se presentan en un tiempo mínimo.
48. Tener claridad en las ideas a desarrollar, ser líder de la iniciativa y abarcarla con propiedad, es necesario tener los conocimientos para direccionar la empresa de igual manera las relaciones interpersonales deben ser las más adecuadas.
49. Perseverancia, espíritu investigativo, coherencia, control emocional, habilidades

- comunicativas asertivas, relaciones sociales, objetividad, análisis, comprensión, seguridad, metas claras.
50. Responsabilidad. Autonomía.
 51. Foros y seminarios con líderes que generen ideas y proyectos.
 52. Diagnóstico del mercado, presupuesto, ejecución y proyección.
 53. Las competencias procedimentales.
 54. Calidad, liderazgo, trabajo en equipo, motivación, arriesgarse.
 55. Procedimentales, laborales, sociales.
 56. Conocimiento, preparación, habilidades gerenciales, capacidad económica ó búsqueda de la misma.
-
57. Sentido de administración.
 58. Es generar industria, construir metas, innovación sobre métodos de servicio, calidad de trabajo, debido proceso de productos.
 59. Entiendo que por empresariedad es todo lo que un ser humano posee con una capacidad de percibir o interrelacionarse con un entorno o un proyecto para competencias empresariales.
 60. Conjunto de postulados referente a la empresa.
 61. Capacidad de fomento y generación de empresa
 62. Todos los quehaceres relacionados con el fortalecimiento de una empresa
 63. Cualidad humana para ser empresario
 64. Es la actividad de crear y sostener una empresa
 65. Campo de estudio del funcionamiento de las empresas
 66. Conjunto de empresas que buscan un mismo fin
 67. Características y condiciones para formar empresa
 68. Referente al manejo empresarial
 69. Dedicarse a una actividad determinada incluyendo un número de empleados
 70. Estrategia que se basa para iniciar un trabajo
 71. Construcción de empresas
 72. Cualidad específica de una empresa o un empresario
 73. Ideas y proyectos que salgan de la casa y se vuelvan generadores de empleo, constructores de vida.
 74. Capacidad de formar y mantener empresa
 75. Acciones y decisiones que llevan a un bien común
 76. Creación y dirección de empresas
-
77. Capacidad humana de proposición y capacidad de asumir retos.
 78. Empuje impreso en una idea para que salga a flote.
 79. Es la manera como una persona que ha creado una empresa o micro empresa puede asignarse su salario por ende se asigna su horario de trabajo.
 80. Medio por el cual la población genera ingresos para subsistir.
 81. Crear una empresa donde pueda tener empleo para mi y otras personas.
 82. Ser independiente, buscar ingresos por uno mismo sin ser empleado de otro.
 83. Desarrollar formas de trabajo donde uno sea su propio jefe.
 84. Es la mejor forma de salir de la crisis económica en la cual se encuentra sumergida una gran parte de nuestro país. Es difícil pero no imposible generarle a otros un lugar donde explotar sus conocimientos.
 85. Forma de generar ingresos de forma independiente.
 86. Logro de la propia empresa en el sentido de generar los ingresos económicos a su gestor.
 87. Persona que labora por lo general de manera independiente.

- Respuestas estudiantes

1. Que se deben desarrollar en la educación media técnica es una buena comunicación del emisor al receptor el cual pueda tener objetivos claro y precisos el momento de poner en práctica todo su conocimiento al momento de actuar ante una situación.

2. Debería ser el trabajo en equipo que es lo que se usa comúnmente para el desarrollo de cualquier actividad sea de trabajo o de integración
3. Expresión verbal.
4. Desarrollo armónico.
5. Aprender a escuchar, a comunicarse de manera asertiva control emocional.
6. Facilitar Internet, páginas virtuales, textos, últimos avances tecnológicos donde puedan interactuar diferentes aéreas profesionales aportando experiencia y técnicas para mejorar el desarrollo del emprendimiento.
7. Autoestima, seguridad, logrando de esta manera que las personas confíen en sí mismas y logren aplicar lo que aprenden.
8. Sentido de escucha. Respeto por la opinión y la palabra de los demás.
9. Sociología.
10. El trabajo en equipo, no en grupo.
11. Tener la capacidad de entablar diálogos que generen oportunidades de negocio.
12. Serían darle a conocer al estudiante los antecedentes de otras culturas en materia de creación de empresa para poder así mirar los logros obtenidos.
13. Más manejo de público.
14. Sería la divulgación masiva de todos los beneficios que se pueden lograr para todas aquellas personas que se arriesguen a innovar o crea algo.
15. Tener la capacidad de entablar diálogos que generen oportunidades de negocios.
16. Saber hablar tener excelente redacción, saber escuchar, poder transmitir las ideas de la manera más clara posible.
17. La interpretación, el análisis, la objetividad del lenguaje, las (ideas) culturales, las ideológicas.
18. Apoyo institucional.
19. Barreras no tan rígidas de comunicación entre docente y estudiante, o, empresario y trabajador, que permita expresar ideas.
20. De carácter social y cognitiva.
21. En las competencias sociales debería haber más comunicación para en buen emprendimiento de nosotros mismos.
22. Las competencias sociales que se deben inducir al emprendedor con ética y valores.
23. Planeación
24. La integración de todos sus estudiantes.
25. Relaciones interpersonales inteligencia emocional
26. La vinculación directa de los diferentes actores de la sociedad, familias, empresas, gobierno, los entes públicos y privados para identificar qué tipo de necesidades pueden satisfacerse desde la creación de nuevas empresas.
27. Seguridad, expresión verbal, cultura general.
28. Tolerancia, respeto, participación activa y honestidad.
29. Derecho superación personal.
30. El cómo tratar a los demás, las relaciones, la forma de expresarnos.
31. Tener la capacidad de identificar las necesidades de la sociedad e interactuar con ella para generar empresa.
32. Serían mirar las necesidades de nuestro entorno para así poderlas cubrir efectivamente.
33. Más relaciones sociales.
34. En cuanto a lo social sería la capacitación que debieran tener estas personas como también poderles asigna créditos para la consecución de sus proyectos.
35. Tener la capacidad de interactuar con la sociedad e identificar sus necesidades para generar oportunidad de negocio, satisfaciendo estas necesidades.
36. Criterio tolerancia respeto sentido humano relaciones interpersonales
37. La asertividad, el control de emociones, la capacidad de tomar decisiones, autoestima, comunicación de forma afectiva.
38. Administración de tiempo, capacidad de capacitar, liderazgo.
39. Grupos de apoyo.
40. Programas y labores que tengan impacto en la comunidad.
41. Motivar a todos los estudiantes en la creación de empresa, preparándolos para el análisis de

- riesgos y de oportunidades en las empresas o unidades de negocios.
42. Inducir mediante la enseñanza para que el posible empresario tenga esa autonomía y cree empresa innovadora y competitiva.
 43. Que exijan responsabilidad a los estudiantes.
 44. Auto empleo. Generación de empleo. que a las personas que tienen una visión empresarial tengan la oportunidad de poder plasmar sus conocimientos y su ánimo emprendedor.
 45. Tener la capacidad de desarrollar habilidades y destrezas para generar soluciones a las necesidades de la sociedad.
 46. Tener objetivos claros tener proyecto de vida construido crear un criterio de competencia sano manutención de la microempresa liderazgo e ideas innovadoras que se postulen al mercado.
 47. Autonomía, confiabilidad, perseverancia, brillantes en la elaboración de diferentes proyectos.
 48. Administración de personal, administración de recursos, derecho comercial.
 49. El inicio de una microempresa.
 50. Competitividad honesta, ver a la empresa con sentimiento de pertenencia.
 51. Investigativa y propositiva, pues sería más dinámica entre docentes y alumnos para un mejor entendimiento de los temas creatividad.
 52. Competencia del saber. Competencia del hacer y Competencia del saber-hacer.
 53. Las competencias procedimentales para el desarrollo de la educación técnica es que la persona tenga una oportunidad de emplearse con su carrera técnica.
 54. Análisis.
 55. Fortalecer el desarrollo de su cátedra referente a la empresa.
 56. Ser capaz de seleccionar ideas, diseñar proyectos y utilizar los mejores medios para alcanzar sus objetivos.
 57. Dentro de las instituciones promover con más fuerza la creación de empresas, soportes virtuales, centros de información, que tipos de negocios son los rentables, el apoyo de parte de los gobiernos para que estas ideas no queden en saco roto.
 58. Organización.
 59. Actividades y conocimientos que induzcan y motiven a la persona a surgir haciendo con total transparencia su trabajo.
 60. Superación personal.
 61. Enseñarles a crear empresa no a trabajar para alguien, enseñar que es autonomía.
 62. Ser capaz de identificar las oportunidades de generar empresa. Ser capaz de seleccionar y diseñar proyectos que generen empresa.
 63. Sería la de motivar al estudiante y la vez facilitarle las herramientas necesarias para el logro de sus objetivos empresariales.
 64. Creo que la capacitación técnica en cada área específica, es una eficaz herramienta, para incentivar a los interesados.
 65. Muy competitivas para tener mejor rendimiento.
 66. Fomentar en el estudiante las ventajas de ser creadores de empresa, los beneficios y las garantías como gestor de estas.
 67. Ser capaces de identificar y desarrollar proyectos que generen oportunidades de negocio.
 68. Direccionarnos a una mirada futurista -darnos bases para el desarrollo empresarial -apoyo para la creación de la microempresa.
 69. Autonomía, autogestión, manejo empresarial o conocimiento organizacional, atención al cliente, manejo de dinero, calidad humana.
 70. Sistemas, creación de empresa.
 71. Se deberían desarrollar, estrategias en diversas aéreas, para saber cuál se tiene a fin con las capacidades que se posean, y en cual se genera más fortaleza.
 72. Calidad y ética.
 73. Interpretativa, propositiva, analítica y de acción.
 74. Organización, planeación, evaluación.
 75. Un joven debe reunir las competencias comunicativas, sociales, las básicas y procedimentales.
 76. Competencias para trabajar en equipo, liderazgo y motivación.

