

**IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS AL
DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO Y PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES
DE INGENIERÍA INDUSTRIAL EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE
SANTANDER, UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, UNIVERSIDAD SANTO
TOMÁS Y UNIVERSIDAD DE SANTANDER**

**GINNA FERNANDA OCAMPO GUZMÁN
RICARDO RODRÍGUEZ CASTAÑEDA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD INGENIERIA INDUSTRIAL
Bucaramanga
2010**

**IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS AL
DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO Y PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES
DE INGENIERÍA INDUSTRIAL EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE
SANTANDER, UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, UNIVERSIDAD SANTO
TOMÁS Y UNIVERSIDAD DE SANTANDER**

**GINNA FERNANDA OCAMPO GUZMÁN
RICARDO RODRÍGUEZ CASTAÑEDA**

**Proyecto de grado para obtener el título de
INGENIERO INDUSTRIAL**

Director (a):

**LUPITA SERRANO GÓMEZ
Ingeniera Industrial**



**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE INGENIERÍA Y ADMINISTRACIÓN
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
Bucaramanga
2010**

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Bucaramanga ____ - ____ - 2010

Agradezco a Dios porque el fue el gestor de esta gran obra y mi guía incondicional para alcanzar esta meta tan importante en mi vida. Ahora empiezo a labrar mi propio camino teniendo en cuenta que fueron mis abuelos y mi madre los que con su amor, dedicación, sacrificio y empeño se hicieron de mí la persona que soy, estas palabras no bastan para demostrar lo agradecida que me encuentro con ellos. A mis familiares gracias por sus consejos y palabras de aliento para que nunca se desvaneciera este sueño y a todos los que en realidad estuvieron a mi lado brindándome compañía y amistad sincera.

Ginna Fernanda Ocampo Guzmán

Primero que todo, quiero darle gracias a Dios que fue el que permitió que todo esto fuera posible, a mis padres que con su dedicación y esfuerzo me han llevado a ser quien soy en estos momentos, a mi hermana que siempre ha estado conmigo con su apoyo y cariño y a mi abuelita, que desde el cielo debe estar muy orgullosa por todos mis logros, y a toda la gente que siempre a estado a mi lado en las buenas y en las malas.

Ricardo Rodríguez Castañeda

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	
1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	1
2. JUSTIFICACIÓN	3
3. OBJETIVOS	5
3.1.1 OBJETIVO GENERAL	5
3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
4. MARCO TEÓRICO.....	6
4.1. EMPRENDIMIENTO.....	6
4.2. EMPRENDEDOR.....	8
4.3. ESPÍRITU EMPRENDEDOR.....	11
4.4. ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS.....	15
4.4 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS PARA EL EMPRENDIMIENTO.....	20
5. ANTECEDENTES.....	23
5.1 ESTUDIOS SOBRE ESTRATEGIAS APLICADAS PARA EL EMPRENDIMIENTO....	25
5.1.1 ESTUDIOS A NIVEL MUNDIAL.....	25
5.1.2 ESTUDIOS A NIVEL NACIONAL.....	38
5.1.3 ESTUDIOS A NIVEL REGIONAL.....	46
6 .RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	50
6.1 DISEÑO METODOLÓGICO.....	51
6.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	51
6.3 DISEÑO DEL INSTRUMENTO.....	56

7. DIAGNÓSTICO SOBRE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS Y PERCEPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES.....	59
7.1 IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS AL EMPRENDIMIENTO.....	59
7.2 PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO.....	63
7.3 PERFIL EMPRENDEDOR ESTIMADO POR LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS.....	67
7.4 PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES ACERCA DE INCIDENCIA DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS.....	69
8. PROPUESTA DE MEJORES PRÁCTICAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS A FOMENTAR EL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR.....	92
9. CONCLUSIONES.....	100
10. RECOMENDACIONES.....	103
WEBGRAFÍA.....	105
BIBLIOGRAFÍA.....	111
ANEXOS.....	113

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Principales características de un emprendedor.....	14
Tabla 2. Mayor número de encuestados por semestre.....	54
Tabla 3. Estrategias pedagógicas identificadas en las Universidades bajo estudio.....	60
Tabla 4. Evaluación de las estrategias pedagógicas en las Universidades bajo estudio...	61
Tabla 5. Mayor frecuencia de palabra asociada con emprendimiento.....	63
Tabla 6. Orden de importancia características de un emprendedor.....	64
Tabla 7. Importancia del emprendimiento.....	65
Tabla 8. Frecuencias porqué es importante el emprendimiento.....	66
Tabla 9. Nivel de intensidad (estimado por los estudiantes encuestados), del perfil emprendedor planteado.....	68
Tabla 10 .Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuales, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander, se obtiene un nivel de aporte muy alto y muy bajo.....	71
Tabla 11 .Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los estudiantes encuestados de la Universidad Pontificia Bolivariana se obtiene un nivel de aporte muy alto y muy bajo.....	75
Tabla 12 .Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles se obtuvo un nivel de aporte muy alto y muy bajo, para los estudiantes de la Universidad de Santander UDES.....	79
Tabla 13. Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás, se obtiene un nivel de aporte muy alto y muy bajo.....	83

Tabla 14. Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles se obtuvo un nivel de aporte muy alto y muy bajo, para los estudiantes de Ingeniería Industrial encuestados.....	88
Tabla 15. Relación de las estrategias pedagógicas con las características del perfil emprendedor que más alta proporción obtuvieron con su correspondiente nivel de aporte, para los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.....	90
Tabla 16. Semestres y asignaturas recomendadas en las que se puede aplicar los talleres de planes de negocio en las Universidades bajo estudio.....	97
Tabla 17. Semestres y asignaturas recomendadas en las que se puede aplicar las actividades de simulación en las Universidades bajo estudio.....	98

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Mayor número de encuestados por semestre.....	55
Gráfica 2. Porcentaje importancia emprendimiento.....	65
Gráfica 3. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander.....	69
Gráfica 4. Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados de la Universidad Industrial de Santander.....	70
Gráfica 5. Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor según los estudiantes encuestados de la Universidad Industrial de Santander.....	71
Gráfica 6. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana.....	73
Gráfica 7. Aporte de los talleres de elaboración de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados de la Universidad Pontificia Bolivariana.....	74
Gráfica 8. Aporte de las actividades de simulación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados de la Universidad Pontificia Bolivariana.....	75
Gráfica 9. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los alumnos de la Universidad de Santander.....	77
Gráfica 10. Aporte de los seminarios en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander.....	78

Gráfica 11. Aporte de la cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander.....	79
Gráfica 12. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes de la Universidad Santo Tomás.....	81
Gráfica 13. Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás.....	82
Gráfica 14. Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás.....	83
Gráfica 15. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.....	85
Gráfica 16. Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.....	86
Gráfica 17. Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.....	87

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: Identificación de estrategias pedagógicas enfocadas al desarrollo del emprendimiento y percepción de los estudiantes de ingeniería industrial en la universidad industrial de Santander, universidad pontificia bolivariana, universidad santo Tomás y universidad de Santander

AUTORES: Ginna Fernanda Ocampo Guzmán, Ricardo Rodríguez Castañeda

FACULTAD: Ingeniería Industrial

DIRECTOR: Ingeniera Lupita Serrano Gómez

¿Cuáles estrategias pedagógicas enfocadas al desarrollo del emprendimiento son implementadas por las instituciones educativas bajo estudio en los programas de Ingeniería Industrial?, ¿Cuál es la percepción de los estudiantes encuestados acerca de las estrategias pedagógicas aplicadas en su formación, frente al desarrollo del nivel emprendedor? En la esencia de la ley 1014 del 2006, se encuentra como factor determinante el avivar la cultura del emprendimiento en todos los establecimientos educativos del país, integrando la formación académica y la implementación de nuevas unidades productivas enfocadas al desarrollo profesional. Ahora bien, el reto de todas las instituciones es entonces desarrollar en sus estructuras curriculares todas aquellas estrategias pedagógicas que permitan dar respuesta al propósito de la misma. El objetivo general es: Identificar las estrategias pedagógicas desarrolladas en los programas de ingeniería industrial y conocer la percepción de los estudiantes de las Universidades bajo estudio, acerca de las mismas. Como objetivos específicos: Conocer las estrategias pedagógicas desarrolladas a través de su plan de estudio en el programa de ingeniería industrial para fomentar el emprendimiento; indagar sobre la percepción acerca del emprendimiento y las características del perfil emprendedor planteado en los estudiantes de ingeniería industrial de las universidades bajo estudio; identificar la percepción de los estudiantes encuestados acerca de las estrategias pedagógicas aplicadas en su formación frente a las características del perfil emprendedor planteado; comparar las estrategias pedagógicas frente a la percepción del nivel de emprendimiento desarrollado por los estudiantes en los programas de ingeniería industrial de las universidades bajo estudio y analizar las estrategias que presentan mayor impacto según percepción de los estudiantes y proponer mejores prácticas pedagógicas con el fin de generar iniciativas enfocadas a promover el espíritu emprendedor. El diseño de la investigación es exploratoria porque obedece a un criterio centrado en las intenciones del sujeto y destaca aspectos fundamentales de una problemática determinada, en el cual se busca identificar las estrategias pedagógicas y la percepción de las mismas. A partir de los resultados obtenidos, se realiza una propuesta enfocada a: crear una estructura académica en las Universidades que permita desarrollar en el transcurso de la ruta académica el emprendimiento en los estudiantes, para de esta forma garantizar un proceso ligado a la formación en dicho tema.

PALABRAS CLAVES:

Emprendimiento, emprendedor, espíritu emprendedor, estrategias pedagógicas, estrategias pedagógicas para el emprendimiento.

GENERAL SUMMARY OF GRADE JOB

TITLE: Identification of pedagogical strategies focusing on development of entrepreneurship and student perception of engineering at the Universidad Industrial de Santander, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad Santo Tomas and Universidad of Santander.

AUTHORS: Ginna Fernanda Ocampo Guzmán, Ricardo Rodríguez Castañeda

FACULTY: Industrial Engineering

ADVAISER: Enginer Lupita Serrano Gómez

¿What pedagogical strategies focusing in development of entrepreneurship are implemented for the educational institutions under examination in the industrial engineering programs? ¿what is the surveyed students perception about pedagogical strategies applied in their formation, confront to the level of entrepreneurial development?. In the essence on the law 1014 of 2006, are like determinant factor to encourage the culture of entrepreneurship in all of establishment in the country, integrating the academical formation and the implementation of new productions units focused in the professional development. Now, the challenge of all institutions is develop in their curricular structures all of pedagogical strategies that can respond at this purpose. The overall objectic is: Identify the pedagogical strategies development in the industrial engineering programs and know the student perception in the Universities under study. The specific objectives are: Know the pedagogical strategies development through of their curriculum in industrial engineering program for encorage the entrepreneurial; Investigate the perception about entrepreneurial and the entrepeneural profile features raised in the industrial engineering students of the Universities under study; Investigate the survey student perception about pedagogical strategies applied en thier formation confront to the characteristics of entrepreneurial profile raised; Compare the pedagogical strategies confront to the perception of level entrepreneurship developed for the students in the industrial engineering programas in the Universities under study and analyze the strategies that have the greater impact according students perception and propose better pedagogical practices in order to generate initiatives focus in promoting the Entrepreneurship. The research desing is exploratory because it reflect a focused on the intentions of the subject and highlights key issues of a particular problem, in which seeks to indentify the pedagogical strategies and the perception of them. Acording to the results, is made a proposal focused in: create an academic structure in the universities that allow deveolpment though the curriculum the entrepreneurship in the students, by the way guarantee a process linked the formation in this subject

Keywords:

Entrepreneurship, entrepreneur, entrepreneurial spirit, pedagogical strategies, pedadogical strategies for the entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

Una de las formas de generación de riqueza está encaminada en poner el tema del emprendimiento como un elemento central en la estrategia productiva del país. Según el informe nacional de competitividad 2008-2009, “el fomento al emprendimiento juega un papel vital para impulsar una economía innovadora y dinámica, ya que los emprendedores son motores cada vez más importantes de la innovación y las pequeñas empresas son un mecanismo esencial para la comercialización de nuevas tecnologías y descubrimientos, contribuyendo de esta manera al mejoramiento de la productividad de las empresas, al aumento del beneficio de la población y por ende al desarrollo del País”¹.

Todo lo anterior ligando estrechamente la empresa con la educación, con el propósito de convertirla en eje de desarrollo nacional, ya que se cree firmemente en la educación como eje de articulación social y de desarrollo económico, pero esto sólo es posible preparando a los estudiantes con capacidades, actitudes y aptitudes para enfrentar un mercado laboral competitivo, y creando espacios para estimular perfiles de emprendedores y más importante aún, de emprendedores juveniles de negocios.

La existencia de una formación ligada al emprendimiento en las distintas etapas del ciclo educativo, es fundamental para que en las futuras generaciones se logre encaminar y promover día a día el espíritu emprendedor, ya que si no se realiza en forma urgente el vínculo, se va a entregar a los alumnos una educación que no les servirá para enfrentar el cambio constante, el desarrollo tecnológico, la globalización y los problemas sociales, económicos, laborales, ecológicos, etc., que se vienen presentando actualmente.

El informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2007 cita un estudio realizado por el Centro de Investigación Tecnológica de Chile (INTEC) el que establece “que los centros de formación para emprendedores se hallan generalmente dentro de las universidades y

¹ Informe nacional de competitividad 2008-2009. Disponible en Internet <http://www.compite.ws/spccompite/content/page.aspx?ID=34>. Fecha de recuperación julio 4 de 2009.

no en las instituciones de educación primaria o media”.² Así mismo la promulgación de la Ley 1014 de fomento a la cultura del emprendimiento del 26 de enero de 2006, establece unas redes para ese propósito y crea unos mecanismos para fomentar la cultura del emprendimiento en el país, entre los cuales están los roles que le señala a los establecimientos educativos.

Es así como se procede a indagar tanto en estudiantes como en directores de las instituciones de educación superior: Universidad Industrial de Santander (UIS), Universidad Santo Tomás, Universidad de Santander (UDES), Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), del programa de Ingeniería Industrial, sobre las estrategias pedagógicas que se considera están enfocadas al desarrollo del emprendimiento.

El presente estudio se realizó en primera instancia, llevando a cabo un estado del arte comprendido por temas tales como: el emprendimiento, el emprendedor, espíritu emprendedor, estrategias pedagógicas, y estrategias pedagógicas para el emprendimiento, después se tomó como referencia antecedentes de proyectos enfocados emprendimiento en las universidades de educación superior, tanto a nivel internacional, nacional y regional, posteriormente se procedió a la realización y diseño de los respectivos instrumentos que permitirán identificar dichas estrategias enfocadas a fomentar el nivel de emprendimiento en los programas de ingeniería industrial de las universidades bajo estudio. Uno de los instrumentos fue aplicado a los directores de las facultades de ingeniería industrial quienes eran los directamente involucrados en la implementación de dichas estrategias en los programas académicos, y el otro instrumento fue para la población estudiantil del tamaño de la muestra establecido por medio de información estadística sugerida por la asesoría de un docente dentro de la Universidad Pontificia Bolivariana. De esta manera se presentan propuestas de mejoramiento que contribuyan a la formación de profesionales con competencia

² La importancia de educar a futuros emprendedores. Disponible en Internet: <http://pedablogia.wordpress.com/2008/07/14/la-importancia-de-educar-a-futuros-emprendedores/>. Fecha de recuperación. Diciembre 10 de 2008

empresaria, capaces de actuar con significado, de comprender, de saber y de ser los profesionales que respondan a los retos que la sociedad les pide afrontar.

1. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

En la esencia de la ley 1014³ del 2006, se encuentra como factor determinante el avivar la cultura del emprendimiento en todos los establecimientos educativos del país, integrando la formación académica y la implementación de nuevas unidades productivas enfocadas al desarrollo profesional.

El objeto de la ley busca entre otros aspectos:

- 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.
- Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.
- Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas.
- 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.
- Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Ahora bien, el reto de todas las instituciones es entonces desarrollar en sus estructuras curriculares todas aquellas estrategias pedagógicas que permitan dar respuesta al propósito de la misma. Por tanto, el presente estudio busca dar solución a inquietudes importantes, ¿Cuáles estrategias pedagógicas enfocadas al emprendimiento son

³ Ley 1014 de 2006, "Ley de fomento a la cultura del emprendimiento". Disponible en Internet: <http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/78EF162B-F501-45DA-8013-93213F0A627D/0/LEY1014DE2006.doc> Fecha de recuperado: Agosto 6 de 2008

implementadas por las instituciones educativas bajo estudio en los programas de Ingeniería Industrial?, ¿Cuál es la percepción de los estudiantes encuestados acerca de las estrategias pedagógicas aplicadas en su formación, frente al desarrollo del nivel emprendedor?

En este caso el estudio se enfoca en el programa de Ingeniería Industrial, ya que en este se visualiza la implementación de diversas actividades de aprendizaje orientadas a promover actitudes relevantes en el desarrollo del emprendimiento tales como: proyectos de investigación e innovación, ideas/planes de negocio, tesis orientadas a emprendimiento, entre otras; de esta manera surge la motivación en los estudiantes para incorporarse a la lógica emprendedora y así generar iniciativas y proyectos innovadores para contribuir a la productividad y competitividad del País.

El presente estudio también surge del interés de la Universidad Pontificia Bolivariana, pero vale la pena resaltar que si dicho estudio se realiza en el programa de Ingeniería Industrial, no quiere decir que en los demás programas profesionales, no existan estudiantes con un gran espíritu emprendedor que puedan llegar a ser grandes emprendedores.

En el Área Metropolitana de Bucaramanga existen diversas instituciones educativas como Universidad Industrial de Santander (UIS), Universidad Santo Tomás, Universidad de Santander (UDES), Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), que cuentan dentro de sus programas con el de ingeniería industrial. Por tanto, serán estas las instituciones que abarquen el alcance de este proyecto y donde se delimitaría el problema bajo estudio, buscando indagar sobre las estrategias pedagógicas que desarrollan para incentivar en sus estudiantes el espíritu emprendedor y la percepción de los mismos, con el fin de generar iniciativas que conlleven a descubrir y explorar destrezas y competencias para de esta forma poder enfrentar con éxito nuevos retos.

2. JUSTIFICACIÓN

La generación de empleo es una de las mayores preocupaciones de muchos gobiernos a nivel mundial, ya que por medio del trabajo se promueve la igualdad, se disminuye la pobreza y se proporciona bienestar a las personas. Es por ello que los gobiernos centran sus esfuerzos en proporcionar espacios para la creación de empleos, pero los nuevos desafíos a los que toca enfrentarse, sugieren un cambio de mentalidad, lo cuál es llamado por Drucker⁴ una revolución social; el cambio de una sociedad de empleados a una sociedad de empresarios. Por tal motivo, los gobiernos han decidido enfocar sus esfuerzos en apoyar estas prácticas, las cuáles le dan dinamismo a la economía, ya que según autores como Rodrigo Varela “las empresas y las nuevos negocios son las máquinas del crecimiento en la economía moderna”.

Entendiendo el dinamismo del entorno y la necesidad de estrechar lazos entre los entes educativos y el sistema productivo, el gobierno Colombiano ha encaminado sus políticas hacia el emprendimiento como alternativa estratégica en la creación de empresas, y por consiguiente, de nuevos espacios de trabajo. Ello se evidencia con el fondo emprender⁵, el cual financia proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes universitarios o profesionales. De igual manera, la ley 1014⁶, tiene como objetivo promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

A nivel regional, existe la Red del Oriente Colombiano para el Emprendimiento (R.O.C.E)⁷, la cual es una red de organizaciones públicas y privadas comprometidas con el desarrollo regional, basados en la promoción y afianzamiento de la cultura emprendedora. Así como esta red, existen muchos esfuerzos del gobierno (apoyado en entidades como el SENA, asociación de pequeñas y medianas empresas, ACOPI, Incubadora de empresas, entre otras) para apoyar el emprendimiento en los Colombianos.

⁴ Drucker, Peter. La Innovación y el empresario innovador. Edhasa, 1985.

⁵ Página oficial Fondo emprender. Disponible en Internet:

http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP. Fecha de recuperación: Agosto 6 de 2008

⁶ Ley 1014 de 2006 “Ley de fomento al emprendimiento”. Disponible en Internet: <http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/78EF162B-F501-45DA-8013-93213F0A627D/0/LEY1014DE2006.doc> Fecha de recuperación: Agosto 6 de 2008

⁷ Misión, visión y marco de creación y trabajo ROCE. Disponible en Internet: <http://www.emplenet.org.co/roce/descripcion.php> Fecha de recuperación: Agosto 8 de 2008.

Como consecuencia de ello, se ha evidenciado en los últimos años, que la creación de empresas en el país ha mejorado notablemente ya que según un estudio del GEM, en 2007⁸ Colombia ocupó el tercer lugar entre 42 países en cuanto a la creación de empresas (con una tasa de nueva actividad empresarial del 23%). Adicionalmente, el sector educativo trabaja arduamente y ha estado muy comprometido con el tema, siendo esta una estrategia que se ha venido fortaleciendo y una causa representativa e importante a la hora de generar empresa.

De esta manera, la educación cobra vital importancia, puesto que por medio de la misma, se proporcionan herramientas para el emprendimiento, ya que no es lo mismo el comportamiento emprendedor de un individuo que en su proceso de formación no ha recibido ningún ejemplo de espíritu emprendedor, al de aquel que si ha podido observar y aprender actitudes propias de un emprendedor, tales como la búsqueda de caminos alternativos, la toma de riesgos, el aprovechamiento de las oportunidades, el pensar ideas innovadoras, el ser perceptivo y tener motivación. Por ello es necesario incorporar estrategias pedagógicas efectivas, enfocadas al emprendimiento, tanto en la educación universitaria, como en la primaria y secundaria para de esta manera incrementar el espíritu emprendedor de todos los colombianos.

Es así como la educación se debe enfocar en preparar personas para la creación de empresas, en el fomento del emprendimiento como herramienta y estrategia para dar respuesta al fomento empresarial y a la generación de empleo, partiendo de la base del apoyo gubernamental nombrado anteriormente. Por lo tanto, es importante reconocer las estrategias pedagógicas implementadas en las universidades para de esta forma conocer el esfuerzo realizado por ellas y si están aportando a los cambios en el perfil emprendedor según la percepción de los estudiantes al vivenciar el emprendimiento en su proceso académico.

⁸ Diario EL País, artículo: Colombia tercero en creación de empresas. Disponible en Internet: <http://www.elpais.com.co/historico/ago122008/ECO/eco1.html>. Fecha de recuperación: Octubre 2 de 2008

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar las estrategias pedagógicas desarrolladas en los programas de ingeniería industrial y conocer la percepción de los estudiantes de las Universidades bajo estudio, acerca de las mismas.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

-Conocer las estrategias pedagógicas desarrolladas a través de su plan de estudio en el programa de ingeniería industrial para fomentar el emprendimiento.

-Indagar sobre la percepción acerca del emprendimiento y las características del perfil emprendedor planteado en los estudiantes de ingeniería industrial de las universidades bajo estudio.

-Identificar la percepción de los estudiantes encuestados acerca de las estrategias pedagógicas aplicadas en su formación frente a las características del perfil emprendedor planteado.

-Comparar las estrategias pedagógicas frente a la percepción del nivel de emprendimiento desarrollado por los estudiantes en los programas de ingeniería industrial de las universidades bajo estudio.

-Analizar las estrategias que presentan mayor impacto según percepción de los estudiantes y proponer mejores prácticas pedagógicas con el fin de generar iniciativas enfocadas a promover el espíritu emprendedor.

4. MARCO TEÓRICO

Colombia requiere procesos que permitan mejorar la calidad de vida de sus habitantes, para ello es necesario contar con personas motivadas hacia encontrar el éxito personal y laboral, capaces de salir adelante por sus propios medios, una de las múltiples formas de lograrlo es por medio de la creación de empresas, es decir, del planteamiento de sus propias oportunidades de negocio.

Cuando se habla de la opción de una persona por crear su propia empresa, se involucran diferentes conceptos relevantes. A continuación, se definen algunos de ellos, los cuáles serán la base a tener en cuenta para el presente estudio.

4.1 EMPRENDIMIENTO

Según la ley de fomento a la cultura del emprendimiento (ley 1014 de 2006)⁹, el emprendimiento es 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.

Para Peter Drucker¹⁰, El concepto de emprendimiento no tiene nada que ver ni con la empresa ni su tamaño o su experiencia, tiene que ver con una actividad sistémica llevada a cabo en forma disciplinada y responsable. En el fondo, lo que crea y sustenta al emprendimiento es el concepto de innovación, definido por el mismo Drucker como “el esfuerzo de crear un cambio deliberado, concentrado en el potencial económico o social de una empresa”.

⁹ Ley 1014 de 2006 “Ley de fomento al emprendimiento”. Disponible en Internet: <http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/78EF162B-F501-45DA-8013-93213F0A627D/0/LEY1014DE2006.doc> Fecha de recuperación: Agosto 6 de 2008

¹⁰ Capacitación en costos y gestión. Disponible en Internet: <http://capacitacionencostos.blogspot.com/2006/03/todos-podemos-ser-emprendedores-la.html>. Fecha de recuperación: Febrero 3 de 2009.

“Según el portal de Internet Gerencie.com, emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir mas allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.”¹¹

Según Kundel¹², “La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre dentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.

Otro concepto relacionado al emprendimiento es el de emprender, esta acción se denota como:

“Un acto del pensamiento planificado y concebido para ser accionado hacia objetivos claros de intencionalidad, es un suceso producto de la acción funcional y creativa humana”¹³.

Según el autor Stevenson en su libro ¿Por qué ha ganado el espíritu emprendedor?¹⁴, Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad”.

Según la real academia española¹⁵, emprender es acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño especialmente si encierra dificultad o peligro.

¹¹ Concepto y definición de emprendimiento. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>. Fecha de recuperación: Octubre 2 de 2008

¹² Formichella, M. M. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Enero de 2004. Disponible en Internet: http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008

¹³ Que es emprender, definición y concepto. Disponible en Internet: <http://salonemprendedor.wordpress.com/2008/10/03/que-es-emprender-definición-y-concepto-de-emprender/>. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008.

¹⁴ Formichella, M. M. *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Enero de 2004. Disponible en Internet: http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008.

¹⁵ Diccionario de la lengua Española. Disponible en Internet: http://buscon.rae.es/draef/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=emprender. Fecha de recuperación: Febrero 4 de 2009.

4.2 EMPRENDEDOR

La persona que hace emprendimientos se le denomina emprendedor, algunos autores lo definen como:

Según Mario Dether¹⁶, el "emprendedor" es un transformador y su espíritu de transformación puede ser puesto de manifiesto dentro o fuera de un contexto organizacional dado previamente; hay quienes crean empresas y hay quienes las transforman o mejoran. En suma hay múltiples aspectos del mismo fenómeno.

De acuerdo con Gerber¹⁷ (1996), el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades. Caos en armonía.

Para el profesor Estadounidense Shumpeter¹⁸, "los emprendedores tiene la función de reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención o una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno vieja de una nueva manera. "

Para el Austriaco Ludwig Von Mises¹⁹, "el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas".

Del mismo modo, la licenciada Argentina María Martha Formichella²⁰, plantea que el emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo

¹⁶ Página oficial, Secretos en red. Disponible en Internet: <http://secretosenred.com/articles/1556/1/-INTRAPRENEURSHIP---Parte-1/Page1.html>. Fecha de recuperación: Enero 20 de 2009

¹⁷ Bóveda Juan ángel, El emprendedor y las pequeñas empresas. Disponible en Internet: http://www.revistafuturos.info/raw_text/raw_futuro6/emprendedor.doc. Fecha de recuperación: Enero 20 de 2009

¹⁸ Castillo Alicia. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento Disponible en Internet: http://www.momentocero.com/archivos/mo0_inv_acastillo_1999.pdf. Fecha de recuperación: Febrero 4 de 2009

¹⁹ Ibid

²⁰ Formichella, M.M. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local enero de 2004. Disponible en Internet: http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008.

que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Un emprendedor es capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor debe poseer ciertas características representativas. Tiene alta autoestima, ya que confía en si mismo y posee una gran necesidad de logro, trabaja arduamente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente, con un pensamiento positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente óptimo a su alrededor y es así como este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro.

Así mismo la ley de fomento del emprendimiento (ley 1014 de 2006)²¹, plantea que el 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

-Los autores Jaime Camacho Pico y Humberto Pradilla Ardila, en su libro Incubadoras de empresas de base tecnológica, hacen referencia al concepto: “El emprendedor se define como “una persona que posee un espíritu de búsqueda de algo nuevo, que acepta el riesgo como parte inherente de todo cuanto hace, y que observa en cada dificultad un reto a ser vencido y no un bloqueo. Es el hacedor de sus propios retos e instrumentador y

²¹ Ley 1014 de 2006 “Ley de fomento al emprendimiento”. Disponible en Internet: <http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/78EF162B-F501-45DA-8013-93213F0A627D/0/LEY1014DE2006.doc>. Fecha de recuperación: Agosto 6 de 2008

ejecutor de sus soluciones. Su universo de acción es la innovación y sus límites suelen ser su propia capacidad y tiempo de vida” (Villaseñor, 1988).

Término que proviene del francés *entrepreneur* para identificar a quienes tomaban la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto, hoy se aplica el término a las personas que tienen una sensibilidad especial para detectar oportunidades y la capacidad de movilizar recursos externos, generalmente propiedad de otros, para explotar estas oportunidades (Nuevo, 1996).²²

Basados en el autor Luis Molina Vega, en su libro *Mi primer negocio*, vale la pena aclarar la diferencia existente entre emprendedor y empresario; “El emprendedor es similar al empresario, pero éste no necesariamente busca un premio económico, sino más bien, en un sentido más amplio, busca satisfacer desafíos personales o sociales. Empresa es el 'resultado' del empresario y el emprendedor..., no solamente una compañía o alguna organización, sino también un sueño hecho realidad.”²³

Del mismo modo, el autor Rubén Reynaga, en el artículo, la diferencia entre emprendedor, empresario e inversionista, plantea que “el emprendedor está por encima y se le puede identificar donde quiera que surja un salto brusco en cualquier campo del saber y del hacer. Un empresario se reconoce porque, normalmente, enfrenta riesgos bastante medidos. Sin embargo, si no es emprendedor simplemente está destinado a ser uno de tantos en su actividad y, por lo tanto, las probabilidades de fracaso son grandes, si entendemos la dinámica de la competencia”.²⁴

²² Camacho Pico Alberto, Pradilla Ardila Humberto. *Incubadoras de empresas de base tecnológica*. Pág. 93

²³ Vega Molina Luis. *Mi primer negocio*. Disponible en Internet: <http://www.miprimernegocio.cl/node/18>. Fecha de recuperación: Febrero 22 de 2009

²⁴ Página **oficial Multiversidad Mundo Real**. “La diferencia entre emprendedor, empresario e inversionista”. Disponible en Internet: <http://www.multiversidadreal.org/Noticias12.asp>. Fecha de recuperación: Febrero 25 de 2009

4.3 ESPÍRITU EMPRENDEDOR

El espíritu emprendedor²⁵ puede definirse como una forma de conducta consistente en buscar oportunidades, organizar recursos para su aprovechamiento y obtener resultados de ello. En esta dinámica por ende, pueden existir personas emprendedoras en distintos ámbitos: empresarial, como empleado, con enfoque social, cultural, cooperativo, entre otros.

El perfil emprendedor, se define como el conjunto de características y competencias, es decir aptitudes naturales o adquiridas, para tener éxito en el desarrollo y sustentación de una idea de negocio.

El autor Rodrigo Varela²⁶ en su Libro Innovación Empresarial, plantea 22 características correspondientes al perfil empresarial, éstas son:

-Fuerza Vital: Entendida como energía, fuerza, coraje, dedicación, emoción para sacar adelante sus ideas.

-Deseo de superación y progreso: Entendido como el principio de mejoramiento continuo, que lleva a buscar siempre un estudio superior en sus actividades.

-Capacidad de identificar oportunidades: Entendido como la aptitud para leer con entorno social, económico, político, cultural, etcétera.

-Visión de futuro: Entendida como la capacidad de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir.

-Habilidad creadora e innovadora: Entendida como la destreza para encontrar múltiples formas de solución a los problemas.

²⁵Página oficial Instituto Tecnológico de Costa Rica. Disponible en Internet:
http://www.itcr.ac.cr/boletinceda/Boletines/boletin_15/emprendedores.pdf. Fecha de recuperado: Agosto 26 de 2008

²⁶ Varela Rodrigo. Innovación Empresarial, Capítulo 1. (Págs. 7-8)

-Aceptación y propensión al cambio: Entendidos como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno plantea.

-Iniciativa: Entendida como la capacidad de anticipar, de hacer algo antes de que otros lo realicen.

-Libertad/autonomía/autogobierno: Entendidos como la posibilidad de tomar sus propias decisiones y asumir la responsabilidad de los resultados logrados, sean ellos favorables o desfavorables. Es no estar pensando en culpables o en benefactores.

-Capacidad de toma de decisiones con información incompleta: Entendida como la habilidad para aceptar que en la vida casi nunca se tienen a la mano todos los datos, y que especialmente el cambio exige decisiones con incertidumbre.

-Convicción de confianza en sus facultades: Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su preparación.

-Actitud mental positiva hacia el éxito: Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante.

-Compromiso/constancia/perseverancia: Entendidos como la dedicación y el esfuerzo continuo hacia el logro de los objetivos.

-Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos: Entendido como el valor y el arrojo necesario para atreverse, para osar, para jugar en escenarios arriesgados.

-Capacidad de realización: Entendida como el pragmatismo necesario para efectuar los proyectos.

-Capacidad de administrar recursos: Entendida como la habilidad de hacer un uso eficiente de los diversos recursos disponibles.

-Practicabilidad y productividad: Entendidas como hacer bien lo que debe realizarse.

-Capacidad de control: Entendida como la capacidad de supervisión y de control de los recursos y situaciones.

-Inconformismo positivo: Entendido como el hecho de aceptar que lo que existe es bueno, pero que es sujeto de mejora, o sea, que hay camino de progreso y mejoramiento.

-Soluciones y no problemas: Entendida como la capacidad de pasar de la problemática a la solucionática, del diseño al hecho, de la teoría a la práctica.

-Responsabilidad/solidaridad/ética: Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar deben construirse respetando al ser humano y la naturaleza, que éstos deben beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir una labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social muy diferente del egoísmo que a veces nos cobija.

- Capacidad de integrar hechos y circunstancias: Entendida como la habilidad para percibir y asimilar los diversos elementos que se dan alrededor de una situación, es ser capaz de armar el rompecabezas.

-Liderazgo: Entendido como la capacidad de lograr que mis compañeros acepten mis ideas y mí accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y de empatía.

El Ministerio de economía y energía del gobierno de Chile, en su proyecto “educación para el emprendimiento”²⁷ plantea las siguientes características del perfil emprendedor:

-Flexibilidad: El emprendedor tiene que estar abierto a los cambios, tener la disposición necesaria para asumir que la situación presente puede cambiar en función de un mejor desarrollo.

²⁷ Educación para el emprendimiento, ministerio de economía y energía, gobierno de Chile, Disponible en Internet: <http://www.educacionempresa.cl/archivos/descriptivo.doc>. Fecha de recuperación enero 21 de 2009

-Auto-confianza: El emprendedor tiene que estar seguro de sus potencialidades y desarrollarlas.

-Responsabilidad: La capacidad de responder a los compromisos adquiridos es clave para hacer funcionar un sistema que se basa en relaciones de confianza.

-Buscador de soluciones: El emprendedor mediante su creatividad y proactividad tiene que ser capaz de reaccionar ante las situaciones y encontrar respuestas factibles.

-Capacidad de persuasión: Es importante para desarrollar el espíritu emprendedor, contar con habilidades comunicacionales, tienen que tener la habilidad de usar los medios necesarios para hacer que otros compartan sus objetivos.

-Asertividad: Es otra habilidad comunicacional, tienen que ver con la capacidad de comunicar lo que efectivamente se pretende comunicar.

-Talento: Capacidad esencial que conjuga los elementos anteriores y le agrega una visión de futuro positiva y realista frente al negocio.

-Asumir riesgos: Es la capacidad para tomar decisiones en un panorama poco favorable, asumiendo las consecuencias de esto.

Según el libro Incubadoras de empresas de base Tecnológica, las principales características del emprendedor son:

Tabla 1. Principales características de un emprendedor

APTITUDES Y HABILIDADES	ACTITUDES
<ul style="list-style-type: none">- Capacitación técnica específica.- Capacitación en gestión de procesos de innovación.- Experiencia en negocios.- Conocimiento del mercado.- Liderazgo.	<ul style="list-style-type: none">- Propensión a asumir riesgos.- Autonomía en las decisiones.- Capacidad de enfrentar los problemas.- Habilidad para crear un buen ambiente de trabajo.- Definición de prioridades.

<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para obtener recursos. - Manejo y uso de la información. - Tiempo dedicado al negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de compromiso con el negocio. - Responsabilidad. - Flexibilidad.
CAPACIDAD EMPRENDEDORA	EXPERIENCIA
<ul style="list-style-type: none"> - Insatisfacción con los ingresos actuales. - Compromiso con el trabajo. - Persistencia y optimismo. - Aceptación de responsabilidades. - Búsqueda de recompensa. - Organización y búsqueda de la excelencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Resultados positivos en I+D. - Habilidad en la relación universidad empresas. - Habilidad en dirección de grupos de I+D. - Experiencia gerencial.

Fuente: Pico Camacho Jaime Alberto, Pradilla Ardila Humberto. Incubadoras de empresas de base tecnológica, Págs. 93 -95

4.4 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

La ruta académica es el plan de estudios que debe seguir un estudiante a lo largo de su carrera, lo cuál le permite adquirir los conocimientos necesarios para obtener su título. Según la Ley 1014 de emprendimiento, se debe crear un vínculo entre el sistema educativo y productivo, a través de la formación de los programas de las instituciones educativas en los niveles de educación preescolar, básica primaria, secundaria y educación media, con el fin de desarrollar una cultura de emprendimiento.

Según el autor Roberto Montes de Oca²⁸, la pedagogía tiene como tarea identificar y proponer experiencias y caminos alternos que propicien el aprendizaje y la formación de

²⁸ Montes de oca García Roberto. "Alfabetización múltiple en nuevos ambientes de aprendizaje" Pág. 150. Disponible en Internet: <http://books.google.com.co/books?id=HFtVwzMgHz4C&pg=PA151&pg=PA151&dq=la+pedagogia+tiene+como+tarea+identi>

manera no solo efectiva, sino también placentera, es así como su objetivo se fundamenta en el estudio y diseño de experiencias culturales que conduzcan al progreso individual en la formación humana.

Según la maestría en docencia desarrollada por los investigadores Doris Amparo Babatavia, Mario Ceballos y Olga Lucia Díaz²⁹, “A la pedagogía pertenecen los principios, conceptos, métodos y técnicas, mediante los cuáles se busca entender y mejorar los procesos de enseñanza, que favorecen el aprendizaje del alumno en formación. Por eso es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La intencionalidad que orienta la individualidad del alumno, a partir de la conducta, o del desarrollo individual, o el progresivo dialógico – colectivo, que se expresan en los modelos conductistas, el modelo de autodesarrollo individual progresivo, hasta llegar a los enfoques constructivistas o de desarrollo progresivo, fundamentado en acciones dialógicas y colectivas
- La concepción acerca del desarrollo de los alumnos, se analiza a través de los diferentes paradigmas que dan cuenta del desarrollo de la pedagogía como ciencia, partiendo de esquemas tradicionales instruccionales, por los de la conducta, hasta llegar a los enfoques cognitivos.
- La manera como se estructura la relación estudiante – maestro, la cual se establece a partir de la manera como el profesor direcciona la enseñanza hacia el aprendizaje del alumno
- Respecto a los contenidos curriculares, la pedagogía se apoya en el modelo que responda a la manera como se ha de proveer al alumno de unos conocimientos, condición que será mediada por el paradigma pedagógico dominante que se ajuste a las necesidades del momento histórico y del contexto. Es así como el currículo en la educación superior puede diseñarse tomando como centro de interés las competencias

[ficar+y+proponer+experiencias+y+caminos&source=web&ots=3eaiXmsuL9&sig=Mb7A9LDP57yI8_0NG4iVZ5iTvZw&hl=es&sa=X&oi=book_result&resnum=1&ct=result#PPP1_M1](#). Fecha de recuperación: enero 21 de 2009.

²⁹ Babatavia Doris Ampara, Ceballos Mario, Díaz Olga Lucía, “Lineamientos curriculares para el desarrollo de la competencia emprendedora en la facultad de Ciencias económicas y administrativas de Inpahu. Págs. 11 -13

propias de cada profesión e integrándolas con los conocimientos y demás competencias (cognitivas, comunicativas, socio-afectivas)

- Finalmente, la pedagogía reflexiona también sobre los modelos de evaluación, los cuales igualmente se aplicarán a partir del modelo pedagógico que se establezca por el paradigma aplicado en las prácticas docentes de la institución educativa.

Desde una visión muy universal, pueden tenerse en cuenta los cuatro pilares de la educación recomendados por la UNESCO³⁰:

-“Aprender a conocer: Requiere aprender a aprender, con el fin de aprovechar las posibilidades que ofrece la educación a lo largo de la vida.

-Aprender a hacer: Adquirir no sólo una certificación profesional, sino más bien competencias que capaciten al individuo para hacer frente a gran número de situaciones previstas e imprevistas y a trabajar en equipo.

-Aprender a vivir juntos: Prepararse para asumir y resolver los conflictos, respetando los valores del pluralismo, el entendimiento mutuo y la paz, a través de la comprensión del otro y de las formas de interdependencia.

-Aprender a ser: Actuar con creciente capacidad de autonomía, de juicio y responsabilidad personal.”

A continuación se presentan algunas definiciones de estrategias pedagógicas:

La Universidad de Antioquia, define las estrategias pedagógicas³¹ como aquellas acciones que realiza el maestro con el propósito de facilitar la formación y el aprendizaje de las disciplinas en los estudiantes. Para que no se reduzcan a simples técnicas y recetas deben apoyarse en una rica formación teórica de los maestros, pues en la teoría habita la

³⁰ Delors, Jacques. La educación encierra un tesoro. Santillana. Madrid. 1966. Págs. 95- 108

³¹ Página oficial Universidad de Antioquia. Disponible en Internet:

http://docencia.udea.edu.co/educacion/lectura_escritura/estrategias.html. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008

creatividad requerida para acompañar la complejidad del proceso de enseñanza - aprendizaje.

El autor C. Giné (1992) define las estrategias pedagógicas como “procesos ejecutivos que controlan y regulan el uso de las habilidades en las tareas o problemas de aprendizaje”³².

Otra definición la propone R. Sierra (1993): “las estrategias pedagógicas constituyen la dirección pedagógica que provoca la transformación del estado real del objeto al estado deseado, a partir del sistema de acciones entre maestros y alumnos para alcanzar los objetivos planteados”.³³

Como definición alternativa, la Revista Electrónica Pedagógica Universitaria de la Dirección de formación de profesionales del Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba, recoge lo mejor de las anteriores definiciones, con una elaboración más didáctica, y propone la siguiente: “las estrategias pedagógicas constituyen procesos de dirección educacional integrados por un conjunto o secuencia de acciones y actividades planificadas, organizadas, ejecutadas y controladas por el profesor, para perfeccionar la formación de la personalidad de los futuros profesionales, de acuerdo con objetivos formativos previamente delimitados.”³⁴ Vale la pena aclarar que la Revista está dirigida a la población Universitaria, razón por la cuál en su definición incluyen solamente a los profesionales, sin embargo, se considera que la misma se puede adaptar a la educación en todos sus niveles.

Así mismo, en la Revista se afirma: “En la literatura se pueden encontrar las denominaciones siguientes: estrategias de enseñanza, estrategias de aprendizaje, estrategias cognitivas, estrategias metodológicas y estrategias didácticas. Independientemente de las diferencias en la nomenclatura tienen un objetivo común que es perfeccionar el proceso de enseñanza-aprendizaje”. Teniendo en cuenta ello, se tomó

³² Revista Electrónica Pedagógica Universitaria de la Dirección de formación de profesionales del Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba. Disponible en Internet:
[http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:Wkc2METTyelJ:revistas_mes.edu.cu/PedagogiaUniversitaria/articulos/2004/5/1/89404509.pdf/at_download/file+estrategia+pedagogica+definicion"&hl=es&gl=co&pid=bl&srcid=ADGEEsJ5_75O1T9c_CATWSuUUqW9BaQPW3inw1SAVwueBnu07w65XnSALMuvv_Awj3_Rp2MnnfzSUSN7IHdxp9-C79WkmHhNyam5R4e4vExij3XqV3YKQAqDARv5JJKa64pv3e9oh5tj&sig=AFQjCNFnrdWHkFEp8fWUN0luehypyVhhKg](http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:Wkc2METTyelJ:revistas_mes.edu.cu/PedagogiaUniversitaria/articulos/2004/5/1/89404509.pdf/at_download/file+estrategia+pedagogica+definicion).

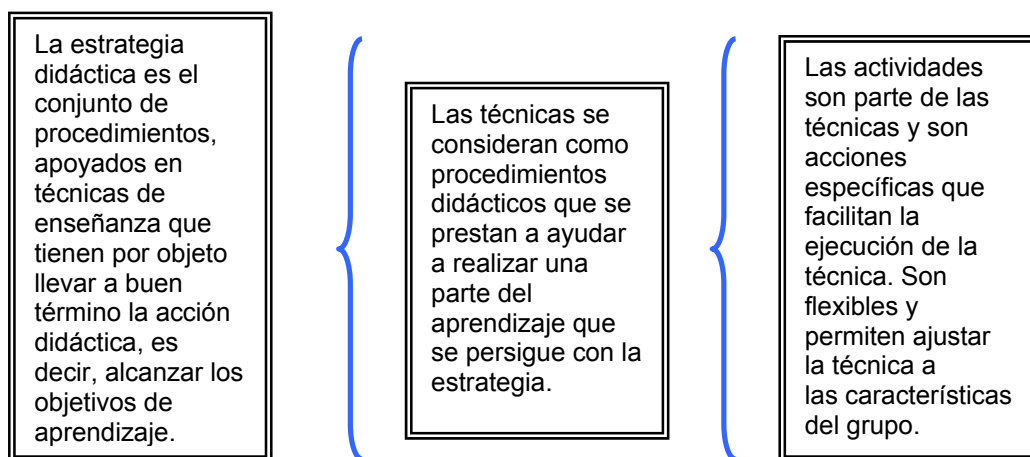
Fecha de recuperación: Octubre 22 de 2009

³³ Ibid

³⁴ Ibid

el la siguiente definición, dada por La Vicerrectoría Académica del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey: “La estrategia didáctica es el conjunto de procedimientos, apoyados en técnicas de enseñanza, que tienen por objeto llevar a buen término la acción didáctica, es decir, alcanzar los objetivos de aprendizaje”³⁵. En la aplicación de la estrategia se puede hacer uso de una serie de técnicas didácticas para conseguir los objetivos que persigue, “ya que la técnica se limita más bien a la orientación del aprendizaje en áreas delimitadas del curso, mientras que la estrategia abarca aspectos más generales del curso o de un proceso de formación completo.

Las técnicas son procedimientos que buscan obtener eficazmente, a través de una secuencia determinada de pasos o comportamientos, uno o varios productos precisos, determinan de manera ordenada la forma de llevar a cabo un proceso, sus pasos definen claramente cómo ha de ser guiado el curso de las acciones para conseguir los objetivos propuestos”³⁶. Dentro del proceso de una técnica, existen actividades necesarias para la consecución de los objetivos de la misma, dichas actividades, son más parciales y específicas que la técnica, pueden variar según el tipo de técnica o el tipo de grupo con que se trabaja. El siguiente esquema, muestra la relación anteriormente nombrada:



Fuente: Vicerrectoría académica, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

³⁵ Vicerrectoría Académica, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Dirección de Investigación y Desarrollo Educativo. Disponible en Internet: http://www.sistema.itesm.mx/va/dide/documentos/inf-doc/Est_y_tec.PDF. Fecha de recuperación: Octubre 22 de 2009.

³⁶ Ibid

Vale a pena aclarar, que “casi todas las técnicas pueden asumir el papel de estrategia y viceversa, ya que ‘esto depende de la intención que se tenga del trabajo en curso’³⁷. A manera de ejemplo se puede poner el caso del debate, el cuál, si a lo largo de un curso los contenidos se abordan con base en la experiencia de participar en debates, puede decirse que los debates se toman como estrategia didáctica, pero si este se aplica solo en algunos momentos del curso, se puede decir que se utilizó como técnica didáctica.

4.4.1 ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

Teniendo en cuenta los conceptos anteriormente nombrados, se puede definir a las estrategias pedagógicas para el emprendimiento, como el conjunto de procedimientos, apoyados en técnicas de enseñanza, que tienen por objeto incentivar en las personas capacidades de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios de asumir riesgos y de enfrentar problemas.

Ahora bien, basados en el artículo 13 de la ley 1014 de emprendimiento, los entes educativos “deben definir 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. Esto se logra a través del diseño y divulgación de módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial”, 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”.

Del mismo modo, y a manera de apoyo de dicho objetivo, se deben “promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macrorruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento.”³⁸

Visto desde otro punto de vista, el autor Francisco Morea³⁹, plantea que el emprendimiento se puede incluir en los currículos de la educación a través de las siguientes herramientas:

³⁷ Ibid

³⁸ Ley 1014 de 2006, ley de emprendimiento, Congreso de la República de Colombia, cap III, art 13

-Seminarios extracurriculares: Destinados a brindar información sobre emprendimiento para sensibilizar a los estudiantes sobre la temática.

-Materias o seminarios electivos de acuerdo con inclinaciones o preferencias de los estudiantes.

-Materias obligatorias: Dictan contenidos de emprendimiento, en sentido vertical y en forma sucesiva.