77. Interpretativa, propositiva, analítica y de acción.
78. Organización, planeación, evaluación.
79. Un joven debe reunir las competencias comunicativas, sociales, las básicas y procedimentales.
80. Competencias para trabajar en equipo, liderazgo y motivación.
81. Creatividad, iniciativa, proactividad
82. Social por su capacidad de sentir y transformar.
83. Iniciativa, constancia, análisis, decisión, capacidad de hacer las cosas bien.
84. Sobre todo la comunicación y el trabajo en equipo.
85. Autonomía.
86. Las procedimentales, sociales y comunicativas.
87. Comunicativas, sociales, operativas.
88. Conocimiento, preparación, habilidades gerenciales.
89. Capacidad económica o búsqueda de la misma.
90. Comunicativa. Social, procedimental, laboral.
91. Constancia, deseos de superación, esfuerzo, disciplina.
92. Conocimiento sobre el mercado laboral, necesidades del cliente y formación permanente.
93. Constancia.
94. Entusiasmo, adaptabilidad, conocimiento de un mercado.
95. Capacidad de divulgación y publicidad de la empresa.
96. Habilidad, conocimiento, conocimiento, comunicación, fortaleza, dedicación.
97. Gerenciales (entendida como la selección del producto atendiendo a las necesidades de la comunidad
98. La comunicación, la planeación y la evaluación de los procesos y productos
99. Laborales, procedimentales, sociales.
100. Liderazgo social, trabajo en equipo, comunicación asertiva.
101. Competencias para trabajar en equipo, liderazgo y motivación.
102. Procedimentales, sacar un proyecto adelante, laborales.
103. Requisitos para la implementación del proyecto (legales).
104. Comunicativas
105. Conocimiento
106. Procedimentales
107. Sociales
108. Constancia y disciplina
109. Gerenciales
110. Laborales
111. Formación permanente
112. Liderazgo social
113. Trabajo en equipo
114. Comunicativa y la procedimental.
115. Muchas ganas de progresar, la creatividad, la constancia.
116. Conocimiento sobre el mercado, liderazgo, innovación y perseverancia.
117. Visión, organización, sabiduría.
118. Organización, trabajo en equipo, capacidad de toma de decisiones.
119. Creatividad, poner en práctica sus ideas.
120. Realizar un estudio de mercado del producto que ofrecerán. Creer en su producto y hacerlo pensando en una necesidad actual.
121. Conocimiento, habilidades, comunicación.
122. Gerenciales comunicativas y sociales.
123. Calidad humana, liderazgo, actualización, gestionar
124. Manejo de marketing, conformidad de acción colectiva.

ANEXO 3

Entrevista

UNIVERSIDAD DE GRANADA, ESPAÑA Y UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL, COLOMBIA

La aplicación de esta entrevista sobre el tema de emprendimiento, está dirigida a (docentes, empresarios y estudiantes). Tiene como objetivo recoger información relacionada con el pensamiento que sobre la empresa y el emprendimiento manifiestan los entrevistados. La presente información forma parte de un trabajo de investigación que está llevándose a cabo en las Universidades de Granada (España) y la Pedagógica Nacional de Bogotá. “Educación social: Construcción del Perfil de Empresario desde el Desarrollo de las Competencias Propias del Emprendedor Según la ley 1014/2006 Colombiana”

Nombre, actividad y profesión

Por favor explique sus respuestas

1.- Desde su experiencia como (docente, empresario, estudiante) ¿cuáles cree que son las competencias o habilidades, destrezas que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa?

2. ¿Ud. considera que las políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen a poner en marcha una empresa?

3.- ¿Piensa que en la educación en sus distintos niveles, primaria, secundaria y universitaria o mediante cursos, seminarios, celebración de eventos para el emprendimiento, se fomenta el espíritu emprendedor en Colombia?

1.- Desde su experiencia como (docente, empresario, estudiante) ¿cuáles cree que son las competencias o habilidades, destrezas que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa?

3.1.1 Docentes

R1.

- La competitividad y los factores claves de éxito.
- La constancia en el desarrollo de proyectos.
- Ser creativos e imaginativos (permanente innovación).
- Aceptar retos y buscar alternativas de solución.
- Estudiar con frecuencia el estudio de mercado.

R2

El emprendimiento que se orienta es de lo intrapersonal, nos enfocamos inicialmente en la formación del emprendedor como persona y luego como emprendedor, cuando hablamos de la formación del emprendedor desde la persona lo hacemos porque el ser emprendedor es un estilo de vida que merece un cambio de actitud por tener iniciativa propia para hacer las cosas, es decir no necesariamente ser emprendedor es crear empresa, sino también el cumplir de forma autonomía con sus responsabilidades, tener autoestima alta, trabajar en equipo, manejar opimos canales de comunicación, ser creativo, perceptivo y etc.

En conclusión las competencias son: Capacidad para trabajar en equipo, desarrollo de competencias comunicativas, trabajo autónomo, liderazgo, motivación, disciplina, creatividad, autoestima, competencias organizacionales

R3

Cuando se habla de habilidades decimos que una persona es capaz de ejecutar una Conducta, es decir de realizar algo de forma superior a los demás, por ejemplo tener habilidades mentales como aprendizaje, memoria, razonamiento, pensamiento y facilidad para aprender el lenguaje son aspectos del desarrollo intelectual.

La capacidad de ejecutar una conducta interna, se entiende como las habilidades motoras, de pensamiento, de entendimiento, de solución de problemas (habilidades técnicas); entraña una serie de factores, que se refieren a la capacidad de realizar algo diferente y mejor que los demás, por ejemplo, las habilidades matemáticas o deportivas.

Si hablamos de habilidades sociales decimos que la persona es capaz de ejecutar una conducta de intercambio con resultados favorables, por ejemplo, darse a entender. El término habilidad puede entenderse como destreza, diplomacia, capacidad, competencia, aptitud. Su relación conjunta con el término social nos revela una impronta de acciones de uno con los demás y de los demás para con uno.

Capacidades empresariales: Las capacidades empresariales son desarrolladas por el conocimiento y la Experiencia de la persona y pueden ser vistas desde diferentes perspectivas, algunas de las más comunes son, las sensitivas (orientadas a la percepción de los negocios), cognitivas (conocimiento sobre el mercado y el negocio), somáticas (comprender muy bien el negocio desde adentro), creativas (entender las ideas, concepto y objeto del negocio), inventivas (crear objetos o cosas distintas y pertinentes), técnicas (relacionadas con el manejo de herramientas) y adquiridas por medio de la educación (la negociación es un ejemplo de ello).

Con respecto a las Relaciones Interpersonales: Es de vital importancia para el sujeto en sus relaciones interpersonales y de comunicación, tener un auto-concepto y autoestima bien definido, es decir, contar con una imagen de sí mismo coherente, que se ve expuesta en la asertividad y su comunicación asertiva.

Otra habilidad es el Liderazgo: como ejercicio de dirección empresarial, es apoyado por el Líder; quien es una consecuencia no de sus atributos, sino de sus relaciones prácticas con personas específicas en una situación determinada. Aunque todavía se cree que hay líderes innatos, es pertinente partir del estudio del liderazgo desde su fundamento, desde la posición de que se pueden crear líderes, con sólo fortalecer aquellas habilidades de liderazgo necesarias para una organización o situación concreta.

Otra competencia es la comunicativa. Al emprendedor es de suma importancia saber comunicar sus ideas a fin de darse a entender, ya sea cuando esté en el proceso de coordinación y dirección de un grupo de colaboradores para que desarrollan cierta actividad, hasta saber cómo comunicar y vender sus ideas e iniciativas empresariales, de tal suerte, que logre persuadir a los interesados en apoyar y acompañar sus emprendimientos.

Otra es la visión individual y empresarial. El empresario debe definir metas amplias y pensar en grandes logros a largo plazo (10 o 15 años). En la visión, se pueden tener en cuenta las ideas que el empresario tiene para hacer con su empresa, por ejemplo: ser la más reconocida y productiva de la región, ser una gran fuente de empleo, etc.

Es también clave mencionar la innovación, porque los productos o servicios innovadores son importantes para emprender una iniciativa de negocios, sin embargo, la experiencia muestra que la validación comercial y de mercado es indispensable para conocer los requerimientos de los clientes, las condiciones de uso del producto o servicio y muchas veces si están en capacidad económico y logística de adquirir una nueva tecnología, servicio o proceso.

Otra competencia es la Adaptación al cambio: De hecho, la nueva economía exige una rápida adaptación a los cambios que se producen en todos los ámbitos, cambios que se deben comprender e integrar en el devenir individual, colectivo y empresarial, a medida que se presentan. Esto es adaptación al cambio. Esto implica adaptarnos a los cambios tecnológicos.

Asumir Riesgos. Se define como la asunción de una tarea que implica un desafío para la consecución de un objetivo deseable pero sobre la cual existe incertidumbre o miedo de fracaso.

Tolerancia al Fracaso: Para un empresario, esta cualidad es fundamental, y debe tener la fuerza para soportar los inconvenientes que se acercan con el desarrollo de un proyecto empresarial. El único que no tiene dificultades es el que no hace nada, los emprendedores siempre ven en los problemas oportunidades para superarse a sí mismo. Por eso sé tolerante al fracaso, si se presenta claro está, pero este atento, que cualquier cosa puede suceder.

Actitud Positiva: Contar con una actitud positiva, significa preguntarnos en principio ¿cómo hallamos nuestro sentido?, y como encontrar nuestro sentido a través de los valores actitudinales positivos. Estos contienen tales virtudes como la compasión, valentía y un buen sentido del humor, etc. Rasgos distintivos que el emprendedor innovador, debe procurar cultivar y desarrollar y esto es posible en la medida en que nos damos a entender y somos entendidos de forma positiva.

Proactividad: Todo emprendedor debe procurar ser proactivo tanto en el éxito como en la adversidad, ya que sus acciones y decisiones siempre van a estar ligadas a la incertidumbre del entorno y el mercado. Por ello, superar obstáculos, barreras y sesgos personales es tarea cotidiana de un emprendedor si quiere lograr alcanzar los propósitos personales y colectivos.

Honestidad significa actuar de forma ética, conviene no sólo para robustecer el espíritu moral, sino también, distingue a los hombres de bien en la sociedad. Un punto que causa desagrado entre los que emprenden a experimentar la conducta honesta es el costo social. El asombro es enorme, porque el número de "amigos" suele reducirse a la mitad. Por ejemplo, hacer publicidad engañosa, promocionando productos y servicios a un costo y calidad elevada y por otro lado ofreciendo estos mismos, pero de mala calidad. Esto es ser un empresario deshonesto.

Ética: La ética se trata entonces, de una decisión práctica que sólo se puede alcanzar en sociedades cercanas a los individuos mismos, como son la familia, escuela o universidad.

Comunicación Asertiva: Para que el emprendedor, comunique asertivamente los pensamientos e ideas, debe recurrir a palabras sencillas, actos transparentes y compromisos claros que le permitan ser entendido por la otra parte. Por ejemplo, al vender una idea de negocio, se debe procurar manejar un lenguaje técnico y sencillo, claro de entender y fácil de negociar, es decir, que la imagen que se transmita hable por sí sola.

Compromiso: El compromiso del emprendedor, debe ser el atributo más importante a cultivar por parte del emprendedor, ya que del compromiso consigo mismo y los demás se generan los avances y desarrollos en las iniciativas empresariales. Si no hay compromiso físico, mental y aptitudinal en todo proyecto empresarial, es difícil lograr los propósitos establecidos.

Autonomía: En suma, el emprendedor por naturaleza es autónomo, ya que avanza por su propia cuenta en el proyecto empresarial y asume que éste demanda cierto grado de trabajo independiente, libre y espontáneo, que sólo depende del nivel de autonomía que se tenga para trabajar de manera individual o colectiva sobre los fines propuestos.

Autoregulación: Implica, que el emprendedor innovador, propenda por definir conscientemente los diferentes anhelos, intereses y motivaciones en normas que le permitan cumplir con certeza lo que se dedica a emprender, es decir, tener la capacidad de comprometerse con el desarrollo de ciertas acciones, pero también de cumplirlas de acuerdo a los propósitos establecidos.

Investigador y Curioso: El emprendedor debe ser un investigador curioso, que no dependa totalmente de la experiencia. Suelen distinguirse dos clases de experiencia: una interna y otra externa.

Persistente en el Logro de sus Objetivos: La necesidad de logro es un atributo aprendido y estable en la que se obtiene satisfacción cuando se lucha por alcanzar y conservar un nivel de excelencia. Las personas con una elevada necesidad de logro buscan encontrar situaciones en las que puedan competir contra algún parámetro, ya se trate de calificaciones, dinero o ganar en un juego, y probarse a sí mismas que son exitosas

Líder: El líder es la cabeza visible de un grupo, es decir, debe pertenecer al equipo que dirige, compartiendo con los demás integrantes, los rasgos culturales y concepciones que están presentes ahí. Cada equipo construye su modelo ideal y por lo tanto no puede haber un ideal único para todos los equipos. Incluso, el líder debe coordinar, dirigir y controlar o motivar al equipo a ciertas acciones según sea el interés que se tenga. Es decir, el líder debe tener cierto carisma.

Trabajo en Equipo: Difícilmente una persona posee todas las cualidades necesarias para la elaboración de un plan de empresa y gestionarlo. Mientras más complementario sea el equipo de trabajo, las dificultades encontradas en el camino se resolverán con mayor facilidad que cualquier individuo por separado.

Visión Global: La perspectiva global que deben tener los jóvenes emprendedores, está agrupada en dos categorías principales: atributos y educación. En el primero se hace énfasis en la comunicación eficaz con otros, mientras el segundo se focaliza en tener un conocimiento multicultural y habilidades interpersonales que le permitan establecer redes sociales y empresariales que fortalezcan el desempeño del negocio.

La Responsabilidad del Empresario con el Entorno: El llamado de atención que se hace al emprendedor, giran en torno a reconocer el valor y la importancia que tiene la RSE en el mundo empresarial actual, donde su carácter social impregna las prácticas emprendedoras que deben ser tenidas en cuenta en el proceso de creación de empresas innovadoras.

Visión Empresarial: La visión empresarial es una apuesta movilizadora sumamente útil para un

proyecto productivo, ya que nos sitúa en una perspectiva de mediano y largo plazo, haciéndose explícito el sentido y significado de nuestro trabajo, resaltando los distintos aspectos considerados relevantes para el individuo y la organización.

Mentalidad Innovadora: El emprendedor innovador necesita fortalecer sus procesos de enseñanza y aprendizaje donde los conceptos y fundamentos básicos están soportados en la investigación, el desarrollo y la innovación de productos o servicios. Además, debe procurar responder a los interrogantes esenciales del por qué y el cómo se conforman las empresas innovadoras a nivel sectorial, local, regional, nacional e internacional.

R4

De acuerdo con lo que hemos visto desde la adolescencia siempre recalca uno que el sujeto que esta por crear una empresa debe tener unas competencias especialmente personales que lo incite a llevar la organización a un buen ritmo; unas competencias del conocer que están relacionadas básicamente con toda la teoría de creación, fortalecimiento y manejo organizacional y unas competencias del hacer significa que debe ser muy organizado para lograr el proceso de creación y puesto en marcha de una organización empresarial.

Desde lo Cognitivo tiene que estar muy bien preparado reconocer cualquier tipo de empresa, como se organizan, como se fomenta, como se pone en marcha una empresa, se tiene que conocer también la parte financiera, la parte de manejo del talento humano como factores importantes de la gestión administrativo moderna, el emprendedor se construye en una autoestima, autovaloración, auto reconocimiento para poder construir con otros la empresa puesto que la empresa es un proyecto de vida y de organización que tiene tanto responsabilidad para la persona como para su conglomerado y para la sociedad entera, entonces debe tener una conducta ética de los mismos, que es un factor fundamental para llevar a termino el que un servicio o producto que lo que realmente requiere la comunidad y que pueda dar valores agregados o valores diferenciadores que busca en tanto sus productos o servicios en contexto para el servicio de una comunidad.

¿Un estudiante que termina grado once estará en capacidad de crear una empresa con estas competencias?

No, con esto el estudiante queda competente para continuar su formación profesional y disciplinaria, no es correcto decir que todos van a salir empresarios porque emotivamente esto depende mucho de las capacidades de la trayectoria, de las posibilidades que se tienen en el entorno y también las posibilidades internas de la persona, le llamamos emprendedor al que hace parte de cualquier tipo de empresa siendo su gerente de su propia área o su puesto de trabajo con esto el muchacho puede tener una visión de lo que es crear o generar una empresa, como se lleva adelante la organización pero necesitaría profundización en unas competencias disciplinarias y profesionales propias del desempeño a donde quiere desarrollar su labor.

R5

Las iniciativas autónomas y el dominio personal con orientación ética, siguiendo normas sociales, jurídicas y principios definidos, con responsabilidad ambiental y social tipifican competencias y cualidades muy fuertes e indispensables para el empresarismo;

-La comunicación asertiva en el ámbito de las habilidades correspondientes: leer, escribir, escuchar, hablar, aunado a la gestión de las TIC. La comunicación es un factor fundamental para el empresarismo;

-Trabajo en equipo, liderazgo, manejo de conflictos. La gestión más compleja y difícil que debe asumir el emprendedor tiene que ver con estos temas.

-Creatividad, toma de decisiones, gestión y manejo de recursos, solución de problemas, orientación al servicio. Toda empresa tiene por misión la solución de problemas /necesidades comunes, idealmente de manera solidaria. La creatividad es un factor que caracteriza de primera mano al emprendedor y lo hace competitivo; la estrategia en la gestión y manejo de recursos da una correcta toma de decisiones garantiza evitar pérdidas y obtener ganancias generales;

-Identificación de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio, elaboración de planes de negocio, gestión empresarial. La gestión estratégica es factor relevante en el empresarismo.

R6

“Básicamente las ganas de trabajar y hacer las cosa bien hechas, creatividad y toda esa cosita que debe tener el colombiano, en especial esa malicia indígena que en un momento dado se debe tener trabajando en forma muy metódica y empezando desde pequeño, nunca se ha hecho empresas

grandes se ha pensado en cositas pequeñas, crear más dificultades y hay si se debe trabajar en ese sentido, yo como administradora les digo: “empecemos a trabajar pero pequeñito por lo menos con un empleo medio empleo que trabaja en empresas”, como yo, que hasta ahora estoy empezando ya después puedo generar un empleo mas, poco a poco y así es como se logra los resultados exitosos como empresarios.”