-Lecturas de casos de emprendedores: Por medio de las cuáles se dan a conocer a los estudiantes casos de personas exitosas en el emprendimiento, y de este modo dar a conocer que el éxito a la hora de emprender está al alcance de todos.

-Contenidos sobre emprendimiento en las materias de curso regular: Se incorpora el contenido en algunas materias, generalmente desde el inicio de la carrera (administración, gestión, economía).

-Contenidos transversales: Se incorporan temáticas en las distintas materias, que incentiven y refuercen en forma simultánea el emprendimiento en los estudiantes.

-Cátedra con emprendedores: Se incorporan emprendedores a las actividades académicas curriculares dictando clases, cursos o seminarios, para permitir a los alumnos conocer e interactuar con emprendedores y rescatar sus experiencias y valores.

-Concurso de proyectos: Por medio de los cuáles se impulsen iniciativas de los estudiantes, para de este modo seleccionar los mejores y se premien con la capacitación y financiamiento de los mismos.

³⁹ Morea Francisco A. La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas en el currículo universitario. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. (Págs. 301 – 307)

-Foros de emprendimiento: En ellos se relacionan emprendedores, organizaciones financieras, financistas individuales, profesores, estudiantes, etc.

Del mismo modo, el autor plantea que se puede prestar apoyo a emprendedores a través de:

-Oficina de apoyo a los emprendedores en la puesta en marcha de sus proyectos en aspectos como planeación, administración, legales, contabilidad, comercialización, etc.

-Consultoría permanente a emprendedores para apoyar la gestión de sus proyectos (puede ser realizada por estudiantes avanzados).

-Apoyo a la búsqueda de financiamiento de distintas fuentes a las que puede acceder el emprendedor.

-Club o asociación de emprendedores, apoyado por la universidad.

El autor Raymond Prada⁴⁰, Decano de la facultad de ciencias económicas y empresariales de la Corporación Universitaria Autónoma de Occidente de la ciudad de Cali, plantea que el emprendedor no sólo debe limitarse al contexto de la metodología de cómo hacer empresa, sino primero cuestionarse ¿Quién soy yo en mi empresa?, lo anterior teniendo en cuenta que no todas las personas poseen espíritu emprendedor, entonces se hace necesario conocerse a si mismos, para que así las personas sean conscientes de sus barreras y limitaciones, pero también de sus potencialidades hacia emprendimiento, ya que existen personas con espíritu seguidor, que son excelentes en el trabajo en equipo como “co-equiperos”. Adicionalmente, establece que el emprendimiento requiere del intento de prueba y error, es por ello que plantea que las universidades deben permitir la experimentación, donde la persona pueda ensayar sin sentirse juzgada, evitando el hacer por deber.

⁴⁰Universidad de la Salle, Biblioteca digital. Disponible en Internet: <http://tegra.lasalle.edu.co/dspace/bitstream/10185/442/1/TM85.06%20B112L.pdf>. Fecha de recuperado: Noviembre 21 de 2008.

5. ANTECEDENTES

“En Colombia, un país en vía de desarrollo, la limitada oferta de empleo debido a los bajos índices de inversión, a la poca visión del futuro, al cambio en la composición del mercado laboral, refleja un nivel bajo en la calidad de vida de sus habitantes, sin embargo Colombia es uno de los países en Latinoamérica con estabilidad económica y social gracias a las políticas que a nivel macroeconómico ampliaron los gobernantes en el nuevo siglo, identificando acciones básicas que lo lleven a un crecimiento económico para darle a la sociedad una mejor calidad de vida”⁴¹

Aunque siempre se ha dicho que Colombia es un país de emprendedores, nunca como en estos últimos años se le había dado tanto énfasis desde el sector público, privado y académico en apoyar y estudiar este fenómeno. Basta con mirar la proliferación de cátedras de emprendimiento que hay en las universidades, un fenómeno que era escaso hace diez años. Además, ya se cuenta con cifras comparativas para medir el desempeño del país en esta materia. De acuerdo con el estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que investiga la tasa de creación de empresas en 42 países de los cinco continentes, Colombia es el tercer país con mayor capacidad emprendedora del grupo.

Desde 1999 el GEM⁴² (Global Entrepreneurship Monitor) se encarga de liderar una investigación internacional con el fin de identificar, entender y medir, los componentes asociados a la creación y desarrollo de nuevas empresas, en Colombia este se realiza desde el 2006 gracias al esfuerzo conjunto de las universidades Javeriana Cali, ICESI, Universidad del Norte y la de los Andes. Esta investigación tiene como fin profundizar en el estudio de las variables, asociadas al proceso de creación y a la dinámica de las nuevas empresas en el país. Seleccionan una muestra estadísticamente significativa dentro de la población adulta nacional, y es allí donde se recolecta la información a través de una encuesta, para su posterior análisis.

⁴¹ Formichella, M. M. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local, disponible en Internet http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf, Fecha de recuperación: Agosto 08 de 2008.

⁴² Página oficial GEM Colombia. Disponible en Internet: http://www.gemcolombia.org/doc/Proyecto_GEM_2007.pdf, Fecha de recuperación: Agosto 10 de 2008

El GEM permitió comprobar que entre mayor es el nivel educativo de la población adulta, hay una mayor tendencia en los hombres a crear empresas, a pesar de que en las mujeres no se presentaron diferencias significativas. Sin embargo, al comparar los creadores de empresas por oportunidad y necesidad, es clara la mayor propensión a crear empresas por oportunidad a medida que el nivel educativo es mayor. Este es un resultado altamente positivo, porque comprueba, por un lado, el impacto de la educación en la formación de un núcleo empresarial que puede crear riqueza; pero también, que es importante la creación de mecanismos de apoyo para las personas de los niveles educativos superiores.

El gobierno, apoyándose en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo precedido por el Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de la Protección Social, La Dirección General del Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, Departamento Nacional de Planeación, el Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología “Francisco José de Caldas”, Colciencias, la Asociación Colombiana de pequeñas y medianas empresas ACOPI, la Federación Nacional de Comerciantes FENALCO, el fondo Emprender, las incubadoras de empresas y fundaciones dedicadas al emprendimiento, entre otras, que a través de programas, actividades, capacitaciones, ofrecen un soporte a los nuevos emprendedores y a los que están en el proceso de creación de empresa, fomentando la cultura del ahorro y dando orientación sobre las distintas formas de asociatividad.

Santander como departamento activo relacionado con la globalización, se ha caracterizado por explorar alternativas que le permitan ascender en diferentes campos. En materia económica, aporta alrededor del 7% al PIB Nacional y se posiciona como el cuarto departamento a nivel nacional⁴³.

En cuanto a nivel universitario, se llevó a cabo un estudio en la Universidad Pontificia Bolivariana⁴⁴, en el cuál se analizó el nivel de emprendimiento de los estudiantes de

⁴³ Cámara de comercio de Bucaramanga. Disponible en Internet: <http://www.camaradirecta.com> Fecha de recuperación: Agosto 6 de 2008

⁴⁴Sandoval Rodríguez Carolina y otros. “Diagnóstico del nivel de emprendimiento en los estudiantes de ingeniería industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana y aporte de las estrategias del aprendizaje al mismo” Grupo de Estudio Investigación Cuantitativa, Mayo 2008

ingeniería industrial en dicha universidad, dicho estudio se realizó en el año 2007 y se analizó el nivel de emprendimiento de los estudiantes, partiendo de las estrategias pedagógicas que fomentan su espíritu emprendedor a través de la ruta académica

5.1 ESTUDIOS SOBRE ESTRATEGIAS APLICADAS PARA EL EMPRENDIMIENTO

5.1.1 ESTUDIOS A NIVEL MUNDIAL

A nivel mundial, son múltiples las experiencias de implementación de estrategias pedagógicas para el emprendimiento, ello se evidencia en los estudios mencionados a continuación:

CENTRO DE SERVICIOS MULTIEDUCATIVOS DE BOLIVIA

Estudio realizado en el año 2006, por el Centro de servicios Multieducativos de Bolivia⁴⁵ el cuál es una sociedad que promueve el desarrollo humano; este adelantó un programa denominado “Formación del espíritu emprendedor” cuyo objetivo fue desarrollar destrezas en los jóvenes que les permitan introducirse en el mundo de la productividad y el emprendimiento. Es así como se plantearon estrategias para dicho objetivo, las cuáles son:

-*Sesiones de reflexión*: Su principal propósito es generar un espacio para que los jóvenes se cuestionen acerca de su entorno y desarrollen una visión crítica del mundo que los rodea, para que después propongan mejoras.

-*Videos sobre emprendimiento*: Los videos son utilizados teniendo en cuenta que es un medio muy efectivo para la animación de grupos, razón por la cuál la atención de las personas se captura más rápido y el mensaje es entregado de una forma más eficaz. Por medio de los videos se pretende “despertar de alguna manera la voluntad de los jóvenes para incrementar las posibilidades de dar determinados tipos de respuestas a

⁴⁵Zegarra Siles José. La necesidad de cimentar una educación para el emprendimiento y la productividad Disponible en Internet: <http://www.cemse.org.bo/archivosnoticias/jz1.pdf>. Fecha de recuperado: Noviembre 22 de 2008.

problemas cotidianos que se les presenten⁴⁶ es decir, despertar la sensibilidad de ser emprendedores.

-Lecturas de casos de emprendedores: Su principal propósito es dar a conocer casos de personas que han tenido grandes éxitos en el emprendimiento, para de esta manera dar a entender a los jóvenes, que un emprendimiento exitoso está al alcance de una persona que se prepare de la manera adecuada.

-Testimonios de emprendedores: Por medio de charlas con emprendedores, los jóvenes se pueden dar cuenta de las características y rasgos que poseen los mismos para que de este modo ello aporte a la conformación del perfil emprendedor.

-Talleres de elaboración de planes de negocio: Su principal objetivo es que los jóvenes aprendan a elaborar su propio documento donde plasmen su idea de negocio y la adapten a la realidad, y de este modo, su actitud emprendedora se afiance cada vez más.

MOMENTO CERO S.A. EMPRESA PRIVADA CHILENA

Así como los entes educativos se preocupan por introducir en sus cátedras pedagógicas encaminadas al emprendimiento, existen organizaciones que instruyen tanto a empresas como a entes educativos, tal es el caso de Momento cero S.A.⁴⁷, que es una empresa privada Chilena, dedicada a la generación, desarrollo y aplicación de recursos para el aprendizaje que fomentan el espíritu emprendedor entre los jóvenes, docentes empresas y personas en general. Es por ello, y basados en la necesidad de jóvenes emprendedores e innovadores, que fomenta la educación para el emprendimiento, ya que parten de la idea de que el emprendedor nace, pero también se hace, teniendo en cuenta las vivencias de las personas, es decir, lo que ellos llaman “lo que uno mismo hace”.

Momento cero proporciona recursos para el aprendizaje tales como:

⁴⁶ Ibid

⁴⁷ Página oficial Momento Cero. Disponible en Internet: <http://www.momentocero.com/2008/index.php>. Fecha de recuperación: Noviembre 14 de 2008.

Charlas y talleres motivacionales: Estas charlas se realizan con el fin de que las personas entiendan el emprendimiento no solo como una forma de hacer negocio, sino de ver la vida, para ello se abordan temas tales como ⁴⁸.

- Iniciativa, vocación y emprendimiento (Identificación de motivaciones)
- Emprendimiento e inteligencia (Descubrimiento de capacidades)
- Emprendimiento y bienestar (Perfil de los emprendedores)
- Emprendimiento y liderazgo (Desarrollo de iniciativas)
- Emprendimiento y trabajo en equipo (Ejecución e iniciativas)
- Emprendimiento e información (Aplicación de iniciativas)
- Planificación y organización de proyectos (Diseño, obtención de recursos, monitoreo y control de proyectos)
- Emprendimiento y motivación en el aula (Especial para docente)

Cursos y planes de capacitación: El fomento del espíritu emprendedor, la innovación y el desarrollo de habilidades blandas, son la base de los cursos académicos, y capacitaciones que momento cero brinda a aquellas empresas que desean generar un cambio en su interior. En estos cursos lo que se busca en las personas asistentes logren:

- “Conocer las principales habilidades, características y beneficios asociados al emprendimiento como elemento de desarrollo profesional y personal.
- Conocer las problemáticas a las cuales se ve enfrentado quien decide emprender algo.
- Identificar, reflexionar y reafirmar motivaciones personales.
- Identificar fortalezas y debilidades personales relacionadas al espíritu emprendedor.
- Estrategias básicas para emprender a partir de los recursos y capacidades personales.”⁴⁹

Seminarios: Su objetivo principal es resaltar la cultura del emprendimiento y la innovación, por medio de expositores que entreguen sus visiones respecto a metodologías, experiencias y pasos a seguir para el arraigo del emprendimiento desde la formación escolar como universitaria.

⁴⁸Página oficial Momento Cero – Charlas. Disponible en Internet:

http://www.momentocero.com/2008/productos_charlas.php. Fecha de recuperación: Noviembre 14 de 2008

⁴⁹ Página oficial Momento Cero – Cursos. Disponible en Internet: http://www.momentocero.com/2008/productos_cursos.php. Fecha de recuperación: Noviembre 15 de 2008

Célula escolar. Para ello Momento cero pone a disposición su plataforma Web, con el fin de dar a conocer actividades de emprendimiento del establecimiento que decide llevar a cabo estas actividades, de igual manera, los profesionales de Momento cero, generan entrevistas e investigaciones de estudiantes emprendedores y sus proyectos.

Juego de emprendimiento: Se ha generado una simulación sobre el emprendimiento llamada “La aventura de emprender: el plan” por medio de la cuál las personas pueden aprender cosas acerca del emprendimiento.

En cuanto a la medición, Momento Cero ha desarrollado dos instrumentos: uno dedicado a medir el conocimiento (al inicio) (*Ver anexo B*) y el otro a la percepción del emprendimiento (al final) (*Ver anexo C*).

Por medio de estos instrumentos, Momento Cero mide la eficacia de sus charlas, teniendo en cuenta que evalúa el estado en que llegan las personas antes de las actividades, y la percepción con la que estos mismos salen después de que son aplicadas las diferentes estrategias pedagógicas mostradas.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y ECONOMÍA DE CHILE. PROGRAMA DE APOYO A LA CREACIÓN Y DESARROLLO DE EMPRESAS INNOVADORAS.

El programa "Apoyo a la creación y desarrollo de empresas innovadoras"⁵⁰, es un esfuerzo fundamental para la economía chilena y corresponde a una línea estratégica central de la política económica del país. Este componente establece la aplicación de un programa conjunto de acciones con el Ministerio de Educación y el Ministerio de Economía que apuntan a fomentar la cultura del emprendimiento en la sociedad chilena, focalizando la acción de fomento en el sistema educativo y su vinculación con el sector productivo.

Un primer paso, es el proyecto de apoyo a la creación de empresas innovadoras financiado por la Unión Europea y el gobierno de Chile, cuyo objetivo es fomentar la

⁵⁰ Educación para el emprendimiento, ministerio de economía y energía, gobierno de Chile. Disponible en Internet: <http://www.educacionempresa.cl/archivos/descriptivo.doc>. Fecha de recuperación enero 20 de 2009.

cultura del emprendimiento en el sistema educativo chileno a través de la capacitación de profesores en las materias del emprendimiento, generando un material pedagógico adecuado para desarrollar las habilidades asociadas al emprendimiento en la asignatura de Educación Tecnológica y el módulo de Gestión de la Pequeña Empresa, y mejorar el conocimiento y las capacidades de los académicos de educación superior para que integren en la formación pedagógica el 'emprendimiento' como un tema transversal al currículo.

La reforma curricular chilena posibilita a partir de un marco curricular establecido, la incorporación de innovaciones en los programas escolares. El sector de Educación Tecnológica y el módulo de Gestión de Pequeña Empresa ofrecen una plataforma propicia para el desarrollo del emprendimiento y la incorporación de la innovación.

Dentro de la nueva organización del currículum nacional, hay cuatro medidas de innovación principales. Para efecto de la propuesta de educación para el emprendimiento, dos son las más relevantes:

- "Una nueva dimensión en la arquitectura correspondiente a objetivos de aprendizaje que no dependen de ninguna asignatura específica y que por lo tanto deben ser comunicados por el conjunto de la experiencia escolar, cruzando "*transversalmente*" los límites definidos por las fronteras disciplinarias.

- Se define una *nueva asignatura*, Educación Tecnológica, obligatoria de 1° Año Básico a 2° Año Medio. El propósito de esta nueva área es el desarrollo de las habilidades y conocimientos necesarios para identificar y resolver problemas en los cuales la aplicación tecnológica significa un aporte a la calidad de vida de las personas, así como a la comprensión del mundo tecnológico haciéndolas consumidoras críticas e informadas".⁵¹

El estudio mencionado anteriormente, muestra la forma en como se establece una estrategia de fomento de la cultura del emprendimiento en el sistema educativo chileno, la

⁵¹ Cox, Cristian (2003) El Nuevo Currículum del Sistema Escolar. En Renato Hevia (editor) La Educación en Chile Hoy. Universidad Diego Portales. Santiago de Chile.

cual contribuye positivamente a la incorporación del concepto de emprendimiento en el currículum de formación básica, media y superior de la educación chilena.

Desde otro punto de vista, “Una de las modalidades más comunes en el fomento del emprendimiento, son las redes, las cuáles incluyen la creación de clubes, asociaciones y realización de foros que vinculan a los emprendedores con otros actores relevantes. Tal es el caso de los Países Bajos, en donde el ministerio de economía adoptó una política para fomentar las redes de emprendedores fomentando el crecimiento, en Canadá, el gobierno apoyó la red de emprendedores innovadores. Otros ejemplos, son las redes de emprendedores jóvenes (Australia y Canadá) de emprendedores étnicos (Estados Unidos, Países bajos, Finlandia y Reino Unido). En Escocia, el programa “Entrepreneurial Exchange”, fomenta la creación de redes entre emprendedores, empresarios experimentados y consultores especializados.”⁵² Ejemplo de ello, es el caso mencionado a continuación:

ENDEAVOR

Endeavor es una organización internacional sin fines de lucro, con sede en Nueva York y presente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Sudáfrica, Turquía y Uruguay, que potencia a los emprendedores y promueve la cultura emprendedora, contribuyendo al desarrollo económico y social de los países.

Esta organización, “trabaja con una metodología basada en un proceso riguroso de identificación y selección de emprendedores a los que luego apoya en la elaboración de un plan estratégico y financiero y en el desarrollo de vínculos con inversores locales e internacionales y con universidades locales.”⁵³

Endeavor ha desarrollado un riguroso proceso de selección, es por ello que plantearon seis características propias que los emprendedores deben cumplir y que deben ser tenidas en cuenta por los mentores a la hora de la selección. Estas son:

⁵² Kantis Hugo. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Capítulo 8 Pág. 144

⁵³ Ibid

- “Iniciativa Emprendedora: Los candidatos deben tener energía, pasión, deseo y persistencia para convertir sus ideas en emprendimientos exitosas. Además, deben demostrar tener la habilidad de ejecutar y movilizar los recursos necesarios con el fin de hacer crecer sus negocios.

- Innovación y Creatividad: Los emprendedores deben de estar preparados y tener la habilidad para adaptarse a los cambios y a circunstancias inciertas. Deben crear negocios con productos y servicios innovadores que establezcan nuevos paradigmas y transformen a la industria de sus comunidades o países.

- Liderazgo: Los aspirantes deben tener el potencial de convertirse en exitosos empresarios en sus mercados y/o nichos. Adicionalmente, deben demostrar su compromiso de convertirse en mentores y compartir sus conocimientos con nuevas generaciones de emprendedores.

- Impacto en el Desarrollo: Las empresas deben de tener un alto potencial de crecimiento y poder crear un valor económico sustancial a través de la creación de puestos de trabajo.

- Valores y Fibra Ética: Los concursantes deben respetar las normas y moverse dentro del marco de la ley. Asimismo, deben estar comprometidos con la comunidad a la que pertenecen, contribuyendo a su desarrollo.

- Mutuo Valor Agregado: Endeavor debe poder identificar una clara oportunidad para aumentar las posibilidades de éxito de los candidatos a través de sus servicios. Los candidatos deben demostrar disponibilidad a escuchar y recibir el apoyo de Endeavor. Asimismo, deben demostrar su disposición a contribuir con la misión de Endeavor.”⁵⁴

Endeavor apoya a los emprendedores a través de los siguientes programas:

⁵⁴ Página oficial Endeavor. Disponible en Internet: http://www.endeavor.com.uy/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=75. Fecha de recuperación: Febrero 22 de 2009.

“Programa Internacional de Emprendedores Endeavor. Está destinado a aquellos emprendedores que buscan potenciar sus emprendimientos en mercados internacionales. Los beneficios consisten en: consultorías del más alto nivel a cargo de estudiantes de MBA (Maestría en administración de negocios) de las principales universidades de EEUU, contactos estratégicos con potenciales socios e inversores, giras de negocios, el asesoramiento de parte de expertos y el beneficio de ser parte de la red internacional.

Los emprendedores seleccionados, reciben una serie de beneficios, con lo cuál se buscan potenciar los emprendimientos, y de este modo llevarlos a un nivel de desarrollo más alto, entre los cuáles se encuentran:

-“Asesorías a cargo de Mentores locales e internacionales: Los emprendedores tienen acceso a la red de contactos nacionales e internacionales, compuesta por profesionales de primera línea que honorariamente orientan a los emprendedores.

- Giras Internacionales de aprendizaje y negocios: Son instancias en las que los emprendedores tienen oportunidad de conocer como funcionan algunas de las principales empresas del mundo, entrevistarse con algunos de sus fundadores y ejecutivos, participar de rondas de negocios y reuniones con fondos de inversión, además de interactuar con emprendedores del resto de los países en los que Endeavor está presente.

- Participación en Conferencias y Eventos Internacionales.

- Reuniones Mensuales: Reuniones mensuales con emprendedores, donde miembros de la red de contactos orientan a los mismos sobre temas específicos como financiamiento, planeamiento fiscal, temas legales, etc.

-Foros de Liderazgo: Participación en eventos de asesoramiento.

- Universidades y Organizaciones Educativas de Apoyo a los Emprendedores: Otro factor clave para la formación de una estructura social innovadora es el contacto con Universidades y sus recursos educativos, a modo de poder apoyar la educación de

futuros emprendedores. Las Universidades ofrecen profesores calificados, centros avanzados para la investigación y desarrollo, que son un espacio favorable para el intercambio de experiencias y la elaboración de casos de estudio.”⁵⁵

Programa Promesas: Procura emprendedores comprometidos, que buscan innovar, abiertos al cambio y capaces de liderar y guiar a sus empresas en su expansión regional. Los beneficios de este programa son:

- Consultorías Técnicas: A cargo de expertos nacionales que trabajan en los desafíos técnicos que contribuirán al desarrollo del emprendedor.

- Mentorías a cargo de miembros senior de la red local e internacional: Los emprendedores tienen acceso a la red de contactos nacionales e internacionales, compuesta por profesionales de primera línea que honorariamente orientan a los emprendedores.

- Giras Regionales de aprendizaje y negocios: Estas giras buscan darle la oportunidad al emprendedor de conocer como funcionan algunas de las principales empresas de la región, entrevistarse con algunos de sus fundadores y sus principales ejecutivos, participar de rondas de negocios y contactos comerciales.

- Capacitación: Se realiza en talleres organizados por Endeavor, y a cargo de expertos y referentes locales en diferentes áreas que buscan acercar a los emprendedores con información relevante para la toma de decisiones y darle la posibilidad de relacionarse con otros emprendedores y quienes quieren serlo.

- Programa Exportar: Financiado por el propio emprendedor, un estudiante avanzado trabajará directamente con el emprendedor en la prospección de posibles destinos para las exportaciones. El trabajo cuenta con la supervisión y desarrollo del equipo de Endeavor.

⁵⁵ Página oficial Endeavor. Disponible en Internet:

http://www.endeavor.com.uy/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=75. Fecha de recuperación: Febrero 22 de 2009.

- Pasantías: A partir de acuerdos con Universidades locales.
- Contactos Estratégicos: Dichos contactos se realizan con miembros senior de la red local y regional de la organización.
- Espacios y notas en los Medios de Comunicación: Ello se realiza con el objetivo de permitir un espacio para que los emprendedores muestren lo que hacen, y a la vez motiven a otros a emprender.

Programa de Conferencias y Talleres: Destinado, por un lado, a profesionalizar al emprendedor en las diversas áreas que hacen a la realidad de la empresa y, por otro, a motivar a otros a emprender.

Programa para Emprendedores de Software: Es una iniciativa conjunta de Endeavor, e IBM. Se propone impulsar el crecimiento de empresas de software seleccionadas, mediante la incorporación de tecnología de punta IBM y la creación y seguimiento de un plan comercial a nivel nacional e internacional.

Programa de Difusión: Creado para promover la cultura emprendedora, por medio de medios de comunicación masivos, con el fin de que los emprendedores puedan difundir lo que hacen.”⁵⁶

EMPRETEC

Para fomentar el emprendimiento tecnológico, la Organización de las Naciones Unidas creó el programa internacional EMPRETEC, con sede central en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (United Nations Conference on Trade Development – UNTAD-) en Ginebra, y “cuyo principal objetivo es apoyar el desarrollo de los sectores productivos y de servicios de los países miembros; este programa enseña las

⁵⁶ Página oficial Endeavor, Disponible en Internet:

http://www.endeavor.com.uy/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=75.

Fecha de recuperación:

Febrero 22 de 2009.

cualidades básicas del emprendedor tecnológico exitoso utilizando el principio de aprendizaje de aprender haciendo⁵⁷

“Se trata de un método de entrenamiento que no sólo genera motivación y competencias empresariales, sino que también crea confianza y estimula enlaces fuertes entre los empresarios y participantes que luego se organizan para la ayuda mutua e intercambio de información y experiencias.”⁵⁸

Empretec utiliza la metodología del aprendizaje de adultos, en la cuál no se busca transmitir los conocimientos teóricos, como en la educación tradicional, sino desarrollar lo mejor de cada participante. “La metodología del taller es empírica, es decir se “aprende haciendo”, para ello no se necesitan conocimientos previos del participante, sino su experiencia empresarial y de vida, sobre la cual se construyen los aprendizajes. Todo el contenido se trabajan a través de un amplio espectro de recursos experimentales: juegos, test, videos, debates, a través de cuya elaboración se generan los aprendizajes.”⁵⁹

El taller para el desarrollo del comportamiento emprendedor, ofrece a los participantes, generar en sí mismos un cambio de la conducta a corto plazo. A lo largo del taller se presentan las características de los emprendedores de modo que cada participante los comprenda e identifique y pueda ponerlos en práctica en situaciones controladas. “De este modo, en un ambiente de "laboratorio", cada uno experimenta con su propia conducta, se autoevalúa, reflexiona y se propone desafíos respecto a su propia forma de actuar.

La práctica de los comportamientos emprendedores tiene un impacto inmediato en los resultados obtenidos, tanto a nivel empresarial como personal. El participante del taller puede valorar día a día las consecuencias de sus actos en términos de logros⁶⁰

Si bien originalmente este taller estaba dirigido a dueños de pequeñas empresas de base tecnológica, con el correr de los años se hizo evidente que en diferentes ámbitos había

⁵⁷ Pico Camacho Jaime Alberto, Pradilla Ardila Humberto. Incubadoras de empresas de base tecnológica, Págs. 96 - 97

⁵⁸ Kantis Hugo. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Capítulo 8 Pág. 145

⁵⁹ Página oficial Empretec Uruguay. Disponible en Internet: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_metodologia. Fecha de recuperación: 23 de febrero de 2009.

⁶⁰ Página oficial Empretec - Talleres. Disponible en Internet: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_talleres. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

personas que podían beneficiarse del desarrollo de las conductas emprendedoras. Es por ello, que Empretec Uruguay⁶¹, respetando las premisas metodológicas y el contenido, desarrolló nuevas aplicaciones del mismo, entre las que se encuentran:

- *Empretec original (PYMES)*:

Sus objetivos son:

“*Generar una nueva forma de pensar y de actuar en el ambiente laboral, empresarial o profesional, reconociendo y practicando los comportamientos y conductas emprendedoras (fijación de metas, búsqueda de oportunidades, iniciativa, persistencia, cumplimiento, autoconfianza, etc.)

*Brindar al participante herramientas para planificar, liderar y persuadir, para alcanzar el cumplimiento de sus objetivos.

*Desarrollar la capacidad de poner en práctica nuevos comportamientos emprendedores.

La participación en este taller aporta:

*Conocer las propias fortalezas y debilidades como empresario.

*Brinda herramientas para planificar la vida (personal y empresarial) a corto y a largo plazo.

*Permite desarrollar habilidades de comportamiento que representan una ventaja competitiva al momento de emprender un nuevo negocio o hacer crecer uno ya existente.

*Abre las puertas a una red de contactos entre empresarios, mandos medios de grandes empresas y profesionales.

*Genera un vínculo permanente con una organización que es parte de una red internacional de Naciones Unidas cuya misión es dar soporte a los emprendedores.”

- *Jóvenes emprendedores*: Este programa está encaminado a desarrollar en los jóvenes próximos a terminar sus estudios, conductas necesarias para iniciar emprendimientos con mayores posibilidades de éxito. Sus objetivos son:

⁶¹ Página oficial Empretec Uruguay – Empretec original. Disponible en Internet: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_desarrollo. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

“*Desarrollar en el joven las competencias necesarias para crear y gerenciar su propio negocio.

*Facilitar la identificación de oportunidades de negocios

*Promover un cambio de "visión personal" de "estudiante" a "emprendedor".

*Apoyar la generación de planes de negocios.

*Facilitar a los participantes el contacto con la realidad empresarial.

El programa incluye:

*Talleres de identificación/generación de ideas

*Taller para el Desarrollo del Comportamiento Emprendedor

*Taller de inducción al Plan de Negocios

*Tutoría para la elaboración del plan de negocios

*Taller de Liderazgo Efectivo

*Taller de Trabajo en Equipo

*Talleres básicos de Gestión Empresarial

Este programa se ofrece a centros de estudio (escuelas técnicas, universidades) y puede adoptar diferentes formatos para adaptarse a los requerimientos de los diferentes currículos.⁶²

- *Emprendedores de Microempresas*: Este programa está diseñado para personas de un bajo nivel educativo que se encuentran al frente de un emprendimiento, es por ello, que se realizaron adaptaciones del taller original, reduciendo el contenido escrito y aumentando el visual, ya que es más práctico y fácil de entender para las personas. Del mismo modo, se diseñaron nuevas dinámicas y se elaboraron casos de estudio más similares a las situaciones vividas por los participantes.

- *Desarrollo de Intrapeneur*: Este taller está dirigido a mandos medios y gerenciales sustentado en que “las empresas sólo pueden crecer si cuentan con emprendedores internos que impulsen la innovación y la calidad, asumiendo como propias las metas de la

⁶² Página oficial Empretec Uruguay – Jóvenes emprendedores. Disponible en Internet: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_jovenes_emprendedores. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

organización.”⁶³ Un Intrapeneur, es un emprendedor interno, una persona con capacidad de innovar, plantearse desafíos y trabajar para alcanzarlos, de motivar y liderar equipos, de atender con eficiencia el uso de los recursos, etc.

Las fases en las que el programa se desarrolla son:

- Identificación de los potenciales participantes y entrevista de comportamiento
- Capacitación del comportamiento
- Seguimiento; Con el cuál se evalúan los resultados del taller

Para este taller, Empretec Uruguay ha diseñado un “plan de mejora” o “emprendimiento interno”, con el cuál se busca que los participantes, después de su capacitación, planteen metas de mejora en su unidad de trabajo. “La empresa puede coordinar los planes de mejora de acuerdo a sus objetivos estratégicos.”⁶⁴

- *Mujeres emprendedoras*: Con este programa se busca fortalecer en la mujer, aquellos aspectos que son más problemáticos a la hora de emprender, es por ello que se abarcan los temas como: planificación, manejo del tiempo, liderazgo y manejo del poder y estrategias de negociación. Este taller está centrado en dichos temas, con una metodología de comportamiento e impacto, para fortalecer a las mujeres empresarias, tanto en lo personal como en lo profesional.

5.1.2 ESTUDIOS A NIVEL NACIONAL

A nivel nacional, también se han desarrollado proyectos que involucran estrategias pedagógicas enfocadas al emprendimiento, entre ellos se encuentran:

⁶³ Página oficial Empretec Uruguay - Intrapeneur. Disponible en Internet: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_intrapeneur. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

⁶⁴ Ibid

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES “DISEÑO DE UN MODELO PARA PROMOVER EL EMPRENDIMIENTO EN ALUMNOS DE GRADOS 10 Y 11 DE ESTRATOS 1, 2 Y 3”

Este proyecto “Diseño de un modelo para promover el emprendimiento en alumnos de grados 10º y 11º de estratos 1, 2 y 3 en Colombia”⁶⁵, fue realizado en el año 2005 por Andrés Felipe Otero Vergara, Magíster Ingeniería Industrial, Universidad de los Andes Colombia, el cuál se soportó en tecnologías (software). Por medio de este estudio buscaba conocer cuál era el mejor modelo para promover el emprendimiento en la población en cuestión, proponiendo la tecnología como medio para promocionar las habilidades del emprendimiento. La elección de ello, se hizo teniendo en cuenta las bondades facilitadoras que ofrece, ya que por medio de ella se pueden capacitar de una forma más adecuada a los maestros, además de mejorar las ayudas didácticas al alcance de los mismos. Su uso es masivo y de fácil acceso, por lo que el aspecto económico no es un obstáculo, además de fortalecer la pedagogía activa, ya que estimula la autodeterminación en el alumno, incentiva el buscar, criticar, inventar e indagar.

Como primera medida, resultó de vital importancia la sensibilización de los alumnos, ya que ello facilita la interacción y el aprendizaje de los mismos, además de ello, se concluyó que las necesidades pedagógicas para fomentar el emprendimiento, se deben atacar por medio de:

- Un software multimedia para la realización de planes de negocio
- Capacitación y tutorías a profesores y alumnos
- Redes de apoyo para integrar a instituciones que realicen esfuerzos encaminados al emprendimiento
- Concursos de planes de negocio
- Un portal de Internet para integrar a los actores del proceso educativo.

⁶⁵ Diseño de un para promover el emprendimiento en alumnos de grados 10º y 11º de estratos 1, 2 y 3 en Colombia. Disponible en Internet: http://74.125.113.132/search?q=cache:JwpHxZkFzFAJ:columbus.uniandes.edu.co:5050/dspace/bitstream/1992/465/1/mi_1291.pdf+pedagogia+para+emprendimiento&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=co. Fecha de recuperación: Noviembre 20 de 2008

Este estudio, es una muestra de una pedagogía llevada a cabo para fomentar el emprendimiento, ejemplifica un camino el cuál las diversas instituciones (tanto de bachillerato como universitarias), pueden seguir para fomentar el emprendimiento en sus alumnos.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE (SENA)

El SENA y su compromiso con el emprendimiento cada vez se hace más fuerte, como muestra de ello es el gran desafío de Darío Montoya, Director General del Sena, el cual está enfocado a fortalecer el apoyo a los emprendedores mediante expertos que los guíen en su proceso emprendedor.

“Este desafío consiste principalmente en cambiar el modelo de educación para crear una actitud emprendedora en cada clase y en cada estudiante”, dice Montoya. Para ello el SENA ha emprendido diversas iniciativas tales como la formación por proyectos, ferias empresariales, conectividad y unidades de emprendimiento, entre otros”.⁶⁶ La educación por proyectos es útil porque en las mismas clases los estudiantes van gestando sus proyectos futuros. Las mejores propuestas se muestran al público cada 15 días en ferias empresariales en todo el país. Adicionalmente existen 115 unidades de emprendimiento a nivel nacional que los capaciten en la elaboración de los planes de negocio y los asesoren para sacar sus proyectos adelante. Para que la educación enfocada al emprendimiento funcione, el SENA ha venido creando toda una industria de conocimiento que la soporte. Hoy en día son más de 300 expertos los que asesoran a los jóvenes en la formulación y ejecución de sus proyectos.

Así mismo, por medio del Fondo Emprender⁶⁷, el SENA apoya proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas. El Fondo facilita el acceso a capital al

⁶⁶ Página oficial Dinero.com. Disponible en Internet: http://www.dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=33792, fecha de recuperación: febrero 02 de 2009.

⁶⁷ Página oficial Fondo Emprender. Disponible en Internet: http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP. Fecha de recuperación mayo 2 de 2009

poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

Este desafío muestra que en Colombia se hace un esfuerzo muy grande por sacar adelante a los emprendedores y así de esta manera fortalecer día a día el emprendimiento, puesto que se implementan estrategias diversas las cuales promueven nuevos empresarios desde la educación.

Teniendo en cuenta lo relacionado anteriormente acerca de las redes de emprendimiento, se presenta el caso de Empretec en Colombia.

EMPRETEC COLOMBIA

En Colombia, este programa viene siendo operado a partir de octubre de 2007 únicamente por Caja de Compensación Familiar CAFAM en asocio con Naciones Unidas, y hasta el momento han capacitado alrededor de 400 personas. Empretec Colombia ofrece los siguientes programas:

- *Taller de desarrollo de competencias emprendedoras*: Por medio de este taller, se busca potencializar al emprendedor con herramientas que le permitan desarrollar sus habilidades en un arte u oficio, preparándolo con una metodología que le permita desarrollar su propio proyecto empresarial, teniendo en cuenta las necesidades del mercado y el crecimiento empresarial.

Básicamente el taller, se centra en trabajar tres tipos de motivación, que junto con una serie de características particulares, asegura la identificación y apropiación del comportamiento. Dichas motivaciones y comportamiento, son:

“Motivación al logro:

- Exigir eficiencia y calidad.
- Cumplimiento.
- Búsqueda de oportunidades y tener iniciativa.
- Correr riesgos calculados.
- Persistencia.

Motivación a la afiliación:

- Búsqueda de información.
- Planificación sistemática y seguimiento.
- Fijar metas.

Motivación al poder:

- Auto confianza e independencia.
- Persuasión y redes de apoyo.”⁶⁸

El proceso de aprendizaje se realiza en 72 horas, en donde el participante podrá llevar a la práctica cada uno de comportamientos nombrados anteriormente, obteniendo como resultado final un plan de empresa, identificando la necesidad de recursos para ponerla en marcha.

- *Taller de puesta en marcha y consolidación del proyecto empresarial*: El objetivo de este programa es acercar más a la realidad la idea de negocio, para convertir esta en un plan de negocio. La temática para este taller implica:

“*Proyecto empresarial: Elementos de la planeación, objetivos del estudio del proyecto, fases para realizar un proyecto.

*Administración de Microempresas: Administración por políticas, estructura de la empresa, la organización, la dirección, el control, la administración del tiempo.

*Producción: Métodos de trabajo, planeación de la producción, programación de actividades, Control, Factores de seguridad Industrial, Sistema de Gestión de la Calidad.

*Mercadeo y Ventas (Herramientas para un estudio de mercados, definición de nicho de mercado, cómo vender)

*Aspectos legales: Dirección Comercial, Laboral y Tributaria.

*Área Financiera: Contabilidad de costos, documentación básica, estados financieros básicos en la microempresa, análisis y establecimiento de indicadores básicos.”⁶⁹

⁶⁸ Página oficial Empretec Colombia. Disponible en Internet: <http://empreteccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/46-taller-de-desarrollo-de-competencias-emprendedoras.html>. Fecha de recuperación: Febrero 24 de 2009.

⁶⁹ Página oficial Empretec Colombia – Taller de puesta en marcha. Disponible en Internet:

Este taller es de 80 horas, y tiene la facilidad de hacerse teórico práctico, buscando que el emprendedor, que hace su transición a pequeño empresario, ponga en práctica las temáticas de la formación y llevar de la teoría a la realidad los conceptos.

- *De emprendedor a empresario*: El objetivo de este programa es integrar las habilidades y herramientas necesarias para convertir a personas en empresarios exitosos. La temática del mismo es la siguiente:

“Contenido 1: Habilidades para construir un proyecto de vida: EL SER

- *Las habilidades del saber.
- *Las habilidades del conocer.
- *Las capacidades.
- *Las relaciones de convivencia con los demás.
- *Los Valores y actitudes.

Contenido 2: Herramientas para construir un proyecto empresarial: EL APRENDER

- *Toma de iniciativa (identificar una oportunidad de negocio).
- *Acumulación de recursos (determinación y asignación de recursos)
- *Capacidad de organizar y administrar (dirección eficaz del negocio)
- *Toma de decisiones (analizar y escoger la mejor alternativa)
- *Disposición al riesgo (ganar o ganar)

Contenido 3: Procesos Empresariales: EL HACER

- *Definición de producto (como hacerlo, cuanto vale, quien más lo hace y como lo hace).
- *Definición de los procesos (que necesito, cuanto necesito)
- *Definición del servicio (para quien, a que precio).

Contenido 4: Como lo han hecho otros: LOS RESULTADOS

- *Motivaciones principales para crear empresa.
- *Limitaciones y errores frecuentes.
- *Mitos empresariales

<http://empreteccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/47-taller-de-puesta-en-marcha-y-consolidacion-del-proyecto-empresarial.html>. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

*Casos de éxito y fracaso a nivel nacional e internacional.”⁷⁰

- *Educación financiera para emprendedores*: El objetivo de este programa, es que los participantes desarrollen habilidades que les permitan administrar sus finanzas, tanto personales como de su negocio de manera eficaz, mediante una formación práctica y vivencial, que le permita conocer los servicios financieros que pueden apoyar su gestión en el corto, mediano y largo plazo. Las temáticas manejadas en este taller son:

“Contenido 1: Presupuesto.

- *Establezca metas financieras personales
- *Establezca sus gastos por orden de importancia
- *¿Porqué hacer un presupuesto?
- *Elabore un presupuesto
- *Gaste su dinero sólo en lo necesario
- *Cumpla con su presupuesto
- *Lleve el control diario de sus ingresos y gastos
- *Lleve el control mensual de sus ingresos y gastos
- *Use el control del flujo de efectivo para tomar decisiones
- *Mantenga registros financieros para administrar su dinero

Contenido 2: Negociaciones Financieras.

- *¿Qué es la negociación financiera?
- *Cómo prepararse para una negociación financiera
- *Técnicas de negociación
- *Práctica de negociación
- *Revisión de la negociación

Contenido 3: Administración de su deuda

- *Mi dinero y el dinero de otros: ¿Cuál es la diferencia?
- *Préstamos necesarios /Préstamos innecesarios

⁷⁰ Página oficial Empretec Colombia – De emprendedor a empresario. Disponible en Internet: <http://empreteccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/49-educacion-financiera-para-emprendedores.html>. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

- *Los costos de un préstamo
- *Opciones de préstamo
- *¿Cuánta deuda puedo pagar?
- * Morosidad: ¿Qué es y cómo ocurre?
- *Los riesgos del sobreendeudamiento y del incumplimiento
- *Otros riesgos del incumplimiento
- *¡Tome el control de su deuda!

Contenido 4: Ahorros.

- *¿Qué es el ahorro y por qué debemos ahorrar?
- *Establezca metas de ahorro
- *Aumente sus ahorros
- *Ahorre para emergencias
- *Decida cómo ahorrar
- *Compare los servicios de ahorro
- *Elija sus productos de ahorro
- *Conozca a los proveedores que ofrecen servicios de ahorro
- *Elabore un plan de ahorros.

Contenido 5: Servicios Bancarios.

- *Necesidades financieras del hogar
- *Fuentes de servicios financieros
- *Productos financieros y necesidades financieras
- *Ventajas del uso de los servicios financieros
- Cómo elegir una cuenta en una institución financiera vigilada
- *Cómo usar los servicios de una institución financiera vigilada
- *Tarjetas bancarias, cajeros automáticos y terminales de punto de venta
- *Control de los riesgos asociados a las tarjetas débito y a los cajeros automáticos
- *Selección de los servicios financieros apropiados.⁷¹

⁷¹ Página oficial Empredec Colombia – Educación financiera a emprendedores. Disponible en Internet: <http://empredeccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/49-educacion-financiera-para-emprendedores.html>. Fecha de recuperación. Febrero 23 de 2009.

- *Programa integrado de generación de negocios exitosos*: Este programa tiene como finalidad orientar los emprendedores para asegurar su éxito, por medio de un proceso de motivación que le permita identificar oportunidades de negocio viables, rentables y con potencial de crecimiento. El programa consta de dos fases, la primera, con una duración de 100 horas de formación en emprendimiento y creación y consolidación de proyectos productivos, y una segunda fase (opcional) de 30 horas de acompañamiento y monitoreo en la puesta en marcha de los proyectos empresariales, que se desarrollará durante seis meses, con el fin de estar al lado de los emprendedores en la implementación de sus proyectos productivos.

5.1.3 ESTUDIOS A NIVEL REGIONAL

CORPORACIÓN DE BUCARAMANGA EMPRENDEDORA (CBE)

La CBE (Corporación Bucaramanga Emprendedora) es una entidad orientada al fomento del espíritu emprendedor e innovador, acompañando la creación, desarrollo y gestión de empresas competitivas de base tecnológica.

Entre las actividades que han desarrollado en Santander, se encuentran las siguientes:

- Se ha logrado sensibilizar sobre temas empresariales, a través de medios masivos de comunicación. Ejemplo de ello, es el programa radial “La hora del emprendedor” que cuenta con el apoyo técnico de la emisora cultural Luis Carlos Galán Sarmiento.
- Se han llevado a cabo cátedras de creación de empresas e innovación y gestión tecnológica, dirigidas a estudiantes de ingeniería electrónica e industrial respectivamente de la Universidad Industrial de Santander (UIS).
- Se capacitó tanto a maestros como a estudiantes, mediante el “Programa emprendedor: Los docentes como generadores del espíritu empresarial en los estudiantes” el cual buscaba incentivar la formación empresarial y la capacidad emprendedora tanto en estudiantes como en docentes.

- Mediante la capacitación “Fomento del espíritu emprendedor en 5 colegios privados de Bucaramanga, se logró que los profesores y estudiantes involucrados desempeñaran el rol de multiplicadores dentro de sus instituciones.
- Se desarrolló el Programa Emprendedor Universitario “el cual se busca identificar, despertar, fortalecer y mantener los valores, actitudes, habilidades hacia el emprendimiento para que los estudiantes universitarios asuman el reto de crear empresas competitivas y de esta forma generar fuentes de empleo, desarrollo y riqueza para la región”⁷².
- Durante dos años consecutivos, transmitió desde Estados Unidos para los empresarios regionales la videoconferencia mundial “Lecciones de Liderazgo”, en la cuál los expertos transmitieron sus ideas de liderazgo, y las últimas estrategias en desarrollo personal y profesional.
- Coordinación del “Simposio de creación de empresas innovadoras” realizado en Bucaramanga.
- Seminarios talleres relacionados con la orientación hacia el fomento del espíritu empresarial.
- Asesoría en la elaboración de planes de exportación, dentro del desarrollo del programa Jóvenes Emprendedores Exportadores.
- Se evaluaron 360 iniciativas de creación de empresas, de las cuáles 75 fueron aprobadas para continuar con los procesos de la Red de Apoyo Tecnológico que dispone la CBE.
- Se adecuó un área de 900 m² de la sede UIS Bucarica, para desarrollar procesos de incubación y albergar temporalmente a empresas de innovación.
- Se conformó el “Fondo Productivo empresarial” con enfoque de capital de riesgo, para financiar las actividades y empresas de base tecnológica incubadas por la CBE.

⁷² Corporación Bucaramanga Emprendedora. Incubadora de empresas de base tecnológica. Principales resultados. Disponible en Internet: http://www.bucaincu.org/pdf/cbe_resultados_2000_2004.pdf. Fecha de recuperación: Febrero 4 de 2009.

- Adicional a esto se han llevado a cabo diversas actividades relacionadas con la creación de empresas de innovación, fortalecimiento interno de capacidades de incubación, mecanismos de financiación para empresas incubadas, proyectos de innovación de desarrollo tecnológico, entre otras.

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA (CCB)

La Cámara de Comercio de Bucaramanga, por medio del programa "Asistencia Técnica para el Fortalecimiento de Nuevas Empresas Formalizadas en el Departamento de Santander" Conocido como Emprendedores⁷³, ofrece a los pequeños empresarios y ciudadanos que buscan crear sus propios negocios o mejorar los que tienen, herramientas necesarias para desarrollar sus negocios. En el programa han sido beneficiadas 8.819 personas, quienes han recibido capacitación básica de 48 horas en promedio, en temas de formación gerencial enfocados en: Mercadeo, Contratación de Personal, Aspectos tributarios, Administración y Producción; además de 30 horas de asistencia técnica personalizada directamente en la empresa.

Este programa cuenta con el apoyo de MIDAS⁷⁴ "Mas Inversión para el Desarrollo Alternativo Sostenible", financiado con recursos del Gobierno de estados Unidos, a través de su Agencia para el Desarrollo Internacional, USAID. En el año 2008 dicho proyecto busca consolidar un grupo de nuevas empresas formales lideradas por mujeres, con capacidad de expandir sus negocios y de sostener sus empleos, impulsando su competitividad a través de la capacitación en gestión empresarial y de la prestación de asistencia técnica para la implementación de estrategias y el fortalecimiento de sus negocios.

Sus principales componentes son:

⁷³ Página oficial Cámara de Comercio de Bucaramanga. Apoyo al desarrollo empresarial. Disponible en Internet: http://www.camaradirecta.com/index.php?id=2&ide=82&id_seccion=8. Fecha de recuperación: Mayo 6 de 2009.

⁷⁴ Página oficial Programa MIDAS. Disponible en Internet: <http://www.midas.org.co/>. Fecha de recuperación: Mayo 6 de 2009.