¿Cuáles son las competencias cognitivas procedimentales y emocionales que debe desarrollar un empresario?

Siempre se trabaja y se viene sabiendo que el deber- deber, saber- saber, saber hacer y saber ser; pienso que cuando se maneja esta forma integral, porque nunca se dice, “no, el empresario va a trabajar solamente la parte del ser”, ¡no!, el va a integrar todos sus conocimientos, su hacer, y su parte de ética y demás que se maneja mas integral.

Específicamente cuales serían las competencias del emprendedor desde el conocer?

Pienso que sale muchísimo la parte que sabe hacer, cuando ya sabe hacer, cuando tiene un oficio, y cuando ya esta en una posición o algo específico, como quien dice, ya puedo ser empresario y creer que eso es realmente lo lleva a ser un empresario.

Frente a su experiencia es posible ¿qué un estudiante de grado once pueda crear una empresa?

Sí, es posible, lo he visto, y lo vi. en un colegio estando yo como tutora en Kennedy, a los chicos en el colegio en el Gimnasio Panamericano, era un colegio cooperativo, a los chicos desde kínder, se les estaba enseñando como ser un empresario y yo les acompaño y les facilite, les ayude a los profesores en esa parte de emprendimiento, les ayude en formación y luego les acompaño en varios procesos y les di iniciativas de cómo debían trabajar en cada uno de los grados, y si, nosotros vimos resultados exitosos, muy exitosos, en chicos terminando once e inclusive ya en noveno ellos tenían muchas habilidades y ya en ellos la visión era totalmente diferente a un chico que no recibe esa formación.

R7

Competencias - habilidades destrezas del sujeto para la creación de una empresa.

Para Ser empresario: la verdad es un fin o meta, para lo cual no todas las personas naturales - sociales se encuentran predestinadas, como bien sabemos existen muchas clases de empresarios, como el individual, el societario, el unipersonal, etc, y cada uno de ellos deben tener unas características muy marcadas, en lo que llamamos (yo, interior).

A nivel personal y profesional y de acuerdo a mi experiencia en el ramo; lo más importante y básico que un emprendedor empresarial debe contener es la aptitud y la actitud personal de acuerdo al perfil de empresa a proyectar.

Toda vez que este fase o etapa inicial lo es todo, para llegar a la meta que se fije, y no como en Colombia normalmente se enmarca, que se hace empresa, es por moda, o porque toco, o por ser una herencia, o por otros motivos que disciernen del tópico expuesto aquí, llevando a la postre el fracaso empresarial o la famosa y odiosa quiebra.

A)- Luego partiendo de esta premisa, podríamos citar referente a la pregunta, que en cuanto a las competencias técnicas, a individuo empresarial debe poseer las siguientes características

- Habilidades lingüísticas, interpretativas, argumentativas y propositivas.
- Capacidad para interpretar y comprender en forma sistémica y holística la realidad política, social, cultural, económica y ambiental colombiana.
- Capacidad para comprender, interpretar y armonizar los fenómenos tecnológicos y sociales asumiendo posiciones objetivas y crítico-constructivas.
- Habilidad para solucionar problemas y conflictos de interés en los grupos.
- Capacidad de liderazgo en la realización de trabajo interdisciplinario.

B)- También el individuo empresarial debe contener internamente desde el punto de vista de la competencia pedagógica, ciertos parámetros a saber:

- Manejo teórico-práctico de la formación profesional integral y técnica, en términos de la planeación y orientación de procesos de enseñanza-aprendizaje-evaluación, creativo, innovador y auto formador que desarrolle el potencial del empleado o socio, ya sea el caso, por lo tanto, construya cultura.
- Capacidad para la gestión, el seguimiento y la evaluación de las actividades inherentes a sus responsabilidades.
- Desarrollar procesos de administración educativa de acuerdo con la normatividad institucional,

a desarrollar dentro de la empresa.

C)- Como habilidades para la creación de la empresa en general: podríamos citar algunas como las actitudinales, que a su vez debe contener dentro del mismo individuo unos perfiles a saber:

- Responsable frente a la planeación, ejecución y evaluación del trabajo asignado.
- Consciente de la importancia de su rol como líder empresario en el contexto de construcción de nación – empresa.
- Facilitador de la apropiación y práctica de la mentalidad emprendedora.
- Generador de procesos de autoformación, convivencia y trabajo en equipo.
- Respetuoso de la diferencia y de la opinión del otro.
- Coherente entre lo que piensa, lo que dice y lo que hace.

Comprometido con la formación integral de la sociedad

R8

Teniendo en cuenta que toda actividad profesional, técnica o artística es inherente a la empresa considero que las competencias o habilidades para crear una empresa deben ser, ante todo: la creatividad, ser novedoso y competitivo (aplicando el principio y la normativa en materia de competencia desleal)

Crear una empresa no es “abrir una tienda” va más allá que la simple expectativa de quienes van a ser los usuarios de la prestación de los bienes o servicios que se ofrecen, por ende se requiere responsabilidad, seriedad y honestidad para abrir al público cualquier tipo de empresa. De tal manera que las competencias citadas anteriormente y aunadas a estas cualidades o virtudes van de la mano de un empresario eficiente y exitoso.

R9

El sujeto que se dispone crear una empresa debe ser integral, teniendo en cuenta, el desarrollo de habilidades y destrezas dentro de las siguientes competencias:

Competencia cognitiva. Para saber qué es lo que puede hacer, en este sentido al manejo de las competencias básicas referidas a los saberes necesarios para emprender la empresa, es decir saber sobre cómo se crea, cómo funciona y cuáles son los riesgos que puede pasar. También profundizar sobre conocimientos relacionados sobre las tecnologías de punta para aplicarlas a su empresa.

- Competencia procedimental: Como debe hacerlo para satisfacer esa necesidad , además Conocer el medio, cual la necesidad que va a satisfacer
- Competencia actitudinal: Como persona, cual su proceder dentro del marco legal, para posicionarse en el mercado, además conocer el medio, cual la necesidad que va a satisfacer y ser una persona responsable con los clientes frente al producto o servicio que va a prestar.

3.1.2 Empresarios

R1

Varias competencias una de ellas es ser arriesgado, no tener miedo para realizar cualquier actividad, pero sin dejar nada al azar, ser muy inquieto y estar informado en todos los aspectos del negocio y del sector en el cual va a incursionar, ser un líder, ser un buen comunicador, motivador, disposición de trabajo en equipo, saber negociar, ser innovador, creativo y muy atento a las variaciones del mercado. Conocer muy bien su competencia directa. El manejo de los procesos administrativos como: controlar, planear, dirigir y la organización.

R2

Lo primero es tener una idea clara de que quiere hacer o sea cual es la empresa que quiere hacer uno generalmente cuando quiere hacer lo que dice es yo quiero ganar plata eso no es una idea clara ganar plata no es una idea clara, es que va a producir qué servicio, cómo lo va a ofrecer, cómo lo va a hacer; lo segundo qué necesita, es tener plata, tener un capital para poder realizar esa empresa o si no la tiene consigue una financiación y debe tener una pasión impresionante por lo que hace porque esto es una tarea muy difícil muy dispendiosa y si usted no tiene amor y pasión por lo que hace en primer o segundo año usted va a botar la toalla.

R3

Sí, yo soy beneficiario del fondo empresa, yo no tengo plata, mi capital inicial me lo dio el fondo emprender porque es del estado y con eso estoy empezando, la tramitología es tediosísima llevo dos años de aplicar el proyecto y hasta ahora pase pero igual plata es plata, si uno lo quiere lograr uno lo saca.

R4

Teniendo en cuenta el fenómeno de la actual globalización de los mercados, el hacer o crear empresas requiere de una perspectiva muy amplia, muy enfocada a las diferentes necesidades de oferta y de la demanda que existe en cada una de las diferentes regiones del mundo, en definitiva el buen manejo de los recursos tanto de capital monetario como el de recursos humanos es de vital importancia para asegurar el éxito de una nueva empresa.

Se resalta que entre las competencias que debe tener una persona que se dispone a hacer empresa se encuentra:

- Tener liderazgo para poder influir y dirigir a otros para encaminar su negocio. En definitiva, el liderazgo está en buscar un equilibrio entre los intereses y motivaciones individuales y colectivas
- Saber trabajar en equipo, hoy las tareas no se hacen a nivel individual, sino con los aportes del otro.
- Manejo de la tecnología para incursionar en el mundo de la globalidad, sin ésta queda ubicado en un espacio muy reducido.
- Poseer ética y valores porque ésta constituye la base de toda actividad que se emprenda con el fin de responder con actividades socialmente responsables y con compromiso social-
- La comunicación en el sentido que el emprendedor debe saber comunicar sus ideas a fin de darse a entender, ya sea cuando esté en el proceso de coordinación y dirección de un equipo de colaboradores para que desarrollen determinada actividad, hasta saber cómo comunicar y vender sus ideas e iniciativas empresariales, además que logre persuadir a los interesados en apoyar y acompañar sus emprendimientos.
- Asumir Riesgos que implica un desafío, una situación que puede suceder de tipo económico, tecnológico, humano en el sentido que el perfil no responda a las necesidades de la empresa. El riesgo debe ser reconocido y valorado.
- Toma de decisiones es una habilidad que se hace continuamente, casi siempre de tipo consultivo, en el sentido que hay mayor análisis de varias personas por lo cual la mirada es más amplia y hay menos riesgos negativos.
- La innovación porque se hace necesario que la empresa este en permanente cambio y transformación en sus discursos, prácticas y actividades, propiciando la generación y puesta en marcha de nuevas iniciativas innovadoras que mejoren los procesos, productos o servicios en términos de calidad, rendimiento, accesibilidad, costo y satisfacción a los grupos de interés ligados al negocio.

R5

Las competencias que debe poseer una persona que quiere emprender empresa ante todo desarrollar capacidades para que se ajusten a los cambios de la sociedad, también está la creatividad, tecnología, también debe prepararse y saber mucho para saber en qué campo se quiere emprender.

Otras competencias empresariales saber de economía, no darse vencido ante las dificultades así sean 999 dificultades, saber colocar su producto en el mercado y saber qué público se lo va a comprar, además no sentirse vencido, si tres o cuatro clientes no se lo compra, cree que ya fracaso, no, sino tener ánimo para salir adelante.

Además es saber que cuando crea una empresa y entrar con ganas al mercado, perder el miedo ante el público para salir a vender el producto, y este se mantiene si se innova continuamente.

Si se quiere ganar para la vida cree ideas de negocio, desarrolle emprendimiento, pero si quiere ganar para hoy consígase un empleo

3.1.3 Estudiantes

R1

Innovación, perseverancia, recursos, y apoyo. Los recursos y el apoyo, ya sea de parte del gobierno o sea de parte de los socios son indispensables para poder llevar a buen término la creación de una empresa y mantenerla.

La innovación permitirá a la empresa tener un control absoluto sobre el producto; esto garantiza la permanencia de la empresa (y por lo tanto, del producto) en el mercado.

Y finalmente la más importante, la perseverancia pues al crear una empresa siempre hay contratiempos y problemáticas a resolver sin dudar. Cuando se duda sobre el éxito de una idea, la

empresa que depende de esa idea estará condenada a la quiebra.

R2

Es importante que el estudiante tenga claras las metas a corto y mediano plazo las cuales orienten y dispongan la labor en el campo empresarial, esto desde un marco de marketing de negocios o estrategias de mercado, para crear empresa lo fundamental o necesario es el liderazgo y propósito de crecer en conocimiento y experiencia que son las base fundamentales de una empresa que crea y es creada desde unos parámetros fundamentales de visión, misión y una serie de objetivos que son el soporte de crecimiento.

Quiero resaltar a investigación que se hace a través del proyecto productivo es muy importante para profundizar en el tema y para la universidad es una buena base.

Aplicar la tecnología a partir de las TIC.

Por lo tanto la formación en emprendimiento se debe hacer en todos los niveles de la educación.

R3

Debe ser una persona emprendedora con un gran poder de superación e innovación y como competencias a tener en cuenta esta el manejo de solucionar problemas y competitividad, otra de las competencias es el manejo de las TIC para incursionar en el mundo global con el producto. Dentro de las competencias no se puede dejar por fuera el conocimiento y aplicación correcta el manejo de empresa y los procesos productivos.

Como emprendedor no se puede alejar de los conocimientos relacionadas con las exigencias emprendedoras para que el producto se sostenga en el mercado.

R4

Corresponde hacer un estudio de las habilidades y destrezas, analizar y fundamentar competencias ocupacionales y así direccionar el espíritu de emprendimiento a través del empowerment, en el sentido también conocer sobre el funcionamiento de la empresa.

R5

Las habilidades y competencias principales que debe poseer un sujeto que se dispone a crear una empresa son:

- Capacidad de liderazgo

Un líder que promueva confianza, seguridad, compromiso, cumplimiento y agilidad, que permita tener credibilidad ante sus operarios y sus clientes.

- Capacidad de iniciativa

Un sujeto para crear empresa debe mirar y evaluar las debilidades, oportunidades, fortalezas y habilidades (DOFA) que el mercado de empresas y de personas necesita, Con el fin de iniciar un proyecto que garantice satisfacer la necesidad y la permanencia en el mercado.

- Capacidad de innovación

Se debe contar con la capacidad de buscar nuevas estrategias y alternativas que permitan estar a la vanguardia para brindar a sus clientes soluciones anticipadoras y satisfactorias.

- Calidad humana

Debe fomentar y establecer lineamientos que generen un excelente ambiente laboral, adicional debe tener la capacidad para evaluar diferentes aspectos personales de sus clientes y del personal de la empresa con el fin de tomar decisiones que los beneficien, para asesorarlos, prestándoles un servicio ágil, oportuno, amable y de calidad.

- Capacidad de gestionar

Esta cualidad se relaciona con la capacidad del sujeto para buscar y gestionar recursos, físicos, monetarios, inmuebles, vehículos, y elementos que permitan el desarrollo y progreso de la empresa.

2. ¿Ud. considera que las políticas gubernamentales, regionales, locales ayudan y favorecen a poner en marcha una empresa?

3.2.1 Docentes

R1

Las políticas del estado a cualquier nivel no favorecen la creación y sostenibilidad de pequeñas y medianas empresas por la cantidad de gravámenes que les aplican a sabiendas que son ellas las que generan la mayor cantidad de empleos y dinamizan la economía. Una alternativa que verdaderamente sería política de estado es la rebaja a los impuestos o una amortización por un lapso de tiempo (Ejemplo 3 años) mientras se consolida la empresa, por otro lado es conveniente el acompañamiento del estado en programas que conlleven a mejorar el producto hasta la exportación.

R2

No pueden existir varias líneas de crédito pero falta mas divulgación sobre su existencia y hay mucha tramitología para poder acceder a estas por eso la principal limitante que el emprendedor manifiesta es la capacidad de financiación.

R3

Se podría decir que en Colombia, se han promulgado y reformado las políticas públicas -leyes y normas- que facilitan y fortalecen la empresariedad en el territorio nacional, a partir de la modificación de la ley 520 de 2000 sobre la creación de empresas familiares; la actualización del código de comercio laboral con la ley 50 de 1990; la promulgación de la ley 344 de 1996 acerca de la racionalización del gasto público y la financiación de sectores económicos deficitarios a nivel nacional; la emisión de la ley 1014 de 2006 para el fomento de la cultura empresarial; la reforma de la ley 29 de 1990 en ley 1289 de 2009 sobre la política de ciencia, tecnología e innovación en Colombia; y la elaboración y desarrollo de instrumentos para la creación y el fortalecimiento empresarial como el fondo emprender, el fondo nacional de garantías, el fondo agropecuario de garantías, los fondos de capital de riesgo, entre otros.

Se puede afirmar que el último quinquenio el país ha generado una serie de mecanismos e instrumentos de acompañamiento y apoyo a la creación de empresas de forma acelerada e inducida, con el propósito de incrementar los niveles de desarrollo y crecimiento empresarial en todo el territorio nacional.

R4

De hecho, ayudan y son muy requeridas. Quizás la etapa más difícil de una empresa es su puesta en marcha. Un niño requiere del impulso inicial amigable y servicial/solidario para columpiarse; una vez toma impulso puede continuar de forma autónoma mejorando su nivel de impulso y proyección. Del mismo modo una empresa, especialmente si es pequeña, requiere ayuda para su etapa inicial.

R5

Sí, hay una política en el actual gobierno, ha planteado la necesidad de fortalecer el emprendimiento como alternativa para disminuir ese 22% de desempleo que tenemos en el país, igualmente hay organizaciones gubernamentales que están fomentando sobre todo la parte de la creación de recursos para que la gente sobre todo la gente joven pueda emprender su negocio, igualmente esto se esta bajando a nivel regional y local, incluso a nivel internacional en una buena ambientación, el problema es que esta muy desintegrada la política, entonces como no hay una mayor claridad el procedimiento cada uno termina organizando a su manera las actividades que le corresponden, ésta ha sido la dificultad que han encontrado los emprendedores porque hay recursos, pero muy poca asesoría, o en caso asesoría eficaz o efectiva de lo que tienen que ser las organizaciones, por eso muchos presupuestos se pierden o no se invierten porque una cosa es la teoría de un plan de negocios y otra es la realidad en la práctica, cuando hay que poner realmente en sintonía los saberes y la realidad. Por eso el emprendimiento es tan fundamental tener una formación en la práctica sobre todo los saberes que sepan cómo se hace una empresa para que puedan asesorar este tipo de negocios o sino pues es el fracaso se ve y se está sintiendo cada vez más con relación aún resultado en la política de un país.

¿Cuáles son esas dificultades?

La empresa se crea por ejemplo en país la creación es más costosa y la más complicada porque cuando uno crea una empresa ya inmediatamente uno tiene un vínculo tributarista, tiene una responsabilidad jurídica supremamente significativas entonces muchos de los jóvenes se avanza a crear una empresa sin conocer primeramente que es lo que van a hacer, como lo van a hacer, para que lo van a desarrollar.

Yo considero que desde la parte del estudio de mercado falta muchísimo aun por profundizar con los jóvenes para que no se avancen a un riesgo sin preverlo porque lo importante del riesgo es controlarlo porque de todas formas se tiene que asumir como tal.

En el país entonces esta política de creación de empresa de fomento está en el papel pero una hoja falta bajarla muchísimo y fundamentarla, yo creo que las facultades de administración debe también hacer una mayor profundización de investigación, sin ese tema los laboratorios de observación empresarial que tienen gremios que se están apropiando del seguimiento de la empresa se requiere básicamente un fundamento, saber cuál es la tendencia y porque se mueren tantas empresas en el primer año y en la constitución.