- Capacitación en Gestión Empresarial: La metodología utilizada es el diálogo de gestiones⁷⁵, que es una propuesta basada en las necesidades de formación, así como en la valoración de sus experiencias, conocimientos y saberes previos. Por medio de la misma, se desarrollan habilidades que permiten ver, analizar transformar y evaluar los criterios y estrategias que se necesitan para mejorar su gestión empresarial y potenciar su desarrollo personal. Dentro de los temas manejados se encuentran: ser empresario, factibilidad de mi negocio, estrategias de ventas hacia los clientes, inversión, manejo del efectivo, entre otros.

Para diciembre de 2007⁷⁶, se han capacitado a más de 140 empresarias de diversos sectores para un total de 288 de formación en Gestión empresarial.

- Identificación de necesidades: Por medio de consultores, se visitan a las diversas empresas que participan en el proyecto, y con la ayuda de su empresaria, se realiza un diagnóstico por medio del cuál se conocen debilidades y fortalezas de la empresa en cada área funcional., dicho diagnostico sirve como insumo, para la siguiente fase denominada, asistencia técnica.

Par diciembre de 2007⁷⁷, se realizaron 137 diagnósticos, de los cuáles se detectaron que las mayores falencias se presentan en finanzas y mercadeo.

- Asistencia técnica: Con los resultados obtenidos en la anterior etapa, y con el fin de generar un plan de acción para dar solución a las debilidades más apremiantes, la Cámara De Comercio de Bucaramanga asigna un consultor en áreas como mercadeo, finanzas, producción, entre otras. La duración de dicha asistencia es de 30 horas, a razón de 2 sesiones de 2 horas semanales.

Para el año 2007⁷⁸, se generaron 70 asistencias técnicas, enfocadas en mercadeo, finanzas, administración y producción.

⁷⁵ Página oficial Comfama. Guía para el emprendimiento y el empresarismo. Disponible en Internet: <http://www.comfama.com/contenidos/publicidad/Di%C3%A1logo%20de%20gestiones/publicidad.asp>. Fecha de recuperación: Mayo 6 de 2009.

⁷⁶ Página oficial Cama de Comercio de Bucaramanga. Apoyo al desarrollo empresarial. Disponible en Internet: http://www.camaradirecta.com/index.php?id=2&ide=82&id_seccion=8. Fecha de recuperación: Mayo 6 de 2009.

⁷⁷ Ibid

⁷⁸ Ibid

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

La Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, modificó su currículo académico (tal y como lo establece la ley 1014 de 2006, Ley de emprendimiento”), para fomentar el espíritu emprendedor entre sus alumnos. Desde el inicio de cualquier carrera, “se sensibiliza a los estudiantes en los temas de emprendimiento, dándole la opción de descubrir y desarrollar sus habilidades y destrezas empresariales, optando por una ruta académica hacia la creación de empresas”. Para lograr ello, capacitan a los docentes en temas relacionados con el emprendimiento, y así generar un ambiente propicio para la creación de empresas.

Del mismo modo, apoyan “ideas de negocio, nuevas, creativas, innovadoras, y el desarrollo comercial de los productos y servicios, pensando en suplir necesidades actuales con recursos tecnológicos a la vanguardia del mercado.”⁷⁹

La universidad brinda asesorías presenciales al nuevo empresario, por medio de la elaboración de un plan de negocios, con sus respectivos componentes (Mercadeo, Administración, Producción, Costos y Finanzas, aspectos legales e impacto ambiental y social). Adicionalmente, el Centro de emprendimiento presta asesorías y ayudas para la financiación de dichos proyectos, mediante convenios con el SENA, el Fondo Emprender, Cavipetrol, Cámara de Comercio de Bucaramanga, el Fondo Regional de Garantías de Santander S.A., FUNDESAN, además de brindar acompañamiento en la puesta en marcha de los proyectos.

Todas estas acciones son coordinadas por el Centro de emprendimiento de dicha institución, el cuál fue creado como resultado de la investigación “Impacto y perspectivas de los programas de estímulo a la creación de empresas en el departamento de Santander”⁸⁰ con el fin de formar líderes por medio de una formación integral de profesionales con espíritu emprendedor.

⁷⁹ Página oficial Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, Disponible en Internet: http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,32665601&_dad=portal&_schema=PORTAL. Fecha de recuperación: Diciembre 11 de 2008

⁸⁰ Serrano Gómez Lupita, Gutiérrez Navas Elsa Beatriz “Impacto y perspectivas de los programas de estímulo a la creación de empresas en el departamento de Santander”

6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En este capítulo se mostrará todo el procedimiento llevado a cabo para obtener el tamaño de la muestra, con el fin de lograr información coherente que apoye la consecución de resultados veraces como producto de la presente investigación y su posterior análisis. De igual manera la explicación de la concepción y construcción de los instrumentos aplicados.

6.1 DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación es exploratoria porque obedece a un criterio centrado en las intenciones del sujeto y destaca aspectos fundamentales de una problemática determinada para encontrar procedimientos adecuados y así realizar investigaciones posteriores, de tipo descriptiva, teniendo en cuenta que no se manipulan variables, ya que éstas se describen tal y como se presentan en su ambiente natural, y de alcance transeccional, debido a que se recopilan datos en un momento único.

6.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para la recolección de la información, en primera instancia se pensó en realizar un estudio por estratos, en el cuál se involucraban a los alumnos de 7, 8,9, y 10 semestre de las universidades bajo estudio de dicha población, luego se procedería a calcular el tamaño de la muestra. Teniendo ya este dato, se realizaría un muestreo por cuotas, en el cuál se distribuiría proporcionalmente en una selección no aleatoria, en donde se elegirían en los salones de clase el mismo número de mujeres y de hombres, que estuvieran viendo todas las materias de su respectivo semestre.

El estudio no se realizó de la forma planteada anteriormente (estudio por estratos), debido a la imposibilidad de contar el número exacto de estudiantes de 7, 8,9 y 10 semestre de ingeniería industrial, ya que en los diferentes entes educativos manifestaron que ese tipo de información no se encontraba disponible por diversos factores. Teniendo en cuenta ello, se planteó un muestreo por conveniencia, ya que se eligieron los alumnos a encuestar según su disposición de colaboración y disponibilidad de tiempo.

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos: error permitido, nivel de confianza estimado, carácter finito o infinito de la población. A continuación se muestra la fórmula referente al tamaño de una muestra de una población infinita:

Nomenclatura:

$$n_0 = \frac{Z^2 p q}{E^2}$$

Donde:

n₀= Número encuestas población infinita

Z= Valor correspondiente a la distribución de Gauss 1,96 para $\alpha = 0,05$

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z² = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor zeta 2, luego $Z = 2$.

E = Margen de error permitido.

Cuando el valor de P y de Q son desconocidos o cuando la encuesta abarca diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser desiguales, es conveniente tomar el caso más adecuado, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra, lo cual ocurre para $P = Q = 50$, luego, $P = 50$ y $Q = 50$.

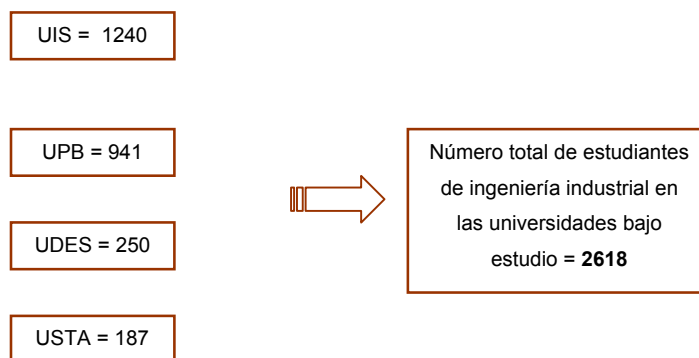
Aplicando la fórmula se tiene:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2} = 384.16 \text{ (tamaño total de la muestra)}^{81}$$

⁸¹ Página oficial: Biblioteca virtual de derecho, economía y ciencias sociales. Disponible en Internet: <http://www.eumed.net/libros/2006a/cag2/19.htm>. Fecha de recuperación: Julio 8 de 2009

La información anterior referente a la forma de hallar el tamaño de la muestra, se obtuvo por medio de la asesoría y fuente testimonial del Docente Gustavo Calderón de la facultad de Ingeniería Industrial, quien sugirió realizar la obtención del tamaño de la muestra a través de un muestreo para una población infinita, ya que no fue factible realizarla de la forma que se tenía estimada anteriormente (muestreo por cuotas).

Una vez teniendo el tamaño total de la muestra, se procedió a realizar el cálculo correspondiente al número total de estudiantes a encuestar en cada universidad bajo estudio. El cálculo se halló de la siguiente manera:



El número total de estudiantes a encuestar en cada universidad se halló de la siguiente manera:

$$n_i = (N^\circ \text{ estudiantes Universidad } i) / \text{Población total}$$

$$\text{UIS} = \frac{1240}{2618} = 0.41 \text{ (384)} \quad \Rightarrow \quad 180.48 = \mathbf{181}$$

$$\text{UPB} = \frac{941}{2618} = 0.36 \text{ (384)} \Rightarrow 138.24 = \mathbf{139}$$

$$\text{UDES} = \frac{250}{2618} = 0.095 \text{ (384)} \Rightarrow 36.66 = \mathbf{37}$$

$$\text{SANTO TOMÁS} = \frac{187}{2618} = 0.071 \text{ (384)} \Rightarrow 27 = \mathbf{27}$$

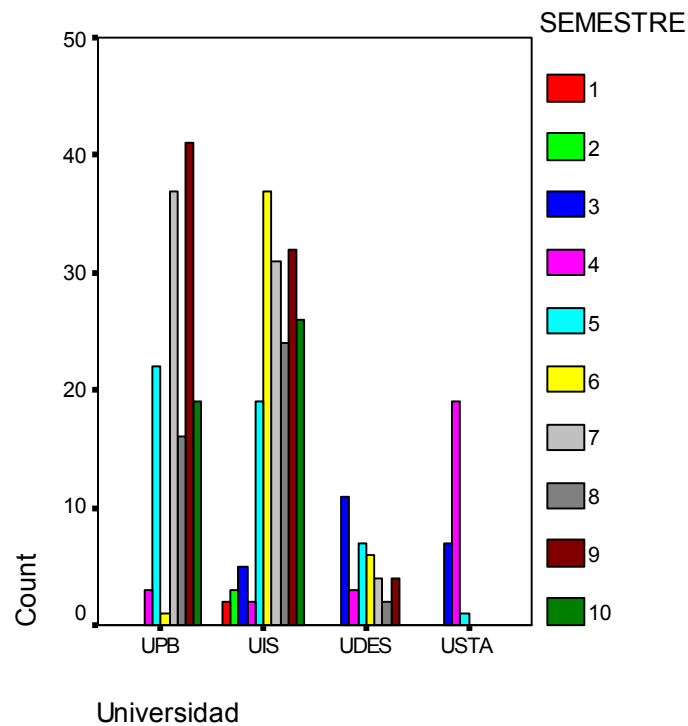
El tamaño total de la muestra correspondió a 384 estudiantes de las diferentes universidades bajo estudio, de las cuales se obtuvo la siguiente información concerniente al mayor número de encuestados por semestre en cada universidad:

Tabla 2. Mayor número de encuestados por semestre

UNIVERSIDAD	SEMESTRE										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
UPB				3	22	1	37	16	41	19	139
UIS	2	3	5	2	19	37	31	24	32	26	181
UDES			11	3	7	6	4	2	4		37
USTA			7	19	1						27
TOTAL	2	3	23	27	49	44	72	42	77	45	384

La anterior tabla se realizó con el fin de indicar la mayor incidencia que se presentó en cuanto a la percepción e identificación de estrategias pedagógicas en los diferentes niveles de educación superior de las universidades estudiadas, donde se aprecia que en la UIS y en la UPB existe una mayor concentración de estudiantes encuestados en los niveles mas altos, especialmente en 6 y 9 respectivamente; a esto se le atribuye el hecho de que en los últimos niveles del programa de Ingeniería Industrial es donde se concentra la mayor parte de implementación de estrategias y metodologías enfocadas a incentivar y promover el emprendimiento. Vale la pena aclarar que los programas académicos de la UIS y la UPB cuentan con 10 semestres, mientras que la Universidad Santo Tomás cuenta con 8. Por su lado, la UDES está cambiando su programa de 10 a 8 semestres, razón por la cuál, existen estudiantes tanto en el programa antiguo como en el nuevo (Ver anexo D). El gráfico mostrado a continuación también muestra que la población encuestada estuvo en su mayoría en los últimos semestres.

Gráfica 1. Mayor número de encuestados por semestre



6.3 DISEÑO DEL INSTRUMENTO

Para la elaboración del instrumento, se partió del reconocimiento de los objetos de observación, tanto directores de escuela como estudiantes, teniendo en cuenta que por medio de los mismos es posible conocer la información que permita cumplir con los objetivos de la investigación. Dado que es básico identificar las estrategias pedagógicas implementadas en las universidades a través de las actividades curriculares, se diseñó un instrumento para aplicar a los directores de escuela de las facultades de ingeniería industrial, quienes son los directamente involucrados en el planteamiento y diseño de dichas estrategias en los programas académicos.

El instrumento consta de tres partes, la primera corresponde a la información general de las instituciones bajo estudio, la segunda, es un diagnóstico que permite identificar las estrategias pedagógicas que se implementan en estos entes educativos, y en la tercera parte, está lo concerniente a la forma de evaluación de dichas estrategias.

El instrumento para estudiantes, se dividió en los siguientes bloques temáticos: El primer bloque temático corresponde a la Información general del estudiante, el segundo llamado diagnóstico, busca conocer la percepción de los estudiantes acerca del emprendimiento, para ello, se tomó como referencia los test realizados por la entidad Chilena Momento Cero. El tercer bloque se denominó Perfil Emprendedor, el cual tiene como objetivo evaluar la percepción de los estudiantes acerca de si poseen ciertas características del perfil emprendedor planteado en el presente estudio. Para tal fin se tomó como base las características del perfil empresarial planteado por el autor Rodrigo Varela en su libro innovación Empresarial; de las cuáles se tomaron 10 características, debido a que se unificaron teniendo en cuenta que algunas están implícitas en otras (como por ejemplo la capacidad creadora e innovadora, con la capacidad de toma de decisiones con información incompleta). Del mismo modo, y teniendo en cuenta lo dicho en el marco teórico acerca de la diferencia entre emprendedor y empresario, se consideró que las características seleccionadas son las más relevantes y las que más se relacionan con el perfil de un emprendedor, ya que algunas de ellas están enfocadas a el perfil empresarial, adicionalmente, dichas características son las más frecuentes en los perfiles emprendedores planteados anteriormente. En ese orden de ideas, estas son:

-“Capacidad de identificar oportunidades: Entendido como la aptitud para leer con entorno social, económico, político, cultural, etc.

-Habilidad creadora e innovadora: Entendida como la destreza para encontrar múltiples formas de solución a los problemas

-Aceptación y propensión al cambio: Entendidos como la capacidad de reaccionar en forma flexible, oportuna, y acorde con los nuevos requerimientos que el entorno plantea.

-Iniciativa: Entendida como la capacidad de anticipar, de hacer algo antes de que otros lo realicen.

-Confianza en sus facultades: Entendida como la actitud de creer en lo que uno sabe hacer, en sus destrezas, en su conocimiento, en su preparación.

-Actitud mental positiva: Entendida como optimismo, como visión de triunfo, como capacidad de ganar y salir adelante

-Compromiso: Entendido como la dedicación y el esfuerzo continuo hacia el logro de los objetivos

-Responsabilidad, solidaridad y ética: Entendidas como la capacidad de comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar deben construirse respetando al ser humano y la naturaleza; que estos deben beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir una labor dentro de un marco ético y un proceso de conciencia social muy diferente del egoísmo.

-Liderazgo: Entendido como la capacidad de lograr que los compañeros acepten mis ideas y mí accionar porque encuentran en ellas un punto de comunicación y empatía.

-Visión de futuro: Entendida como la capacidad de percibir tendencias y de prever los que va a ocurrir”.

De igual manera, y como soporte para la realización de este bloque, se tuvo en cuenta el Proyecto investigación en la UPB año 2007: “Nivel de emprendimiento en los estudiantes de ingeniería industrial en la Universidad Pontificia Bolivariana y el aporte de las estrategias pedagógicas al perfil del emprendedor, realizado por estudiantes de dicha Universidad. Se plantearon tres preguntas por cada característica, y en las preguntas 3, 6 y 9 se introdujo una pregunta de control de las preguntas 1, 3 y 6 respectivamente, con el fin de corroborar la coherencia en las respuestas.

El cuarto bloque temático se denomina Estrategias Pedagógicas, por medio del cual se pretende conocer la percepción de los estudiantes acerca del aporte de dichas estrategias, aplicadas en su formación profesional, frente a las 10 características del perfil emprendedor planteado.

Para la aplicación del instrumento y su respectivo análisis, se llevarán a cabo los siguientes pasos:

- Realización de contactos con universidades bajo estudio:

Consiste en visitar cada una de las instituciones en las cuales se encuentre el programa de ingeniería industrial y solicitar su colaboración para la investigación.

- Aplicación del instrumento

Encuestar a la población bajo estudio para de este modo, primero poder reconocer las estrategias pedagógicas desarrolladas en los programas de ingeniería industrial, y segundo, para poder conocer la percepción de los estudiantes frente al perfil emprendedor planteado en el estudio. (Ver anexo E)

- Análisis de datos: Realizar la tabulación de datos y a partir de las encuestas, para su posterior análisis con ayuda del software SPSS y EXCEL.

- Conclusión y recomendaciones: Una vez obtenida la información y su posterior análisis, se procedió a la realización de las conclusiones pertinentes y una serie de recomendaciones basadas en los resultados obtenidos.

7. DIAGNÓSTICO SOBRE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS Y PERCEPCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

En este numeral se identifican las estrategias pedagógicas enfocadas al emprendimiento en las Universidades bajo estudio. Así mismo, se conoce la percepción de los estudiantes acerca del emprendimiento y se identifica su apreciación personal respecto al perfil emprendedor planteado, además se observa la incidencia de las estrategias pedagógicas según el criterio de los estudiantes en las características emprendedoras planteadas.

7.1 IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS A EL EMPRENDIMIENTO

El objetivo principal en este punto de identificación de estrategias pedagógicas enfocadas al emprendimiento, era el lograr una conexión directa con los directores de escuela de las facultades ingeniería industrial de las Universidades bajo estudio, para de esta manera conocer cuáles estrategias pedagógicas para fomentar el emprendimiento, se han implementado en el programa. Para ello, se pretendía lograr una entrevista con los directores de escuela, que permitiera aplicar el instrumento, pero debido a su falta de tiempo, no se logró, solo se dejó la encuesta para su posterior recolección.

Para la elaboración de este numeral se tuvo la colaboración de los directores de la facultad de ingeniería Industrial de la Universidad Santo Tomás, la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) y la Universidad Industrial de Santander (UIS), en donde la entrega del instrumento presentado ha dicho directivo no tuvo respuesta oportuna debido a conflictos internos dentro de dicha universidad. En el caso de la Universidad de Santander (UDES), no se tuvo la colaboración de los directivos por razones personales, por lo cuál no se pudo desarrollar este numeral en dicha institución educativa.

➤ Estrategias pedagógicas identificadas en las Universidades bajo estudio

Tabla 3 .Estrategias pedagógicas identificadas en las Universidades bajo estudio

UNIVERSIDAD	ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS	SEMESTRE									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Universidad Pontificia Bolivariana	Paneles con egresados	X									
	Cátedras relacionadas con la creación de empresa								X		
	Actividades de simulación de empresas								X		
	Charlas con emprendedores	X									
	Talleres de elaboración de planes de negocio								X		
	Charlas y talleres motivacionales								X		
	Videos sobre emprendimiento								X		
	Software multimedia de planes de negocio	X									
	Ferias empresariales	X									
	Cátedras relacionadas con la creación de empresa					X					
Charlas con emprendedores					X						
Universidad Industrial de Santander	Paneles con egresados					X	X	X	X	X	X
	Cátedras relacionadas con la creación de empresa									X	X
	Charlas con emprendedores					X	X	X	X	X	X
	Sesiones reflexión									X	X
	Lectura de casos (testimonios)					X	X	X	X	X	X
	Talleres de elaboración de planes de negocio									X	X
	Seminarios									X	X
	Charlas y talleres motivacionales *	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Videos sobre emprendimiento *	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Software multimedia de planes de negocio									X	X
	Concursos de planes de negocio									X	X
	Ferias empresariales *	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

* Estrategias pedagógicas que se dan en todos los semestres, dado que son de libre elección para los alumnos.

Nota: Dada la negativa de la Universidad de Santander (UDES), no se pudo aplicar el instrumento en la parte directiva, sin embargo, se logró obtener información por medio de los alumnos acerca de las estrategias pedagógicas más vivenciadas, las cuáles son: las cátedras relacionadas con la creación de empresas con un 84 %, seguidas por la lectura de casos (testimonios) con 65 %, los paneles con egresados 62% y las charlas con emprendedores con un 57%.

En la Universidad Pontificia Bolivariana, el primer y octavo semestre es donde se hace más énfasis en el desarrollo del emprendimiento, dado que es en ellos donde se implementan más estrategias pedagógicas. Por el contrario, en la Universidad Santo Tomás, el quinto semestre es clave, teniendo en cuenta que la totalidad de estrategias pedagógicas se aplican en el mismo. En cuanto a la Universidad Industrial de Santander,

se puede observar que desde el quinto semestre se empiezan a desarrollar estrategias pedagógicas, siendo el décimo en el que mayor énfasis se hace en el desarrollo del emprendimiento. No obstante, existen estrategias que son cursos de libre elección (charlas y talleres motivacionales, videos sobre emprendimiento y ferias empresariales) los cuáles los estudiantes los pueden tomar en el semestre en que lo deseen, es por ello que dichas estrategias se muestran en todos los semestres.

➤ Evaluación de las estrategias pedagógicas en las Universidades bajo estudio

Tabla 4 .Evaluación de las estrategias pedagógicas en las Universidades bajo estudio

Universidad	Forma de evaluación de la efectividad de las estrategias	Forma de evaluación del incremento del nivel de emprendimiento en los alumnos
Universidad Pontificia Bolivariana	La efectividad de las estrategias pedagógicas, se evalúa por medio del número de proyectos formulados	No se realiza
Universidad Santo Tomás	-Se analizan los resultados en los salones -Se analizan los resultados con los decanos respectivos -Por medio de los estudiantes, los cuáles cuentan con la posibilidad de tomar la asignatura emprendimiento y evaluarla al final del semestre, como se realiza con todas las materias	Se realiza a través de un seguimiento a los proyectos integradores de los alumnos, de donde se podrá medir cuantas experiencias son productivas y cuáles de éstas son exitosas
Universidad Industrial de Santander	Número de personas que aplican al Programa Emprendedor o al Fondo Emprender, y el número de favorecidas.	No se realiza

Según la información suministrada por el director de escuela de Ingeniería industrial de la Universidad Pontificia Bolivariana, la evaluación de la efectividad de las estrategias pedagógicas se realiza por medio de la formulación de proyectos. Sin embargo, con base en la experiencia propia de los autores del proyecto, se estableció que el proceso de evaluación también se realiza por medio de la valoración de los aspectos positivos y negativos por parte de los alumnos. En cuanto a la Universidad Santo Tomás, la evaluación se realiza con base en los resultados obtenidos en la aplicación de las estrategias pedagógicas. Adicionalmente, por medio de la cátedra opcional denominada "emprendimiento", se vincula a los estudiantes, ya que los mismo realizan la evaluación al final de semestre, como lo hacen en las demás asignaturas. En lo concerniente a la

Universidad Industrial de Santander, el proceso de evaluación no lo realiza la escuela de Ingeniería Industrial, sino por medio de la oficina de emprendimiento, la cuál según información suministrada por Martha Londoño, Coordinadora del Programa Emprendedor, está en un proceso de transición y reestructuración, razón por la que no se ha estructurado la parte de la evaluación, ya que están en la fase de planeación. Sin embargo, se pudo establecer que actualmente, por medio del número de personas que aplican y el número de personas favorecidas con el Programa emprendedor o el Fondo emprender del Sena, se evalúan la efectividad de las estrategias pedagógicas.

En general, las Universidades vinculan a los alumnos al proceso de evaluación, lo cuál es importante ya que su experiencia al vivenciarlas proporciona información muy útil para la valoración de las estrategias pedagógicas, es por ello que las Instituciones educativas deben tener un instrumento que permita hacer dicho proceso de una forma muy efectiva, lo cuál no se pudo establecer en el presente estudio, debido a la falta de información de los directores de las Universidades.

En cuanto a la evaluación del incremento del nivel de emprendimiento en los alumnos, la Universidad Santo Tomás se basa en los proyectos integradores realizados por los alumnos, en donde se mide el número de experiencias productivas, y de estas cuáles fueron exitosas, mientras que en la Universidad Pontificia Bolivariana y la Universidad Industrial de Santander no se realiza. Sin embargo, por falta de información, no se pudo establecer, si las Instituciones bajo estudio tienen en cuenta las características del perfil que impactan cada estrategia.

7.2 PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO

- Este punto del instrumento aplicado hace referencia a la palabra más común con la que los estudiantes asocian la palabra emprendimiento; para llevar a cabo este diagnóstico del emprendimiento, se tomó como referencia los test realizados por la entidad Chilena Momento Cero, por lo cual el estudiante a la hora de diligenciar el instrumento, debía seleccionar máximo 3 de las opciones de las 10 planteadas. Una vez obtenidos los resultados arrojados por el software SPSS (Ver anexo F) se seleccionó la palabra que con mayor frecuencia los estudiantes relacionaron la palabra emprendimiento. A continuación se muestra la tabla que indica de mayor a menor las frecuencias.

Tabla 5. Mayor frecuencia de palabra asociada con emprendimiento

PALABRA CON LA QUE ASOCIAN EMPRENDIMIENTO	FRECUENCIA
Proyectos personales	201
Empresas	164
Actitud ante la vida	155
Desarrollo del país	136
Generación de empleo	131
Independencia laboral	100
Proyectos sociales	43
Ganar dinero	26
Movilidad social	22
Negocios	12

De este diagnóstico inicial, la palabra más relacionada con emprendimiento según los estudiantes encuestados de Ingeniería Industrial de las Universidades bajo estudio es

proyectos personales, lo que indica que ellos asumen sus proyectos como retos que se trazan en su vida. Los resultados arrojaron que las palabras menos relacionadas con el emprendimiento fueron *negocios* y *movilidad social*, es decir, los estudiantes encuestados no perciben el emprendimiento como algo netamente vinculado a lo monetario, aunque cabe anotar que el tema del dinero sí intervine de alguna manera como un estímulo para que una persona se lance a emprender un negocio.

- En este punto se plantean las características de un emprendedor y en las cuales debe realizarse un orden de importancia de mayor a menor según su criterio, siendo 1 la de más alta relevancia, todo esto con el fin de identificar la percepción de los estudiantes encuestados frente a las características que identifican a un emprendedor. Los resultados obtenidos se analizaron por medio de la tabulación realizada con el software SPSS (Ver anexo G).

A continuación se muestra la siguiente tabla con su respectiva frecuencia y orden de importancia de las características de un emprendedor percibida por los estudiantes encuestados de las universidades bajo estudio:

Tabla 6. Orden de importancia características de un emprendedor

CARACTERISTICA	FRECUENCIA	ORDEN DE IMPORTANCIA
Liderazgo	170	1
Innovador	78	2
Creativo	46	3
Visionario	44	4
Inteligencia	38	5
Ambición	51	6
Perseverante	47	7
Toma de riesgo	39	8
Organización	41	9
Capacidad de adaptación	53	10
Proactivo	35	11
Determinación	44	12
Tolerancia al fracaso	50	13
Trabajo en equipo	52	14
Valentía	87	15

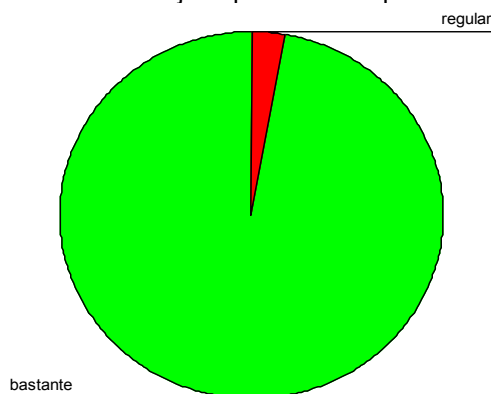
El grado de importancia más representativo de acuerdo a la percepción de los estudiantes encuestados acerca del emprendimiento se enfoca principalmente en la característica *liderazgo*, dado que presenta la mayor frecuencia en referencia al orden de importancia establecido por los estudiantes en el instrumento, seguido de ésta se encuentra el ser *innovador* como otra característica fundamental; esto indica que los estudiantes perciben que estos dos aspectos son de suma importancia en las características de un emprendedor. Mientras que las características *trabajo en equipo* y *la valentía* presentaron una relevancia mínima según la percepción de los alumnos encuestados

➤ Importancia del emprendimiento en los estudiantes

Tabla 7. Importancia del emprendimiento

Importancia	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nada	0	0
Poco	0	0
Regular	11	2,9
Bastante	373	97.1

Gráfica 2. Porcentaje importancia emprendimiento



Para un 97.1 % de los estudiantes encuestados, el emprendimiento tiene un nivel de importancia alto, esto muestra que en la educación es primordial seguir promoviendo el emprendimiento con el fin de estimular a los estudiantes a desarrollar aquellas capacidades y actitudes claves para el emprendimiento, firmes en la consecución de sus objetivos y metas, descubriendo y desarrollando su potencial en el área del emprendimiento y así concretarlo en proyectos viables.

De acuerdo al por qué de la importancia del emprendimiento mencionado en el instrumento, la respuesta más frecuente esta ligada a la generación de empleo, así como a la contribución al desarrollo del país, por lo cuál se puede inferir que para los estudiantes encuestados el emprendimiento hace referencia a la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. Por consiguiente es claro mencionar que los estudiantes encuestados de las universidades bajo estudio presentan una buena percepción de la importancia que tiene el emprendimiento en la economía y el desarrollo del país. A continuación la tabla muestra las respuestas dadas por los estudiantes encuestados acerca del por qué de la importancia del emprendimiento.

Tabla 8. Frecuencias porque es importante el emprendimiento

¿Por qué es importante el emprendimiento?	Frecuencia
Forma de realizar sueños	10
Base para el desarrollo de proyectos	17
Contribuye al desarrollo del país	24
Medio para la creación de empresas	8
Clave para el éxito	14
Posibilidad de lograr independencia laboral	6
Generación de empleo	25
Toma de riesgos	5
Crecimiento personal y profesional	22
Contribuye a la innovación	10
Ayuda a lograr metas	11
Desarrolla la creatividad	4
Proyecto de vida	14
Visión a futuro	10
Realización de objetivos	8

7.3 PERFIL EMPRENDEDOR ESTIMADO POR LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS

De acuerdo al perfil empresarial planteado por Rodrigo Varela, se tomaron las características más relevantes las cuales se eligieron como base para así evaluar y analizar si los estudiantes encuestados, según su criterio, consideran que poseen las características del perfil emprendedor planteado. También, como se dijo anteriormente en el diseño del instrumento, se tomó como referencia el Proyecto investigación: “Nivel de emprendimiento en los estudiantes de ingeniería industrial en la Universidad Pontificia Bolivariana y el aporte de las estrategias pedagógicas al perfil del emprendedor”.

En la siguiente tabla se muestra cada característica con su respectivo nivel de intensidad, esto se obtuvo por medio de la sumatoria de cada frecuencia en la respectiva pregunta correspondiente a dichas características (Ver anexo H). El mayor nivel de intensidad se concentró en las características *Capacidad de identificar oportunidades* y *Aceptación y propensión al cambio*. En general los estudiantes encuestados estiman que su nivel de intensidad, en cuanto a las características del perfil emprendedor planteado, se encuentra entre los rangos muy alto y alto.

Tabla 9. Nivel de intensidad (estimado por los estudiantes encuestados) del perfil emprendedor planteado

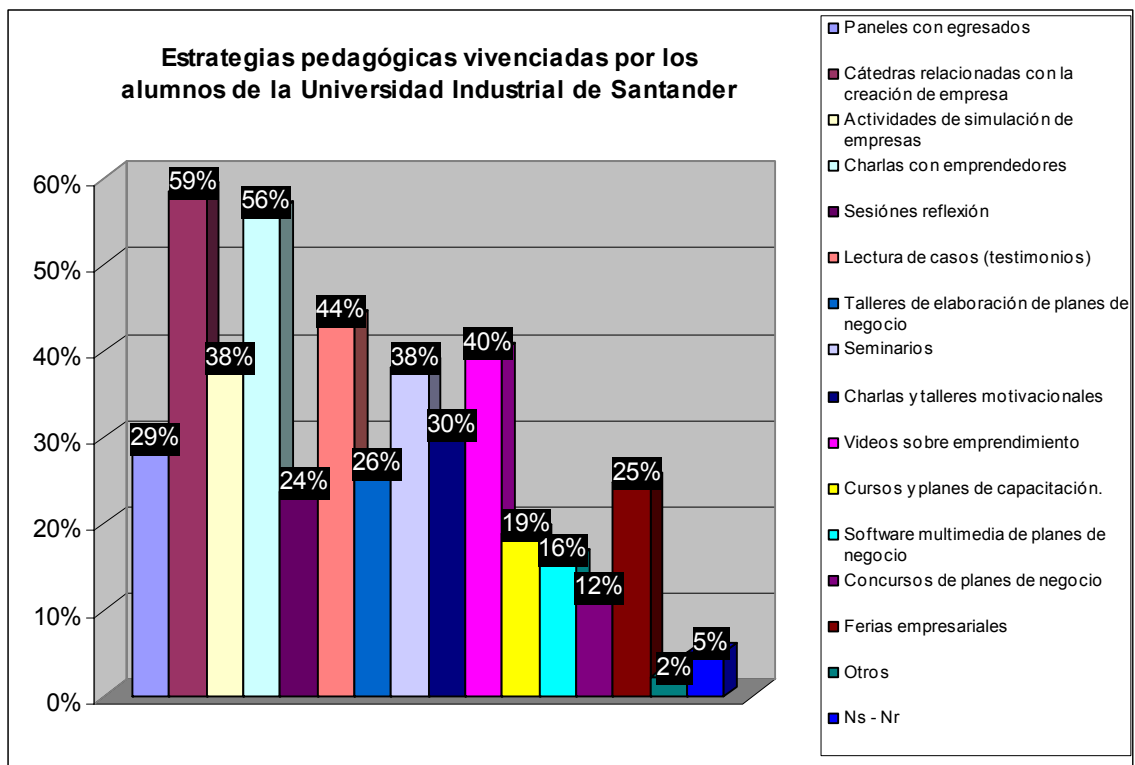
Características del emprendedor	Nivel de intensidad				
	Muy alto (TA)	alto (DA)	Intermedio (I)	Bajo (ED)	Muy bajo (TD)
Capacidad de identificar oportunidades	331	608	107	97	9
Habilidad creadora e innovadora	162	439	189	219	143
Aceptación y propensión al cambio	203	568	218	116	47
Iniciativa	475	543	94	34	6
Confianza en sus facultades	563	460	108	20	1
Actitud mental positiva	378	566	145	61	2
Compromiso	420	545	128	43	16
Responsabilidad, solidaridad y ética	179	392	123	58	16
Liderazgo	204	185	127	63	14
Visión de futuro	262	325	164	270	131

7.4 PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS ACERCA DEL APOORTE DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

A continuación, se muestran las estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes de ingeniería industrial, el impacto de éstas en las características del perfil emprendedor según los encuestados y la relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuales existe un impacto muy bajo y muy alto.

- **Percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander (UIS) acerca del aporte de las estrategias pedagógicas en las características del perfil emprendedor planteado**

Gráfica 3. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander

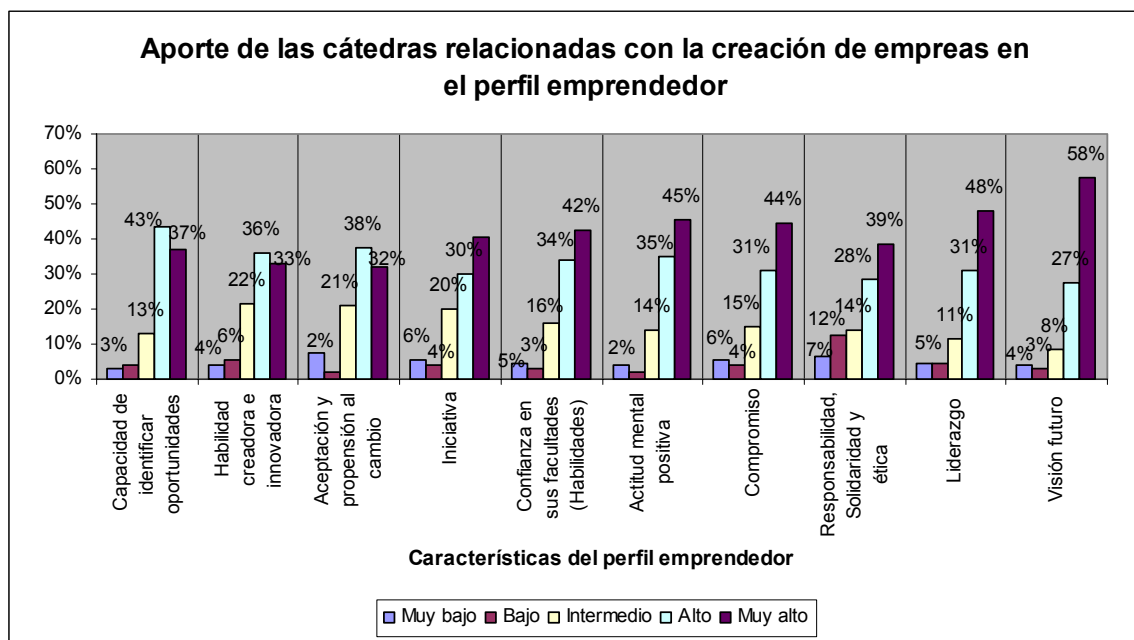


El 59% de los alumnos encuestados en la Universidad Industrial de Santander, ha vivenciado las cátedras relacionadas con la creación de empresas, seguido por las charlas con emprendedores con un 56%. Por el contrario, los concursos de planes de

negocio (12%), los software multimedia de planes de negocio (16%), y los congresos y los diplomados, (que corresponden al 2%), son las menos vivenciadas.

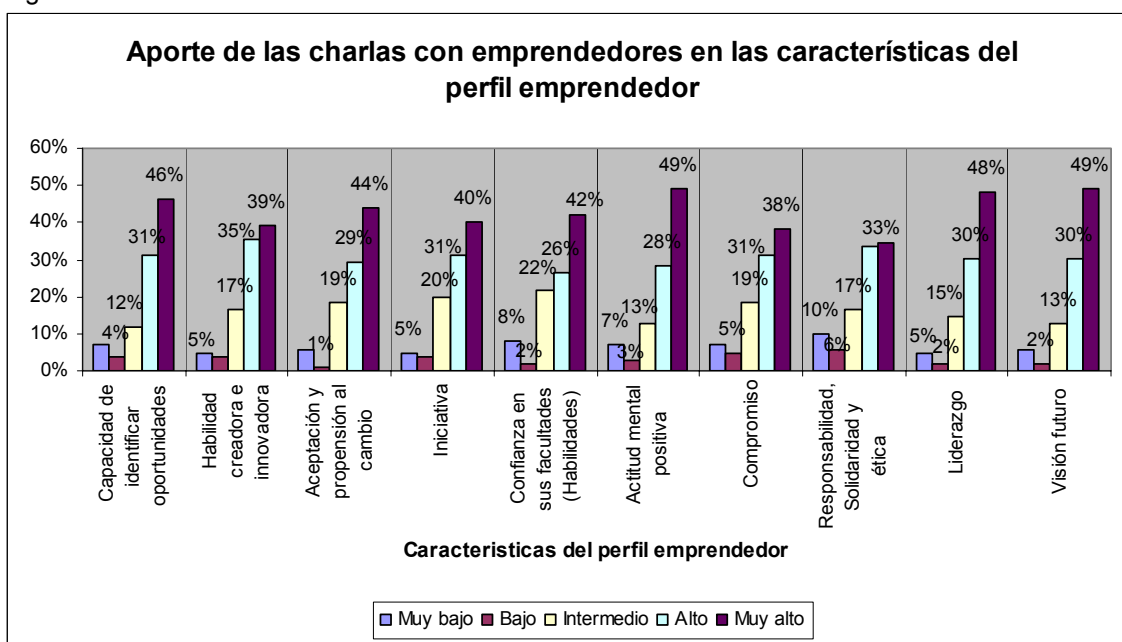
A continuación se muestra el aporte de las dos estrategias pedagógicas más vivenciadas en las características del perfil emprendedor planteado, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander.

Gráfica 4. Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



Como se puede observar en la gráfica, según los estudiantes encuestados de la UIS, el aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas es muy alto, teniendo en cuenta las altas proporciones en el nivel "muy alto", especialmente en las características visión futuro y liderazgo.

Gráfica 5. Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor según los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



En todas las características del perfil emprendedor, el nivel de aporte muy alto fue el predominante, lo cuál refleja que para los estudiantes encuestados de la Universidad Industrial de Santander, el aporte de esta estrategia en las características del perfil emprendedor, es muy positivo.

A continuación se relacionan las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los alumnos encuestados, el aporte es muy alto y muy bajo.

Tabla 10 .Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander, el nivel de aporte es muy alto y muy bajo

Características del perfil emprendedor	Estrategia pedagógicas con un nivel de aporte muy alto	Estrategia pedagógicas con un nivel de aporte muy bajo
Capacidad de identificar oportunidades	Ferias empresariales	Paneles con egresados
Habilidad creadora e innovadora		
Iniciativa	Concursos de planes de negocio	Talleres de elaboración de planes de negocio
Confianza en sus facultades		Software multimedia de planes

(Habilidades)		
Actitud mental positiva		
Aceptación y propensión al cambio		
Compromiso		
Visión futuro		
Responsabilidad, Solidaridad y ética		
Liderazgo	Ferias empresariales	de negocio

Según la percepción de los estudiantes encuestados de la Universidad Industrial De Santander, los software multimedia de planes de negocio, los talleres de elaboración de planes de negocio y los paneles con egresados, son las estrategias que poseen el más bajo nivel de aporte. Por el contrario, las ferias empresariales y los concursos de planes de negocio son las estrategias con las más elevadas proporciones en el nivel de aporte muy alto.

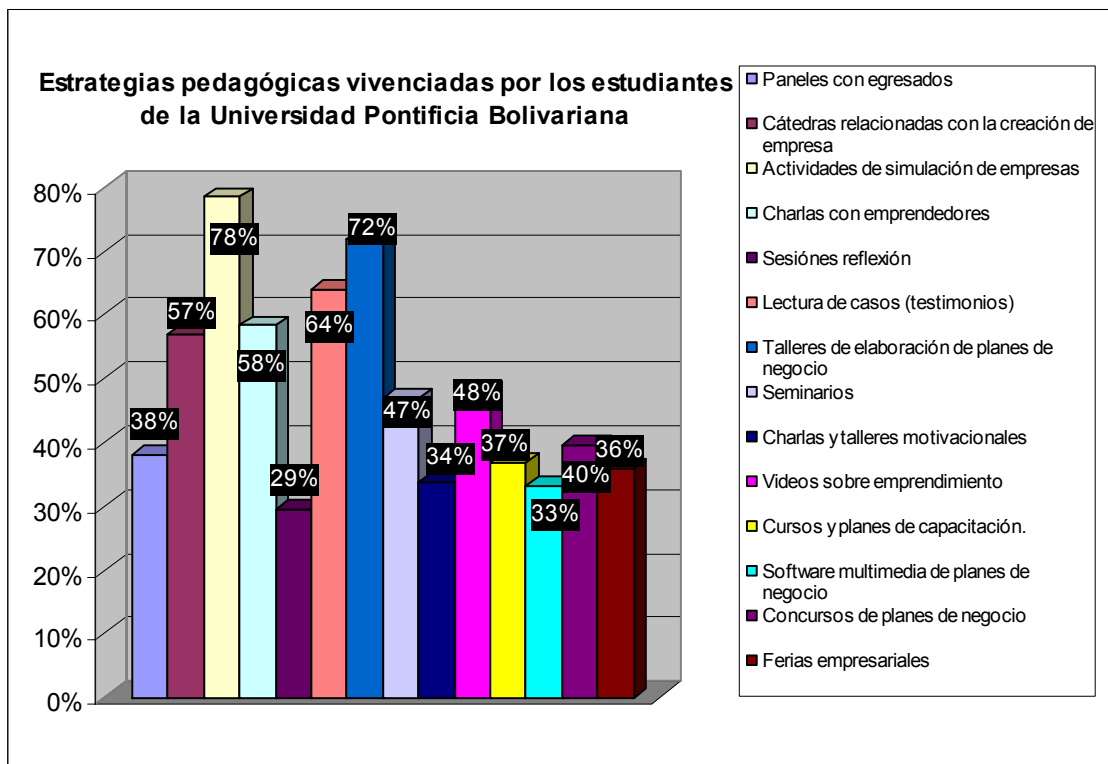
En la Universidad Industrial de Santander, las dos estrategias pedagógicas más vivenciadas poseen un aporte alto las características del perfil emprendedor según la percepción de los alumnos encuestados. No obstante, las estrategias pedagógicas con un nivel de aporte muy alto (ferias empresariales y los concursos de planes de negocio), son escasamente vivenciadas, lo cuál impide impactar de una manera más certera las características planteadas. Sin embargo, según el criterio de los alumnos encuestados, casi la totalidad de estrategias pedagógicas aportan de una manera positiva el perfil emprendedor planteado en el estudio, ya que como se puede ver en las gráficas del (Ver anexo I), las proporciones en los niveles de aporte alto y muy alto son elevadas. Entre estas estrategias se encuentran: las cátedras de creación de empresas, las actividades de simulación, las charlas con emprendedores, las sesiones de reflexión, las lecturas de caso, los seminarios, las charlas y talleres motivacionales, ferias empresariales, los concursos de planes de negocio, videos sobre emprendimiento, las charlas con emprendedores, los cursos y planes de capacitación, los software multimedia y los planes de negocio.

Vale la pena decir, que aunque actividades como los software multimedia de planes de negocio y los talleres de elaboración de planes de negocios sean unas de las estrategias que generan las proporciones más grandes en cuanto al nivel de aporte muy bajo se

refiere, poseen un aporte positivo, teniendo en cuenta que en la Universidad Industrial de Santander, los niveles de aporte "bajo y muy bajo" se dieron en pequeñas proporciones.

➤ **Percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) acerca del aporte de las estrategias pedagógicas en las características del perfil emprendedor planteado**

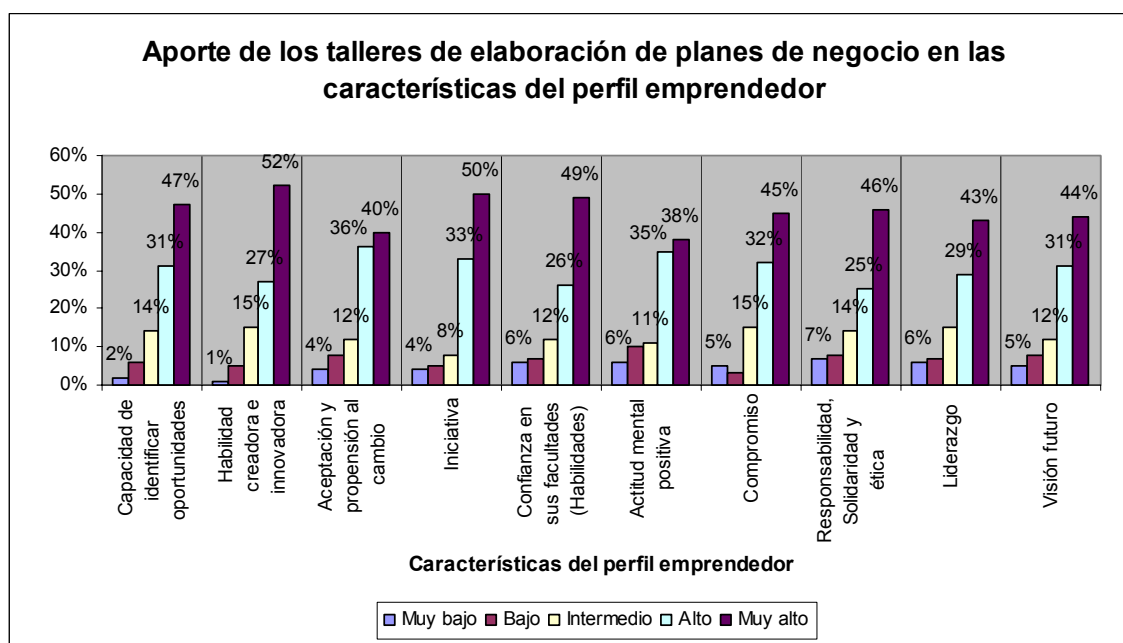
Gráfica 6. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



La estrategia pedagógica más vivenciada por los alumnos encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana son las actividades de simulación de empresas con un 78%, seguida por los talleres de elaboración de planes de negocio 72%, y la lectura de casos con un 64%. En menor escala se encuentran las sesiones de reflexión y los software de planes de negocio.