R6

Si hay políticas buenas, las políticas están y se inscriben, somos nosotros, los seres humanos quienes dañamos los procesos, realmente hay cosas muy interesantes, a veces no las conocemos, no les damos interés, no les ponemos atención; nosotros tenemos experiencias convocando a varias de estas personas para ayudar y facilitar esa cuestión para que tengan resultados excelentes, pero hay que rogar muchísimo porque la gente al principio no cree mucho en políticas gubernamentales que les va a colaborar, y luego ellos como que no, pero luego empiezan a ver resultados y a ver cambios en otros y quieren ingresar al programa de acuerdo a las políticas que tienen hoy, políticas buenas, excelentes, en las regionales con algunos departamentos han hecho convenios muy buenos pero hay otros en que no, solamente esta la parte de la politiquería que es lo que realmente daña estos procesos, pero si hay cosas muy interesantes al respecto; aquí en la localidad Rafael Uribe Uribe hay un proceso que se viene trabajando con las ULDES, programa durante la política gubernamental que hay y ha dado muy buenos resultados y se han logrado cosas mejores.

¿Cuáles son los seres del plan fondo emprender?

Durante la política del fondo emprender se le dice al chico que presente su proyecto, su idea de negocio, se le nombra u asesor, ese asesor lo va acompañando y van montando todo su programa paso por paso, entonces comienza por la parte de investigación de mercado como está la competencia, toda la parte técnica, la tecnología toda la parte financiera, también se tiene muy en cuenta toda la parte de medio ambiente en que afecta o en que esta mejorando en la parte de medio ambiente y se va subiendo a plataforma según la convocatoria que hallan, hay veces que se ha bajado 3y 4 convocatoria, hay años en los que solamente 1 o 2 pero son esas partes en las que se debe trabajar en el fondo emprender dice que se le ayudo a los estudiantes que precisamente están terminando en su última etapa productiva y pues depende su proyecto se le puede financiar hasta unos saldos mínimos vigentes de acuerdo a esos trescientos cinco salarios hay algunos que cada vez van subiendo, en este momento está llegando mas o menos 195 millones, pero son proyectos que tienen que tener empleo, estar empleando por lo menos unas 20 personas, el capital y debe ser algo de innovación muy bueno y también hay otros proyectos que han logrado pasar con 5 millones y se ha logrado y van ellos ahí.

Creo que hay unas falencias en esta parte del fondo emprender y es la parte que saben hacer, saben presentar sus proyectos sin embargo como que no saben vender, no saben cobrar y eso ha sido como la falla, nosotros de pronto los colombianos sabemos hacer las cosas sabemos venderlas, ponerlas en el mercado pero cobrar como que nos da pena.

También el fondo emprender ayuda la política habla pues de esta para los chicos universitarios que esta terminando su carrera universitaria o sea a partir del 9 semestre y hasta dos años después del proyecto con el que se hallan graduado pueden ellos calificar para el fondo emprender entonces hay muchas posibilidades y realmente los que más están aprovechando el fondo emprender han sido los chicos universitarios porque cubren todos los requisitos con calidad, los del SENA los han venido trabajando en ese sentido no es el mismo número que se destaca en proyecto si más los universitarios no porque ellos presentan trabajos con las cualidades del mismo del SENA del fondo emprender hace para apoyar a los chicos del SENA.

Este caso ¿a los de grado 11 y cuando tiene articulación con el SENA también les favorece el fondo emprender?

No en este momento, no los chicos del grado once no tienen en este momento la cabida con el fondo emprender ellos tendrían cabida, pero si se une con uno que esté terminando una tecnología o un universitario, ahí si podría entrar, pero no porque técnico del SENA son menores de edad y entonces ya entra en requisitos.

¿Cuáles serían los requisitos que le parecen supremamente importantes?

Pues que, uno la mayoría de edad, pues no han cogido el peso, el juicio esa responsabilidad grande cuando se les da dinero, además el dinero de todos los fondos.

R7

Se conoce en la actualidad, que a partir aproximadamente del año 2000 en adelante, (ley 590 DE 2000 y sus reformas) en Colombia se ha producido de parte del gobierno central, un gran impulso a la creación de Microempresas o empresas en su defecto, toda vez que esta situación se ha generado virtualmente, por la misma globalización económica presente, la cual ha obligado a fusionar, cerrar y quebrar prácticamente algunas de las grandes empresas que alguna vez fueron bandera de representación en Colombia a nivel productivo, social y económico; realizando

gestiones legales para apertura de microcréditos, préstamos y toda clase de facilidad de adquisición de dineros a tal fin de crear empresa, en cualquiera de los diferentes estamentos sociales; normalmente para las clases menos favorecidas o desempleados que fueron despedidos en sus trabajos por las empresas anteriormente comentadas, y así poder cubrir esa necesidad de ingreso por cápita por hogar dentro de la sociedad colombiana, evitando así un Caos Social.

Sólo me permito citar una gran salvedad, en la instancia, los Bancos, La Cámara de Comercio Colombiana, El Ministerio de Industria y Comercio, El SENA, y demás entidades respectivas que otorgan los préstamos empresariales, exigen requisitos exagerados a tal fin que los solicitantes muchas veces no pueden colmarlos, haciendo esta situación, mucho mas tenaz para lograr alcanzar dichas sumas, me explico: (fiadores, avalistas, garantías, intereses, etc.).

Lo anterior, teniendo en cuenta que las personas que están en este trajín, son de escasos recursos y / o muchas veces comienzan de “ceros”, para iniciarse empresarialmente.

R8

Las políticas públicas, en el mundo globalizado y competitivo, sí aplican para la creación de las empresas y microempresas dado el desempleo existente tanto en el sector público como en el privado. El cuello de botella se presenta en la cantidad de trámites y requisitos para la aprobación de los préstamos para tal fin sobre todo a los pequeños y medianos empresarios.

R9

Políticas las hay, pero hay desconocimiento de las mismas, por parte de quienes están interesados, por cuanto existen hoy en día diferentes entidades que patrocinan, ofrecen cursos, para orientar y fomentar la creación de empresas, partiendo de las instituciones educativas de carácter superior, que durante el proceso de formación se propende por que los estudiantes salgan con la idea de crear empresas y no de buscar empleo.

Otro factor que considero impide dicha decisión es el riesgo o temor a adquirir deudas para crear o emprender un negocio y la falta de garantías ante la posibilidad de la falta de capacidad de pago, los altos intereses; la falta de un estudio previo de la demanda del producto que se pretende ofrecer etc.

3.2.2 Empresarios

R1

Actualmente sí, las políticas gubernamentales están direccionadas al fortalecimiento del emprendimiento, la creación de empresas y los planes de negocio, con la ley 1014 de emprendimiento le brinda muchas herramientas a las instituciones de educación para desarrollar programas en creación de empresas como el SENA, de carácter privado como la cámara de comercio, las universidades y colegios tanto públicos como privados.

R2

Desde mi punto de vista de ciudadano común y corriente, considero que las políticas oficiales no favorecen la puesta en marcha de empresas.

Esas empresas son casi siempre iniciativa del sector privado.

R3

Es beneficiario del fondo emprender y con eso arranco su empresa.

Lo que vende su empresa básicamente son insectos que se comen a otros insectos para el control de plagas porque resulta que los alimentos que se consumen a nivel mundial tienen problemas de plagas y esos problemas se controlan con pesticidas que se aplican, dejan trazas en los alimentos y hacen que nuestros productos sean de baja calidad o sea " nosotros estamos consumiendo veneno"; entonces se necesitan soluciones biológicas inocuas para la salud, limpias, orgánico o ecológico que es una de las facetas de la producción de alimentos.

R4

La experiencia nos ha demostrado que muchas políticas gubernamentales, regionales, locales no han favorecido el crecimiento de nuevas empresas, empezando como primera medida que no se crea un ambiente de apoyo sostenible en la parte económica, no hay un régimen especial relacionado con los impuestos, no existen incentivos reales a las empresas para generar puestos de trabajo, y por estas razones, las políticas del Estado siguen teniendo una visión muy estrecha en cuanto al apoyo de beneficiar el crecimiento de buenas empresas.

R5

Sí aunque la tramitología limita mucho la creación de empresa, los pagos de impuestos también perjudica el desarrollo de empresa porque muchas veces no se vende y sin embargo los impuestos

no se rebajan, se deben pagar. Esto principalmente una limitación que uno lo piensa mucho antes de iniciar una empresa. Pero si uno quiere mejorar sus condiciones de empleo finalmente se decide y comienza a luchar, no es nada fácil, lo importante es mantener las ganas de salir adelante y hay que luchar.

3.2.3 Estudiantes

R1

Aunque el gobierno y sus distintas ramas, ya sea a nivel nacional local o regional buscan favorecer la creación de empresas buscando la estandarización de las mismas y sus procesos logísticos, lo que paradójicamente genera más problemas que soluciones pues cada empresa debe ajustarse a las exigencias del mercado al que pretende apuntar, y estas exigencias son controladas por los consumidores, que son tan variados como personas hay en el mundo.

Por lo anterior, cito que las leyes que se crean para favorecer el inicio y permanencia de una empresa, al ser tan ortodoxas, no permiten que los mercados (y por consiguiente las empresas) funcionen con las facilidades que pretenden estipular.

R2

Desde la parte pública contamos con una buena colaboración, por una parte el conocimiento que dan los docentes o tutores es un conocimiento que ayuda al progreso y desarrollo de la misma en un segundo plano contamos con la colaboración del Estado en el sector económico para infraestructura o manejo del terreno es de tener en cuenta que para poner en marcha una empresa es necesario que el empresario sea una persona responsable pero ante todo una persona organizada y con una mira clara alrededor de la empresa que crea.

R3

Si ya que en este país se cuenta con la opción de adquirir ayuda por medio de el programa de la cámara de comercio con el nombre de mega proyecto; además se cuenta con programas como destapa futuro de la empresa Bavaria la cual apoya también a la puesta en marcha de empresas con el fin de que el empleo que dicha empresa ofrezca sea para mejorar la calidad de vida de las personas vulnerables y en el campo regional se cuenta con el apoyo de fondo emprender por medio del SENA.

R4

Considero que el Estado, debe fortalecer e implementar una política de Estado, por medio del cual se implemente desde los escenarios de la Educación Media, creando el espíritu empresarial, pero además es crear un fondo para financiar esas iniciativas de empresa.

3.- ¿Piensa que en la educación en sus distintos niveles, primaria, secundaria y universitaria o mediante cursos, seminarios, celebración de eventos para el emprendimiento, se fomenta el espíritu emprendedor en Colombia?

3.3.1 Docentes

R1

Mientras las instituciones educativas a cualquier nivel no vivencien el emprendimiento con cierta autonomía organizativa es difícil que se fomente, para ello por experiencia se puede trabajar el día productivo, crear el banco de oferentes entre los estudiantes y dictar la asignatura de economía empresarial en primaria y la asignatura de emprendimiento desde grado sexto hasta 11, en la asignatura se desarrollan temáticas como conocimiento de las nuevas tecnologías de la información, concepto y principios de la participación, concepto de sistema como empresa, conocimiento sobre competencias sociales, empresariales.

En la parte de la acción se forman los estudiantes en temas como: implementación de ideas de negocio como emprendedor, liderazgo, planeación, toma de decisiones, manejo de los problemas. A nivel de la parte del ser hemos venido implementando temas relacionados con ideas de negocio, creatividad, innovación y lo más importante que se enfatiza desde su proyecto de vida la idea de ser emprendedor y cuando terminan once presentan un proyecto de idea de empresa y se fortalece también la investigación.

Se anota que los estudiantes salen con dos títulos uno que le da el colegio que es Técnico en Administración Agropecuaria y el otro técnico en Recreación y deportes hay convenio con el SENA y se hace la articulación en los grados 10 y los estudiantes terminan con el título técnico en Recreación para quienes tienen la especialidad de Educación Física y Técnico en producción agropecuaria, quienes tienen la formación en agropecuaria.

R2

Considero que el Estado, debe fortalecer e implementar una política de Estado, por medio del cual se implemente desde los escenarios de la Educación Media, creando el espíritu empresarial, pero además es crear un fondo para financiar esas iniciativas de empresa.

No es suficiente aún los docentes en su gran mayoría no saben del tema ni su importancia. Es importante la formación por proyectos transversales e interdisciplinarios y es aquí en donde se falla ya que los docentes de otras áreas no se interesan por hacer parte de estos proyectos los cuales deben llevar implícitos el emprendimiento.

Por ejemplo en mi colegio si se desarrolla el tema de emprendimiento de la siguiente primero tiene modalidad técnico en gestión empresarial.

Articulación SENA técnico en ventas de productos y servicios-

Según el sistema de evaluación institucional se tiene que cada asignatura es un área. Asignaturas de la gestión empresarial integradas también con la formación del técnico del SENA, la formación se hace desde grado sexto de la siguiente forma:

De 6° a grado 9° ven contabilidad proyectada siempre desde la empresa.

En grado 9° ven emprendimiento 2 horas a la semana.

En grado 10° ven servicio al cliente i, gerencia i, finanzas i, investigación de mercados y legislación (laboral y comercial). Cada una de estas asignaturas con una intensidad de 2 horas a la semana.

Grado 11° ven servicio al cliente, proyectos (plan de negocios), gerencia, finanzas, contabilidad de costos.

Adicional a esto se promueve cursos orientados por el SENA en liderazgo, comunicación organizacional, inglés, salud ocupacional, sistemas, panadería entre otros según necesidad de formación e intereses de los estudiantes.

La tienda escolar del colegio está constituida como una empresa didáctica en la que los estudiantes encuentran un espacio para apropiar el conocimiento.

Se realiza en el mes de noviembre el día empresarial en el que los estudiantes exponen sus proyectos empresariales, hacen promociones, publicidad, se gestionan algunos patrocinios con empresas.

Todas las asignaturas desde la contabilidad hasta las orientadas en 9°-10° y 11° del área técnica y la integración Sena constituyen la formación en emprendimiento que reciben nuestros estudiantes.

R3

Promover la creación de incubadoras es la tarea principal del Sena, que se da a través de acciones coordinadas con los gobiernos departamentales y municipales a fin de propiciar la creación de nuevas empresas con orientación hacia las vocaciones productivas de las regiones. Conceptuar los estudios de factibilidad para determinar las regiones en las que se deberán de instalar las nuevas incubadoras con el propósito de impulsar el desarrollo económico de una región determinada.

Por ello para el SENA, las Incubadoras de Empresas son instituciones que aceleran el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas innovadoras a partir de las capacidades emprendedoras de los ciudadanos. Estas instituciones pueden Derechos reservados de autor, compararse con laboratorios de Empresarismo de la época, cuyos insumos son ideas y equipos de conocimiento y los productos son empresas rentables. Su principal labor consiste en transferir a los emprendedores una forma de pensar: el pensamiento empresarial.

Red de Tecnoparques: Es una red liderada por el SENA, para la promoción del talento, con compromiso hacia el desarrollo tecnológico, la innovación y el emprendimiento en Colombia. Ofrece sin ningún costo, las herramientas, asesorías, la infraestructura y los expertos necesarios en un ambiente acelerador y de apropiación tecnológica para el desarrollo de nuevas iniciativas de productos o servicios, que se puedan consolidar en empresas o nuevas líneas de negocios, que logren fortalecer la competitividad y productividad del país.

R4

Aunque han surgido numerosas iniciativas de investigación y gestión en este campo, la cobertura de tales iniciativas es incipiente. Primordialmente se debe a que el magisterio percibe el empresarismo como un fenómeno no solidario; además la capacitación y formación en empresarismo es requerida para los educadores a partir del desarrollo de su perfil emprendedor.

Sí, hay una política muy importante, la ley 1014, pues puso a pensar a los colegios, a las

universidades, pues hoy hubo un surgimiento en el país de fundaciones y organizaciones multinacionales e incluso la gran empresa que está creando fundaciones para fundamentar el espíritu emprendedor pero como decían no es solamente salir a crear empresas sino también de fortalecer las existentes, sin embargo esto no es suficiente, no basta con crear organizaciones se necesita otra política de fortalecimiento, incluso hay que formar mucho a las personas en construcción de redes, en alianzas, para que ellas se puedan apoyar con otras organizaciones.

En Europa, por ejemplo, existe el PLAN PADRINO, que empresas grandes fortalecen empresas incubadoras así van en un tiempo largo de cinco años acompañando este tipo de emprendimiento, yo creo que ésta sería una característica fundamental porque los jóvenes salen con muy buenas iniciativas, fuerzas de poder crear su empresa y darle todo el énfasis al tema, sin embargo falta una orientación en la parte tecnológica y en la parte también de proyección de la empresa a nivel nacional, pensando a nivel local y global, específicamente se mantienen las organizaciones a las empresas nacientes.”

R5

No, la ley es un marco jurídico muy importante o interesante que fue en su momento motivado, pero que le falta reglamentar que viene de algunos decretos que no son muy consistentes frente a lo que busca realmente el legislador, haber omitido la ley 1014, en este sentido, pues se requiere aclarar algunos aspectos mismos de la ley, cuando habla de la ley de emprendimiento solidario, hay que ver mas perspectivas a lo que se refiere cual es su espíritu, cuales son los antecedentes que tiene la ley 1014 y no que sea simplemente una legislación para medio choque, un cambio de economía a un cambio de política en el país; en este sentido se necesita profundizar mas sobre el tema y hacerlo llevar en investigación y poder apoyar tanto al legislador como el ejecutor de este tipo de políticas.”

R6

Sí, es fundamental, mire que en países en donde se les educa desde el principio, empiezan a saber que las cosas son diferentes y aquí hemos visto los resultados, también en los colegios donde desde kínder ya uno va y los niños ya le venden a uno y ya ellos están vendiendo su producto. Yo tengo la experiencia en el colegio cooperativo de Timiza, ¡excelente! Los niños de kínder y pre kínder lograron en ese año vender faroles de botellas de gaseosa, entonces si se dan resultados diferentes la forma de pensar, la forma de ellos proyectarse también es totalmente diferente.

R7

Sinceramente pienso que hasta ahora de unos 5 años aproximadamente a la fecha, si se ha tratado de implementar esta mentalidad en la juventud estudiantil en los diferentes ámbitos pedagógicos, pero como se dijo antes las Instituciones deben ser un poco más flexibles entre tanto requisito preambular exigido para los desembolsos por este motivo.

R8

Por la razón expuesta anteriormente (la falta de empleo) si se está fomentando la creación de la empresa en todos los niveles excepto en menor escala en los primeros niveles educativos, el punto es que cada vez se torna la competencia más fuerte y desnivelada .