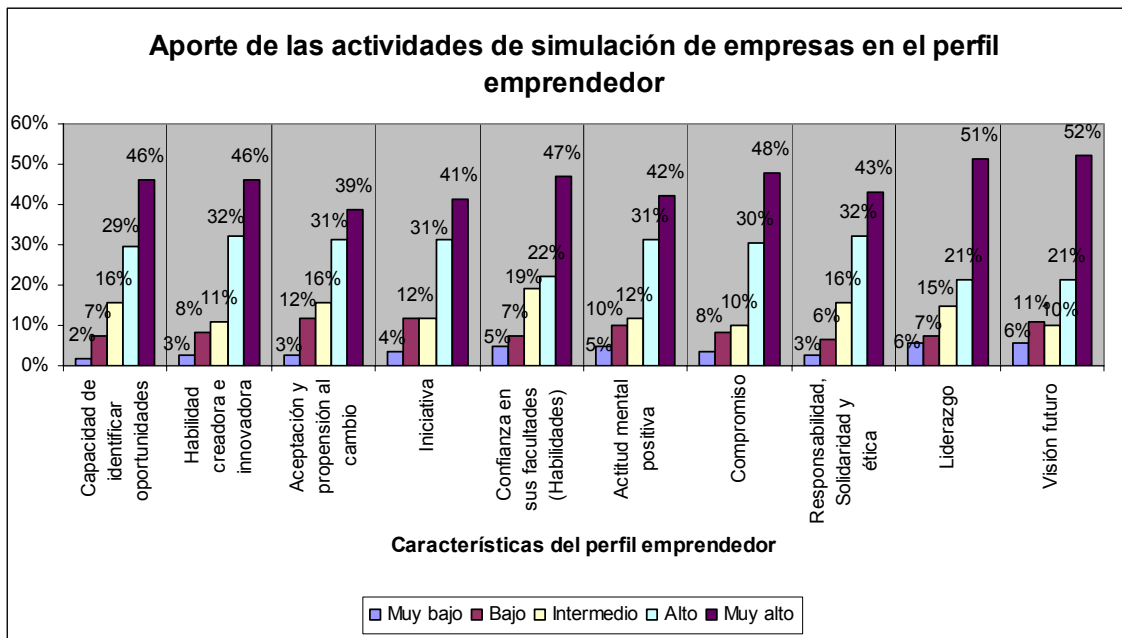
A continuación se muestra el aporte de las dos estrategias pedagógicas más vivenciadas en las características del perfil emprendedor planteado, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana.

Gráfica 7. Aporte de los talleres de elaboración de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana.



Según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana, los talleres de elaboración de planes de negocio poseen un buen aporte en las características del perfil emprendedor planteado, teniendo en cuenta que el nivel de aporte muy alto es el predominante.

Gráfica 8. Aporte de las actividades de simulación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana.



Para los alumnos encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana, las actividades de simulación poseen un aporte significativo, ya que como muestra la gráfica, en todas las características del perfil emprendedor planteado, el nivel de aporte muy alto tuvo las proporciones más elevada.

A continuación se relacionan las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los alumnos encuestados, el nivel de aporte es muy alto y muy bajo.

Tabla 11 .Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los estudiantes encuestados de la Universidad Pontificia Bolivariana se obtiene un de aporte muy alto y muy bajo.

Características del perfil emprendedor	Estrategia pedagógicas con nivel de aporte muy alto	Estrategia pedagógicas con un nivel de aporte muy bajo
Capacidad de identificar oportunidades	Talleres de elaboración de planes de negocio	Paneles con egresados
Iniciativa		Charlas y talleres motivacionales
Habilidad creadora e innovadora		
Aceptación y propensión al cambio		Paneles con egresados

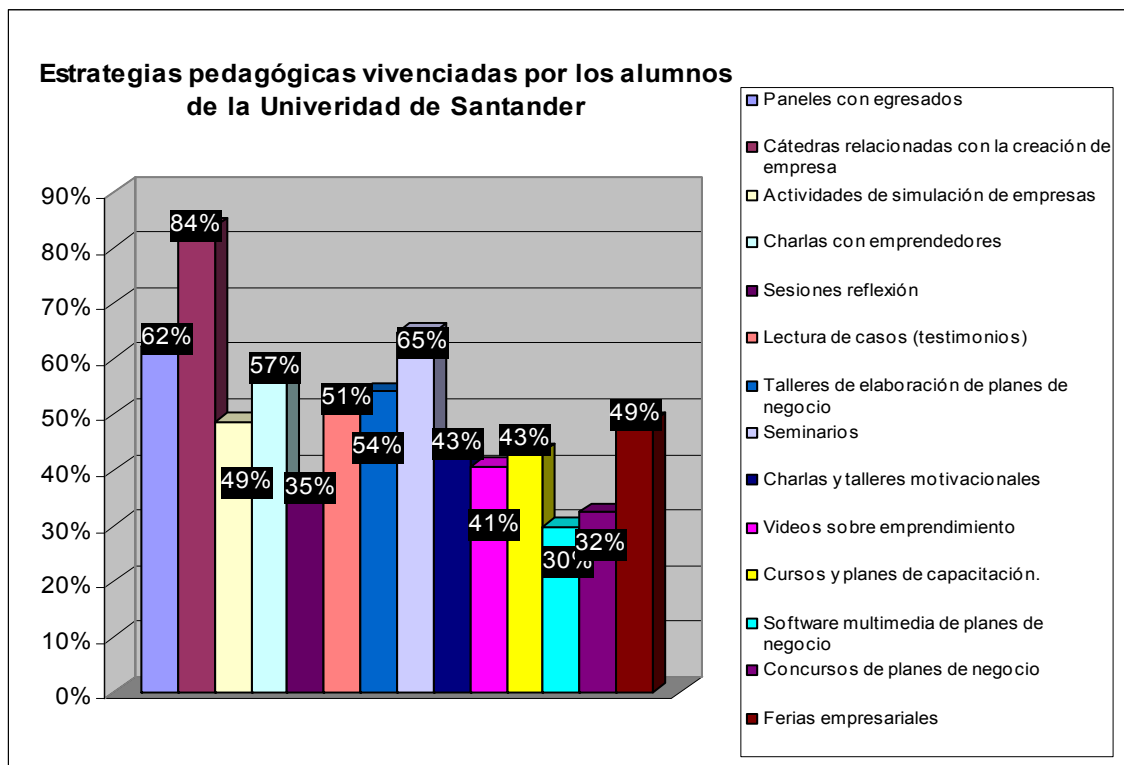
Responsabilidad, Solidaridad y ética	Talleres de elaboración de planes de negocio	Concursos de planes de negocio
Confianza en sus facultades (Habilidades)		Sesiones de reflexión
		Elaboración de proyectos de investigación
Actitud mental positiva	Concursos de planes de negocio	Software multimedia de planes de negocio
Compromiso	Actividades de simulación de empresas	Sesiones reflexión
Liderazgo		
Visión futuro		

Como se puede observar en la tabla, según la percepción de los alumnos encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana, los talleres de elaboración de planes de negocio, y las actividades de simulación de empresas, son las estrategias que poseen mayor aporte en las características del perfil emprendedor planteado. Por el contrario, las sesiones de reflexión, los paneles con egresados, las charlas y talleres motivacionales y los concursos de planes de negocio, son las estrategias que menos aportan en las características del perfil emprendedor ya que generan las proporciones más elevadas en el nivel de aporte muy bajo.

En general, para los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana, las estrategias pedagógicas aportan de una manera positiva en el desarrollo del perfil emprendedor, dadas las bajas proporciones de los niveles de aporte “bajo o muy bajo” (Ver anexo J). Sin embargo, según la percepción de los alumnos encuestados, existen algunas estrategias que aportan de una forma más alta dichas características, entre las que se encuentran: las actividades de simulación de empresas, los talleres de elaboración de planes de negocio, los seminarios y los concursos de planes de negocio. Adicionalmente, las estrategias pedagógicas más vivenciadas por los alumnos de la UPB, poseen un aporte positivo en las características del perfil emprendedor planteado, según el criterio de los mismos, lo cuál es muy importante para fortalecer dicho perfil.

➤ **Percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES) acerca del aporte de las estrategias pedagógicas en las características del perfil emprendedor planteado**

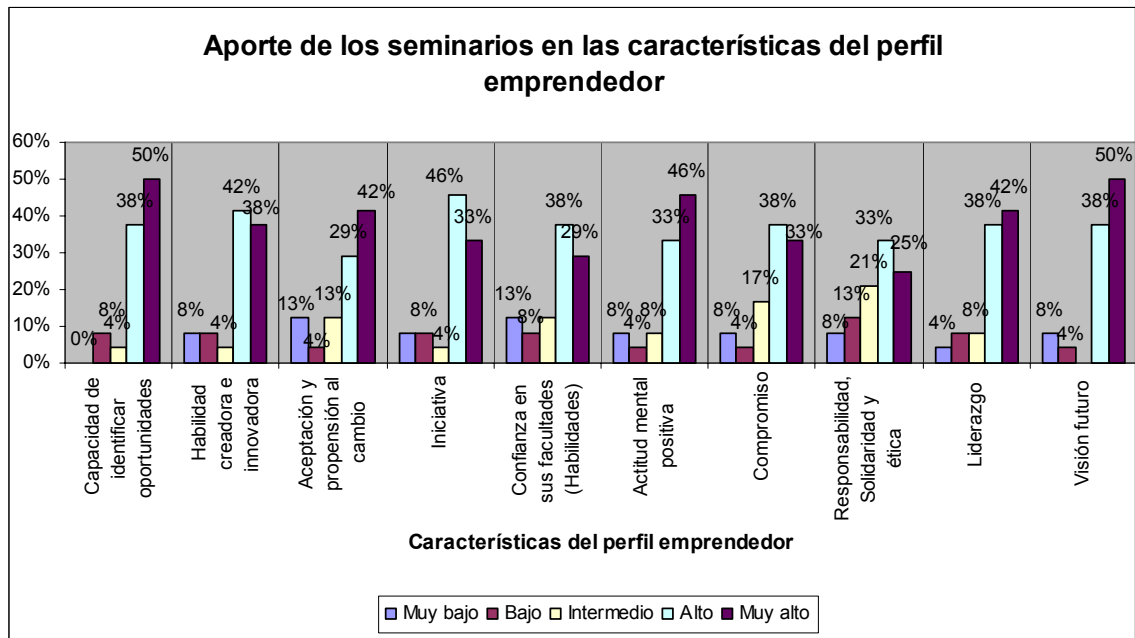
Gráfica 9. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los alumnos encuestados de la Universidad de Santander



El 84% de los alumnos encuestados de la Universidad De Santander (UDES), han vivenciado las cátedras relacionadas con la creación de empresas, seguido por los seminarios con un 65% y los paneles con egresados son 62%.

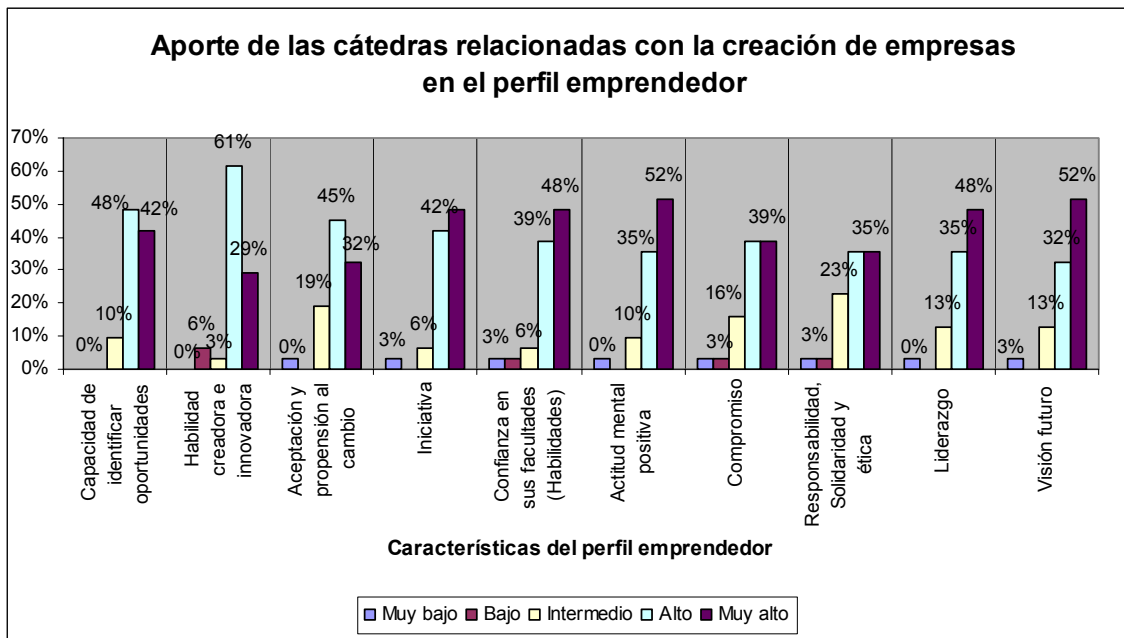
A continuación se muestra el aporte de las dos estrategias pedagógicas más vivenciadas en las características del perfil emprendedor planteado, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)

Gráfica 10. Aporte de los seminarios en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



Para los alumnos encuestados en la Universidad De Santander (UDES), los seminarios aportan positivamente en el desarrollo de las características del perfil emprendedor planteado para el presente estudio, dado que los niveles de aporte alto y muy alto predominan.

Gráfica 11. Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



La habilidad creadora e innovadora, es la característica más aportan las cátedras relacionadas con la creación de empresas, con un nivel de intensidad alto. Así mismo, según los estudiantes de la UDES, esta estrategia aporta positivamente en todas las características del perfil emprendedor.

A continuación se relacionan las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los alumnos encuestados, el nivel de impacto es muy alto y muy bajo.

Tabla 12. Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los estudiantes encuestados de la Universidad De Santander, se obtiene un nivel de aporte muy alto y muy bajo.

Características del perfil emprendedor	Estrategia pedagógicas con un nivel de aporte muy alto	Estrategia pedagógicas con un nivel de aporte muy bajo
Confianza en sus facultades (Habilidades)	Talleres de elaboración de planes de negocio	Lectura de casos
Actitud mental positiva		
Capacidad de identificar oportunidades	Ferias empresariales	Videos sobre emprendimiento
Habilidad creadora e innovadora		Talleres de elaboración de planes de negocio

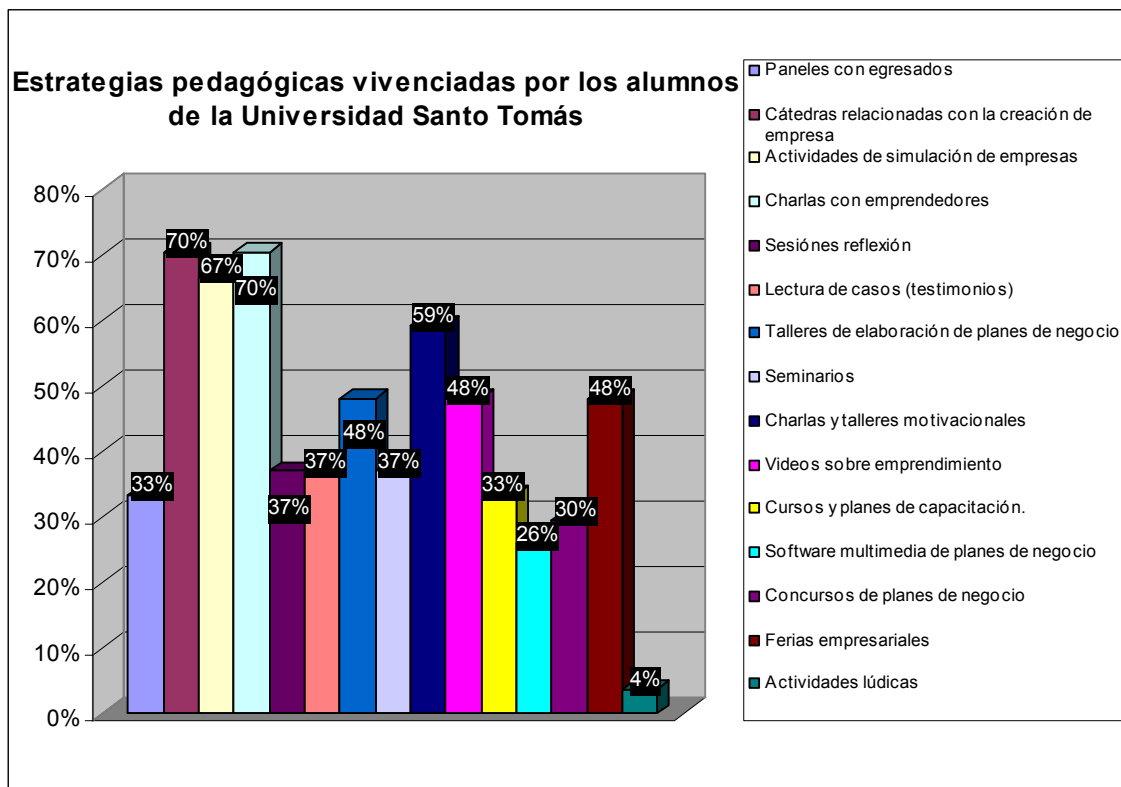
Compromiso	Ferias empresariales	Sesiones de reflexión
Aceptación y propensión al cambio	Charlas con emprendedores	
Iniciativa	Talleres de elaboración de planes de negocio	
Responsabilidad, Solidaridad y ética		
Liderazgo		
Visión futuro		

Como se puede observar en la tabla, según los estudiantes encuestados en la Universidad de Santander, la lectura de casos, los videos sobre emprendimiento y las sesiones de reflexión son las estrategias que poseen un aporte bajo, dadas sus proporciones en el nivel de aporte “muy bajo”. Por el contrario, los talleres de elaboración de planes de negocio, las ferias empresariales y las charlas con emprendedores son estrategias con un aporte muy alto, según la percepción de los estudiantes de la UDES.

Para los estudiantes encuestados en la Universidad de Santander, la mayoría de estrategias pedagógicas planteadas aportan positivamente en el desarrollo de las características del perfil emprendedor (Ver anexo K), tal es el caso de las cátedras relacionadas con la creación de empresas, las actividades de simulación de empresas, las charlas con emprendedores, los talleres de elaboración de planes de negocio, los seminarios, los concursos de planes de negocio y las ferias empresariales. Por otro lado, estrategias como los paneles con egresados, las sesiones de reflexión, los videos sobre emprendimiento y los software de planes de negocio, aportan en una menor medida en las características del perfil emprendedor planteado, según la percepción de los estudiantes de la Universidad de Santander UDES.

➤ **Percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás acerca de la incidencia de las estrategias pedagógicas en las características del perfil emprendedor planteado**

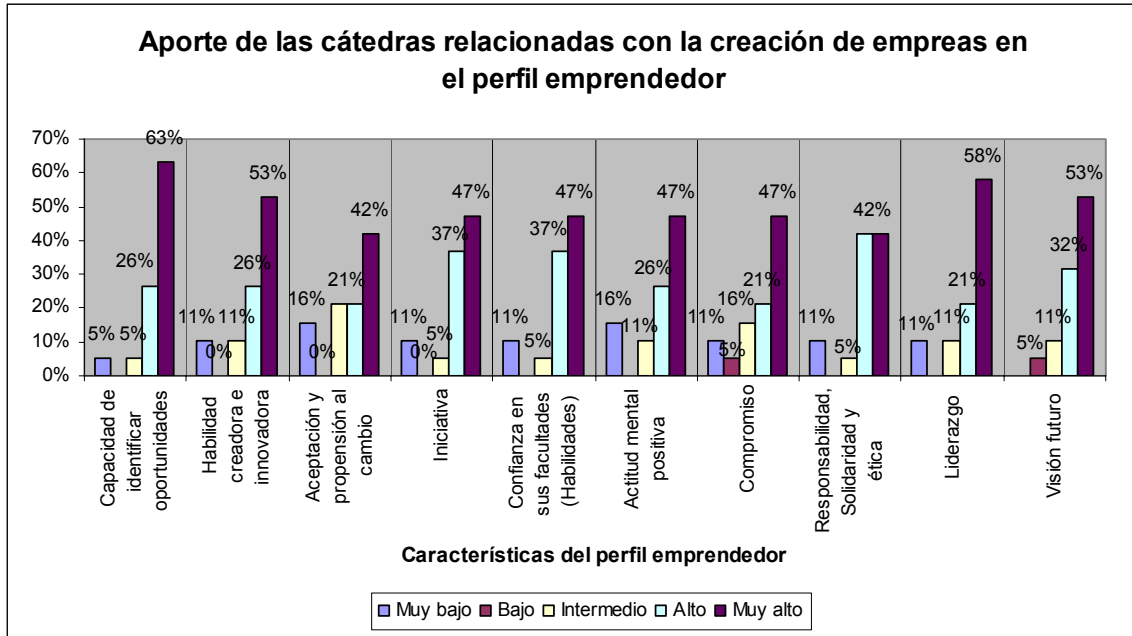
Gráfica 12. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes encuestados de la Universidad Santo Tomás



Las cátedras relacionadas con la creación de empresas y las charlas con emprendedores, son las estrategias pedagógica más vivenciada por los alumnos encuestados en la Universidad Santo Tomás, seguidas por las actividades de simulación de empresas y las charlas y talleres motivacionales. La menor proporción esta dada por las actividades lúdicas, las cuáles corresponden a la opción de “otros”.

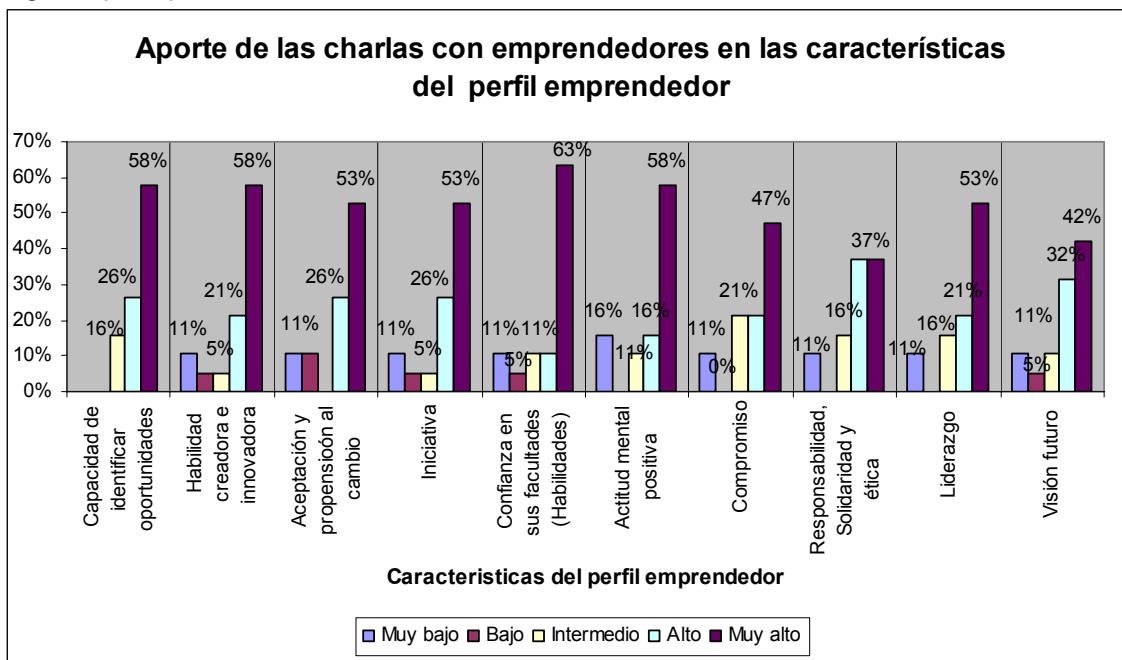
A continuación se muestra el aporte de las dos estrategias pedagógicas más vivenciadas en las características del perfil emprendedor planteado, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás.

Gráfica 13. Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



Según los alumnos encuestados en la Universidad Santo Tomás, las cátedras relacionadas con la creación de empresas tienen un aporte positivo en el desarrollo de las características del perfil emprendedor planteado, teniendo en cuenta las altas proporciones del nivel de aporte "muy alto".

Gráfica 14. Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



Como se puede observar en la gráfica, para los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás, las charlas con emprendedores es una estrategia que aporta de una manera positiva en el desarrollo de las características del perfil emprendedor planteado, dado que el nivel de aporte “muy alto” posee las proporciones más elevadas.

A continuación se relacionan las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los alumnos encuestados, el nivel de aporte es muy alto y muy bajo.

Tabla 13. Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás, se obtiene un nivel de aporte muy alto y muy bajo.

Características del perfil emprendedor	Estrategia pedagógicas con un aporte muy alto	Estrategia pedagógicas con un aporte muy bajo
Capacidad de identificar oportunidades	Cátedras relacionadas con la creación de empresa	Talleres de elaboración de planes de negocio
Compromiso		Ferias empresariales
Aceptación y propensión al cambio	Videos sobre emprendimiento	Concursos de planes de negocio

Iniciativa	Charlas con emprendedores	Concursos de planes de negocio
Confianza en sus facultades (Habilidades)		
Habilidad creadora e innovadora		
Actitud mental positiva		
Responsabilidad, Solidaridad y ética	Ferias empresariales	Sesiones de reflexión
Liderazgo		
Visión futuro		

Según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás, los talleres de elaboración de planes de negocio, las ferias empresariales, los concursos de planes de negocio y las sesiones de reflexión, son las estrategias pedagógicas que poseen las más elevadas proporciones en cuanto al nivel de aporte “muy bajo” se refiere. Por el contrario, las cátedras relacionadas con la creación de empresa, los videos sobre emprendimiento, las charlas con emprendedores, y las ferias empresariales, son las estrategias pedagógicas que más altas proporciones poseen en cuanto al nivel de aporte “muy alto”. Vale la pena resaltar, que para los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás, las ferias empresariales aportan en una manera muy alta la responsabilidad, solidaridad y ética, el liderazgo y la visión futuro, en contraste, este aporte es bajo en la capacidad de identificar oportunidades.

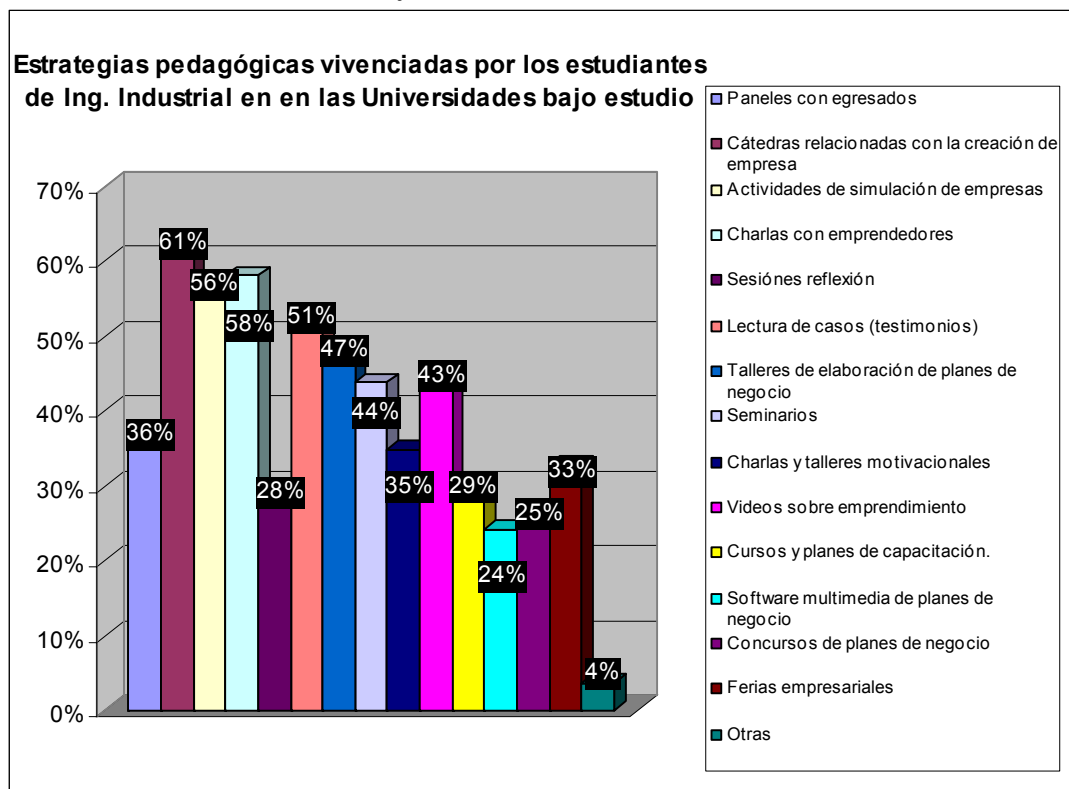
En general, para los estudiantes de la Universidad Santo Tomás, la mayoría de las estrategias pedagógicas aportan una forma alta el perfil emprendedor (Ver anexo L), tal es el caso de las cátedras relacionadas con la creación de empresas, las actividades de simulación, las charlas con emprendedores y las ferias empresariales. Por el contrario, según la percepción de los estudiantes encuestados, existen estrategias que poco aportan al perfil emprendedor planteado, entre las que se encuentran las sesiones de reflexión, los talleres de elaboración de planes de negocio, los software multimedia y los concursos de planes de negocio, en donde el nivel de aporte “bajo y muy bajo” es elevado, y los niveles “alto y muy alto”, reducidos. Vale la pena decir, que en las percepciones de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás, se presentan las proporciones más elevadas de los niveles de aporte “bajo y muy bajo” de las Universidades bajo estudio. En cuanto a las estrategias pedagógicas más vivenciadas

por los alumnos, el aporte es alto (según su criterio), lo cuál es muy positivo para el fortalecimiento del perfil emprendedor.

A continuación, se muestra el aporte de las estrategias pedagógicas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de Ingeniería Industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.

➤ **Percepción de los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio, acerca del aporte de las estrategias pedagógicas en las características del perfil emprendedor planteado**

Gráfica 15. Estrategias pedagógicas vivenciadas por los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio

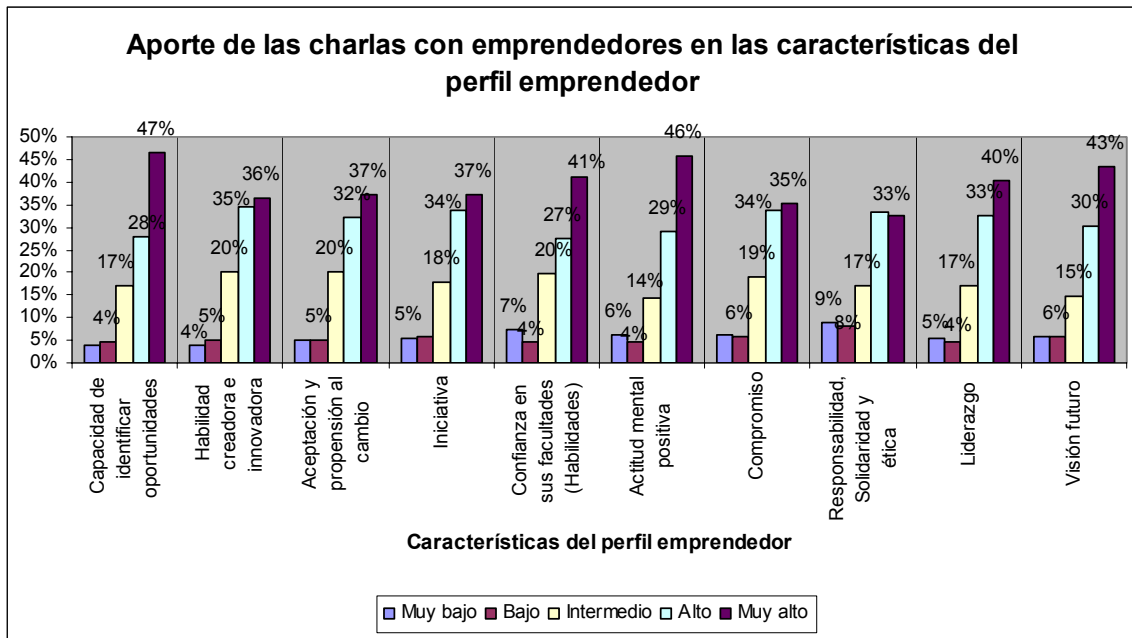


Como se puede observar, las cátedras relacionadas con la creación de empresas (61%) y las charlas con emprendedores (58%) son las estrategias pedagógicas más vivenciadas por los estudiantes de ingeniería industrial en las Universidades bajo estudio. Entre las

menos vivenciadas, se encuentran los software multimedia de planes de negocio con 24%, los concursos de planes de negocio con 25% y los congresos, diplomados y actividades lúdicas con un 4%.

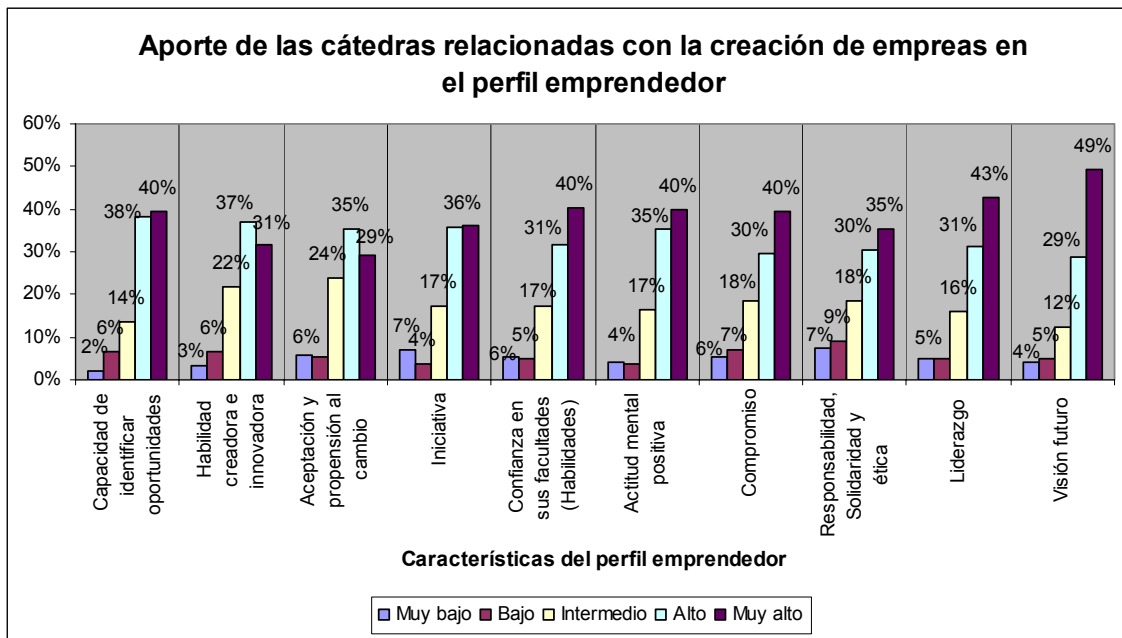
A continuación se muestra el aporte de las dos estrategias pedagógicas más vivenciadas en las características del perfil emprendedor planteado, según la percepción de los estudiantes encuestados en las Universidades bajo estudio.

Gráfica 16. Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.



Para los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio, las charlas con emprendedores tienen un aporte positivo en el desarrollo de las características del perfil emprendedor planteado, teniendo en cuenta las altas proporciones en el nivel de aporte muy alto.

Gráfica 17. Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.



Las cátedras relacionadas con la creación de empresas, según la percepción de los alumnos de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio, aportan de una manera muy positiva las características del perfil emprendedor planteado, ya que tanto el nivel de aporte “alto como muy alto”, es el común denominador.

A continuación se relacionan las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los alumnos encuestados, el nivel de aporte es muy alto y muy bajo.

Tabla 14. Relación de las características del perfil emprendedor con las estrategias pedagógicas con las cuáles, según la percepción de los estudiantes encuestados en las Universidades bajo estudio, se obtiene un nivel de aporte muy alto y muy bajo.

Características del perfil emprendedor	Estrategia pedagógicas con nivel de aporte muy alto	Estrategia pedagógicas con un nivel de aporte muy bajo
Capacidad de identificar oportunidades	Charlas con emprendedores	Paneles con egresados
Responsabilidad, Solidaridad y ética	Talleres de elaboración de planes de negocio	Concursos de planes de negocio
Actitud mental positiva	Concursos de planes de negocio	Software multimedia de planes de negocio
Habilidad creadora e innovadora	Ferias empresariales	
Liderazgo	Actividades de simulación de empresas.	Sesiones de reflexión
Compromiso	Talleres de elaboración de planes de negocio	
Confianza en sus facultades (Habilidades)	Concursos de planes de negocio	
Aceptación y propensión al cambio		
Iniciativa	Actividades de simulación de empresas	
Visión futuro		

En la tabla se observan las estrategias pedagógicas de mayor y menor aporte para cada una de las características del perfil emprendedor planteado, según la percepción de los alumnos encuestados en las Universidades bajo estudio. De este modo se puede observar, que los paneles con egresados, los software multimedia de planes de negocio, las sesiones de reflexión y los concursos de planes de negocio, son las estrategias pedagógicas con más altas proporciones en el nivel de aporte “muy bajo”. Por el contrario, las charlas con emprendedores, las ferias empresariales, los talleres de elaboración de planes de negocio y los concursos de planes de negocio, son las estrategias pedagógicas con más altas proporciones en cuanto a el nivel de aporte “muy alto” se refiere.

En general, para los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio, las estrategias pedagógicas aportan de una manera positiva

el desarrollo de las características del perfil emprendedor planteado, sin embargo, existen algunas cuyo aporte es muy alto (Ver anexo M), entre las que se encuentran: las actividades de simulación de empresas, los talleres de elaboración de planes de negocio, los seminarios, los concursos de planes de negocio y las ferias empresariales. Por el contrario, estrategias como los paneles con egresados, las sesiones de reflexión y los software multimedia de planes de negocio, tienen una pobre influencia en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los alumnos encuestados. Del mismo modo, se puede observar que desde las instituciones de educación superior, se esta aportando al desarrollo del perfil emprendedor, teniendo en cuenta que se implementan estrategias pedagógicas, que según la percepción de los estudiantes, desarrollan el nivel de emprendimiento. Prueba de ello es que las estrategias con más altos aportes en las características del perfil emprendedor, son las más vivenciadas por los estudiantes.

En la siguiente tabla se relacionan las estrategias pedagógicas con las características del perfil emprendedor que más alta proporción obtuvieron con la aplicación de la misma, con su correspondiente nivel de aporte, para los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.

Tabla 15 .Relación de las estrategias pedagógicas con las características del perfil emprendedor que más alta proporción obtuvieron con su correspondiente nivel de aporte, para los estudiantes de Ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio.

Estrategia Pedagógica	Característica del perfil emprendedor a la que más aporte	Nivel de aporte	
Paneles con egresados	Compromiso	Alto	
Sesiones reflexión	Confianza en las facultades	Muy alto	
Charlas con emprendedores	Capacidad de identificar oportunidades		
Talleres de elaboración de planes de negocio	Habilidad creadora e innovadora		
	Iniciativa		
	Visión futuro		Seminarios
Cátedras relacionadas con la creación de empresa			
Actividades de simulación de empresas			
Lectura de casos (testimonios)			
Charlas y talleres motivacionales	Actitud mental positiva		Alto
Videos sobre emprendimiento			
Cursos y planes de capacitación.			
Software multimedia de planes de negocio			
Concursos de planes de negocio		Muy alto	
Ferias empresariales	Iniciativa		
	Habilidad creadora e innovadora		
	Liderazgo		

Se puede observar en la tabla, que según la percepción de los estudiantes encuestados en las Universidades bajo estudio, las estrategias pedagógicas más vivenciadas, (las charlas con emprendedores y las cátedras relacionadas con la creación de empresas) aportan principalmente en la confianza en las facultades (habilidades) y la visión futuro.

Según el criterio de los encuestados, la actitud mental positiva y la visión futuro, son las características del perfil emprendedor, que con más frecuencia son impactadas positivamente con la aplicación de las estrategias pedagógicas, seguidas por la confianza en las facultades y la capacidad de identificar oportunidades. Vale la pena aclarar, que lo

que se muestra en este cuadro no es más que la característica del perfil emprendedor que posee la más alta proporción dentro de cada estrategia pedagógica, sin embargo, eso no quiere decir que dichas estrategias no incidieron en las otras características, como se dijo anteriormente.

8. PROPUESTA DE MEJORES PRÁCTICAS DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS AL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

Los estudiantes encuestados de las Universidades bajo estudio, presentaron una percepción positiva de las características del perfil emprendedor planteado, en relación con las estrategias pedagógicas, por ende cabe anotar que los estudiantes encuestados perciben que las Universidades están realizando un aporte representativo para incentivar y promover el espíritu emprendedor en los alumnos, con el fin de formar personas visionarias con capacidades de relacionarse con el entorno, para de esta manera contribuir y participar en el desarrollo y el progreso del País. El objetivo de la presente propuesta es crear una estructura académica en las Universidades que permita desarrollar en el transcurso de la ruta académica el emprendimiento en los estudiantes, para de esta forma garantizar un proceso ligado a la formación en dicho tema.

Como primera medida se planteó un ciclo básico del emprendimiento en el que se implementen mensualmente en los primeros semestres las siguientes actividades extra pensum: paneles con egresados, charlas con emprendedores, lectura de casos y videos sobre emprendimiento, esto con el fin de contribuir en una formación enfocada a incentivar y promover el espíritu emprendedor en los estudiantes. Antes de poner en marcha el ciclo básico del emprendimiento, es necesario llevar a cabo una evaluación que permita realizar un diagnostico inicial de los alumnos, para conocer la percepción de los mismos en relación al emprendimiento (Ver anexo N).

A partir de las estrategias pedagógicas de mayor impacto, según la percepción de los estudiantes encuestados, se propone llevar a cabo un plan de acción enfocado a implementar éstas en las Instituciones de educación superior. Para ello se eligieron la realización de actividades de simulación de empresas, ya que esta posee un alto impacto en las características del perfil emprendedor planteado (Ver anexo M), así mismo, se propone la implementación de la estrategia Talleres de planes de negocios, con el fin de formar a los estudiantes en la formulación y elaboración de los mismos.

A continuación se muestra el contenido a desarrollar en cada actividad del ciclo básico del emprendimiento:

- Paneles con egresados:

Objetivo

Familiarizar a través de la experiencia de los egresados de cada universidad a los estudiantes con el emprendimiento.

Temas a desarrollar

- Qué es el emprendimiento
- Qué y quien es un emprendedor
- Qué es el espíritu emprendedor
- Características de un emprendedor

Metodología

- Convocar a egresado de la facultad de Ingeniería Industrial de cada universidad, que haya materializado el emprendimiento como proyecto de desarrollo profesional, para que transmita sus conocimientos y vivencias a los estudiantes.
- Exposición de temas a tratar por medio de ayudas audiovisuales.
- Planteamiento de preguntas por parte de los estudiantes hacia el ponente.

Evaluación y seguimiento

- Para evaluar las competencias adquiridas por los estudiantes, será necesario aplicar una evaluación, el cual plantee cuestionamientos acerca de los temas tratados en la actividad desarrollada, para de este modo evidenciar la claridad de los conceptos planteados por el ponente.
- Para garantizar una retroalimentación, dentro de la misma evaluación nombrada anteriormente, se solicitará los estudiantes que planteen debilidades, fortalezas y aspectos a mejorar de la actividad. Adicionalmente, se aplicará el instrumento de evaluación acerca de la percepción de los estudiantes frente el perfil emprendedor de las estrategias pedagógicas aplicadas (Ver anexo O)

- Charlas con emprendedores:

Objetivo

Permitir a los alumnos conocer e interactuar con emprendedores y rescatar sus experiencias y valores.

Temas a desarrollar:

- Cómo emprender
- Principales retos a la hora de emprender
- Ventajas y desventajas del emprendimiento
- Experiencias emprendedoras de los ponentes.

Metodología

- Convocar al personal idóneo en el campo del emprendimiento, para que transmita sus conocimientos y vivencias a los estudiantes.
- Exposición de temas a tratar por medio de ayudas audiovisuales.
- Espacio de preguntas y respuestas.

Evaluación y seguimiento

- Para evaluar las competencias adquiridas por los estudiantes, será necesario aplicar una evaluación, la cual plantee cuestionamientos acerca de los temas tratados en la actividad desarrollada, para de este modo evidenciar la claridad de los conceptos planteados por el ponente.
- Para garantizar una retroalimentación, dentro de la misma evaluación nombrada anteriormente, se solicitará los estudiantes que planteen debilidades, fortalezas y aspectos a mejorar de la actividad.
- se aplicará el instrumento de evaluación acerca de la percepción de los estudiantes frente el perfil emprendedor de las estrategias pedagógicas aplicadas (Ver anexo O)

- Lectura de casos:

Objetivo

Mostrar a los estudiantes casos de personas exitosas en el emprendimiento, para de este modo dar a conocer que el éxito a la hora de emprender está al alcance de todos.

Temas a desarrollar

Planteamiento de casos de emprendedores, en donde se muestren las diversas etapas que tuvieron que atravesar para el logro de sus objetivos.

Metodología

- Realización de lecturas acerca de casos de emprendedores.
- Una vez desarrollada la lectura, se propondrá un debate en el cual se puedan discutir los aspectos claves que llevaron al éxito o al fracaso de los casos en estudio.
- Realizar un consenso en todo el grupo, con el fin de unificar los criterios planteados por los estudiantes.

Evaluación y seguimiento

- Para evaluar las competencias adquiridas por los estudiantes, será necesario aplicar una evaluación, la cual plantee cuestionamientos acerca de los aspectos claves tratados en las lecturas, para de este modo evidenciar la claridad de los conceptos planteados en el debate.
- Para garantizar una retroalimentación, dentro de la misma evaluación nombrada anteriormente, se solicitará los estudiantes que planteen debilidades, fortalezas y aspectos a mejorar de la actividad.
- Se aplicará el instrumento presente en anexo O, con el fin de evaluar la percepción de los estudiantes frente el perfil emprendedor de las estrategias pedagógicas aplicadas (Ver anexo O)

- *Videos sobre emprendimiento:*

Objetivo:

Mostrar a los estudiantes casos exitosos de emprendedores famosos a nivel internacional, para de este modo generar en ellos una motivación hacia el emprender.

Temas a desarrollar

Planteamiento de casos de emprendedores famosos a nivel internacional, en donde se muestren las diversas etapas que tuvieron que atravesar para el logro de sus objetivos.

Metodología

- Proyección del video seleccionado.
- Una vez observado el video, se propondrá un debate en el cual se puedan discutir los aspectos claves que llevaron al éxito del emprendedor en estudio.
- Realizar un consenso en todo el grupo, con el fin de unificar los criterios planteados por los estudiantes.

Evaluación y seguimiento

- Para evaluar las competencias adquiridas por los estudiantes, será necesario aplicar una evaluación, la cual plantee cuestionamientos acerca de los aspectos claves tratados en los videos, para de este modo evidenciar la claridad de los conceptos planteados en el debate.
- Para garantizar una retroalimentación, dentro de la misma evaluación nombrada anteriormente, se solicitará los estudiantes que planteen debilidades, fortalezas y aspectos a mejorar de la actividad.
- Se aplicará el instrumento presente en anexo O, con el fin de evaluar la percepción de los estudiantes frente el perfil emprendedor de las estrategias pedagógicas aplicadas (Ver anexo O)

Con la realización del “ciclo básico del emprendimiento” se pretende generar aprendizajes que permitan una familiarización con el emprendimiento, esto con el fin de formar bases sólidas que garanticen que los alumnos adquieran nociones básicas que les permitan desenvolverse en estrategias pedagógicas más avanzadas.

Una vez superado el “ciclo básico del emprendimiento”, el siguiente paso a seguir es la implementación de las estrategias pedagógicas nombradas anteriormente, ésta se realizará a través de la siguiente manera:

Nota: A continuación se muestran los semestres y las asignaturas en las cuáles se recomienda implementar las estrategias, sin embargo lo más adecuado sería que se abrieran asignaturas independientes para este fin.

- Estrategia 1: Talleres de planes de negocio

Tabla 16. Semestres y asignaturas recomendadas en las que se puede aplicar los talleres de planes de negocio en las Universidades bajo estudio.

Universidad	Semestre recomendado para aplicar la estrategia	Asignatura
Universidad Industrial de Santander (UIS)	6	Dirección empresarial
Universidad Santo Tomás (USTA)	5	Creación de empresas
Universidad de Santander (UDES)	7	Simulación
Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)	8	Plan de negocios

Objetivo

Proporcionar herramientas, experiencias, casos, entre otras actividades para desarrollar habilidades en la elaboración de planes de negocios.

Temas a desarrollar

- Espíritu empresarial
- Beneficios de hacer un plan de negocios
- Visualización de planes de negocio
- Tipos de planes de negocios
- Cómo elaborar un plan de negocio

Metodología

- Desarrollo de dinámicas de grupo
- Análisis de material audiovisual
- Discusión de casos con la exposición del docente sobre aspectos importantes a considerar en la formulación de una idea de negocios y en la elaboración del plan de negocios.

Evaluación y seguimiento

- Para evaluar las competencias adquiridas por los estudiantes se llevará a cabo una serie de talleres, quices y un parcial final; esto con el fin de corroborar los conocimientos adquiridos por los estudiantes en la estrategia implementada y el posterior análisis de las actividades desarrolladas.

- Para garantizar una retroalimentación, dentro de la misma evaluación nombrada anteriormente, se solicitará los estudiantes que planteen debilidades, fortalezas y aspectos a mejorar de la actividad
- Se aplicará el instrumento presente en anexo O, con el fin de evaluar la percepción de los estudiantes frente el perfil emprendedor de las estrategias pedagógicas aplicadas (Ver anexo O)

- Estrategia 2: Actividades de simulación de empresas

Tabla 17. Semestres y asignaturas recomendadas en las que se puede aplicar las actividades de simulación de empresas en las Universidades bajo estudio.

Universidad	Semestre recomendado para aplicar la estrategia	Asignatura
Universidad Industrial de Santander (UIS)	8	Dirección empresarial II
Universidad Santo Tomás (USTA)	7	Formulación y evaluación de proyectos
Universidad de Santander (UDES)	7	Simulación
Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)	8	Plan de negocios

Objetivo

Generar en los estudiantes una cultura empresarial y la capacidad de poner en práctica nuevos comportamientos emprendedores, de tal forma que contribuyan al crecimiento del tejido empresarial colombiano.

Temas a desarrollar

- Espíritu empresarial
- Beneficios al crear empresa
- Proceso de creación de empresas
- Política Colombiana de apoyo para la creación de empresas.

Metodología

- Clases magistrales para el marco conceptual y las experiencias, utilizando medios audiovisuales.
- Exposición de ideas de negocio en donde se genere un debate acerca de la viabilidad de las mismas.

- Experiencias de emprendedores y empresarios.
- Simulacro del proceso para la constitución legal de la empresa
- Exhibición de productos o servicios en ferias empresariales

Evaluación y seguimiento

- Para evaluar los conocimientos adquiridos por los estudiantes se llevará a cabo una serie de talleres, quices y un parcial final; esto con el fin de corroborar los conocimientos adquiridos por los estudiantes en la estrategia implementada y el posterior análisis de las actividades desarrolladas.
- Para garantizar una retroalimentación, dentro de la misma evaluación nombrada anteriormente, se solicitará los estudiantes que planteen debilidades, fortalezas y aspectos a mejorar de la actividad.
- Se aplicará el instrumento presente en anexo O, con el fin de evaluar la percepción de los estudiantes frente el perfil emprendedor de las estrategias pedagógicas aplicadas (Ver anexo O)

Con el fin de proporcionar espacios para que los alumnos muestren lo plasmado en sus planes de negocio, se sugiere la realización de ferias empresariales, ya que propician encuentros entre potenciales clientes, proveedores e inversionistas, con el objetivo de establecer contactos y concretar negocios en el corto, mediano o largo plazo; propiciando a su vez que los estudiantes se familiaricen y conozcan más sobre las tendencias del mercado.

Teniendo en cuenta el papel fundamental que juegan los docentes en la implementación de las estrategias pedagógicas, se diseñó un instrumento (Ver Anexo P) el cual esta tiene como finalidad evaluar la percepción de los docentes respecto a las estrategias pedagógicas implementadas.

9. CONCLUSIONES

- La ley 1014 de 2006, "ley de emprendimiento" del Ministerio de educación, basada en ubicar al emprendimiento como elemento central en la estrategia productiva del país, busca ligar estrechamente a la empresa con la educación, es por ello que las instituciones de educación superior deben desarrollar en sus estructuras curriculares, todas aquellas estrategias pedagógicas que promuevan el emprendimiento. Por tal motivo, y teniendo en cuenta el objetivo general del proyecto, se identificaron dichas estrategias pedagógicas en el plan de estudio de ingeniería industrial en las Universidades bajo estudio. Para tal fin, se elaboró un instrumento aplicado a los directores de escuela, en donde se pudo conocer cuáles estrategias pedagógicas se han implementado en las instituciones para desarrollar el emprendimiento en los estudiantes, así como también la forma de evaluación de la efectividad de las estrategias y el incremento en el nivel de emprendimiento en los alumnos. Es así como se encontró que en las Universidades, los semestres en los que se enfocan el desarrollo del emprendimiento (en los que mayor número de estrategias pedagógicas se aplican) varían teniendo en cuenta que algunas Instituciones cuentan con programas académicos de 8 semestres y otras 10 semestres (Ver anexo D). Teniendo en cuenta ello, se encontró que en la Universidad Pontificia Bolivariana, el primer y octavo semestre es donde se enfoca el desarrollo del emprendimiento, mientras que para la Universidad Santo Tomás es el quinto. En cuanto a la Universidad Industrial de Santander, desde el quinto semestre se empiezan a desarrollar estrategias pedagógicas, siendo el décimo en el que mayor énfasis se hace en el desarrollo del emprendimiento. No obstante, existen estrategias que son cursos de libre elección (charlas y talleres motivacionales, videos sobre emprendimiento y ferias empresariales) los cuáles los estudiantes los pueden tomar en el semestre en que lo deseen. En la Universidad de Santander (UDES), no se pudo obtener dicha información debido a que no se obtuvo la colaboración por parte de los directivos.

- Todas las Universidades bajo estudio realizan la evaluación de la efectividad de las estrategias de una forma diferente, no obstante en todas se tienen en cuenta a los estudiantes para dicha actividad, lo cuál es de mucha importancia ya que en últimas ellos son quienes las vivencian y por consiguiente, poseen información útil. Por otro lado, se observó que la evaluación del incremento del nivel de emprendimiento en los alumnos es

deficiente, debido a que en las Universidades no se mide el impacto de las estrategias pedagógicas en las características perfil emprendedor

- Para efectuar la determinación inicial del diagnóstico acerca de la percepción del emprendimiento y las características del perfil emprendedor por parte de los estudiantes encuestados en las Universidades bajo estudio, se diseñó un bloque temático en el instrumento el cual se denominó Perfil Emprendedor, el cual tiene como objetivo evaluar la percepción de los estudiantes acerca de si poseen ciertas características del perfil emprendedor planteado en el presente estudio. Para tal fin se tomó como base las características del perfil empresarial planteado por el autor Rodrigo Varela en su libro innovación Empresarial; de las cuáles se tomaron 10 características más relevantes y las que más se relacionan con el perfil de un emprendedor. Una vez aplicado el instrumento, se obtuvo que los estudiantes encuestados asocian el emprendimiento con el hecho de generar proyectos personales enfocados al desarrollo del liderazgo y el ser innovador, por consiguiente la formación pedagógica debe estar orientada hacia la innovación desde la didáctica y la evaluación, para que así se convierta en la fórmula que garantice la eficacia en los procesos de enseñanza cuando se tiene el propósito de contribuir y participar en el desarrollo y el progreso del País. El perfil emprendedor planteado, en el cual los estudiantes se posicionaron, arrojó un nivel de intensidad establecido en los rangos muy alto y alto, principalmente en las características capacidad de identificar oportunidades y aceptación y propensión al cambio, lo que muestra que ellos las perciben como de vital importancia dentro de las características del perfil emprendedor planteado.

- Al determinar la percepción del nivel de importancia del emprendimiento en los encuestados de las Universidades bajo estudio, se encontró que el 97% del tamaño de la muestra asume el emprendimiento como un nivel de importancia alto, esto muestra que en la educación es primordial continuar promoviendo el emprendimiento, dada la importancia que le dan los estudiantes a este tema.

- La percepción del aporte de las estrategias pedagógicas se realizó por medio del instrumento aplicado a los alumnos, en el bloque temático denominado estrategias pedagógicas, en el cuál los alumnos marcaron el grado de intensidad con que las estrategias pedagógicas vivenciadas habían aportado en las características del perfil

emprendedor planteado. Es así como se observó que para los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander, la mayoría de estrategias pedagógicas aportan en un nivel alto y muy alto, lo cuál hace evidente el aporte positivo de las estrategias en dicha institución educativa. Por el contrario, los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás, presentaron las proporciones más elevadas en los niveles de impacto bajo y muy bajo, por lo cuál son menos las estrategias pedagógicas que aportan positivamente en los estudiantes de dicha Universidad. Así mismo, se pudo establecer que para los estudiantes encuestados en las Universidades bajo estudio, se están implementando estrategias pedagógicas las cuáles perciben les desarrolla el perfil emprendedor, teniendo en cuenta que las estrategias que poseen un aporte muy alto en las características de dicho perfil, son las más vivenciadas. En general, no se encontraron estrategias pedagógicas que marcaran una gran diferencia con una característica en particular, ya que la mayoría impactó de una manera positiva. Sin embargo, tres de ellas aportan de una manera contundente todas las características del perfil emprendedor; las actividades de simulación de empresas, los talleres de elaboración de planes de negocio y las ferias empresariales.

- A pesar de ciertos inconvenientes externos presentados en el transcurso de la elaboración del presente proyecto, se cumplieron satisfactoriamente los objetivos planteados, lo cuál se evidencia por medio de los resultados obtenidos. Sin embargo, la falta de colaboración del personal directivo de la Universidad de Santander no permitió la recolección de información necesaria para analizar adecuadamente lo concerniente a esta institución educativa.

10. RECOMENDACIONES

- Teniendo en cuenta la importancia que ha cobrado el emprendimiento en la educación, debido al aporte de éste en la generación de riqueza, empleo y disminución de la pobreza, y a la Ley de emprendimiento (Ley 1014 de 2006), se hace indispensable fortalecer todo el entorno, en cuanto a pedagogía, para así incidir de una manera adecuada el perfil emprendedor. Es por ello que la formación de los docentes es fundamental, ya que son el "puente" entre los alumnos y el conocimiento, y los que en gran medida garantizan el éxito en la implementación de estrategias pedagógicas; esto se debe realizar a través de cátedras permanentes de formación de docentes, con el fin de capacitarlos adecuadamente en lo concerniente a emprendimiento, para así asegurar la calidad en el proceso de formación; de la misma manera sería importante diseñar un sistema de incentivos a docentes y estudiantes que desarrollen e implementen proyectos de creación de empresa durante su permanencia dentro de la Universidad, ya que por medio de la aplicación de éstos, sería factible generar en los estudiantes una visión a futuro para la ejecución de proyectos viables que contribuyan a un mejoramiento de la productividad y economía tanto a nivel regional como a nivel nacional.

- La evaluación de la efectividad de las estrategias pedagógicas es de vital importancia, ya que así se pueden optimizar por medio de la detección y mejoramiento de los aspectos negativos. Por tal motivo, las Universidades deben prestar más importancia a este aspecto, y realizar dichas evaluaciones basadas en los objetivos de cada estrategia pedagógica, en donde se tenga en cuenta a los alumnos. Así mismo, la evaluación del incremento en el nivel de emprendimiento en los alumnos es indispensable, dado que ello permite ver el impacto de las estrategias, mostrando las debilidades y fortalezas de las mismas, por tal motivo, las instituciones de educación superior deben prestar una mayor importancia a dicho tema.

- La puesta en marcha de proyectos productivos, es la finalidad de la promoción del emprendimiento en las Instituciones educativas, ya que así se promueve el cambio de una sociedad de empleados a una sociedad de empresarios, lo cuál es llamado por Drucker la revolución social. Por tal razón, las Instituciones de educación superior deben establecer convenios con entidades, como el Fondo Emprender del SENA, que estén

dispuestas apoyar los proyectos productivos por medio de capital que permita la puesta en marcha de los mismos, para de este modo, pasar de lo empírico a lo práctico. Así mismo, las instituciones educativas deben establecer metas en lo concerniente al número de proyectos puestos en marcha a través de dichas alianzas, para así realizar un control que permita medir el desempeño de las instituciones en lo relacionado a la puesta en marcha de proyectos productivos.

- El fomento al espíritu emprendedor hace mención al desarrollo de actitudes de cooperación y de trabajo en equipo, al desarrollo de una capacidad de relación con el entorno y a la sensibilidad ante las necesidades de las otras personas, así como a la capacidad de asumir nuevos roles en una sociedad que se halla inmersa en un continuo cambio, por consiguiente es necesario que éste fomento se realice desde los primeros niveles de la educación básica primaria, con el fin de fortalecer de una manera más efectiva las características del perfil emprendedor desde los primeros años de estudio de las personas, para de este modo tener bases sólidas que permitan consolidar un proceso de formación de más alto nivel, en el ámbito universitario.

WEBGRAFÍA

-Bóveda Juan Ángel, El emprendedor y las pequeñas empresas, Disponible en Internet: http://www.revistafuturos.info/raw_text/raw_futuro6/emprendedor.doc. Fecha de recuperación: Enero 20 de 2009

-Cámara de comercio de Bucaramanga, disponible en Internet: <http://www.camaradirecta.com>. Fecha de recuperado: Agosto 6 de 2008.

-Capacitación en costos y gestión. Disponible en Internet: <http://capacitacionencostos.blogspot.com/2006/03/todos-podemos-ser-emprendedores-la.html>. Fecha de recuperación: Febrero 3 de 2009.

-Castillo Alicia. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento Disponible en Internet: http://www.momentocero.com/archivos/mo0_inv_acastillo_1999.pdf. Fecha de recuperación: Febrero 4 de 2009

-Concepto y definición de emprendimiento. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>. Fecha de recuperación: Octubre 2 de 2008.

-Corporación Bucaramanga Emprendedora. Incubadora de empresas de base tecnológica. Principales resultados anos 2000, 2001, 2002. Disponible en Internet: http://www.bucaincu.org/pdf/cbe_resultados_2000_2004.pdf. Fecha de recuperación: Febrero 4 de 2009

-Diario el país, artículo: Colombia tercero en creación de empresas. Disponible en Internet en: <http://www.elpais.com.co/historico/ago122008/ECO/eco1.html>. Fecha de recuperado: Octubre 2 de 2008.

-Diccionario de la lengua Española. Disponible en Internet: http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=emprender. Fecha de recuperación: Febrero 4 de 2009.

-Diseño de un modelo para promover el emprendimiento en estudiantes de secundaria en grados 10° y 11°, de estratos 1,2 y 3 en Colombia. Disponible en Internet: http://74.125.113.132/search?q=cache:JwpHxZkFzFAJ:columbus.uniandes.edu.co:5050/dspace/bitstream/1992/465/1/mi_1291.pdf+pedagogia+para+emprendimiento&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=co. Fecha de recuperado: Noviembre 20 de 2008.

-Educación para el emprendimiento, ministerio de economía y energía, gobierno de Chile, Disponible en Internet: <http://www.educacionempresa.cl/archivos/descriptivo.doc>. Fecha de recuperación enero 21 de 2009

-Entrevista a los expertos Rodrigo Varela y Raymond Prada, realizada por la docente Olga Lucia Díaz – Universidad de la Salle, Bogotá. Disponible en Internet: <http://tegra.lasalle.edu.co/dspace/bitstream/10185/442/1/TM85.06%20B112L.pdf>. Fecha recuperad: Noviembre 21 de 2008.

- Espíritu emprendedor Autor: Juan Carlos Vargas Leiva Bonilla. Disponible en Internet: http://www.itcr.ac.cr/boletinceda/Boletines/boletin_15/emprendedores.pdf. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008.

-Formichella, M. M. El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Enero de 2004. Disponible en Internet: http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008.

-Informe nacional de competitividad 2008-2009. Disponible en Internet <http://www.compitem.ws/spccompitem/content/page.aspx?ID=34>. Fecha de recuperación julio 4 de 2009.

-La importancia de educar a futuros emprendedores. Disponible en Internet: <http://pedablogia.wordpress.com/2008/07/14/la-importancia-de-educar-a-futuros-emprendedores/>. Fecha de recuperación: Diciembre 10 de 2008.

-La necesidad de cimentar la educación para el emprendimiento y la productividad. Disponible en Internet: <http://www.cemse.org.bo/archivosnoticias/jz1.pdf>. Fecha de recuperado: Noviembre 22 de 2008.

-Ley 1014 de 2006, "Ley de fomento a la cultura del emprendimiento", Disponible en Internet: <http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/78EF162BF50145DA801393213F0A627D/0/LEY1014DE2006.doc>. Fecha de recuperado: Agosto 6 de 2008.

-Misión, Visión y marco de creación y trabajo ROCE. Disponible en Internet: <http://www.emplenet.org.co/roce/descripcion.php>, Fecha de recuperación: Agosto 8 de 2008.

-Montes de oca García Roberto. "Alfabetización múltiple en nuevos ambientes de aprendizaje" Pág. 150. Disponible en Internet: http://books.google.com.co/books?id=HFtVwzMgHz4C&pg=PA151&lpg=PA151&dq=la+pedagogia+tiene+como+tarea+identificar+y+proponer+experiencias+y+camino&source=web&ots=3eaiXmsuL9&sig=Mb7A9LDP57yl8_0NG4iVZ5iTvZw&hl=es&sa=X&oi=book_result&resnum=1&ct=result#PPP1,M1. Fecha de recuperación: enero 21 de 2009

-Página oficial: Biblioteca virtual de derecho, economía y ciencias sociales. Disponible en Internet: <http://www.eumed.net/libros/2006a/cag2/19.htm>. Fecha de recuperación: Julio 8 de 2009

-Página oficial: Educar Chile: el portal de la educación. Disponible en Internet: <http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?GUID=5a31d1cb-ac43-4258-9da2-78f0aedd5c41&ID=187938> Fecha de recuperado: Noviembre 21 de 2008

-Página oficial Dinero.com. Disponible en Internet: http://www.dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=33792, fecha de recuperación: febrero 02 de 2009.

-Página oficial Empretec Colombia. Disponible en Internet: <http://empreteccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/47-taller-de-puesta-en-marcha-y-consolidacion-del-proyecto-empresarial.html>. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

-Página oficial Empretec Colombia – De emprendedor a empresario. Disponible en Internet: <http://empreteccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/49-educacion-financiera-para-emprendedores.html>. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

-Página oficial Emprender Colombia – Educación financiera a emprendedores. Disponible en Internet: <http://empreteccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/49-educacion-financiera-para-emprendedores.html>. Fecha de recuperación. Febrero 23 de 2009.

-Página oficial Empretec Colombia – Taller de puesta en marcha. Disponible en Internet: <http://empreteccolombia.org/index.php/programas-de-formacion/47-taller-de-puesta-en-marcha-y-consolidacion-del-proyecto-empresarial.html>. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

-Página oficial Empretec Uruguay - Intrapeneur. Disponible en Interne: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_intrapreneur. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009.

-Página oficial Empretec Uruguay – Jóvenes emprendedores. Disponible en Internet: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_jovenes_emprendedores. Fecha de recuperación: Febrero 23 de 2009

-Página oficial Empretec Uruguay. Disponible en Internet: http://www.empretec.org.uy/web/empretec/emp_metodologia. Fecha de recuperación: 23 de febrero de 2009.

-Página oficial Endeavor. Disponible en Internet: http://www.endeavor.com.uy/index.php?option=com_content&task=view&id=19&Itemid=75. Fecha de recuperación: Febrero 22 de 2009.

-Página oficial fondo emprender, Disponible en Internet: http://www.fondoemprender.com/BancoConocimiento/F/Fondo_Emprender/Fondo_Emprender.ASP. Fecha recuperación: Agosto 10 de 2008.

-Pagina oficial GEM Colombia, Disponible en Internet: http://www.gemcolombia.org/doc/Proyecto_GEM_2007.pdf. Fecha de recuperado: Agosto 10 de 2008

-Página oficial Momento Cero. Disponible en Internet: <http://www.momentocero.com/2008/index.php>. Fecha de recuperación: Noviembre 14 de 2008.

-Página oficial Momento Cero / cursos y planes de capacitación y emprendimiento. Disponible en Internet: http://www.momentocero.com/2008/productos_cursos.php. Fecha de recuperado: Noviembre 15 de 2008.

-Página oficial Momento Cero / charlas. Disponible en Internet: http://www.momentocero.com/2008/productos_charlas.php. Fecha de recuperado: Noviembre 14 de 2008.

-Página oficial Multiversidad Mundo Real. Disponible en Internet: <http://www.multiversidadreal.org/Noticias12.asp>. Fecha de recuperación: Febrero 25 de 2009

-Página oficial, Secretos en red. Disponible en Internet:
<http://secretosenred.com/articles/1556/1/-INTRAPRENEURSHIP----Parte-1/Page1.html>.

Fecha de recuperación: Enero 20 de 2009

-Perfil de un emprendedor. Disponible en Internet: <http://www.gerencie.com/perfil-de-un-emprendedor.html>. Fecha de recuperación: Octubre 2 de 2008

-Revista Electrónica Pedagógica Universitaria de la Dirección de formación de profesionales del Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba. Disponible en Internet:

[http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:Wkc2METTYeIJ:revistas.mes.edu.cu/PedagogiaUniversitaria/articulos/2004/5/189404509.pdf/at_download/file+estrategia+pedagogica+\"definicion\"&hl=es&gl=co&pid=bl&srcid=ADGEESjS_75O1T9c_CATWSuUUqW9BaQPW3inw1SAVwueBnu07w65XnSALMuvv_Awj3_Rp2MnnfzSUSN7IHd xp9C79WkmHhNyam5R4e4vExij3XqV3YKQAqDARv5lJKa64pv3e9oh5tj&sig=AFQjCNFnrdWHkFEp8fWUN0luehy pyVhhKg](http://docs.google.com/gview?a=v&q=cache:Wkc2METTYeIJ:revistas.mes.edu.cu/PedagogiaUniversitaria/articulos/2004/5/189404509.pdf/at_download/file+estrategia+pedagogica+\). Fecha de recuperación: Octubre 22 de 2009.

-Universidad de Antioquia, Estrategias pedagógicas. Disponible en Internet:
http://docencia.udea.edu.co/educacion/lectura_escritura/estrategias.html. Fecha de recuperación: Agosto 26 de 2008.

-Universidad de la Salle, Biblioteca digital. Disponible en Internet:
<http://tegra.lasalle.edu.co/dspace/bitstream/10185/442/1/TM85.06%20B112L.pdf>. Fecha de recuperado: Noviembre 21 de 2008.

-Vega Molina Luis. Mi primer negocio. Disponible en Internet:
<http://www.miprimernegocio.cl/node/18>. Fecha de recuperación: Febrero 22 de 2009

- Vicerrectoría Académica, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Dirección de Investigación y Desarrollo Educativo. Disponible en Internet:
http://www.sistema.itesm.mx/va/dide/documentos/inf-doc/Est_y_tec.PDF. Fecha de recuperación: Octubre 22 de 2009.

BIBLIOGRAFÍA

- Babatavia Doris Ampara, Ceballos Mario, Díaz Olga Lucía, “Lineamientos curriculares para el desarrollo de la competencia emprendedora en la facultad de Ciencias económicas y administrativas de Inpahu. Págs. 11 -13

- Camacho Pico Jaime Alberto, Pradilla Ardila Humberto. Incubadoras de empresas de base tecnológica. Pág. 93

- Claudia Milena Parra Sierra: “Reciprocidad Estrategia y Emprendimiento como análisis para el planteamiento de preguntas de investigación de la Universidad”.

- Cox, Cristian (2003) El Nuevo Currículum del Sistema Escolar. En Renato Hevia (editor) La Educación en Chile Hoy. Universidad Diego Portales. Santiago de Chile.

- Delors, Jacques. La educación encierra un tesoro. Santillana. Madrid. 1966. Págs. 95-108.

- Drucker, Peter. La Innovación y el empresario innovador. Edhasa, 1985.

- Entrevista a Rodrigo Varela y Raymond Prada, realizada por la docente Olga Lucía Díaz.

- Kantis Hugo. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Capitulo 8 Pág. 144

- Kantis Hugo. Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Capítulo 8 Pág. 145

- Ley 1014 de 2006, “Ley de emprendimiento”

- Morea Francisco A. La participación de contenidos relacionados con la creación de empresas en el currículo universitario. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina. (Págs. 301 – 307).

-Pico Camacho Jaime Alberto, Pradilla Ardila Humberto. Incubadoras de empresas de base tecnológica, Págs. 96 - 97

-Proyecto investigación en la UPB año 2007: "Nivel de emprendimiento en los estudiantes de ingeniería industrial en la Universidad Pontificia Bolivariana y el aporte de las estrategias pedagógicas al perfil del emprendedor".

-Varela Rodrigo. Innovación Empresarial, Capítulo 1. (Págs. 7-8)

ANEXOS

ANEXO A

ENTREVISTA A LOS EXPERTOS RODRIGO VARELA Y RAYMOND PRADA

(Realizada por la Docente Olga Lucía Díaz- Universidad de La Salle, Bogotá)

OLD: Ustedes trabajan algo, este centro de desarrollo del espíritu empresarial, pero trabajan algo específico que se llame competencia emprendedora, ¿lo ven desde esa visión de competencia emprendedora o se centra en espíritu empresarial?

RV: Ahí yo he tenido toda la vida una gran discrepancia idiomática, cierto porque pues el problema es un problema de traducción de una simple palabra, nosotros pensamos que el espíritu empresarial es una cultura, compuesta por un conjunto de valores y que esos valores los tenemos que desarrollar dentro de los cursos, que esa cultura y esos valores se pueden usar en todas las facetas de la vida y que esa cultura y esos valores se pueden usar tanto desde una orientación inminentemente económica, o sea creando una empresa en el sector real de la economía, productiva, rentable, etcétera, se pueden usar perfectamente creando una organización social, pues de una empresa mas con objetivos de otra cantidad de objetivos de generación del libro personal, o que ya pueden utilizar en los componentes de la vida personal, que igualmente se pueden utilizar al interior de una empresa con la cual uno se ha empleado y por ese motivo nosotros no hacemos la disfunción y la diferenciación con el término, competencias y espíritu, sino que pensamos que si nosotros en realidad fuésemos capaces, que no creo que somos, pero que fuésemos capaces de hacer un buen desarrollo en los valores propios del espíritu empresarial y si el curso le permitiera al muchacho vivenciar lo que significa en realidad el espíritu empresarial y si las actividades adicionales que hacemos, le permite vivenciar eso, creemos que el resultado finalmente, es que el va a estar en capacidad de aplicar esos principios en todas las facetas de su actividad personal, entonces por eso para nosotros no hay mucha diferencia entre el empresario con ánimo de lucro y el empresario social, que no hay una gran diferencia en pensar que la empresa es una familia y que la nación es una familia y que yo, que yo soy una empresa, que la familia es una empresa y por eso nosotros nos hemos alejado substantivamente de la diferenciación que en el idioma español hemos venido haciendo, entre empresario y emprendedor, si eso existiese y cosas por el estilo, si nosotros hemos pensado que eso es simplemente una sola palabra, que existe y que esa palabra y esa actitud u ese conjunto de valores y de cultura

cobijan todo un frente gigantesco de actividades y que al fin de cuentas tarde o temprano todas esas actividades, se van a manifestar o se deben manifestar, en una zona que tiene que llevar a realidad cosas, que implica un poquitico mas que el significado, de pronto muy literal del primero, que implica ejecutar, que implica montar, que implica gerenciar, que implica crecer, que implica desarrollar y que por lo tanto, si nosotros como te digo, pudiésemos ser suficientemente exitosos, en generarle y en meterle en su interior esos valores.

Entrevista a Raymond Prada
(Realizada por Olga Lucía Díaz)

OLD: Vamos a hablar un poquito sobre como se está manejando la competencia emprendedora en las instituciones de educación superior, donde el trabaja, y adicionalmente vamos a mirar del libro de creatividad y liderazgo que el escribió, ¿cuál es el aporte a este proceso?

RP: La pregunta era inicialmente, como llegue al tema de la creatividad, bueno, como le comentaba a Olga, yo llegué al tema de la creatividad por una discusión familiar, en la cual le pregunté a mi papá si era posible fabricar leche condensada a partir de leche en polvo, los demás detalles están en el primer capítulo del libro, no es para que se lo lean, sino sencillamente porque son muy largos, pero esto comprueba de que la creatividad realmente es un potencial que todos tenemos, lo digo porque adicionalmente al invento de la leche condensada, pude re cavar otros cuatro y en las clases cuando planteo el problema de cada uno de los estudiantes del auditorio, recomponen los inventos por sí mismos, lo cual implica que un planteamiento bien hecho y una metodología de pensamiento creativo son suficientes para generar valor en los productos que fabricamos y en las cosas que hacemos en la vida, digo esto, porque la creatividad no es solamente para producir artículos, la creatividad es para la vida, el aprendizaje de la creatividad nos vuelve mas flexibles, mas tolerantes a la incertidumbre y a la ambigüedad, nos permite, convivir con otros y ser solidarios.

A mi me parece que a nivel docente, a nivel académico, la creatividad no se limita al emprendimiento o el emprendimiento a la creatividad, sino que se puede hacer investigación en el aula por ejemplo, que es algo nuevo, a veces subestimado, porque se

ve que la metodología de la investigación debe abarcar mas que el simple concepto en el aula, pero cada vez entra la pregunta y entonces que hacemos con el estudiante nocturno, que hacemos con el trabajo independiente que ahora el decreto nuevo de ley pues nos manda a cumplir en relación de dos horas de trabajo por una hora de presencial, entonces obviamente yo pienso que el trabajo activo debe comenzar en el aula, yo tengo un trabajo de constructivismo creativo sobre ese tema, en que obviamente el investigador se forma en el aula, ahora uno puede ser investigador nato, porque le guste, porque la vida le ha dado las oportunidades de investigar, pero el espíritu de la investigación, me parece a mí que se puede obviamente gestionar y motivar desde el aula y me parece que el emprendedor no solo debe limitarse al contexto de la metodología de cómo hacer empresa, sino primero, ¿quién soy yo en mi empresa?, por eso yo en el libro abordo temas de psicología, porque una persona, por ejemplo, que dice yo no soy creativa, pues sencillamente no es creativa, es una profecía auto cumplida, entonces, no podemos esperar tampoco que todos sean emprendedores, hay personas que no tienen espíritu emprendedor, que podríamos decir que tienen un espíritu de seguidor, que yo tengo un marco de liderazgo para trabajar en la vida, que eso no quiere decir que no sean excelentes co-equiperos en un equipo de trabajo, porque también se da el caso, yo puedo no ser líder, puedo ser seguidor pero como hablan en comportamiento organizacional, eso depende del “locus” de control que uno tenga, ¿verdad?, o sea si yo dependo de mis logros, si soy autoridad, o prefiero ser guiado, entonces hay que mirar la persona primero, por eso en el libro yo insisto de que primero es el conocimiento de sí mismo, antes de decir quién es el emprendedor debo promover que la gente se conozca así misma, ¿verdad?, para que sea consciente de sus barreras, sus sesgos, pero también de sus potencialidades hacia el emprendimiento.

OLD: ¿Y qué se está haciendo para mejorar esa situación?

RP: Yo lamentablemente y siendo honesto, tengo que decir que muy poco, ¿por qué? Haber, por lo menos en la universidad donde yo trabajé, yo estaba al mando de una división, estaba dirigiendo una división que tenía doscientos veinticinco profesores, de los cuales doscientos eran hora cátedra, gente que dicta en otras universidades, que trabaja de día, que son asesores, sobre todo de unas facultades administrativas y económicas, entonces mi pregunta es, ¿con qué grado de seguridad yo puedo insistir en que se haga

trabajo independiente, de que se fomente el trabajo independiente? Que no es solamente dejarle tareas al muchacho no, eso hay que aclararlo, no solamente para mañana hágame en grupo este trabajo, no, es trabajarte por sí mismo ¿verdad? No solamente, esconderse en la falda del equipo no, sino gestionar la motivación y la creatividad en cada uno de los componentes del grupo, entonces yo tengo esa gran duda, realmente debo ser honesto, me parece que eso que estaba redundando en la calidad, tenemos ahora competitivamente hablando de manera internacional, una creatividad pobre, un emprendimiento de copiar y repetir, no hay agregación de valor puro, estamos repitiendo cosas, ¿no?, entonces yo ahí pues expreso mis dudas, mi preocupación, ahí usted vio la investigación que se hizo hace poco, de que de las quinientas universidades más importantes del mundo, hay apenas tres latinoamericanas, de las cuales la universidad de Sao Paulo está en el lugar 180, de Colombia no hay ninguna, entonces ya tengo una preocupación grande, eso de que menos del punto cinco por ciento del producto interno bruto, se dedique a investigación es algo que habla de lo mismo, o sea tenemos poco presupuesto para la investigación, las empresas concurren muy poco a ayudar en este aspecto, entonces me preocupa mucho, no es que quiera quejarme de mi país, al contrario, yo tuve la opción de quedarme en mi país y trabajar por el, pero me preocupa hacia futuro, como vamos a competir, competir tampoco es desgastarse y romperse las vestiduras, pero lo que quiero es alternar, verdad, con calidad, la nueva interacción mundial, eso no tiene nada que ver con la cultura, tiene que ver con el intercambio de bienes y servicios, e interacción humana, entonces, ¿con qué diferenciadores lo vamos a hacer?.

OLD: ¿Cuál crees que es otro de los problemas que tenemos aquí en la creación del espíritu emprendedor dentro de las instituciones de educación superior? Uno, estábamos hablando, que la educación está muy esquematizada, dos, estábamos hablando que definitivamente, se enseñan unos parámetros que difícilmente se puede salir de ahí, que vendría a ser complemento del primero, el otro punto que tomábamos ahora, es que los docentes que enseñan jamás han tenido la experiencia, ¿qué otro punto consideras que es factor, que está influyendo en esa parte de creatividad?

RP: Yo creo que el contexto universitario entendido como la estructura física, las instalaciones físicas, de la universidad, deben ser a mi juicio algo que permita la

experimentación, la prueba y el error, el que hacer, justamente entretenido, en lugar del que hacer por deber, que la persona pueda ensayar, probar, sin sentirse juzgado, amenazado, calificado mal, ese tipo de cosas me parece que evitan el intento de prueba y error, qué es necesario en todo emprendimiento, ahora equivocarse en la universidad sería ideal y no equivocarse en el mundo real, equivocarse en un taller de simulación, ojalá bien guiado, por eso insisto otra vez en el asunto de los profesores no, porque es que el contacto profesor estudiante no debería ser solamente el aula, hacer contactos distintos, contactos sociales por ejemplo, que casi no se favorecen, hemos tenido la oportunidad enorme de hacer formación integral que es ahí donde se hace, la formación integral no es hablar de valores y principios, sino modelarlos, compartirlos en equipo, una visión compartida, entonces me parece que hace falta esos espacios, espacios para la lúdica educativa, para la formación integral de cosas que no se dicen sino que mas bien se ejemplifican, entonces eso me parece que hace falta, no es solamente gestar las empresas, cuando tenemos la decanatura en las facultades de administración, no es eso tampoco, es un compartir haciendo, haciendo empresa, mirando los inconvenientes, haciendo un análisis de prueba y error, de preguntas y respuestas, de modalidades de fracaso y modalidades de solución en esos fracasos, es un ejemplo vivo que no tenemos y que hemos visto, yo analicé los fracasos de las empresas en Bogotá, primero precipitación, segundo, no hay una investigación del mercado, tercero un umbral de la tolerancia a la prestación muy bajo, es otra cosa que como se enseña, estamos hablando de psicología humana y esto no se enseña en las facultades de administración, escasamente se les da el comportamiento organizacional, comportamiento del consumidor en mercadeo, o sea, hace falta esa formación, ese aspecto vital.

ANEXO B
ENCUESTA INICIAL MOMENTO CERO

Charla emprendimiento

Fecha:

Apellidos:

Nombres:

Email:

Responde las siguientes preguntas marcando las alternativas que te parezcan más representativas:

Sexo: Masculino

Femenino

Rango de edad: 17 o menos 18 -20 21 -25 26 – 35 46 o más

Tu actividad es: Escolar Estudiante educación superior Docente Otro

Has participado antes en charlas / talleres de emprendimiento?: Si No

¿Con que asocias la palabra emprendimiento? (Máximo 3 selecciones)

Proyectos personales

Empresas

Negocios

Actitud ante la vida

Proyectos sociales

Independencia laboral

Ganar dinero

Desarrollo del país

Generación de empleo

Movilidad social

Otros

¿Cuáles crees que son las principales características de un emprendedor? (Máximo 3 selecciones)

Liderazgo

Estudios de posgrados

Trabajo en equipo

Ambición	Tolerancia al fracaso	Inteligencia
Determinación	Capacidad de adaptación	Organización
Innovador	Proactivo	Visionario
Profesional	Creativo	Valentía
Perseverancia	Otros	

¿Quién crees que debería incentivar el emprendimiento en Chile? (Máximo 3 selecciones)

Colegios	Universidades	Empresas
La familia	Organismos de gobierno	ONGS
Fundaciones / corporaciones	Medios de comunicación	Otros

¿Qué crees que es fundamental para emprender? (Máximo 3 selecciones)

Redes / contactos	Una buena idea	Dinero
Habilidades / competencias	Motivación	Experiencia
Actitud mental positiva	Tener buena educación	Otros

¿Qué tan importante es el emprendimiento?

Nada	Poco	Regular	Bastante
------	------	---------	----------

Fuente. Momento Cero

ANEXO C
ENCUESTA FINAL MOMENTO CERO

Charla emprendimiento Mo0

Fecha:

Sexo: Masculino Femenino

Rango de edad: 17 o menos 18 -20 21 -25 26 – 35 46 o más

Tu actividad es: Escolar Estudiante educación superior Docente Otro

Responde las siguientes preguntas marcando las alternativas que te pertenezcan más representativas:

¿Cambió tu visión del emprendimiento después de esta charla?

Nada Poco Regular Bastante

¿Que tan importante es el emprendimiento?

Nada Poco Regular Bastante

¿Qué crees que te falta para ser emprendedor? (Máximo 3 selecciones)

Motivación Dinero Perder el miedo

Experiencia Una buena idea Confianza en uno mismo

Oportunidades Aptitudes Apoyo de tu familia

Vencer la flojera Mejor educación Otros

En que área te motiva emprender (máximo 3 selecciones)

Negocios / empresa Religión / pastoral Centro de alumnos / política

Deporte Acción social Salud / calidad de vida

Ciencias	Arte / música / literatura	Medios de comunicación
Viajes	Hobbies	Medio ambiente
Educación	Tecnología	Otros

¿Cómo califica la actividad de hoy? (Ponle nota a la charla de 1 (Pésimo) a 7 (Excelente))

1 2 3 4 5 6

¿Participarías más en una actividad como esta?

SI NO

Comentarios / sugerencias: Ocupa este espacio si deseas escribir algo más

Fuente: Momento Cero

ANEXO D
PLAN DE ESTUDIOS UNIVERSIDADES BAJO ESTUDIO
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER

Primer Semestre	Segundo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cálculo I ▪ Química básica ▪ Álgebra lineal I ▪ Geometría descriptiva ▪ Taller de lenguaje 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cálculo II ▪ Ética ciudadana ▪ Física I ▪ Biología para ingenieros ▪ Estructuras computacionales ▪ Cultura física y deportiva
Tercer Semestre	Cuarto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mecánica analítica ▪ Cálculo III ▪ Física II ▪ Inglés I ▪ Entorno empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ecuaciones diferenciales ▪ Termodinámica I ▪ Física III ▪ Ingeniería económica ▪ Inglés II ▪ Asignatura de contexto
Quinto Semestre	Sexto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Electricidad y electrónica básica ▪ Gestión contable ▪ Fenómenos de transporte ▪ Estadística I ▪ Ciencia de los materiales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estadística II ▪ Dirección empresarial I ▪ Procesos industriales ▪ Costos ▪ Investigación de operaciones ▪ Asignatura de contexto ▪
Séptimo Semestre	Octavo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fundamentos de mercadeo ▪ Estadística III ▪ Dirección de procesos I ▪ Finanzas y presupuestos ▪ Investigación de operaciones II 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de procesos ▪ Dirección de procesos II ▪ Salud ocupacional ▪ Sistemas de información ▪ Talento humano ▪ Dirección empresarial II
Noveno Semestre	Décimo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo de grado I ▪ Ingeniería de calidad ▪ Diseño de sistemas productivos ▪ Gestión de proyectos ▪ Asignaturas técnicas profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo de grado II ▪ Asignaturas técnicas profesionales

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Primer Semestre	Segundo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Álgebra Lineal ▪ Cálculo Diferencial ▪ Física Básica y Laboratorio ▪ Introducción a la Ingeniería ▪ Contabilidad Industrial ▪ Química ▪ Cultura y Deporte I ▪ Idioma Extranjero I ▪ Filosofía Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cálculo Integral ▪ Electricidad y Magnetismo ▪ Administración Industrial ▪ Programación ▪ Dibujo Técnico ▪ Sistemas de Costeo ▪ Cultura y Deporte II ▪ Idioma Extranjero II ▪ Antropología
Tercer Semestre	Cuarto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cálculo Vectorial ▪ Ecuaciones Diferenciales ▪ Campos Eléctricos y Magnéticos ▪ Estadística Descriptiva ▪ Materiales ▪ Informática Aplicada ▪ Idioma Extranjero III ▪ Epistemología 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Métodos y Tiempos ▪ Procesos de Manufactura ▪ Sistemas Eléctricos y Electrónicos ▪ Análisis Financiero ▪ Administración de Sueldos y Salarios ▪ Seguridad Industrial ▪ Estadística Inferencial ▪ Idioma Extranjero IV ▪ Electiva I
Quinto Semestre	Sexto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de Empresas ▪ Economía para Ingenieros ▪ Presupuestos ▪ Mercadotecnia ▪ Electiva II ▪ Control y Gestión de Calidad ▪ Producción Industrial ▪ Idioma extranjero V ▪ Electiva III 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Termodinámica ▪ Control de Gestión Integral ▪ Electiva IV ▪ Investigación de Mercados ▪ Optimización de Recursos ▪ Gestión del Talento Humano ▪ Cátedra Opcional I ▪ Cultura Teológica
Séptimo Semestre	Octavo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Formulación y Evaluación de Proyectos ▪ Gestión Ambiental ▪ Electiva V ▪ Teoría de Colas y Simulación ▪ Planeación Estratégica ▪ Electiva VI ▪ Cátedra Opcional II ▪ Filosofía Política 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diseño de Plantas ▪ Legislación ▪ Ética ▪ Cátedra Opcional III ▪ Proyecto de Grado

UNIVERSIDAD DE SANTANDER

Primer Semestre	Segundo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introducción a la ingeniería ▪ Competencias Comunicativas ▪ Economía ▪ Ética profesional ▪ Dibujo de Ingeniería ▪ Cálculo Diferencial ▪ Socioantropología 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Constitución Política ▪ Química ▪ Desarrollo del Espíritu empresarial ▪ Metodología de la Investigación ▪ Física Mecánica ▪ Calculo Integral ▪ Procesos Industriales
Tercer Semestre	Cuarto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administración Industrial ▪ Gestión Contable ▪ Comunicación Organizacional ▪ Mecánica de Materiales ▪ Cálculo Multivariable ▪ Estadística Descriptiva 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administración de la Compensación ▪ Costos ▪ Marketing Estratégico ▪ Física Eléctrica ▪ Ecuaciones Diferenciales ▪ Álgebra Lineal
Quinto Semestre	Sexto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Administración del Talento ▪ Ingeniería Económica ▪ Termodinámica ▪ Ingeniería de Métodos ▪ Negocios Internacionales ▪ Estadística Inferencial ▪ Curso Flexible 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeación Financiera ▪ Ingeniería de Producción ▪ Producción Limpia ▪ Salud Ocupacional ▪ Optimización I ▪ Curso Flexible
Séptimo Semestre	Octavo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gerencia de la calidad ▪ Formulación y Evaluación de Proyectos ▪ Gerencia Logística ▪ Diseño de Plantas ▪ Sistemas de Información Gerencial ▪ Simulación ▪ Optimización II ▪ Cursos flexible 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pasantía Empresarial ▪ Trabajo de Grado.

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

Primer Semestre	Segundo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geometría y Trigonometría ▪ Cálculo diferencia ▪ Química general ▪ Introducción a la Ingeniería Industrial ▪ Geometría descriptiva ▪ Humanismo, cultura y valores 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Geometría analítica ▪ Cálculo integral ▪ Mecánica ▪ Físicoquímica ▪ Informática básica
Tercer Semestre	Cuarto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cálculo Multivariable ▪ Electricidad y magnetismo ▪ Estática ▪ Álgebra lineal ▪ Cultura teológica 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ecuaciones diferenciales ▪ Termodinámica ▪ Microeconomía ▪ Estadística I ▪ Principios de Administración ▪ Contabilidad general
Quinto Semestre	Sexto Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Métodos de optimización ▪ Contabilidad de costos ▪ Macroeconomía ▪ Estadística II ▪ Introducción al pensamiento sistémico ▪ Informática para ingenieros industriales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procesos de producción ▪ Ciencia de los materiales ▪ Finanzas I ▪ Diseños de experimentos ▪ Administración de personal ▪ Antropología en la cultura
Séptimo Semestre	Octavo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Localización y distribución de planta ▪ Control de calidad ▪ Finanzas II ▪ Investigación cuantitativa ▪ Mercadeo ▪ Electiva I 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planeación y control de producción ▪ Gerencia de mercadeo ▪ Investigación de operaciones ▪ Plan de negocios ▪ Planeación y evaluación de proyectos ▪ Administración estratégica
Noveno Semestre	Décimo Semestre
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Electiva II ▪ Logística de distribución ▪ Gestión de la productividad y competitividad ▪ Trabajo de grado I ▪ Optativa I ▪ Ética 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trabajo de grado II ▪ Optativa II ▪ Electiva III ▪ Optativa III ▪ Derecho gerencial ▪ Formación política y doctrina social de la Iglesia

ANEXO E
INSTRUMENTO APLICADO A LOS ESTUDIANTES
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL



TRABAJO DE GRADO

“IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS AL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO Y PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍA INDUSTRIAL EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER, UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, UNIVERSIDAD SOTO TOMÁS Y UNIVERSIDAD DE SANTANDER”

Agradecemos la información suministrada, la cual es fundamental para llevar a cabo el presente estudio, dicha información será manejada de forma confidencial.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Universidad: _____ Semestre: _____

Sexo: M__ F__ Edad: _____

II. DIAGNÓSTICO

1. ¿Con que asocia la palabra emprendimiento? (Seleccione MÁXIMO 3)

Proyectos personales		Empresas		Negocios	
Actitud ante la vida		Proyectos sociales		Independencia laboral	
Ganar dinero		Desarrollo del país		Generación de empleo	
Movilidad social					

Otras, ¿cuáles? _____

2. De las siguientes características de un emprendedor, ordene de mayor importancia a menor importancia, siendo 1 la de más alta relevancia.

Liderazgo		Tolerancia al fracaso		Inteligencia	
Ambición		Capacidad de adaptación		Organización	
Determinación		Proactivo		Visionario	
Innovador		Creativo		Valentía	
Perseverante		Trabajo en equipo		Toma de riesgo	

Otras, ¿Cuáles? _____

3. ¿Qué tan importante es el emprendimiento para usted?

Nada Poco Regular Bastante

¿Porque?

III. PERFIL EMPRENDEDOR PLANTEADO

Respuesta de afirmaciones: en este tipo de preguntas se pide que exprese su posición frente a ellas señalando con una X su grado de acuerdo o desacuerdo.

Siendo:

TA: Totalmente de acuerdo

ED: En desacuerdo

DA: De acuerdo

TD: Totalmente en desacuerdo

I: Indiferente

	TA	DA	I	ED	TD
Me es fácil identificar las fortalezas y debilidades del entorno					
Toda idea de negocio es un oportunidad					
Me es fácil ver en la adversidad una oportunidad					
Me gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas.					
tengo siempre a la vista la solución a los problemas					
Pienso que en general, ya todo esta inventado.					
Me adapto con facilidad a los cambios del entorno.					
Me inclino por las tareas repetitivas y rutinarias					
No me gustan los imprevistos, prefiero saber cada día con que me voy a encontrar.					
Reconozco con facilidad las oportunidades y falencias del entorno					
me considero una persona proactiva					

	TA	DA	I	ED	TD
Realizo mis funciones sin que nadie me mueva hacer las cosas.					
Me gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas. No soporto la rutina.					
Me siento capaz de solucionar cualquier tipo de problemas					
Confío plenamente en mis capacidades					
Creo que puedo lograr todas las cosas que me propongo.					
Soy de los que piensan que los pequeños fracasos son peldaños hacia el éxito.					
Pienso que el futuro puede ser mejor que el presente					
Me caracterizo por tener una visión positiva de la vida					
Tengo respuestas positivas antes los cambios del entorno					
Si llegase a tener una idea de negocio, persistiré en lo posible para sacarla adelante, así muchos estén en desacuerdo.					
Siempre culmino todos los proyectos que empiezo.					
Me gusta pensar bien las cosas antes de hacerlas.					
Me intereso por el bienestar de las personas que están a mí alrededor.					
Me gusta alcanzar mis objetivos, sin perjudicar a los demás					
Cuando me comprometo con algo no escatimo ni esfuerzos ni tiempo para realizarlo.					
Me caracterizo por ser una persona capaz de influir en los demás sin ejercer presión sobre ellos.					
Me siento capaz de manejar todo tipo de situaciones					
En ocasiones delego funciones para realizar mejor mi trabajo.					
Veó en el fracaso una oportunidad					
No planeo para el futuro, solo dejo que las cosas se den					
Solo actúo pensando en el presente					
Veó la planificación del futuro como algo necesario para lograr el éxito					

IV. ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

Marque con una X de acuerdo a el grado de intensidad en que las estrategias pedagógicas han impactado en su perfil emprendedor, asignando una puntuación de 1 a 5 (donde 1 es el menor puntaje y 5 el mayor).

ESTRATEGIAS	Capacidad de identificar oportunidades					Habilidad creadora e innovadora					Aceptación y propensión al cambio					Iniciativa					Confianza en sus facultades					Actitud mental positiva					Compromiso					Responsabilidad, Solidaridad y ética					Liderazgo					Visión futuro				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
Paneles con egresados																																																		
Cátedras relacionadas con la creación de empresa																																																		
Actividades de simulación de empresas																																																		
Charlas con emprendedores																																																		
Sesiones reflexión																																																		
Lectura de casos (testimonios)																																																		
Talleres de elaboración de planes de negocio																																																		
Seminarios																																																		

	Capacidad de identificar oportunidades					Habilidad creadora e innovadora					Aceptación y propensión al cambio					Iniciativa					Confianza en sus facultades					Actitud mental positiva					Compromiso					Responsabilidad, Solidaridad y ética					Liderazgo					Visión futuro				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
ESTRATEGIAS																																																		
Charlas y talleres motivacionales																																																		
Videos sobre emprendimiento																																																		
Cursos y planes de capacitación.																																																		
Software multimedia de planes de negocio																																																		
Concursos de planes de negocio																																																		
Ferias empresariales																																																		
Otras																																																		
¿Cuáles?																																																		

Gracias por su colaboración.

**INSTRUMENTO APLICADO A DIRECTIVOS
FACULTAD DE INGENIERIA INDUSTRIAL
TRABAJO DE GRADO**



“IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS ENFOCADAS AL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO Y PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍA INDUSTRIAL EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER, UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, UNIVERSIDAD SOTO TOMÁS Y UNIVERSIDAD DE SANTANDER”

Agradecemos la información suministrada, la cual es fundamental para llevar a cabo el presente estudio, dicha información será manejada de forma confidencial.