R9

Desde mi experiencia docente, si se motiva al estudiante como quedó en el punto anterior, pero este proceso se ve interrumpido, por cuanto no se lleva todo un proceso de seguimiento hasta un resultado final; es solo por fracciones de tiempo, durante una asignatura, como practica de una tarea, o ejercicio para visualizar si se comprendió lo visto.

3.3.2 Empresarios

R1

Sí, creo que los diferentes entes educativos están articulando sus proyectos educativos en esa área, el emprendimiento como eje transversal del currículo, y en instituciones de educación superior como electivas y seminarios.

Ya se está cambiando la forma de pensar del estudiante, de salir a pedir empleo si no por el contrario a generar empresa y crear nuevos puestos de trabajo, a través del desarrollo de ideas productivas y estructuradas en un plan de negocio.

R2

Creo que en ningún nivel educativo en Colombia se promueve el espíritu emprendedor, por lo menos hablo desde mi punto de vista, soy profesional de la salud. En la universidad nunca le inculcan al estudiante el espíritu emprendedor, por lo menos en la que estudié yo, U. De Cartagena.

R3

No, a uno no le enseñan a hacer empresa toda la base de la educación colombiana esta en el racionamiento matemático, la base del pensamiento empresarial se basa mucho en los instintos, en el olfato, en la energía, en los ánimos; bueno en multitud de cosas que a uno no le enseñan pero hoy en día la cultura de emprendimiento a avanzado y por ejemplo la cámara de comercio tiene un modelo excelente que se llama Bogotá emprende en el que uno puede aprender a ser emprendedor.

A nivel de educación básica no existe la información pero tu puedes salir a buscarla en cámara de comercio de Bogotá, en el SENA, y en algunas universidades que están viendo la importancia del emprendimiento porque lo que ahora en un país es la formación de empresa.

R4

Hoy en día como lo afirmé al comienzo, se necesita tener muy buena formación educativa, ya que la competitividad globalizada es cada vez más exigente, la constante capacitación, actualizaciones, re direccionamientos de los diferentes temas referentes al emprendimiento son los que pueden asegurar en definitiva el positivo éxito de una nueva empresa, no basta hoy en día con conocer las leyes universales de mercados para garantizar que una empresa sea sostenible si no se posee muy buenos criterios, que sólo los puede dar una buena formación.

R5

En esta parte falta mucho frente a la educación, es clave que la educación comience a dar los temas relacionados con emprendimiento para que cuando termine la carrera profesional no salga a buscar empleo, sino que cada uno tenga en mente que va a ser, donde lo va a crear, cuánto necesita, cuáles van a ser las necesidades del mercado.

Desafortunadamente veo que tenemos mucho la cultura de depender de un empleo, pero las condiciones de Colombia como del mundo han cambiado, hoy nos debemos preparar para crear trabajo y la educación en todos los niveles debe responder a estos cambios que se están dando para que al terminar su carrera no quede la desilusión de no encontrar empleo, sino que salga con su idea de negocio y la desarrolle, además que se infunda mucha persistencia para mantenerse y no ante el primer fracaso salga corriendo. .

3.3.3 Estudiantes

R1

En la educación colombiana, se fomenta el espíritu emprendedor, sin embargo, como ya expresé en la respuesta anterior, las leyes concernientes al emprendimiento no permiten que la educación impartida pueda ser practicada.

R2

Sí, en la institución educativa o en los distintos niveles de la educación el estudiante es orientado con un proyecto que le ayude a construir empresa para dar de sí a una sociedad, este emprendimiento se maneja no solo del bien que esta crear empresa para generar ganancias económicas, si de lo contrario para formar al estudiante desde un plano de liderazgo y con la colaboración de otros compañeros que ayudan el desarrollo de la empresa y su desempeño en los distintos campos de trabajo, portal motivo es fundamental tener un buen equipo de trabajo que genere oportunidades para la empresa y sus benefactores.

R3

Desde mi punto de vista y de acuerdo a los estudios realizados si se fomenta el espíritu emprendedor en cada uno de los ámbitos ya que lo que se busca en este momento esa que uno sea empleador y no empleado y me parece importante en esta punto nombrar que en la realización de el nivel secundaria en el colegio Departamental Las Villas de Cogua fue muy interesante ya que en ese nivel profundice en la habilidad de ser emprendedor por medio de un proyecto productivo y en esa experiencia se pudo determinar que con el transcurso del tiempo debemos todos ser emprendedores, ya que es una de las destrezas de superación personal que se necesita en cualquier ámbito.

Además como anterior mente nombre las entidades que ayudan a formar empresas también ayudan a generar una visión emprendedora por medio de capacitaciones, charlas, y foros encaminados al tema de ser empresario innovador y competitivo.

R4

Debe establecer una política de estado, sin contrarias con la libertad de cátedra, implementar en los centros educativos de las zonas rurales y marginadas, de poblaciones con presencia de minorías étnicas. Pues el modelo actual está diseñado más que todo en la parte académica.

R5

Considero que sí ya que el objetivo de una empresa para mantenerse en el mercado y su liderazgo radica en su compromiso social, cultural y socioeconómico, estas políticas permiten que una empresa se proyecte cumpliendo las diferentes medidas, normas y requisitos que permiten y contribuyen al desarrollo y bienestar nacional. Buscando solucionar las necesidades de la población como por ejemplo: generar empleo, acabar con el analfabetismo, construir una carretera, mejorar la calidad de vida de los habitantes, etc.

Creo que en la actualidad , la Secretaria de Educación , junto con los colegios , instituciones , universidades , sin importar si son privados o públicos han incursionado y están dando mayor importancia a proyectos que buscan apoyar, así como fomentar la creatividad, habilidades y capacidad de los niños y jóvenes para ir desarrollando paso a paso el espíritu emprendedor que permite y conduce a ejecutar la meta que había iniciado con una proyección, pero con el transcurrir del aprendizaje y conocimiento adquirido se llega a ejecutar con gran éxito, en gran parte la cooperación y colaboración por parte de la educación a incentivar ese espíritu emprendedor es bastante valiosa, aún que falta mayor compromiso desde el hogar, para que el proceso tenga un final exitoso.

ABREVIATURAS

ACOPI: Organización gremial de Colombia que agrupa a las microempresas formales y a las pequeñas y medianas empresas de los diferentes sectores productivos
CADE. Centro de Atención Distrital Especializados
CdeC. Cámara de Comercio
CNC: Comisión Nacional de Competitividad.
CONPES. Consejo Nacional de Política Económica y Social.
CIIU: Clasificación Industrial Internacional Uniforme
COLCIENCIAS. Departamento Administrativo de Ciencia, tecnología e Innovación. Organismo rector de la investigación en Colombia.
DIAN: Dirección de Impuesto y Aduanas Nacionales
EAT: Empresa Asociativa de Trabajo
EEES: Espacio Europeo de Educación Superior.
ES: Educación Social.
EU: Empresa Unipersonal.
FOMIPYME: Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las MIPYMES
IVA: impuesto al Valor Agregado.
MEN: Ministerio de Educación Nacional de Colombia.
NIT: Número de identificación Tributaria.
ODAI: Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor .
OMPI: Organización Mundial de la propiedad Intelectual.
PNC: Política Nacional de Competitividad.
P/Educación Social: Pedagogía y Educación Social
P/ES: Pedagogía y Educación Social
PS: Pedagogía social
RIT: Registro de Identificación Tributaria, que lleva la Secretaría de Hacienda del Distrito
RNE: Red Nacional de Emprendimiento
RRE: Redes Regionales para el Emprendimiento
RR. HH.: Relaciones Humanas.
RSE. Responsabilidad Social Empresarial.
RUE: Registro Único Empresarial.
RUT: Registro Único Tributario
SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje
SNTF: Sistema Nacional de Formación para el Trabajo y el Desarrollo Humano.
SPE: Servicio Público de Empleo.

CUADROS

Cuadro 1.- Diferencias entre autoempleo y emprendimiento.....	66
Cuadro 2. Relación de características del emprendimiento según diversos autores.....	73
Cuadro.- 3 Características mentales y actitudinales del líder.....	86
Cuadro.4. Diferencia trabajo en equipo/ trabajo grupo	88
Cuadro 5.Clasificación de las competencias emocionales	148
Cuadro 6. Síntesis de las competencias a partir de la teoría desarrollada en la investigación	153
Cuadro 7 Síntesis sobre ley 1014/2006	179
Cuadro 8 Comparación de los paradigmas	207
Cuadro 9: Comparación entre paradigmas	208
Cuadro10.Comparación entre paradigmas	234
Cuadro 11 Resumen de las principales competencias de la Ley 1014/20.....	240
Cuadro 12.- Síntesis de las competencias del emprendedor según las entrevistas.....	276
Cuadro.13.- Competencias enfatizadas en le Ley 1014/06	277
Cuadro 14.- Competencias enfatizadas docentes, empresarios, estudiantes en cuestionarios y entrevistas.....	278

FIGURAS

Figura 1	107
Figura 2. Modelo de educación Delorsiano.....	110
Figura 3. Política Nacional de Emprendimiento	182
Gráfico 1.....	245
Gráfica 2.....	248
Gráfica 3.....	251
Tabla.1.- Análisis de los datos del cuestionario vinculados al conocer	244
Tabla. 2.- Análisis de los datos del cuestionario vinculados al “hacer”	248
Tabla. 3.- Análisis de los datos del cuestionario vinculados al “ser”.....	251
Tabla 4.- Respuestas de los agentes sociales a las políticas de ayuda.....	255
Tabla, 5.- Respuestas de los agentes sociales a la implicaciones de las instituciones educativas en el emprendimiento.....	259