I. INFORMACIÓN GENERAL

Universidad: _____

Cargo en la facultad de ingeniería industrial: _____

II. DIAGNÓSTICO

1. ¿Están desarrollando estrategias pedagógicas en el marco de cumplimiento de la ley 1014 de 2006 “Ley de emprendimiento”?

Si ___ No ___

2. De la siguiente lista, seleccione con una “X” las estrategias pedagógicas que se han implementado en el programa y los semestres en los que se aplican:

ESTRATEGIAS	SEMESTRE									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Paneles con egresados										
Cátedras relacionadas con la creación de empresa										
Actividades de simulación de empresas										
Charlas con emprendedores										
Sesiones reflexión										
Lectura de casos (testimonios)										
Talleres de elaboración de planes de negocio										
Seminarios										
Charlas y talleres motivacionales										
Videos sobre emprendimiento										
Cursos y planes de capacitación.										
Software multimedia de planes de negocio										

		SEMESTRE									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ESTRATEGIAS											
Concursos de planes de negocio											
Ferias empresariales											
Otras	¿Cuáles?										

II. EVALUACIÓN

3. ¿Evalúan la efectividad de las estrategias pedagógicas aplicadas para fomentar el espíritu emprendedor a través del currículo académico?

Si__ NO__

Si su respuesta es si, continúe, sino pase a la pregunta número 5.

4. ¿Cómo evalúan la efectividad de dichas estrategias?

5. ¿Evalúan si incrementa el nivel de emprendimiento en los alumnos?

Si__ NO__

¿Cómo? _____

6. ¿Que estrategias piensa Usted que deberían implementarse en las universidades para fomentar de una manera mas adecuada el espíritu emprendedor? _____

ANEXO F DIAGNÓSTICO DEL EMPRENDIMIENTO

Frecuencias palabra asociada con emprendimiento con mayor incidencia (parte 1)

Palabra asociada al emprendimiento	Frecuencia	%
Proyectos personales	200	52,1
Actitud ante la Vida	81	21,1
Ganar dinero	8	2,1
Movilidad social	6	1,6
Empresas	54	14,1
Proyectos sociales	11	2,9
Desarrollo del país	20	5,2
Negocios	3	,8
Independencia laboral	1	,3
Total	384	100,0

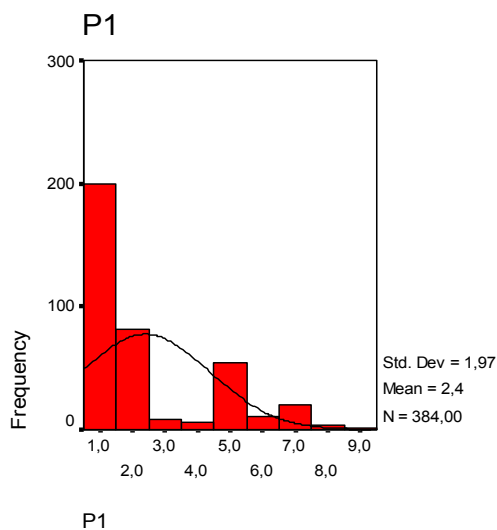
Frecuencias palabra asociada con emprendimiento con mayor incidencia (parte 2)

Palabra asociada al emprendimiento	Frecuencia	%
Proyectos personales	1	,3
Actitud ante la Vida	73	19,0
Ganar dinero	16	4,2
Movilidad social	15	3,9
Empresas	88	22,9
Proyectos sociales	21	5,5
Desarrollo del país	67	17,4
Negocios	46	12,0
Independencia laboral	33	8,6
Total	363	94,5
Sistema	21	5,5
	384	100,0

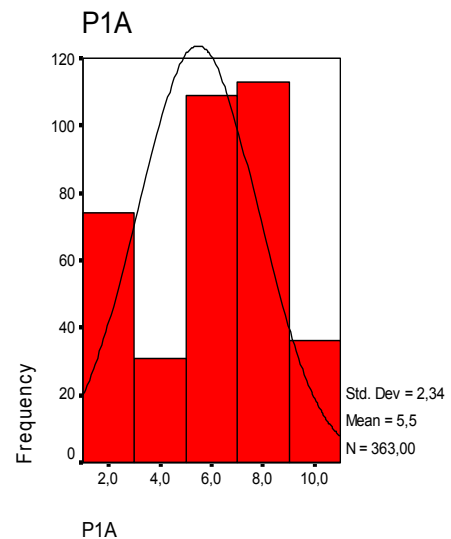
Frecuencias palabra asociada con emprendimiento con mayor incidencia (parte 3)

Palabra asociada al emprendimiento	Frecuencia	%	
Proyectos personales	1	,3	
Actitud ante la vida	2	,5	
Ganar dinero	1	,3	
Movilidad social	22	5,7	
Empresas	11	2,9	
Proyectos sociales	49	12,8	
Desarrollo del pais	63	16,4	
Negocios	66	17,2	
Independencia laboral	128	33,3	
Total	343	89,3	
Sistema	41	10,7	
	384	100,0	

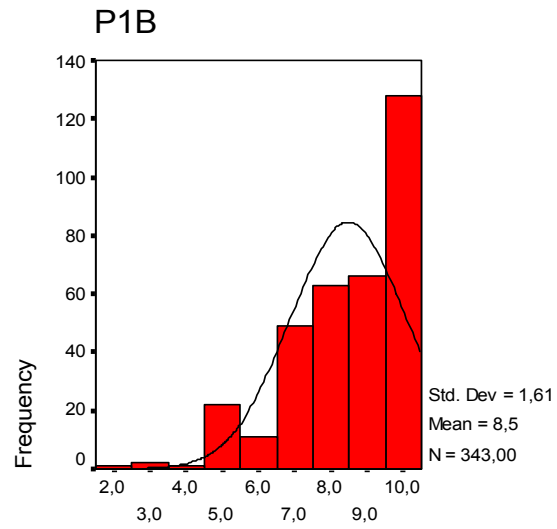
Histograma de frecuencias de la palabra con mayor incidencia (parte 1)



Histograma de frecuencias de la palabra con mayor incidencia (parte 2)



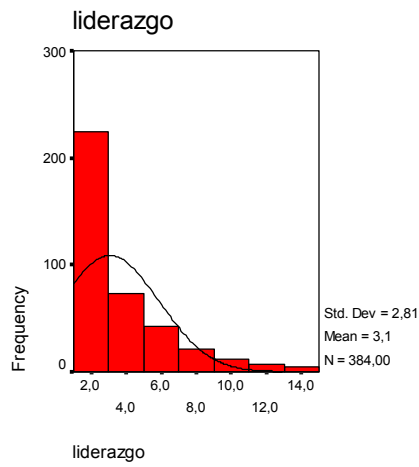
Histograma de frecuencias de la palabra con mayor incidencia (parte 3)



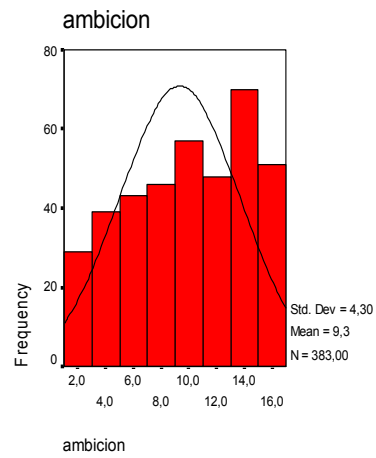
P1B

ANEXO G CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR

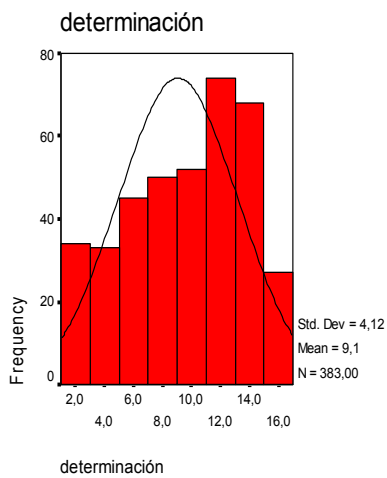
Histograma de frecuencias orden de importancia liderazgo



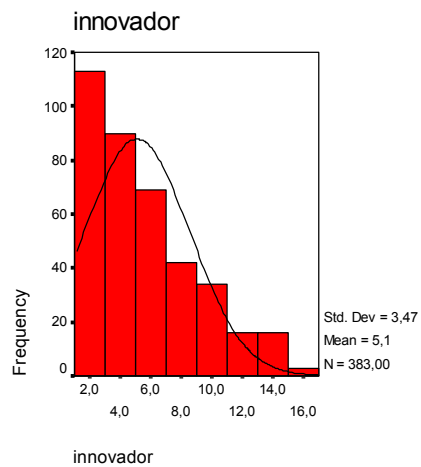
Histograma de frecuencias orden de importancia ambición



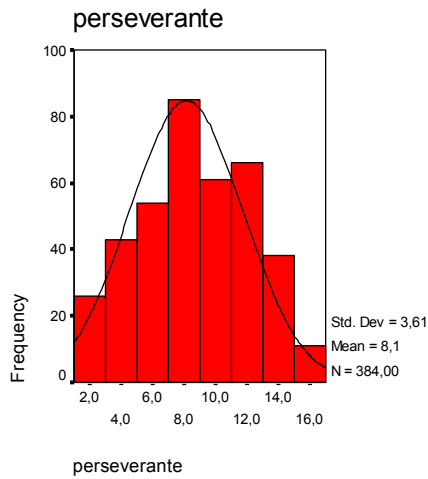
Histograma de frecuencias orden de importancia determinación



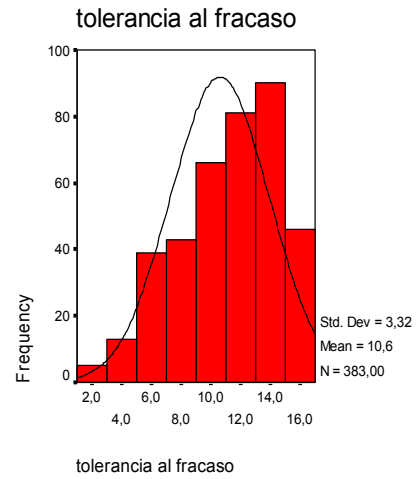
Histograma de frecuencias orden de importancia innovador



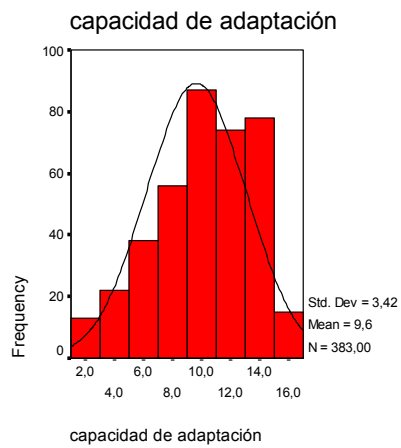
Histograma de frecuencias orden de importancia perseverante



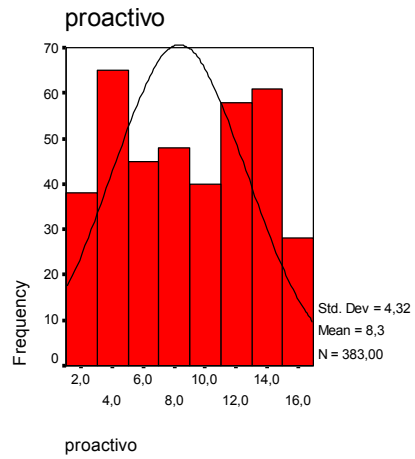
Histograma de frecuencias orden de importancia tolerancia al fracaso



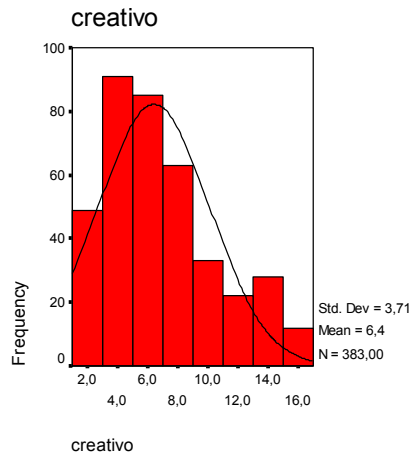
Histograma de frecuencias orden de importancia capacidad de adaptación



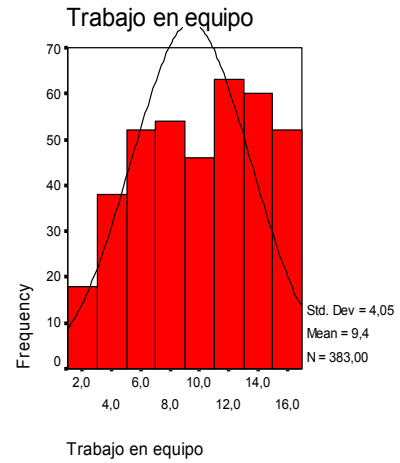
Histograma de frecuencias orden de importancia proactivo



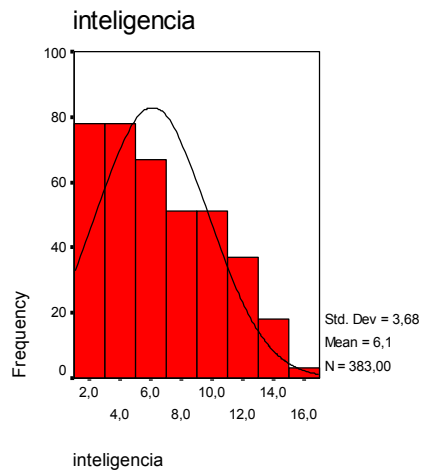
Histograma de frecuencias orden de importancia creativo



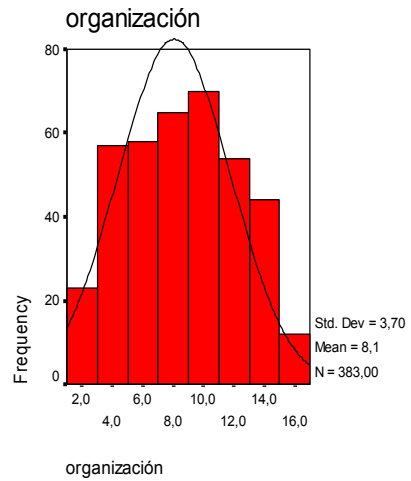
Histograma de frecuencias orden de importancia trabajo en equipo



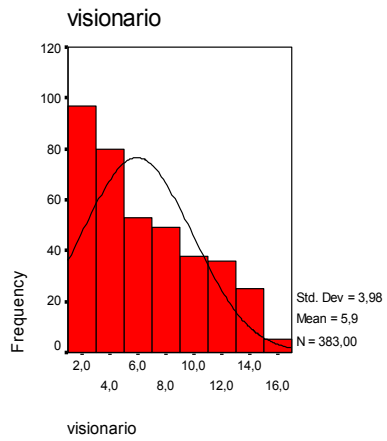
Histograma de frecuencias orden de importancia inteligencia



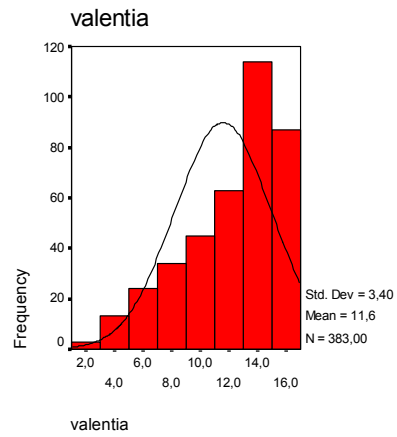
Histograma de frecuencias orden de importancia organización



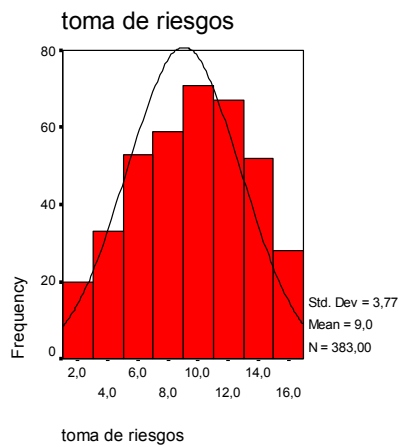
Histograma de frecuencias orden de importancia visionario



Histograma de frecuencias orden de importancia valentia



Histograma de frecuencias orden de importancia toma de riesgos

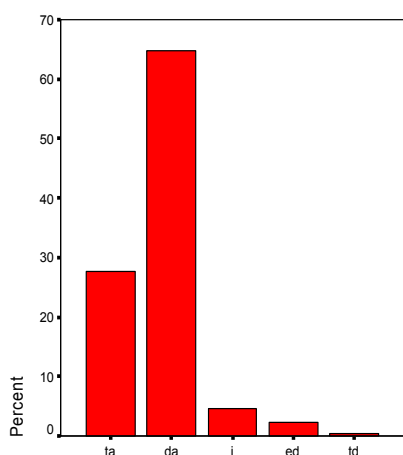


ANEXO H PERFIL EMPRENDEDOR IDENTIFICADO EN LOS ESTUDIANTES

Me es fácil identificar las fortalezas y debilidades del entorno

Característica 1 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 1 grado de acuerdo o desacuerdo

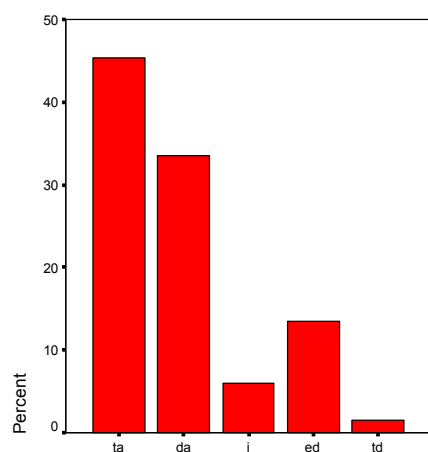


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	106	27,6
DA	249	64,8
I	18	4,7
ED	9	2,3
TD	2	,5
TOTAL	384	100,0

Toda idea de negocio es una oportunidad

Característica 2 grado de acuerdo o desacuerdo

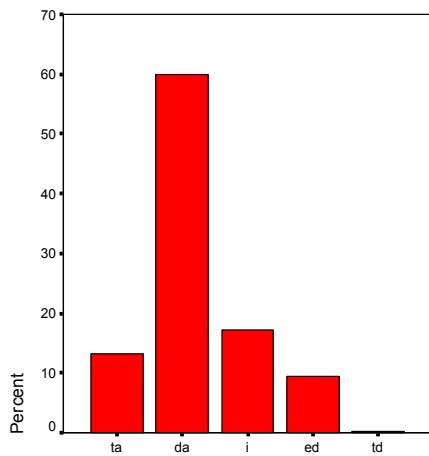
Característica 2 grado de acuerdo o desacuerdo



	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	174	45,3
DA	129	33,6
I	23	6,0
ED	52	13,5
TD	6	1,6
TOTAL	384	100,0

Me es fácil ver en la adversidad una oportunidad

Característica 3 grado de acuerdo o desacuerdo

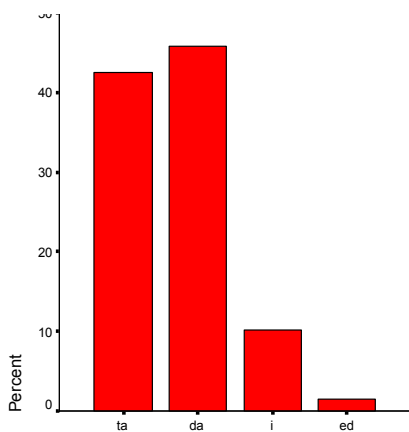


Característica 3 grado de acuerdo o desacuerdo

	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	51	13,3
DA	230	59,9
I	66	17,2
ED	36	9,4
TD	1	,3
TOTAL	384	100,0

Me gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas

Característica 4 grado de acuerdo o desacuerdo



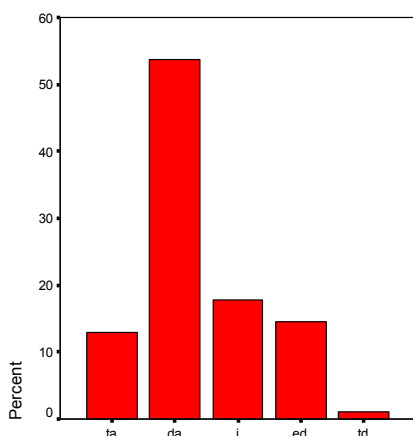
Característica 4 grado de acuerdo o desacuerdo

	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	163	42,4
DA	176	45,8
I	39	10,2
ED	6	1,6
TD	384	100,0
TOTAL		

Siempre tengo a la vista la solución a los problemas

Característica 5 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 5 grado de acuerdo o desacuerdo

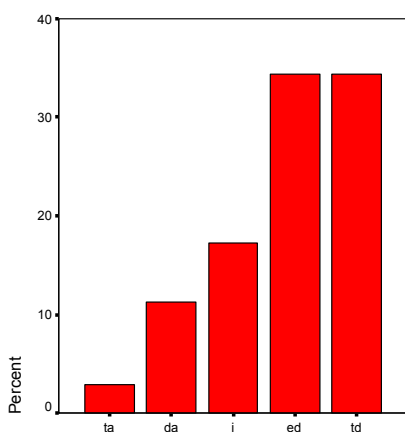


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	50	13,0
DA	206	53,6
I	68	17,7
ED	56	14,6
TD	4	1,0
TOTAL	384	100,0

Pienso que en general ya todo esta inventado

Característica 6 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 6 grado de acuerdo o desacuerdo

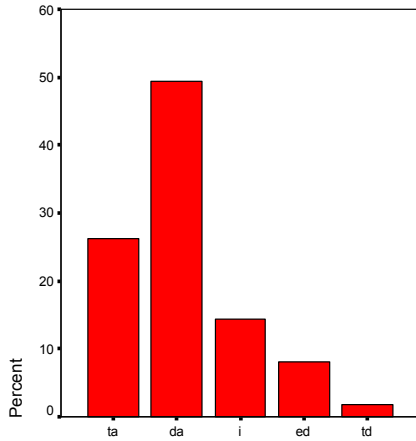


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	11	2,9
DA	43	11,2
I	66	17,2
ED	132	34,4
TD	132	34,4
TOTAL	384	100,0

Me adapto con facilidad a los cambios del entorno

Característica 7 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 7 grado de acuerdo o desacuerdo

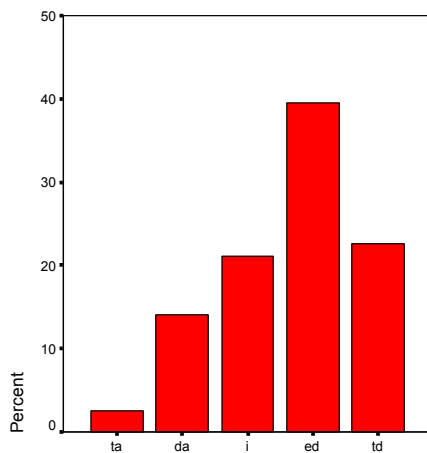


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	101	26,3
DA	190	49,5
I	55	14,3
ED	31	8,1
TD	7	1,8
TOTAL	384	100,0

Me inclino por las tareas repetitivas y rutinarias

Característica 8 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 8 grado de acuerdo o desacuerdo

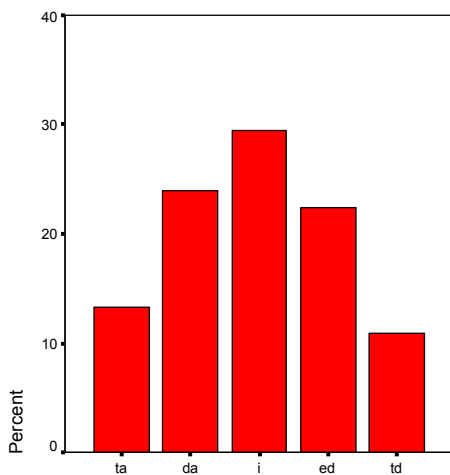


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	10	2,6
DA	54	14,1
I	81	21,1
ED	152	39,6
TD	87	22,7
TOTAL	384	100,0

No me gustan los imprevistos, prefiero saber cada día con que me voy a encontrar

Característica 9 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 9 grado de acuerdo o desacuerdo



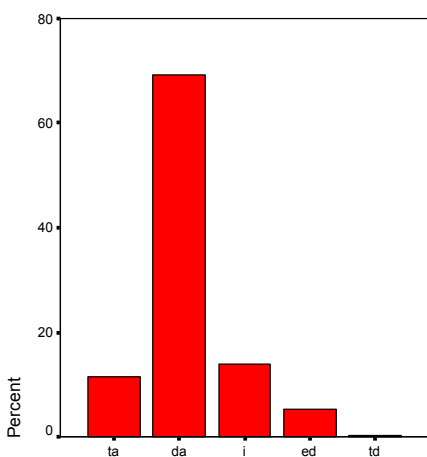
	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	51	13,3
DA	92	24,0
I	113	29,4
ED	86	22,4
TD	42	10,9
TOTAL	384	100,0

Reconozco con facilidad las oportunidades y falencias del entorno

i

Característica 10 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 10 grado de acuerdo o desacuerdo

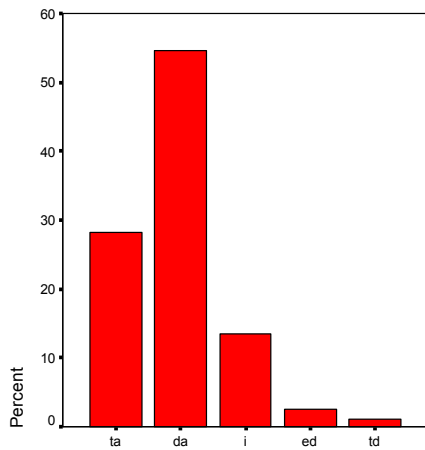


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	44	11,5
DA	266	69,3
I	53	13,8
ED	20	5,2
TD	1	,3
TOTAL	384	100,0

Me considero una persona proactiva

Característica 11 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 11 grado de acuerdo o desacuerdo

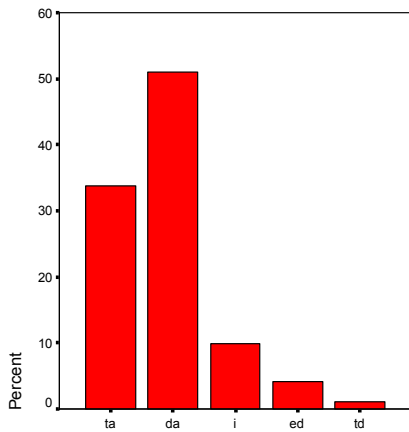


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	108	28,1
DA	210	54,7
I	52	13,5
ED	10	2,6
TD	4	1,0
TOTAL	384	100,0

Realizo mis funciones sin que nadie me mueva hacer las cosas

Característica 12 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 12 grado de acuerdo o desacuerdo

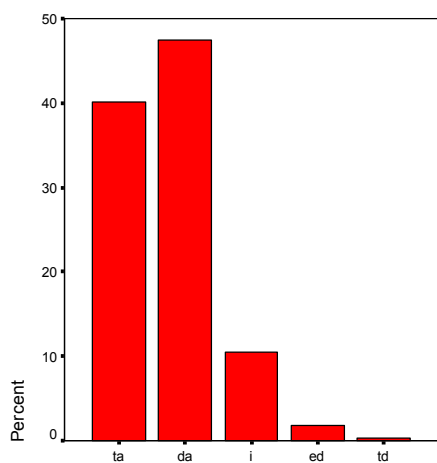


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	130	33,9
DA	196	51,0
I	38	9,9
ED	16	4,2
TD	4	1,0
TOTAL	384	100,0

Me gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas. No soporto la rutina

Característica 13 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 13 grado de acuerdo o desacuerdo

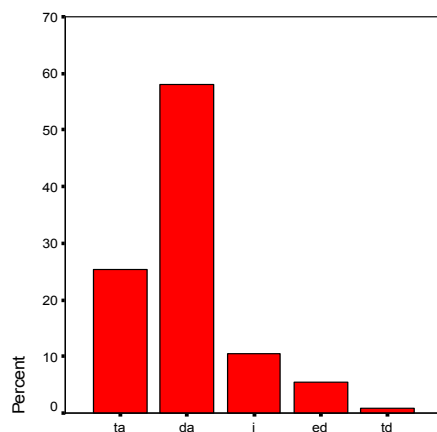


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	154	40,1
DA	182	47,4
I	40	10,4
ED	7	1,8
TD	1	,3
TOTAL	384	100,0

Me siento capaz de solucionar cualquier tipo de problemas

Característica 14 grado de acuerdo o desacuerdo

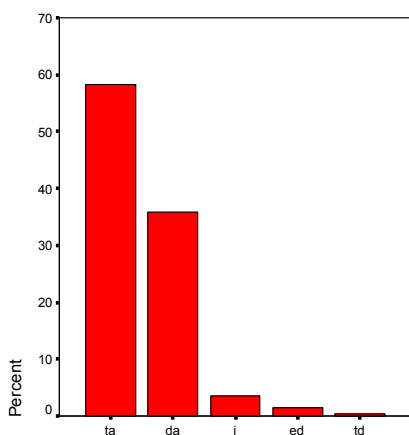
Característica 14 grado de acuerdo o desacuerdo



	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	97	25,3
DA	223	58,1
I	40	10,4
ED	21	5,5
TD	3	,8
TOTAL	384	100,0

Confío plenamente en mis capacidades

Característica 15 grado de acuerdo o desacuerdo

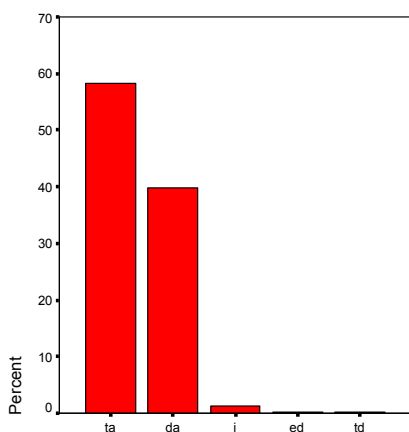


Característica 15 grado de acuerdo o desacuerdo

	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	224	58,3
DA	138	35,9
I	14	3,6
ED	6	1,6
TD	2	,5
TOTAL	384	100,0

Creo que puedo lograr todas las cosas que me propongo

Característica 16 grado de acuerdo o desacuerdo



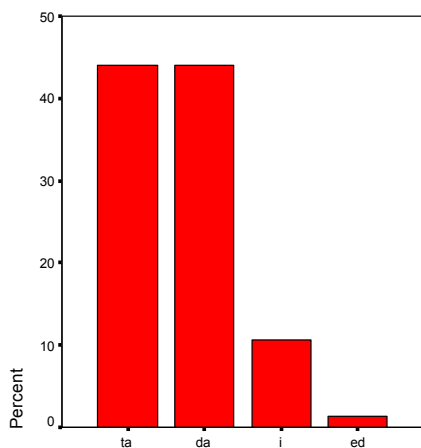
Característica 16 grado de acuerdo o desacuerdo

	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	224	58,3
DA	153	39,8
I	5	1,3
ED	1	,3
TD	1	,3
TOTAL	384	100,0

Soy de los que piensan que los pequeños fracasos son peldaños hacia el éxito

Característica 17 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 17 grado de acuerdo o desacuerdo

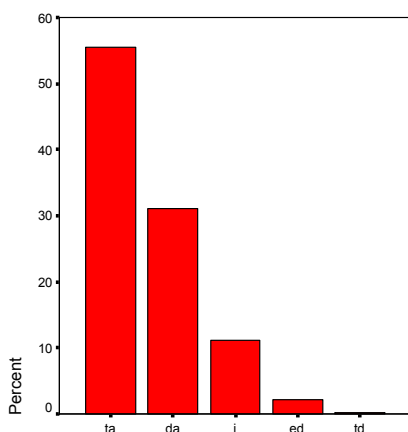


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	169	44,0
DA	169	44,0
I	41	10,7
ED	5	1,3
TD		
TOTAL	384	100,0

Pienso que el futuro puede ser mejor que el presente

Característica 18 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 18 grado de acuerdo o desacuerdo

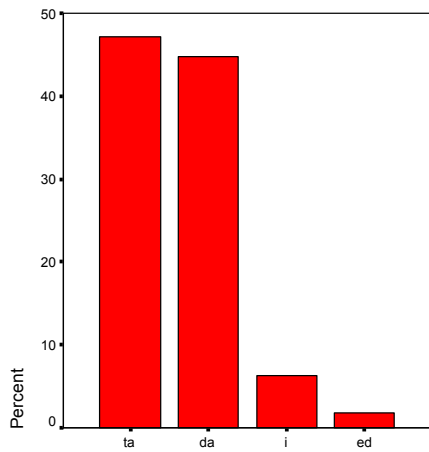


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	213	55,5
DA	119	31,0
I	43	11,2
ED	8	2,1
TD	1	,3
TOTAL	384	100,0

Me caracterizo por tener una visión positiva de la vida

Característica 19 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 19 grado de acuerdo o desacuerdo

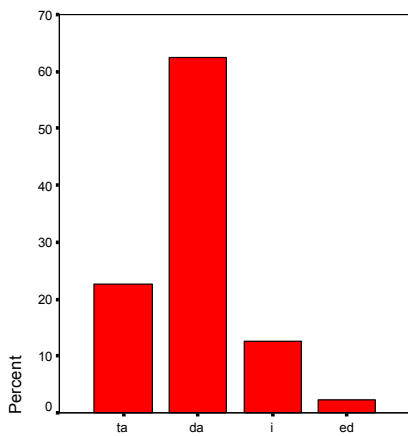


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	181	47,1
DA	172	44,8
I	24	6,3
ED	7	1,8
TD		
TOTAL	384	100,0

Tengo respuestas positivas antes los cambios del entorno

Característica 20 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 20 grado de acuerdo o desacuerdo

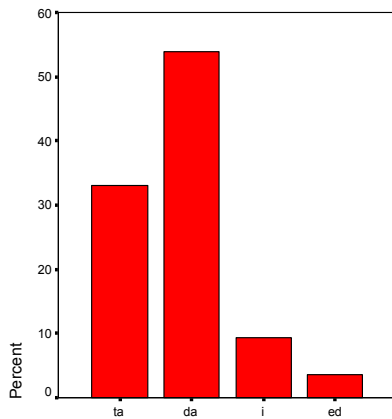


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	87	22,7
DA	240	62,5
I	48	12,5
ED	9	2,3
TD		
TOTAL	384	100,0

Si llegase a tener una idea de negocio, persistiré en lo posible para sacarla adelante, así muchos estén en desacuerdo

Característica 21 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 21 grado de acuerdo o desacuerdo

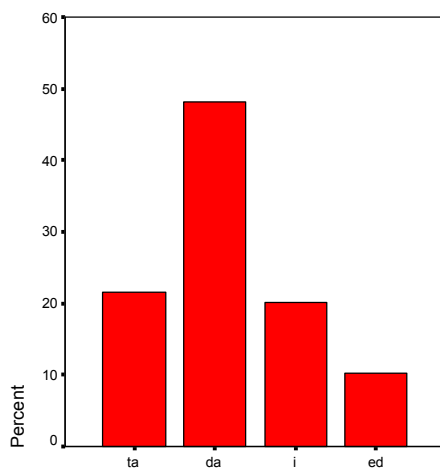


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	127	33,1
DA	207	53,9
I	36	9,4
ED	14	3,6
TD		
TOTAL	384	100,0

Siempre culmino todos los proyectos que empiezo

Característica 22 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 22 grado de acuerdo o desacuerdo

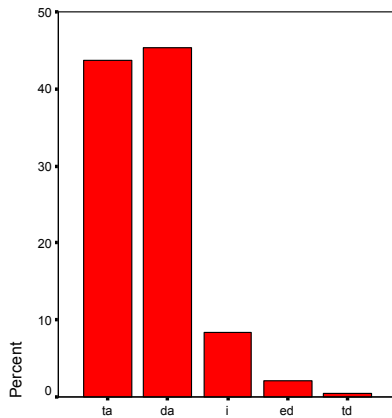


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	83	21,6
DA	185	48,2
I	77	20,1
ED	39	10,2
TD		
TOTAL	384	100,0

Me gusta pensar bien las cosas antes de hacerlas

Característica 23 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 23 grado de acuerdo o desacuerdo

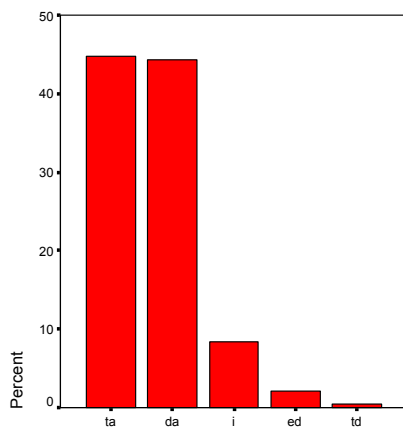


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	168	43,8
DA	174	45,3
I	32	8,3
ED	8	2,1
TD	2	,5
TOTAL	384	100,0

Me intereso por el bienestar de las personas que están a mí alrededor

Característica 24 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 24 grado de acuerdo o desacuerdo

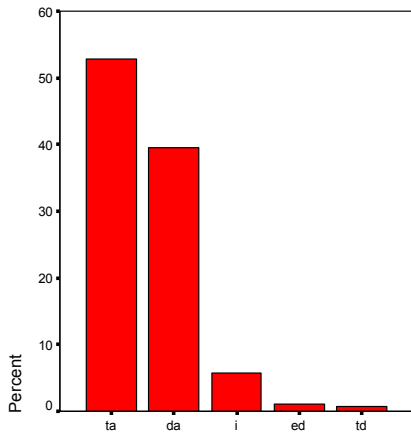


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	172	44,8
DA	170	44,3
I	32	8,3
ED	8	2,1
TD	2	,5
TOTAL	384	100,0

Me gusta alcanzar mis objetivos, sin perjudicar a los demás

Característica 25 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 25 grado de acuerdo o desacuerdo

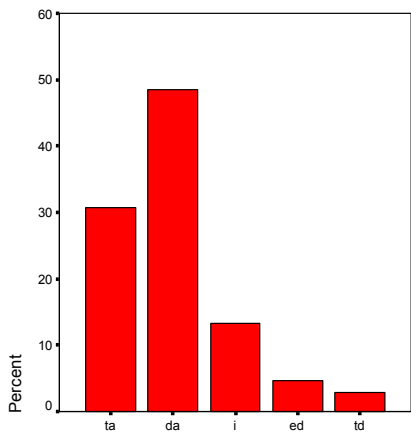


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	203	52,9
DA	152	39,6
I	22	5,7
ED	4	1,0
TD	3	,8
TOTAL	384	100,0

Cuando me comprometo con algo no escatimo ni esfuerzos ni tiempo para realizarlo

Característica 26 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 26 grado de acuerdo o desacuerdo

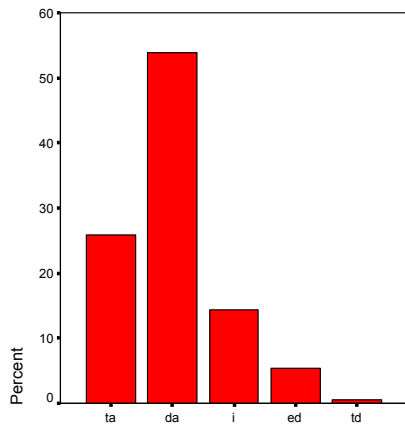


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	118	30,7
DA	186	48,4
I	51	13,3
ED	18	4,7
TD	11	2,9
TOTAL	384	100,0

Me caracterizo por ser una persona capaz de influir en los demás sin ejercer presión sobre ellos

Característica 27 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 27 grado de acuerdo o desacuerdo

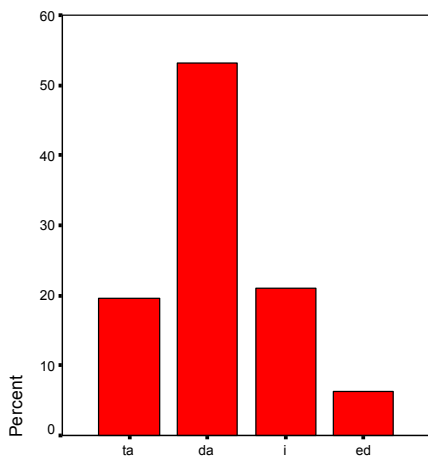


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	99	25,8
DA	207	53,9
I	55	14,3
ED	21	5,5
TD	2	,5
TOTAL	384	100,0

Me siento capaz de manejar todo tipo de situaciones

Característica 28 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 28 grado de acuerdo o desacuerdo

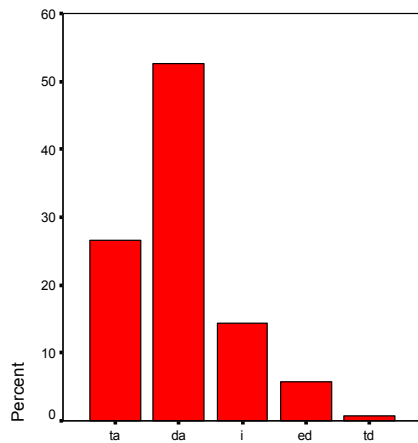


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	75	19,5
DA	204	53,1
I	81	21,1
ED	24	6,3
TD		
TOTAL	384	100,0

En ocasiones delego funciones para realizar mejor mi trabajo

Característica 29 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 29 grado de acuerdo o desacuerdo

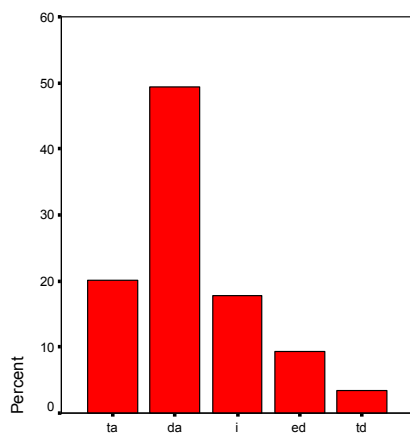


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	102	26,6
DA	202	52,6
I	55	14,3
ED	22	5,7
TD	3	,8
TOTAL	384	100,0

Veo en el fracaso una oportunidad

Característica 30 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 30 grado de acuerdo o desacuerdo

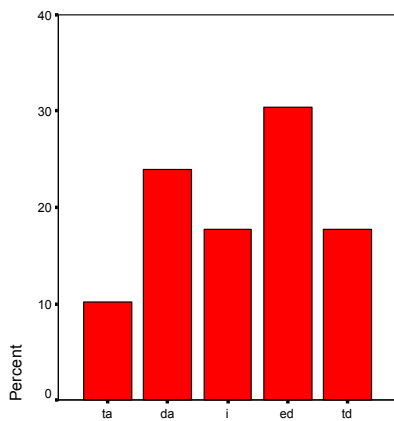


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	77	20,1
DA	190	49,5
I	68	17,7
ED	36	9,4
TD	13	3,4
TOTAL	384	100,0

No planeo para el futuro, solo dejo que las cosas se den

Característica 31 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 31 grado de acuerdo o desacuerdo

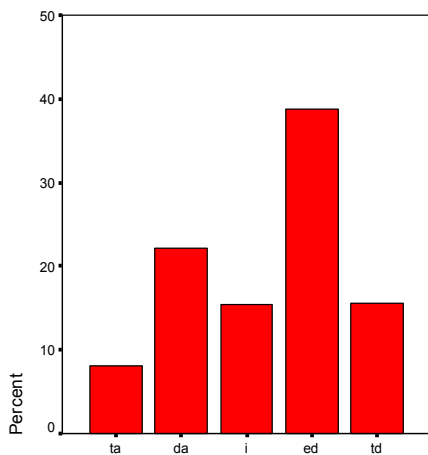


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	39	10,2
DA	92	24,0
I	68	17,7
ED	117	30,5
TD	68	17,7
TOTAL	384	100,0

Solo actúo pensando en el presente

Característica 32 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 32 grado de acuerdo o desacuerdo

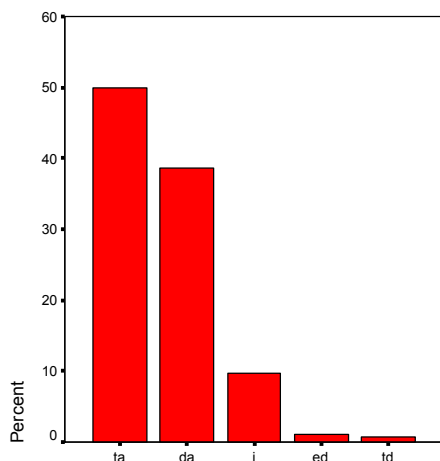


	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	31	8,1
DA	85	22,1
I	59	15,4
ED	149	38,8
TD	60	15,6
TOTAL	384	100,0

Veo la planificación del futuro como algo necesario para lograr el éxito

Característica 33 grado de acuerdo o desacuerdo

Característica 31 grado de acuerdo o desacuerdo



	Frecuencia	Porcentaje (%)
TA	192	50,0
DA	148	38,5
I	37	9,6
ED	4	1,0
TD	3	,8
TOTAL	384	100,0

Frecuencias más representativas de las características del perfil emprendedor

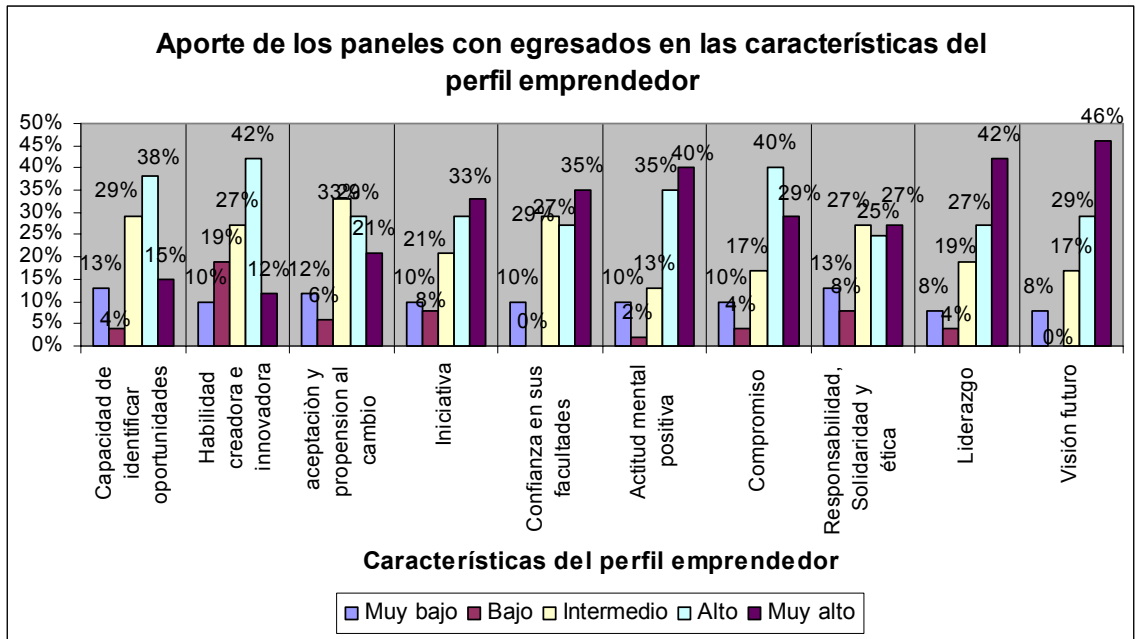
CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR	GRADO DE ACUERDO O DESACUERDO	FRECUENCIA
Me es fácil identificar las fortalezas y debilidades del entorno	DA	249
Toda idea de negocio es un oportunidad	TA	174
Me es fácil ver en la adversidad una oportunidad	DA	230
Me gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas.	DA	176
Tengo siempre a la vista la solución a los problemas	DA	206
Pienso que en general, ya todo esta inventado.	ED-TD	132
Me adapto con facilidad a los cambios del entorno.	DA	190
Me inclino por las tareas repetitivas y rutinarias	ED	152
No me gustan los imprevistos, prefiero saber cada día con que me voy a encontrar.	I	113
Reconozco con facilidad las oportunidades y falencias del entorno	DA	266
me considero una persona proactiva	DA	210
Realizo mis funciones sin que nadie me mueva	DA	196

hacer las cosas.		
Me gusta proponer nuevas formas de hacer las cosas. No soporto la rutina.	DA	182
Me siento capaz de solucionar cualquier tipo de problemas	DA	223
Confío plenamente en mis capacidades	TA	224
Creo que puedo lograr todas las cosas que me propongo.	TA	224
Soy de los que piensan que los pequeños fracasos son peldaños hacia el éxito.	TA-DA	169
Pienso que el futuro puede ser mejor que el presente	TA	213
Me caracterizo por tener una visión positiva de la vida	TA	181
Tengo respuestas positivas antes los cambios del entorno	DA	240
Si llegase a tener una idea de negocio, persistiré en lo posible para sacarla adelante, así muchos estén en desacuerdo.	DA	207
Siempre culmino todos los proyectos que empiezo.	DA	185
Me gusta pensar bien las cosas antes de hacerlas.	DA	174
Me intereso por el bienestar de las personas que están a mí alrededor.	TA	172
Me gusta alcanzar mis objetivos, sin perjudicar a los demás	TA	203
Cuando me comprometo con algo no escatimo ni esfuerzos ni tiempo para realizarlo.	DA	186
Me caracterizo por ser una persona capaz de influir en los demás sin ejercer presión sobre ellos.	DA	207
Me siento capaz de manejar todo tipo de situaciones	DA	204
En ocasiones delego funciones para realizar mejor mi trabajo.	DA	202
Veó en el fracaso una oportunidad	DA	190
No planeo para el futuro, solo dejo que las cosas se den	ED	117
Solo actúo pensando en el presente	ED	149
Veó la planificación del futuro como algo necesario para lograr el éxito	TA	192

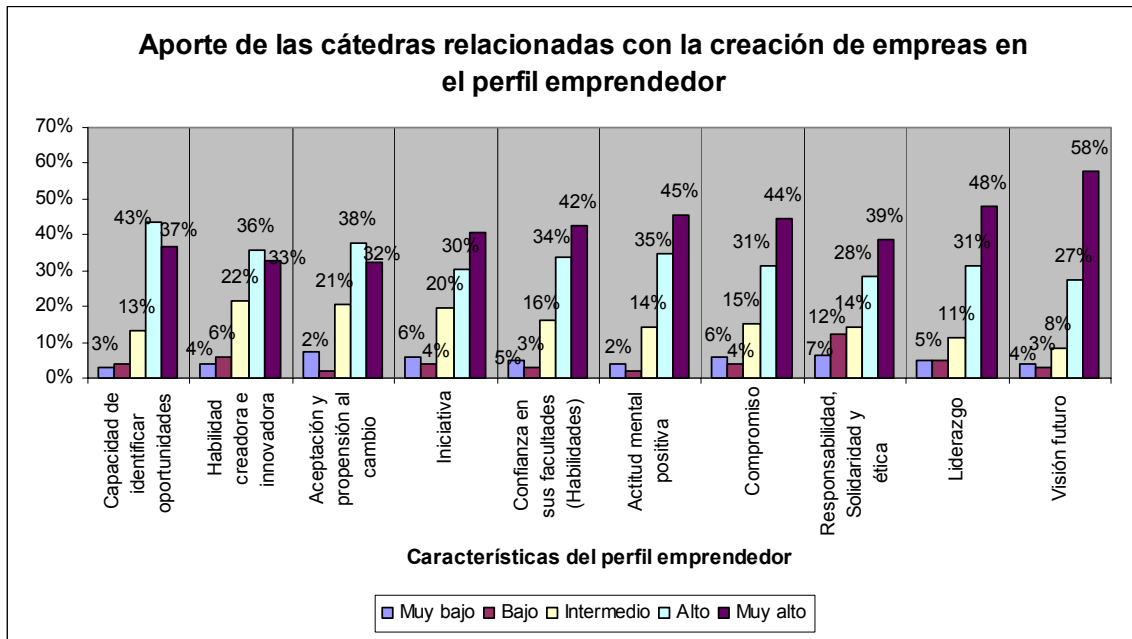
ANEXO I

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS EN LA UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER ACERCA DEL APORTE DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR PLANTEADO

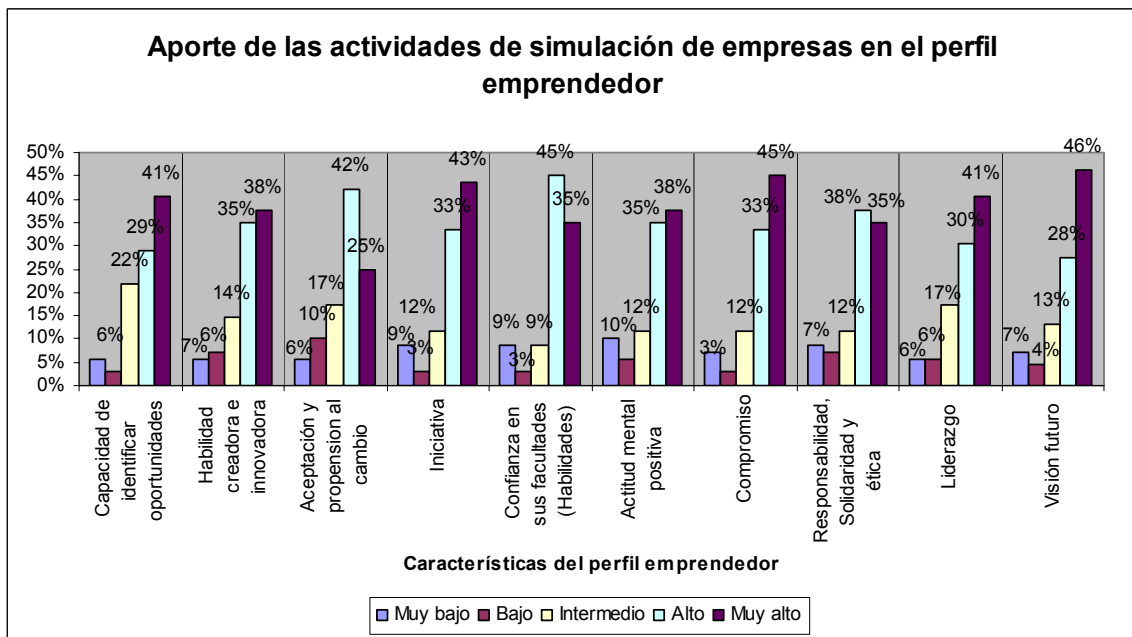
Aporte de los paneles con egresados en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



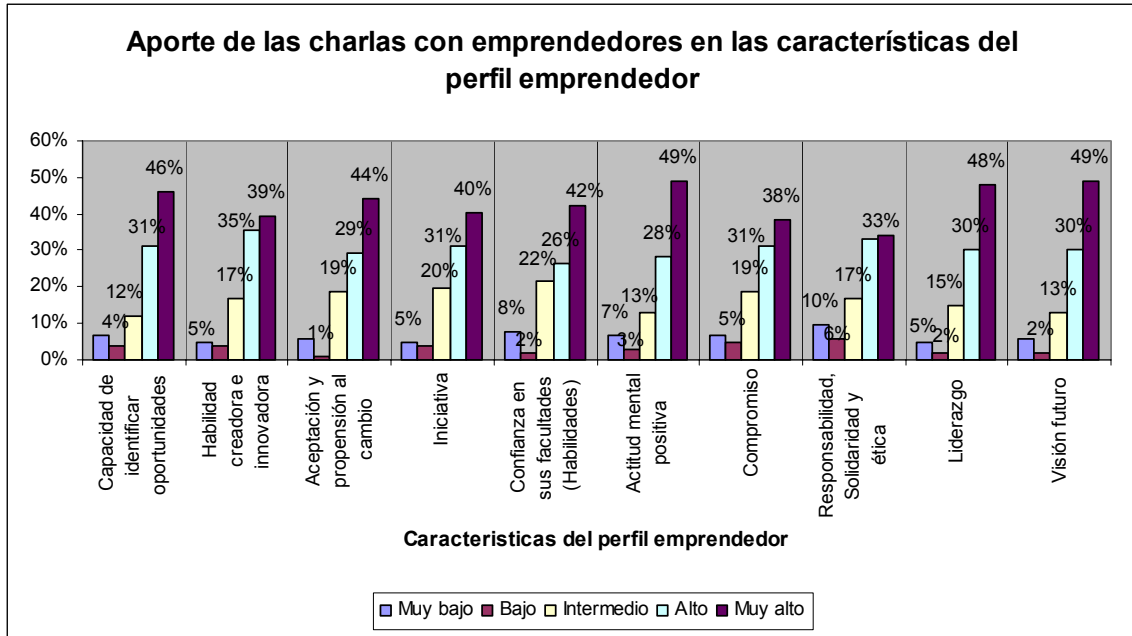
Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



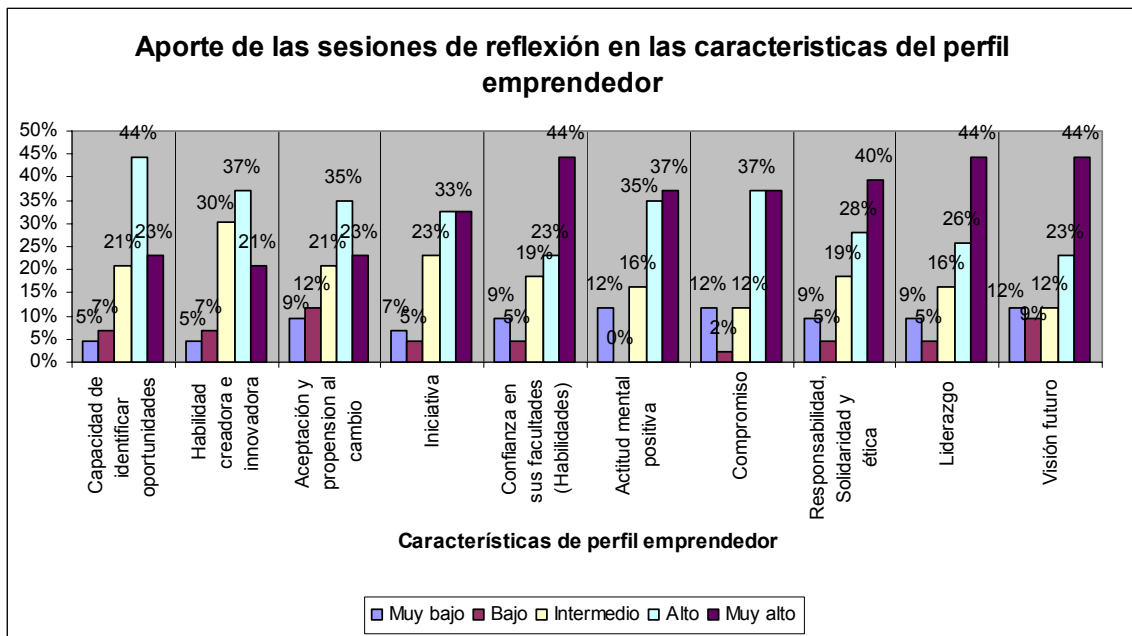
Aporte de las actividades de simulación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



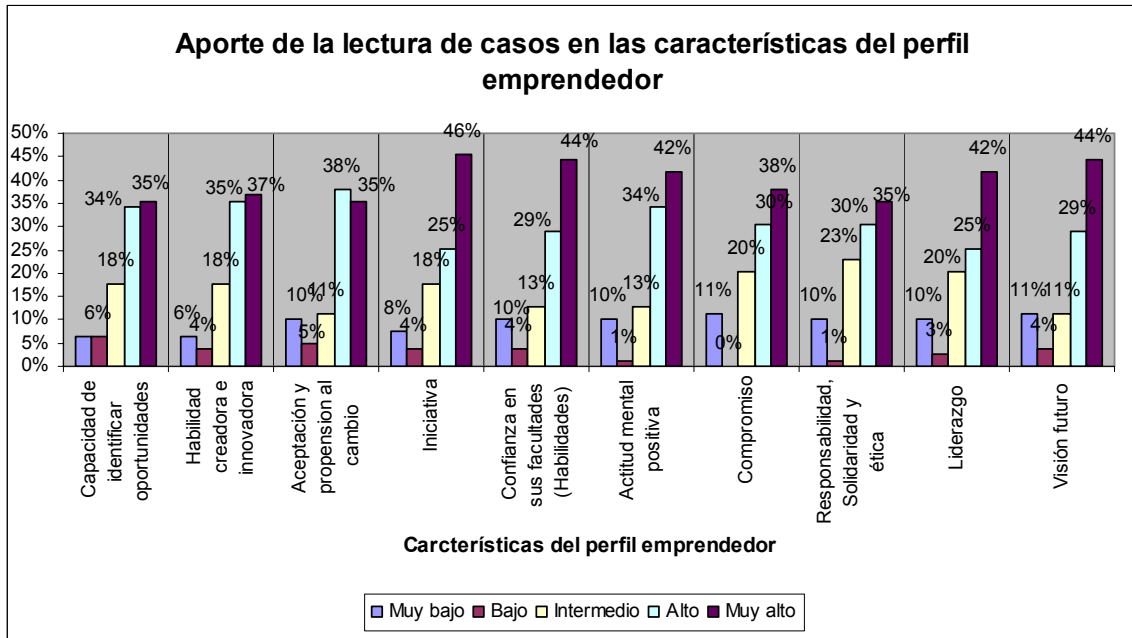
Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



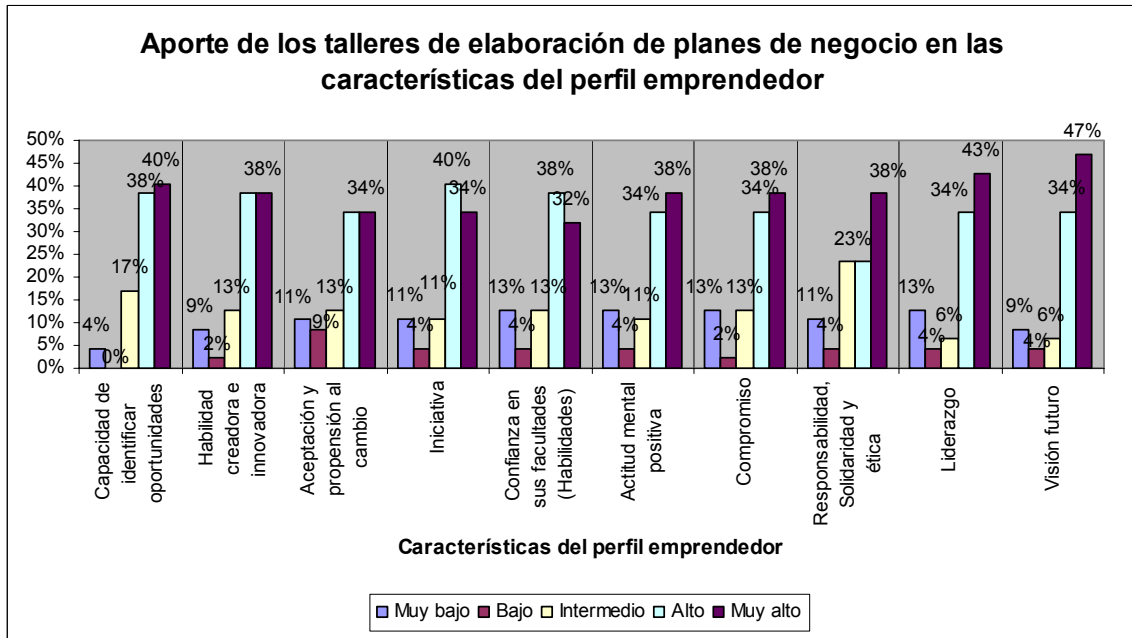
Aporte de las sesiones de reflexión en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



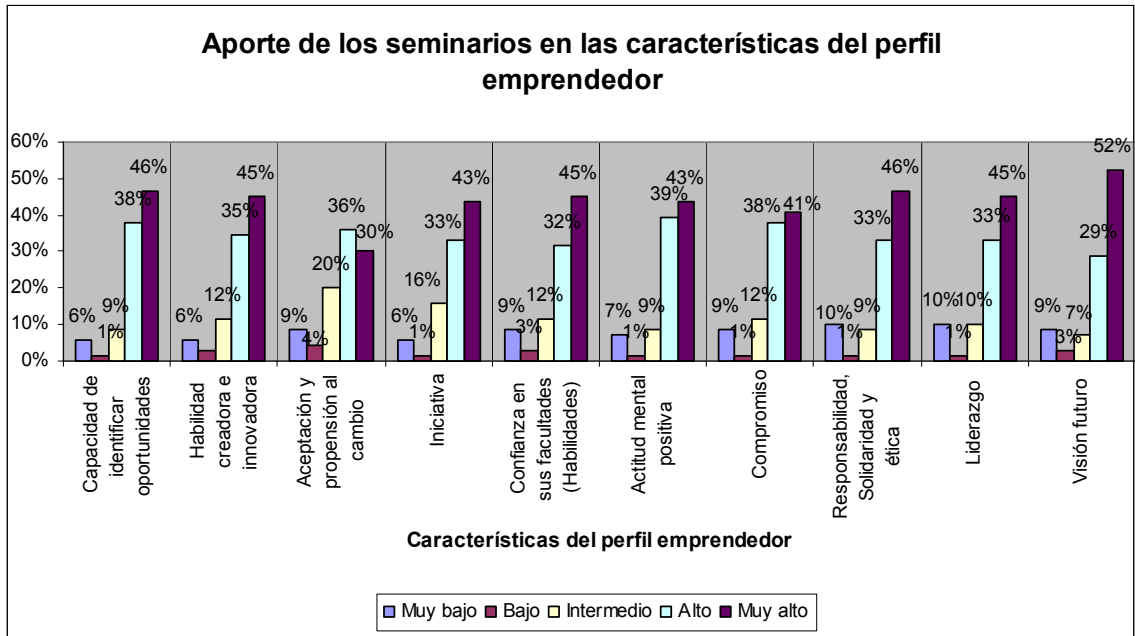
Aporte de las lecturas de casos en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



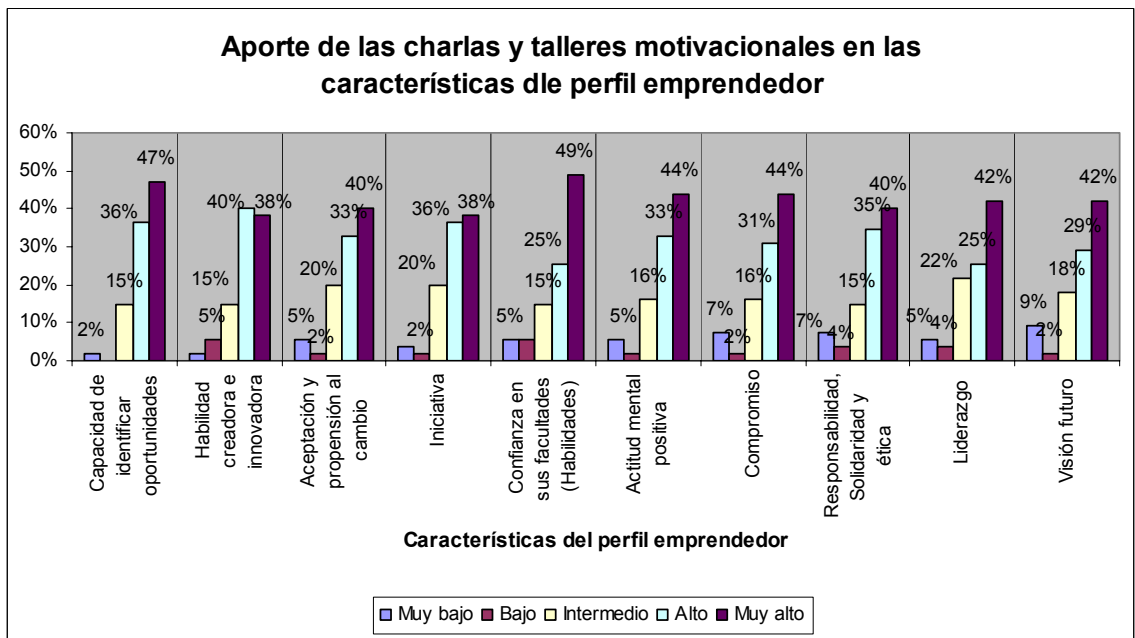
Aporte de los talleres de elaboración de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



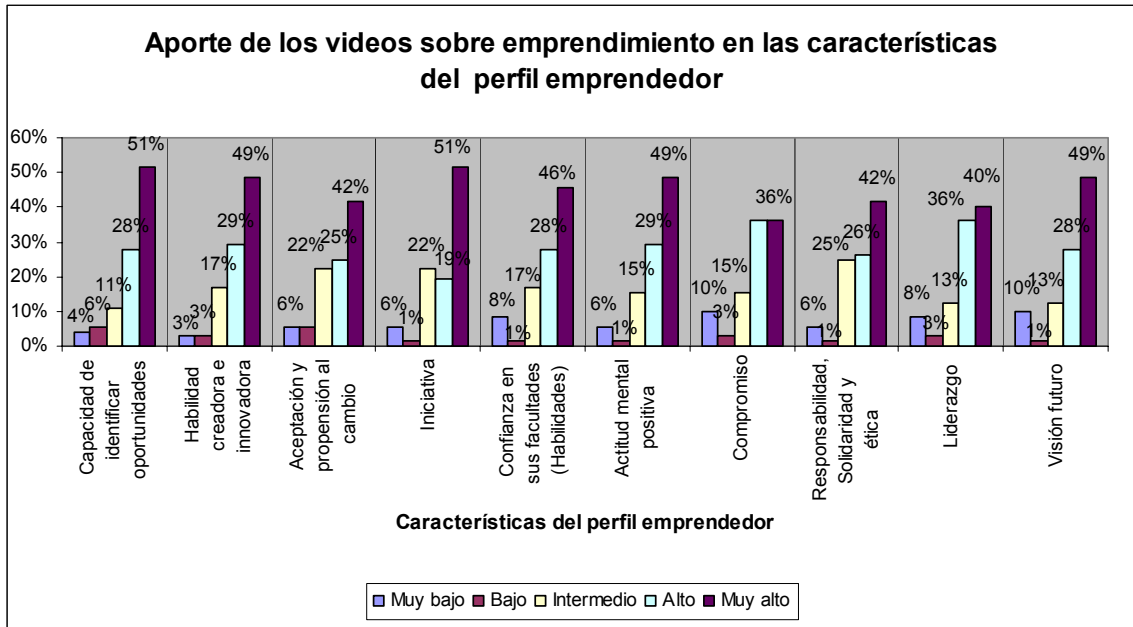
Aporte de los seminarios en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



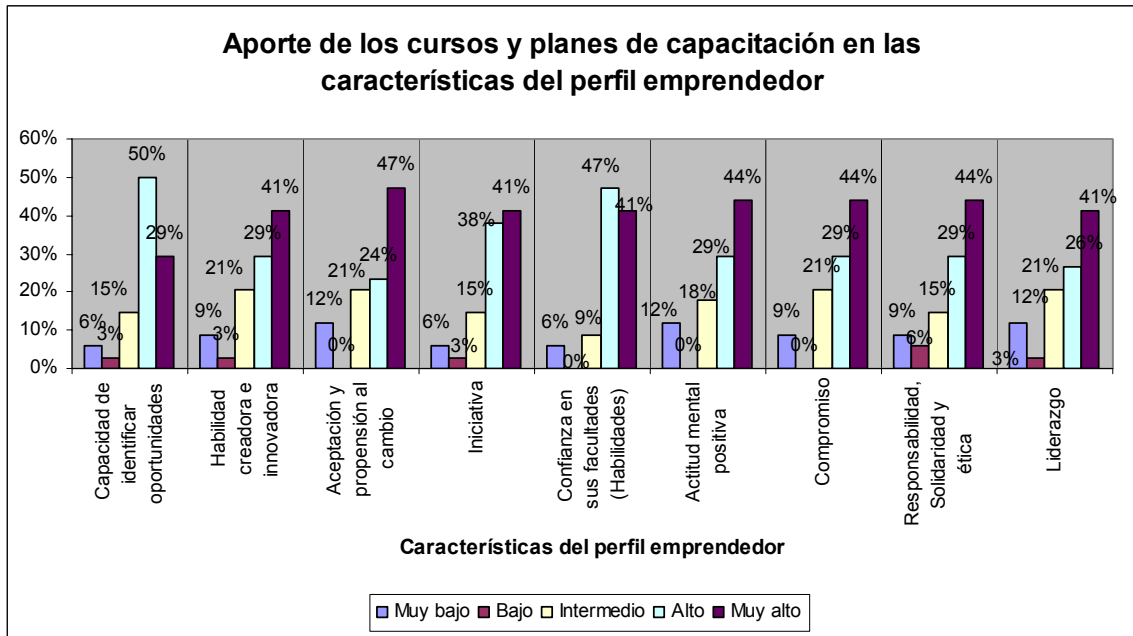
Aporte de las charlas y talleres motivacionales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



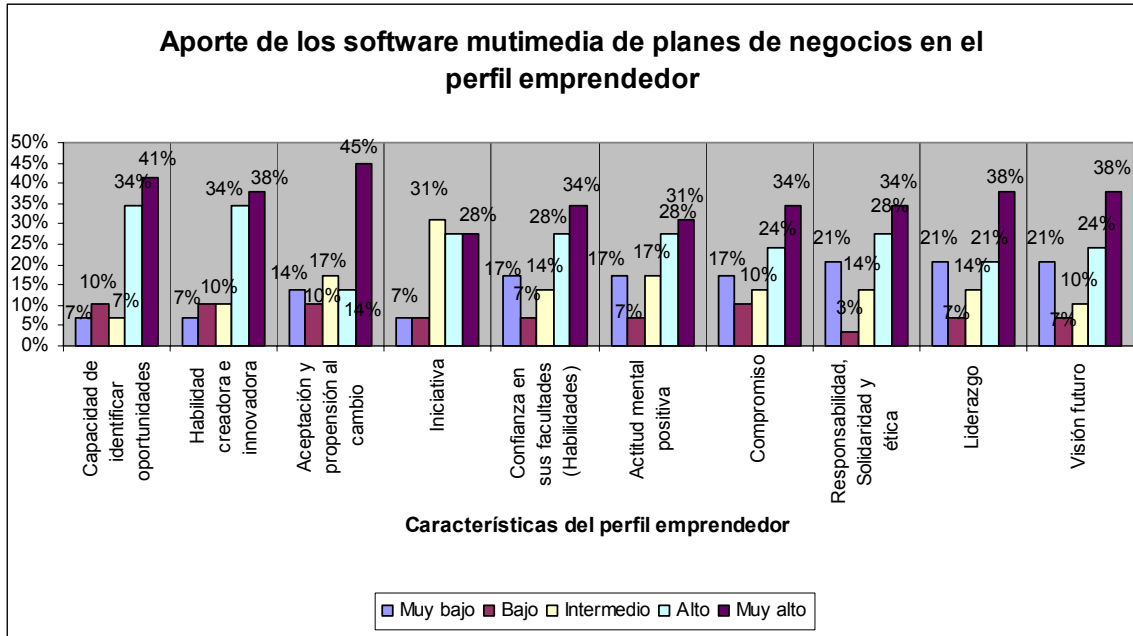
Aporte de los videos sobre emprendimiento en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



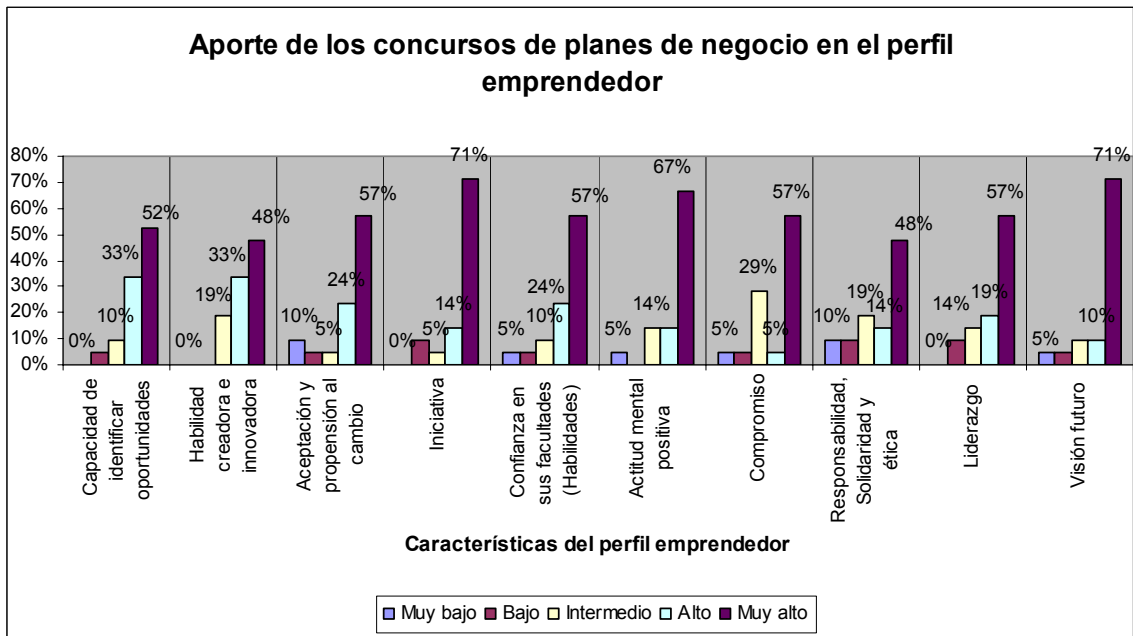
Aporte de los cursos y planes de capacitación en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



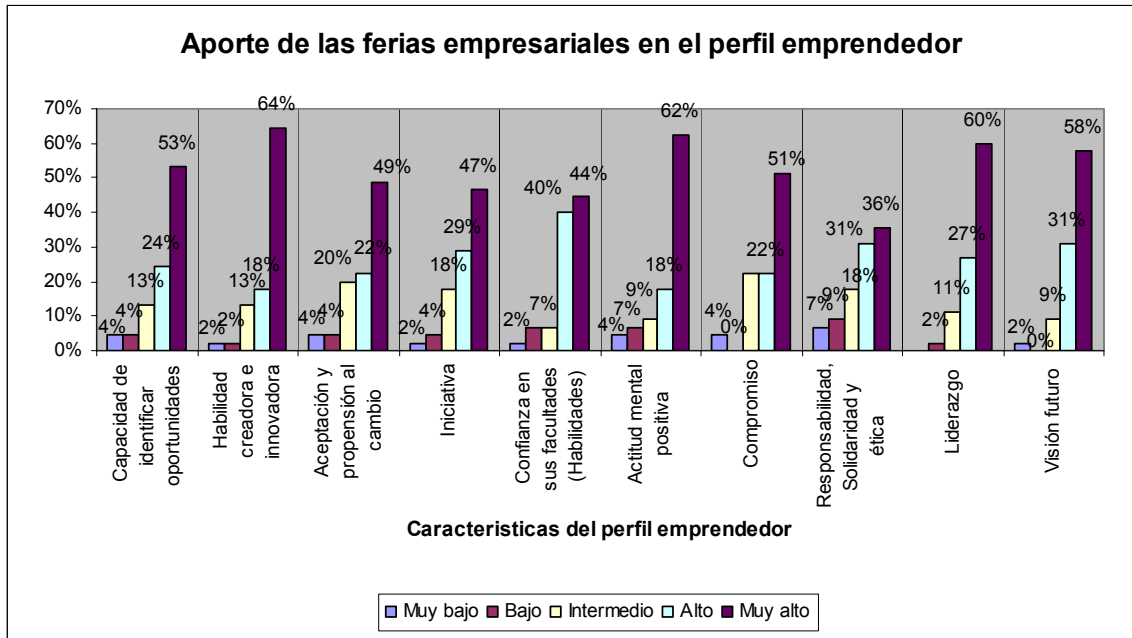
Aporte de los software multimedia de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



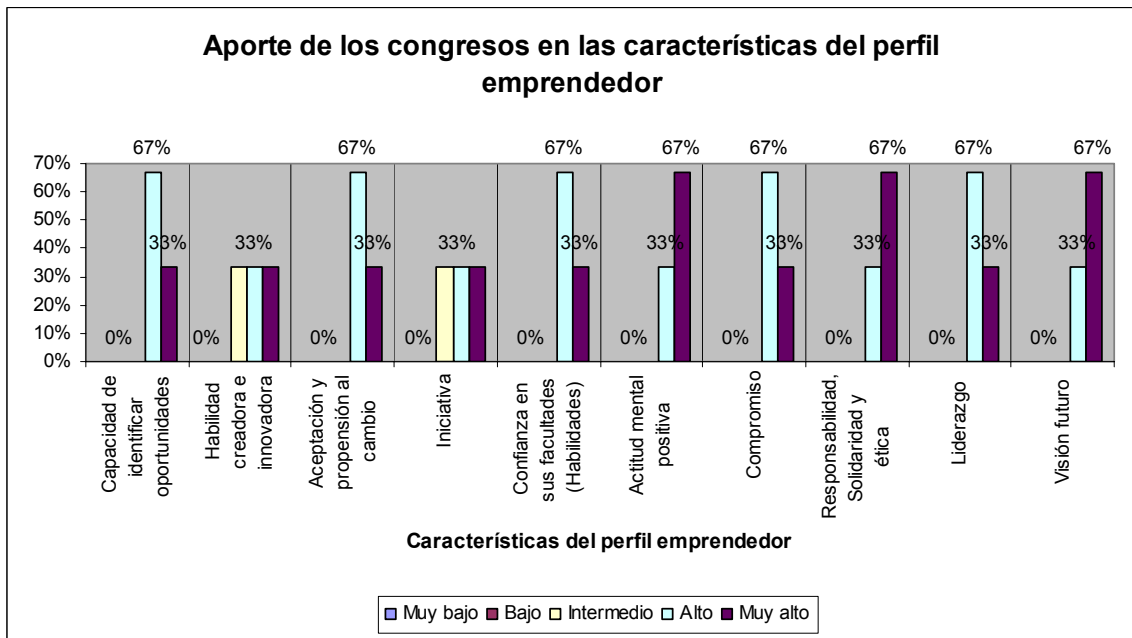
Aporte de los concursos de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



Aporte de ferias empresariales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



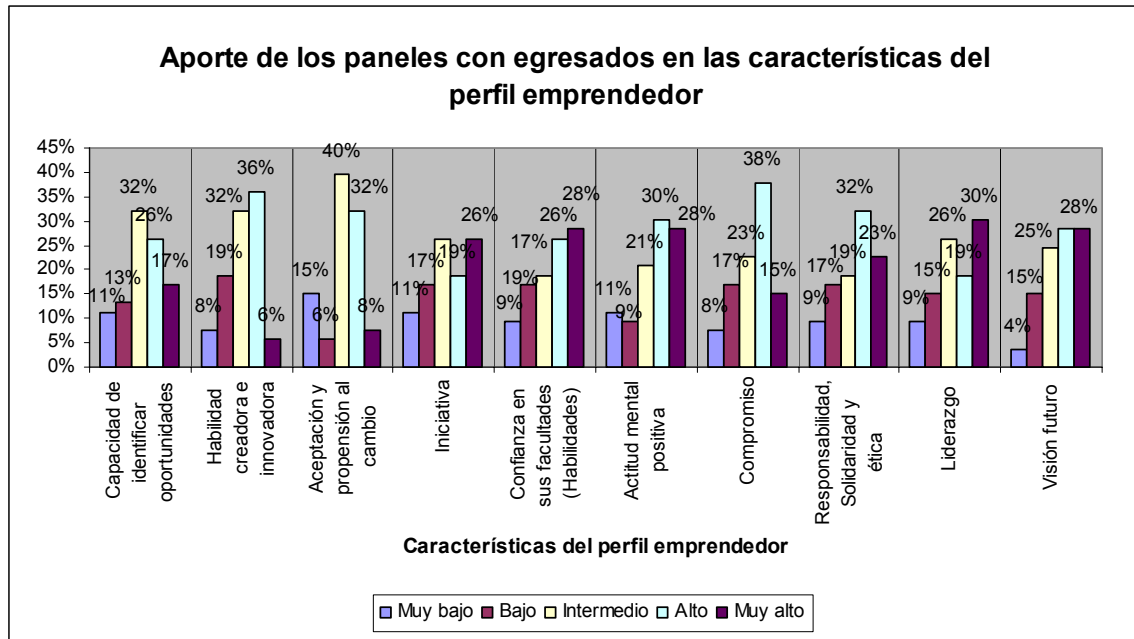
Aporte de los congresos en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Industrial de Santander



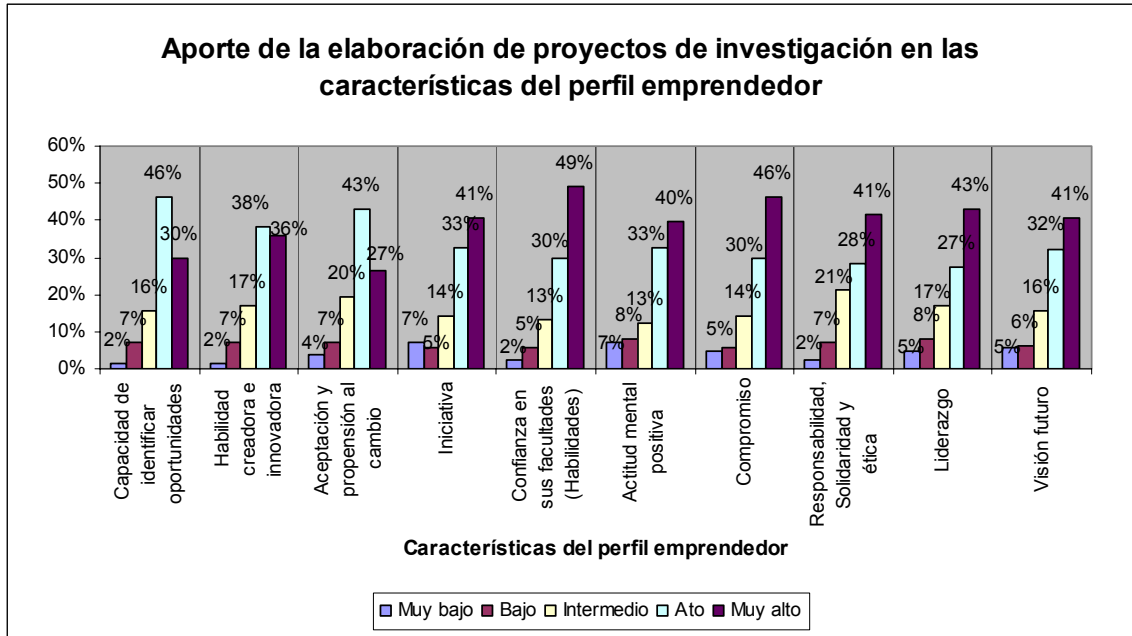
ANEXO J

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS EN LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA ACERCA DEL APOORTE DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR PLANTEADO

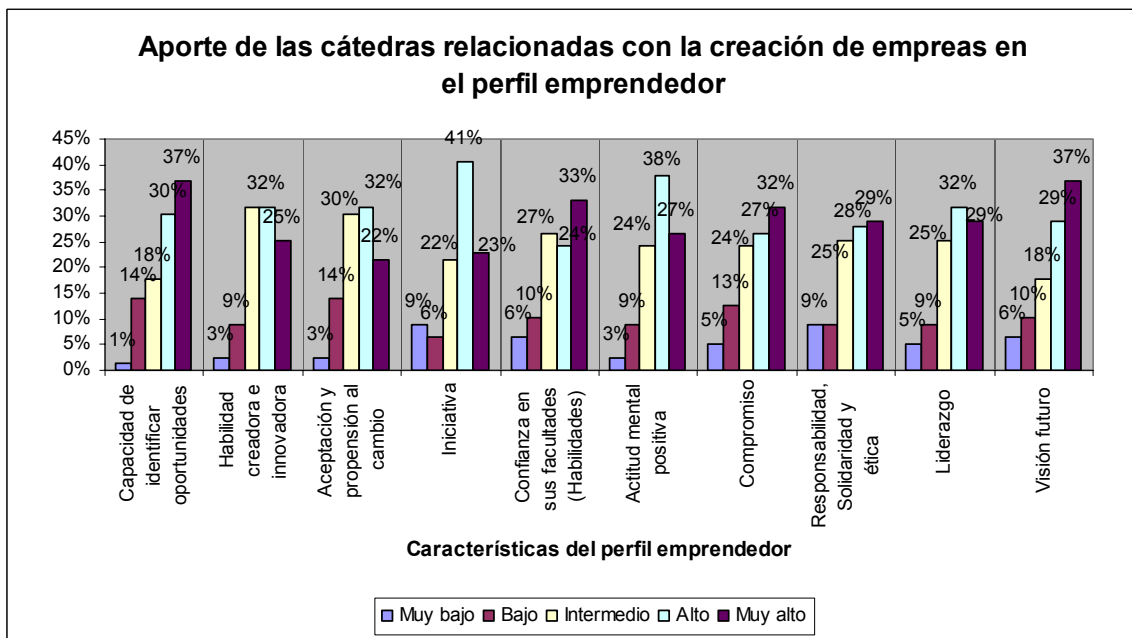
Aporte de los paneles con egresados en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



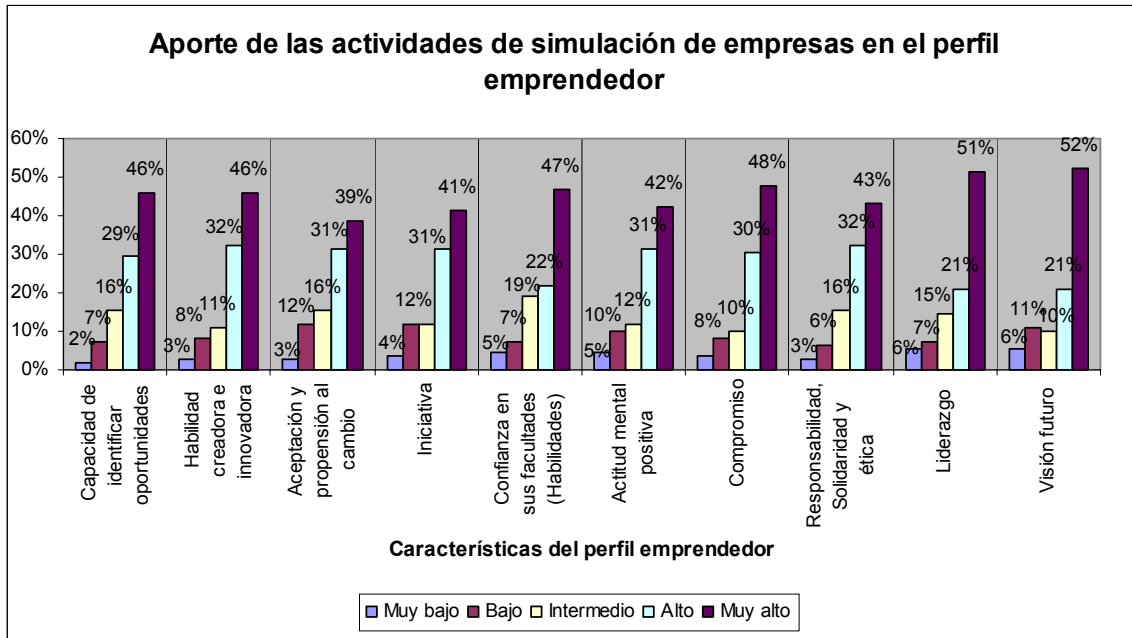
Aporte de la elaboración de proyectos de investigación en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



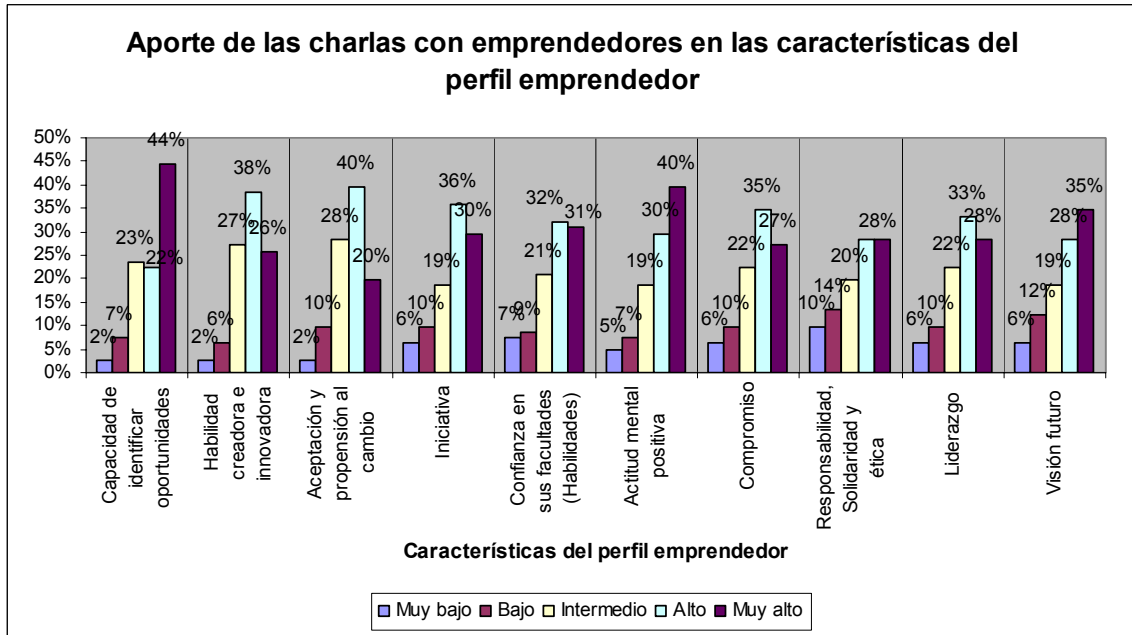
Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



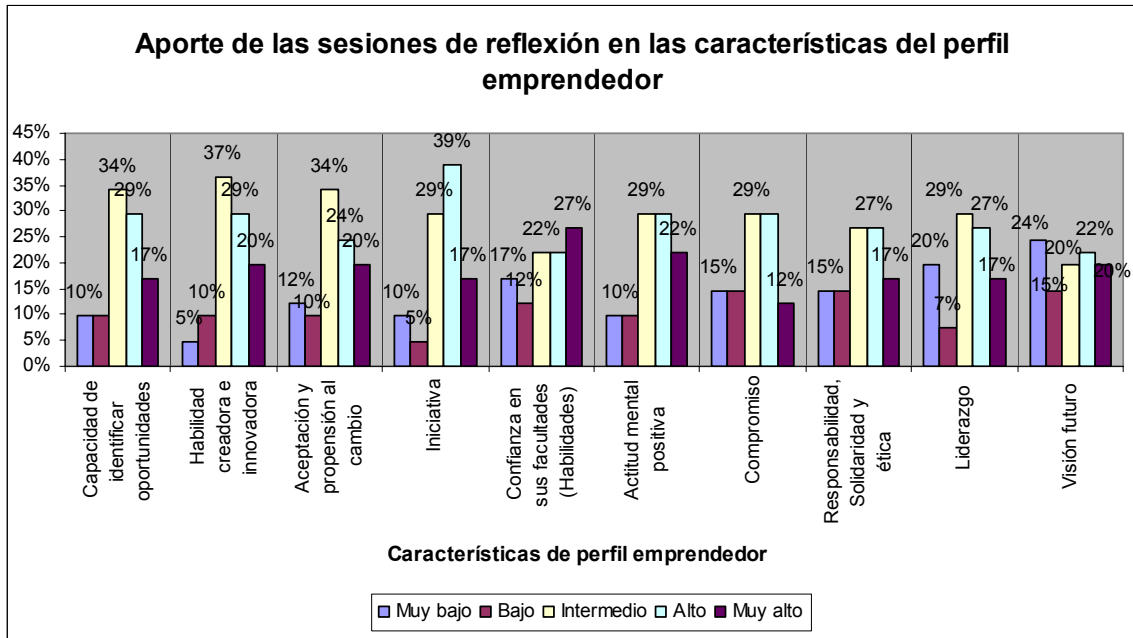
Aporte de las actividades de simulación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



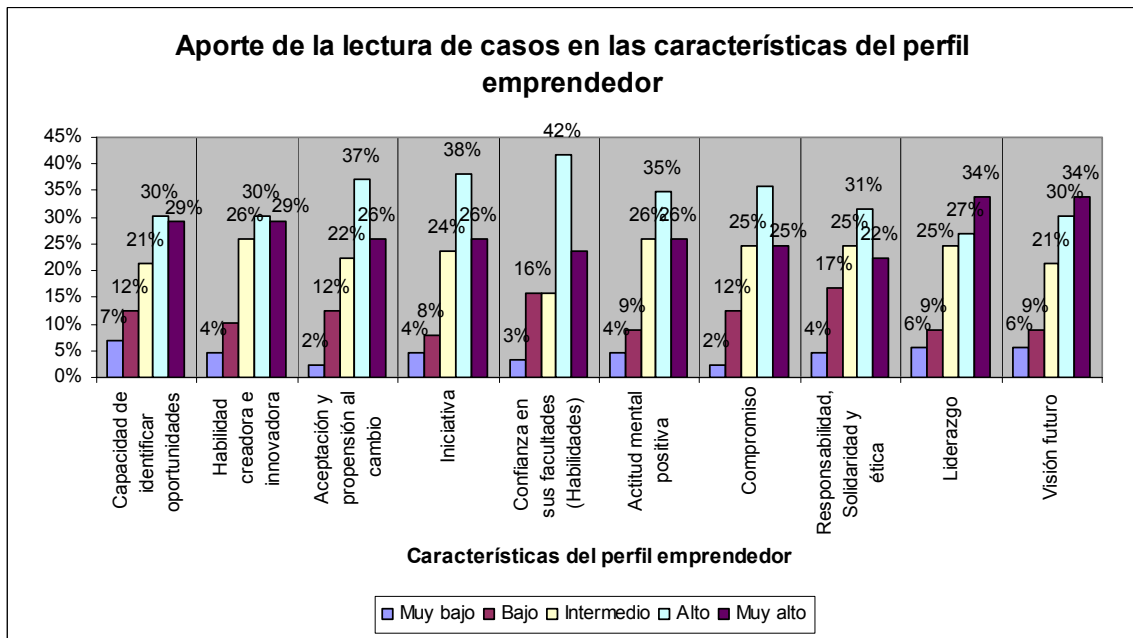
Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



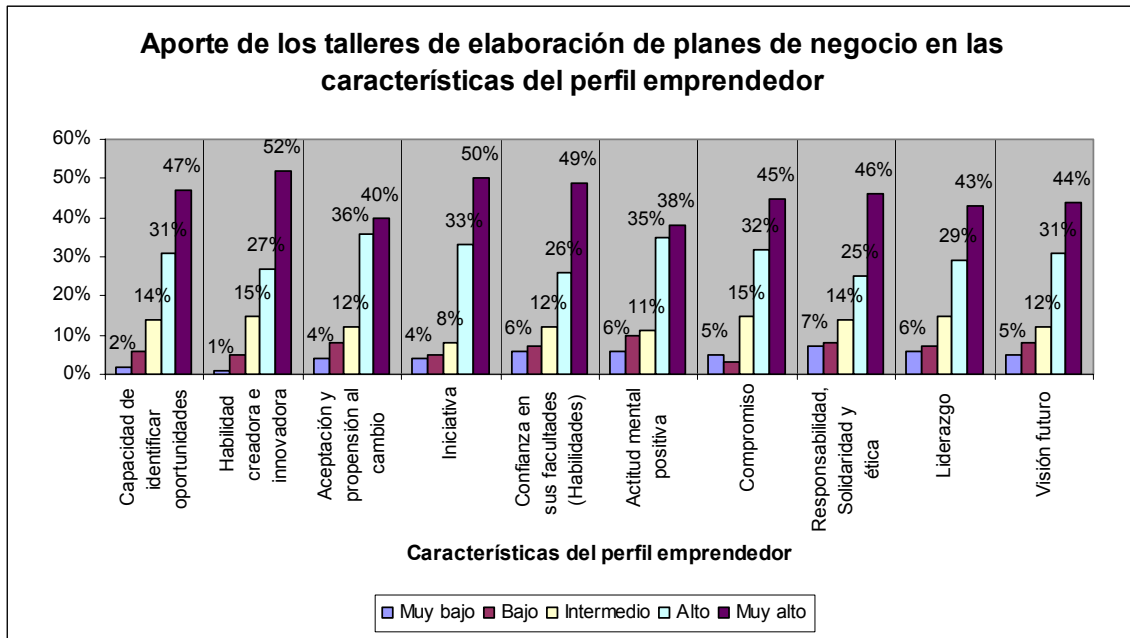
Aporte de las sesiones de reflexión en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



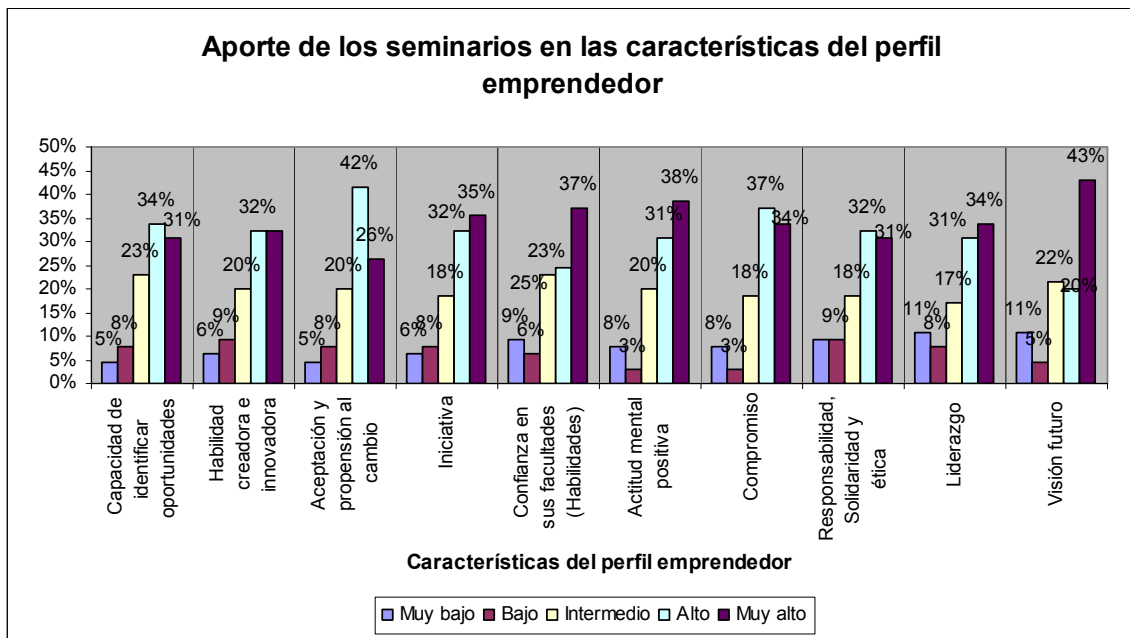
Aporte de la lectura de casos en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



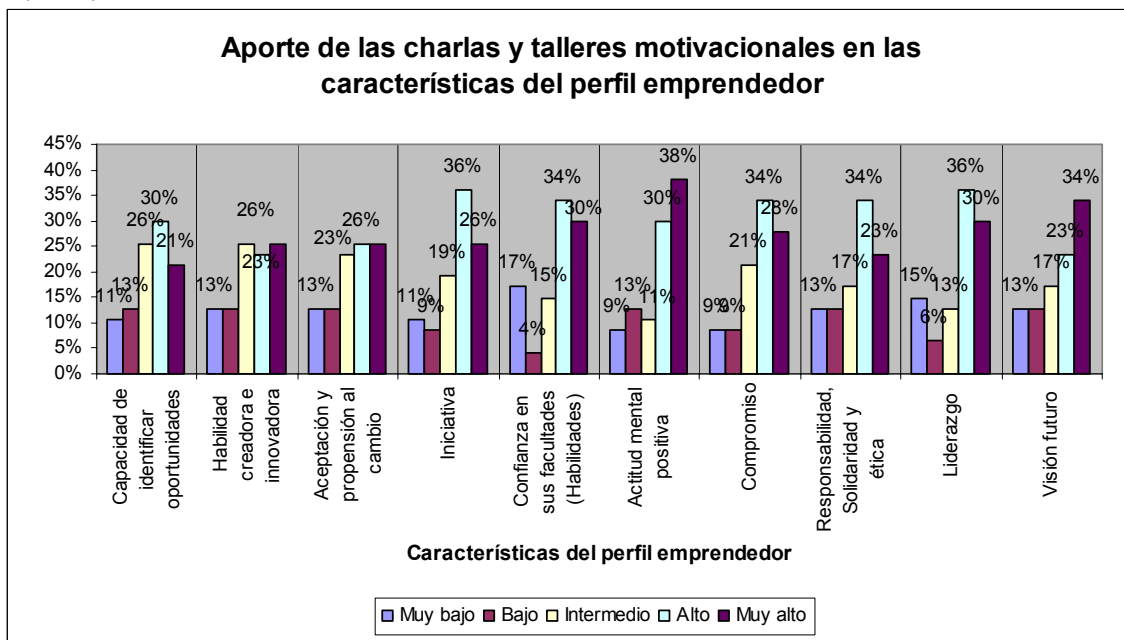
Aporte de los talleres de elaboración de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



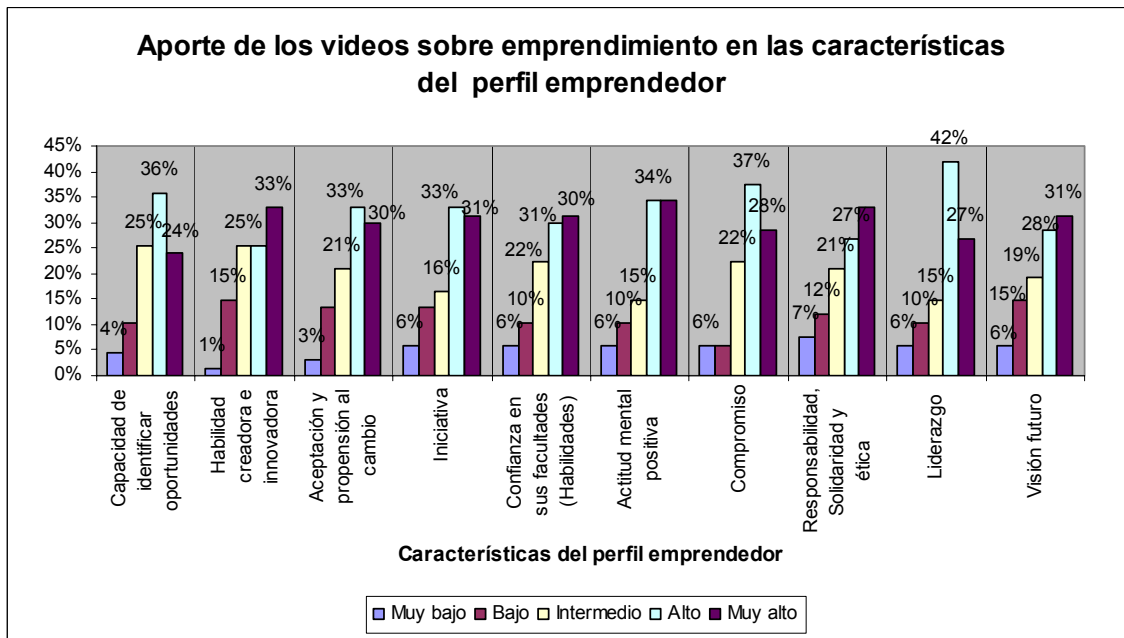
Aportes de los seminarios en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



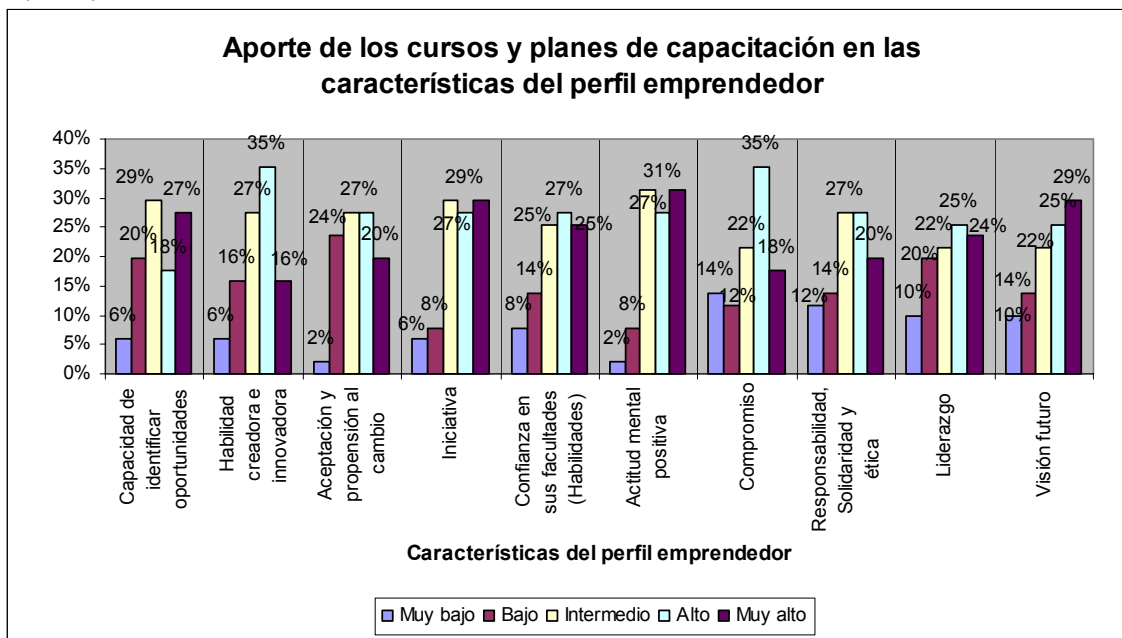
Aporte de las charlas y talleres motivacionales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



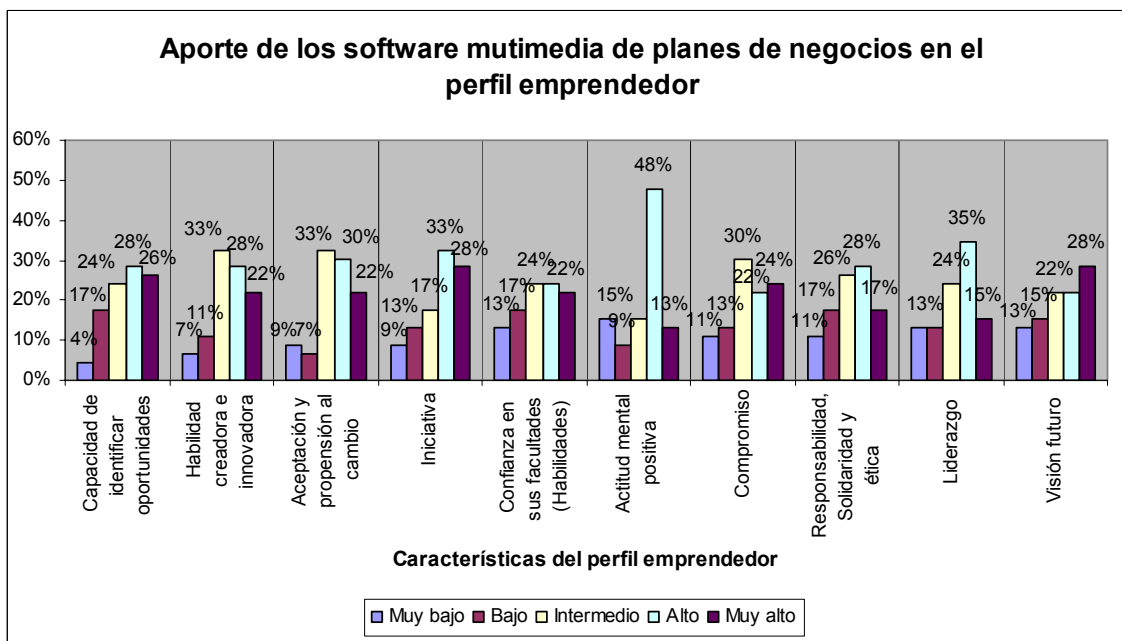
Aporte de los videos sobre emprendimiento en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



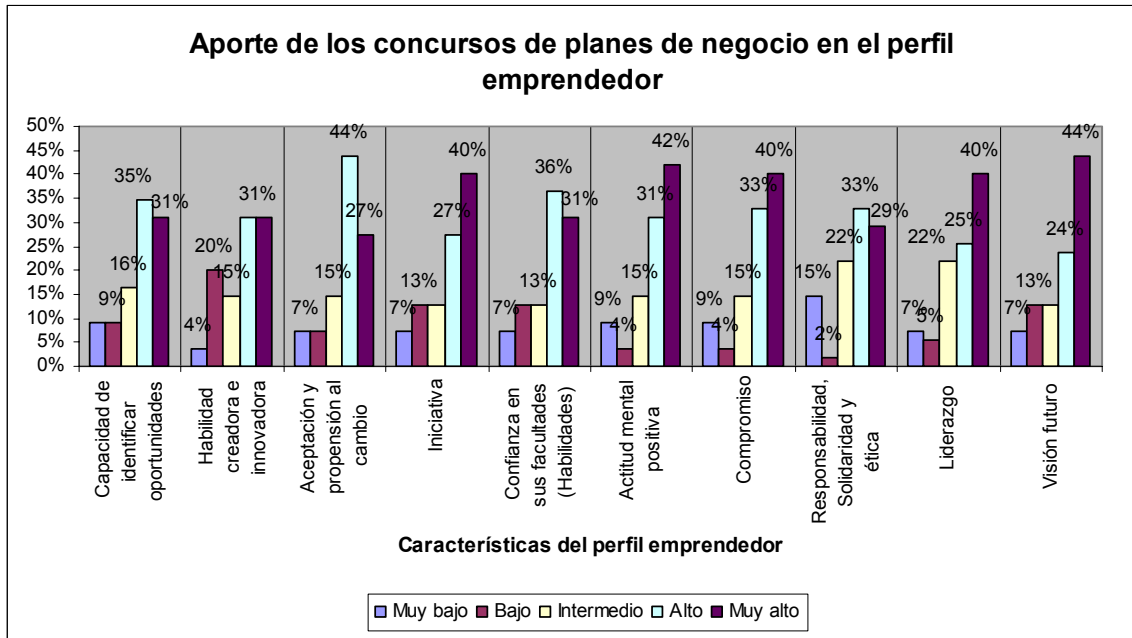
Aporte de los cursos y planes de capacitación en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



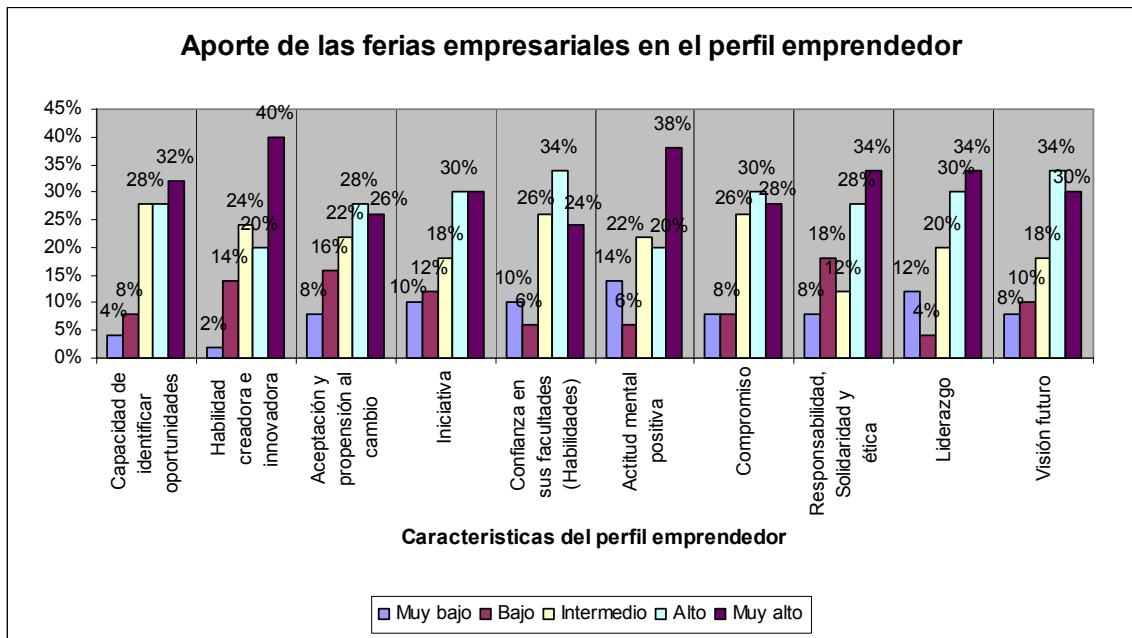
Aporte de los software multimedia de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



Aporte de los concursos de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



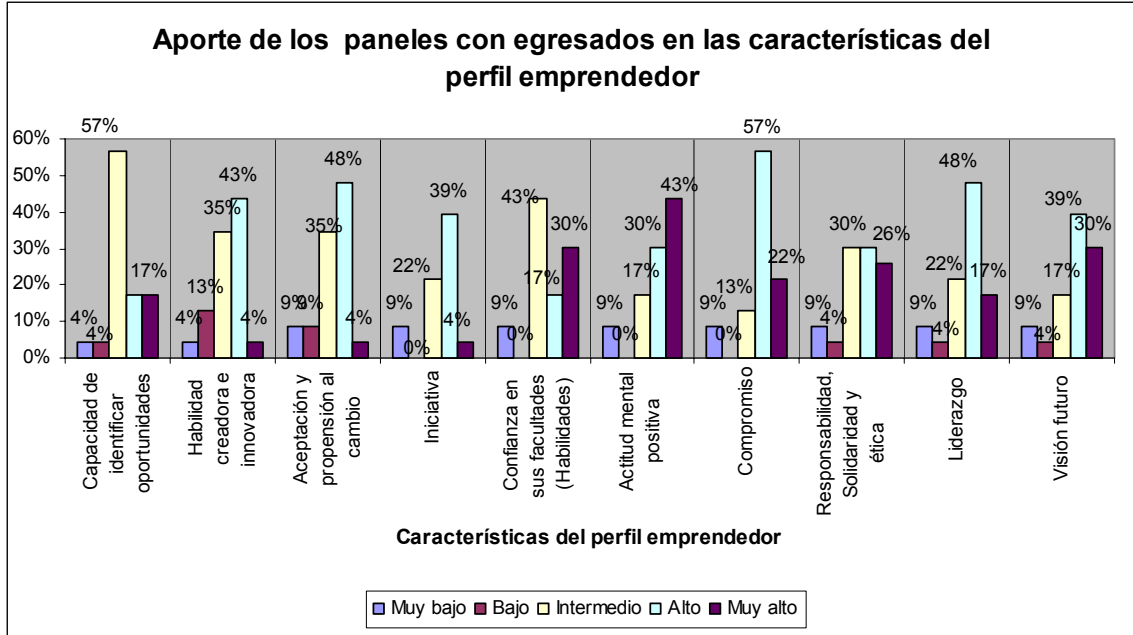
Aporte de las ferias empresariales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Pontificia Bolivariana



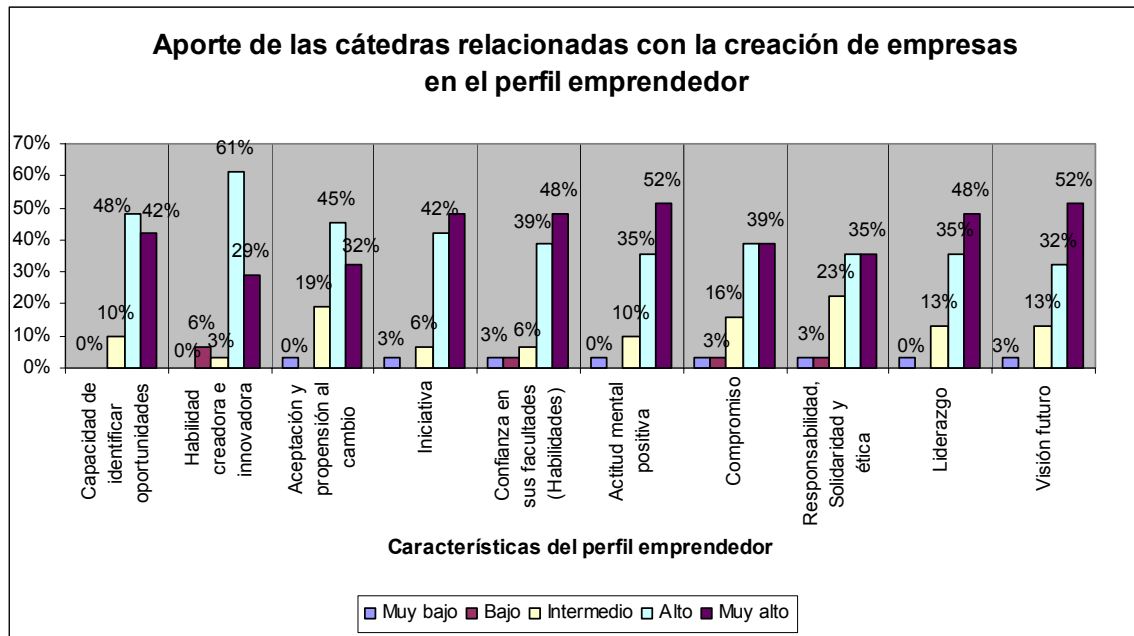
ANEXO K

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS EN LA UNIVERSIDAD DE SANTANDER ACERCA DEL APORTE DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR PLANTEADO

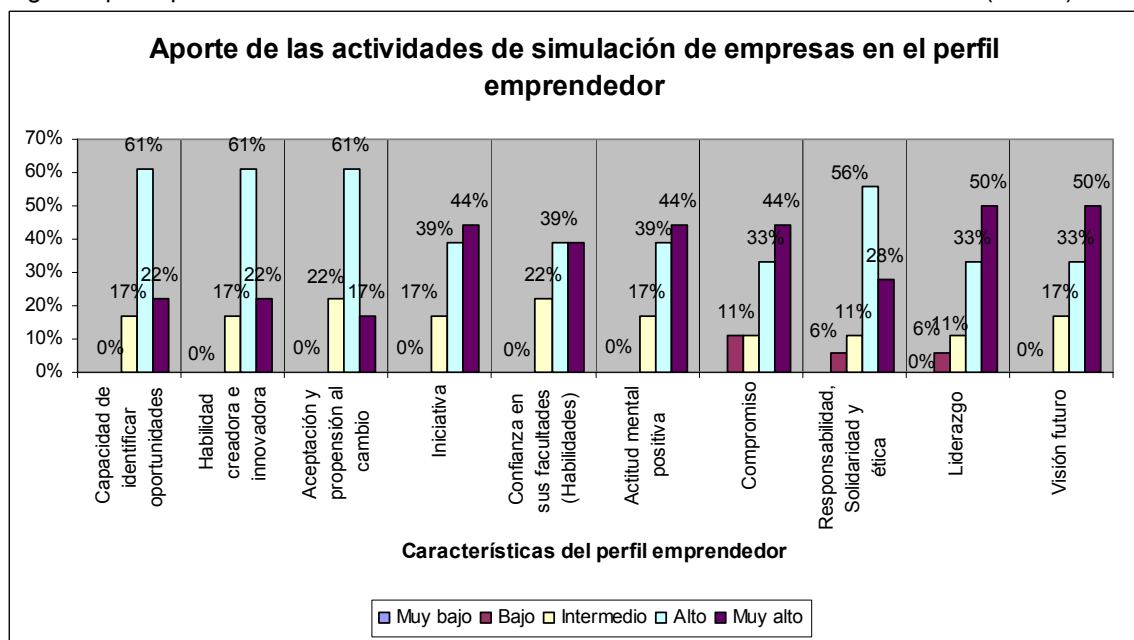
Aporte de los paneles con egresados en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



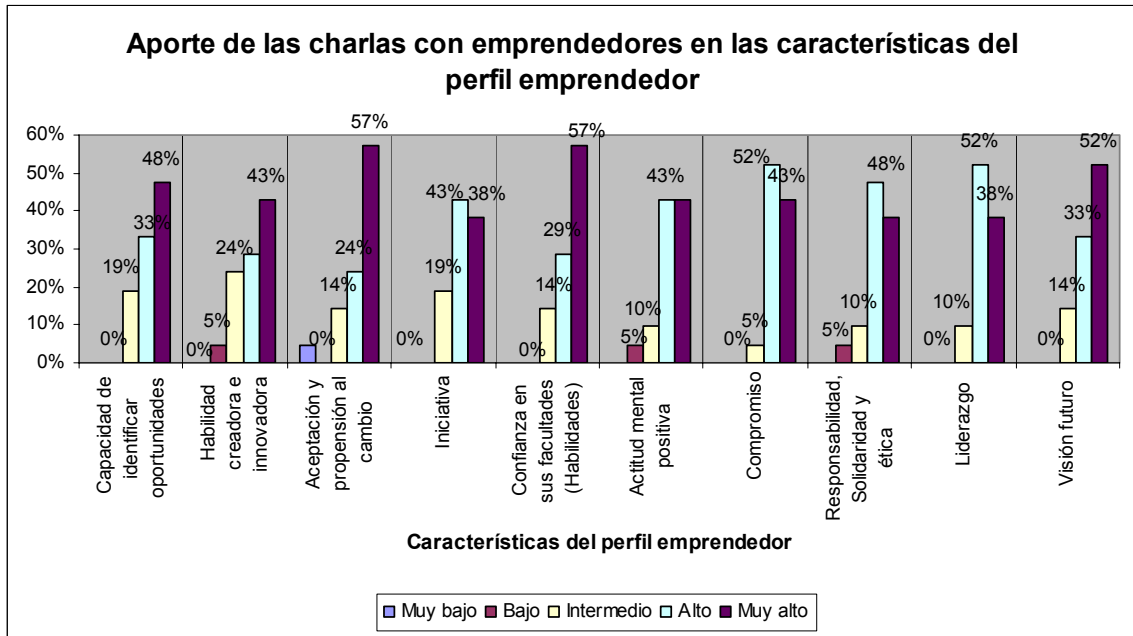
Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



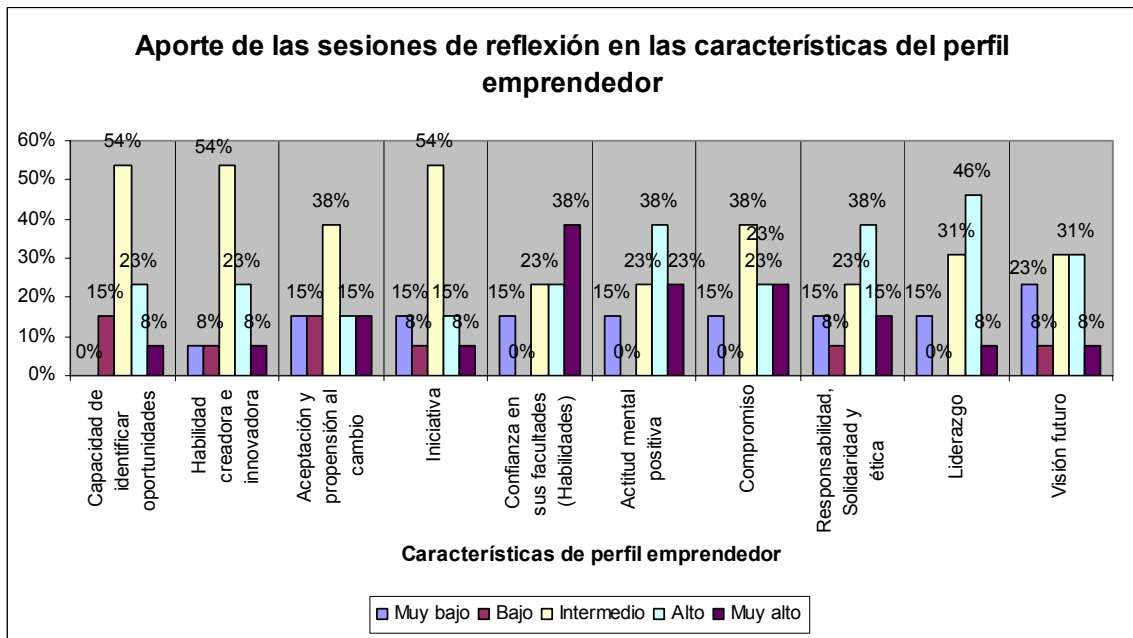
Aporte de las actividades de simulación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



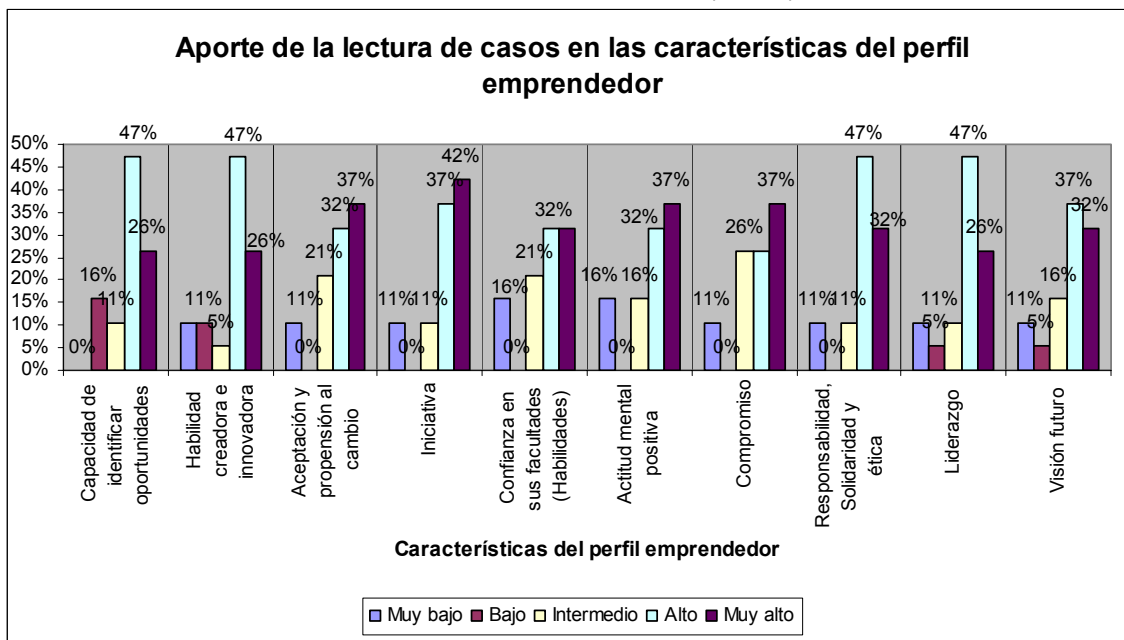
Aporte de charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



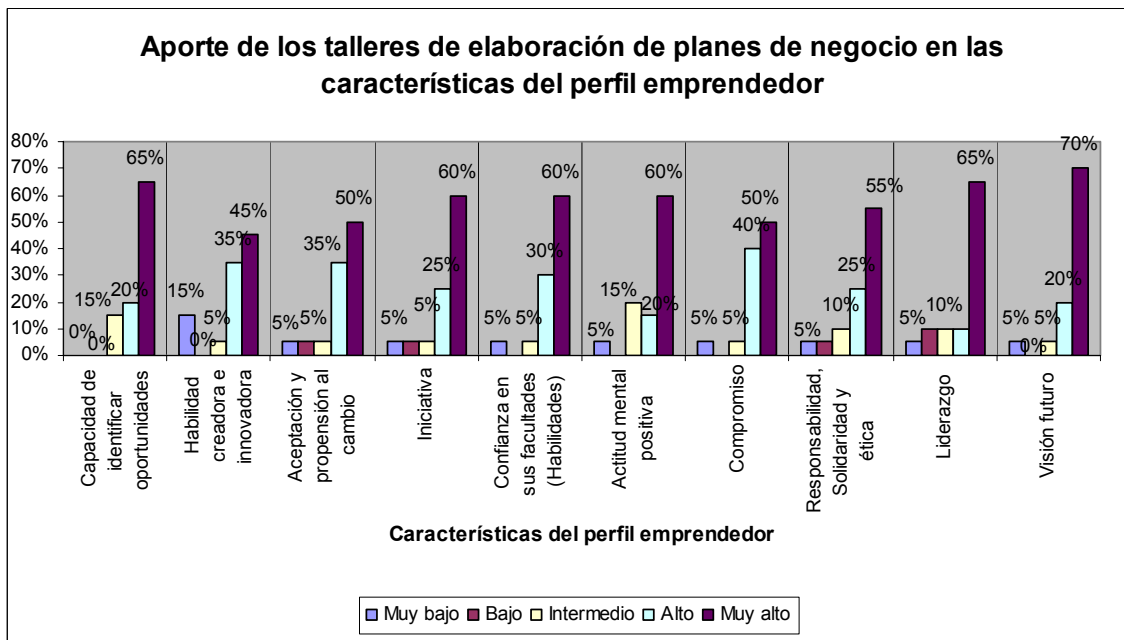
Aporte de las sesiones de reflexión en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



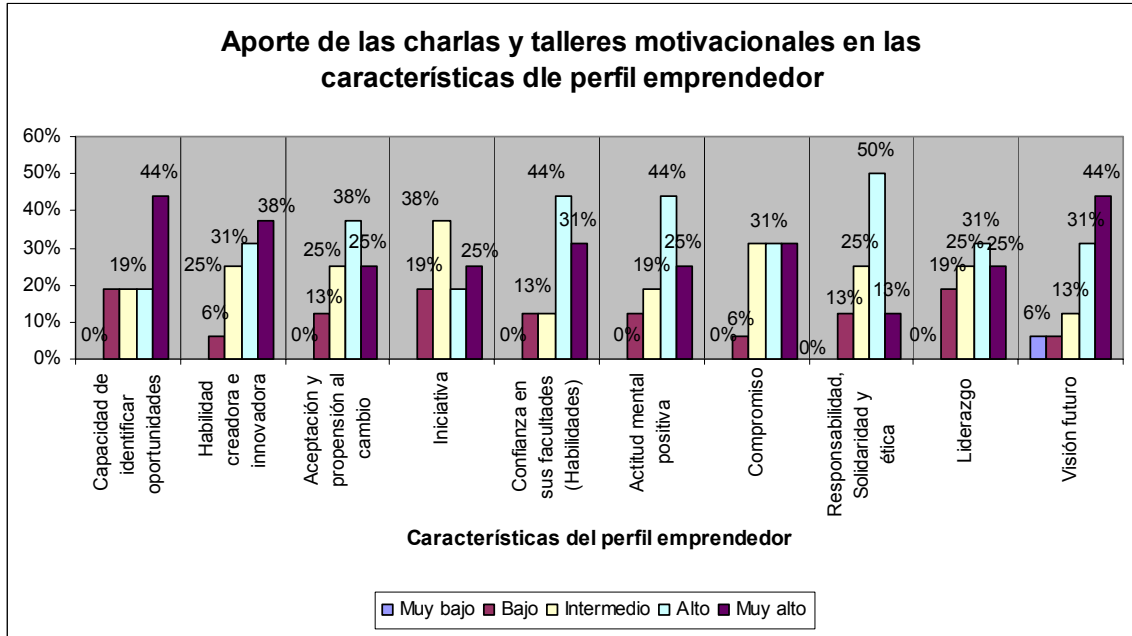
Aporte de la lectura de casos en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



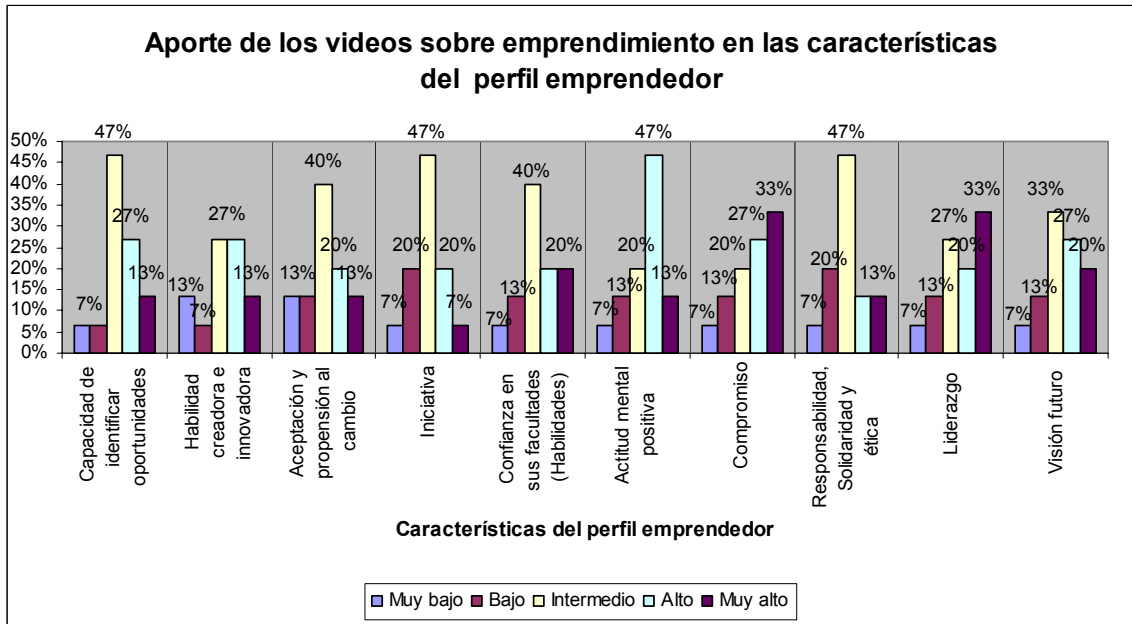
Aporte de los talleres de elaboración de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



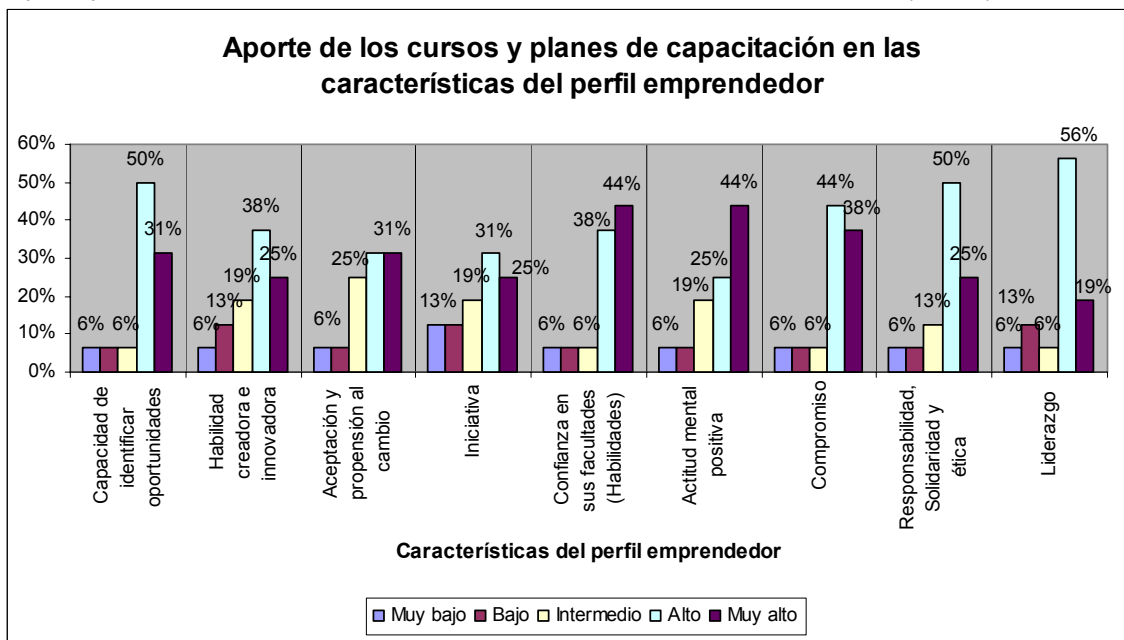
Aporte de las charlas y talleres motivacionales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



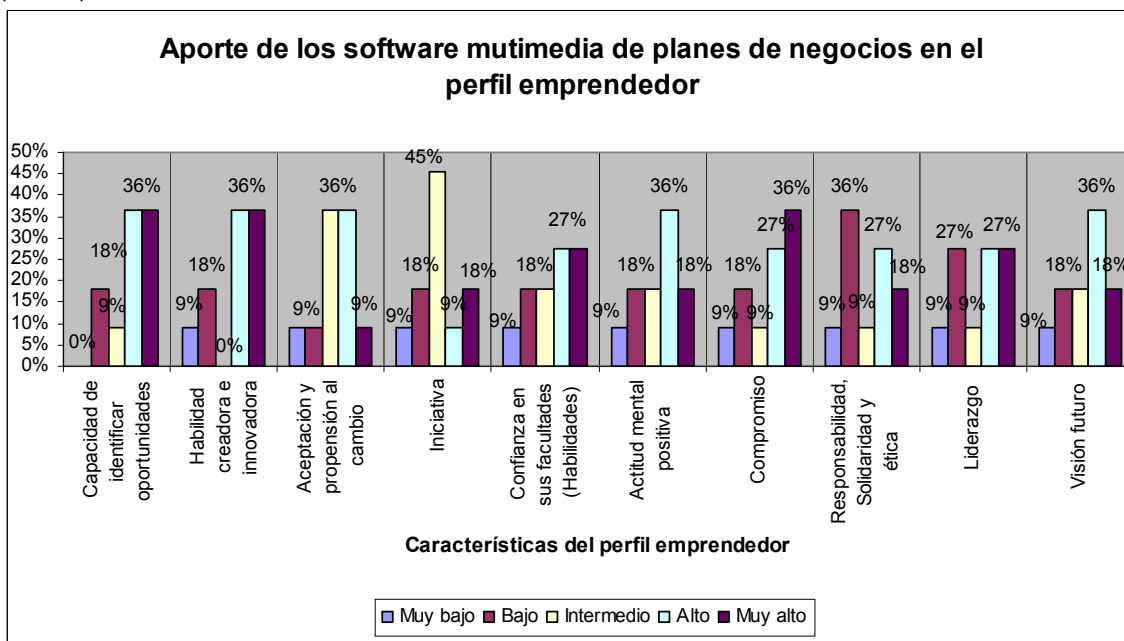
Aporte de los videos sobre emprendimiento en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



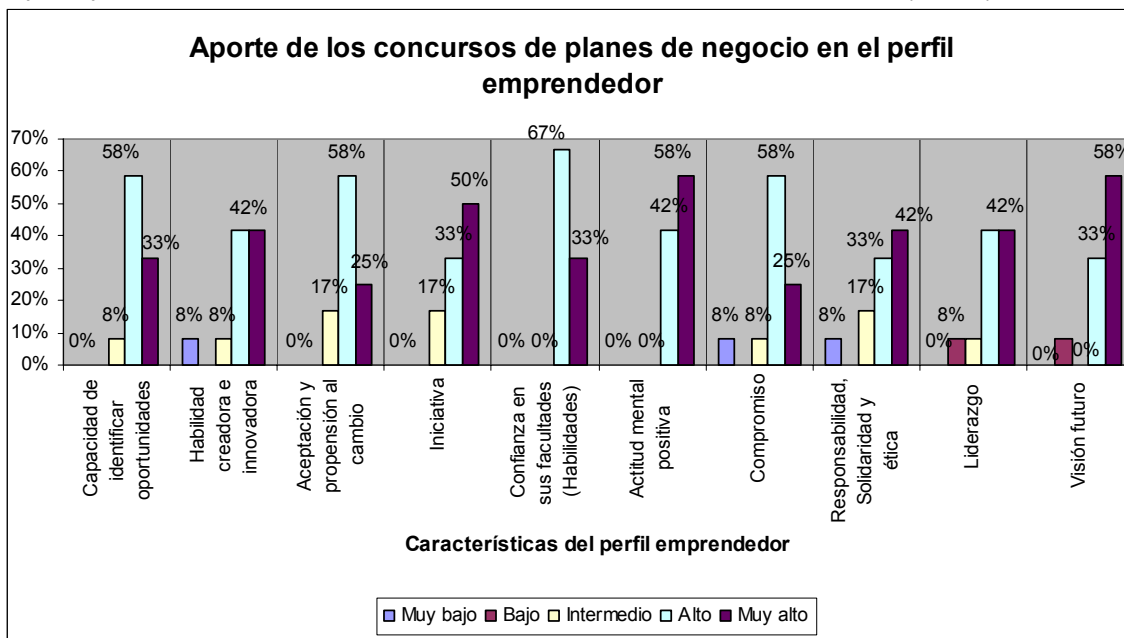
Aporte de los cursos y planes de capacitación en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



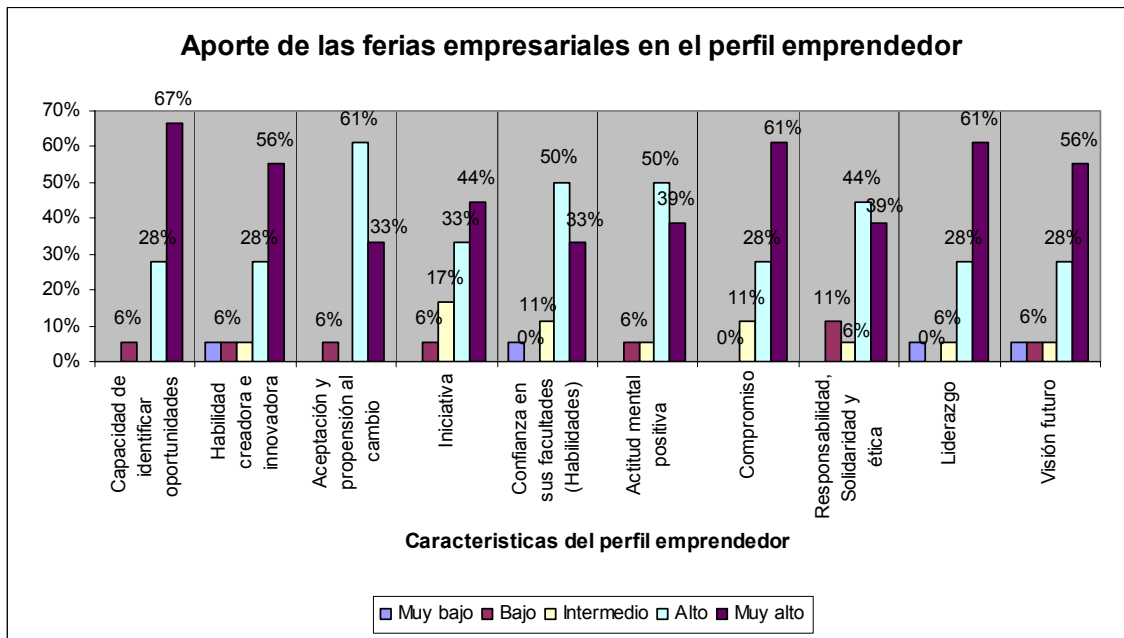
Aporte de los software multimedia de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



Aporte de los concursos de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



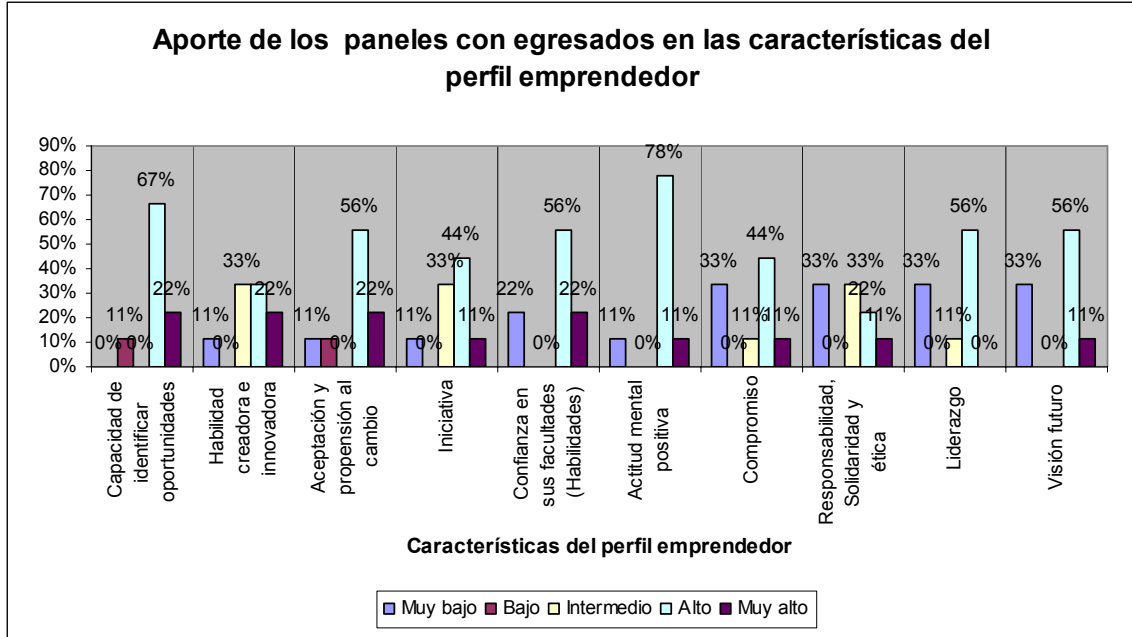
Aporte de las ferias empresariales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad De Santander (UDES)



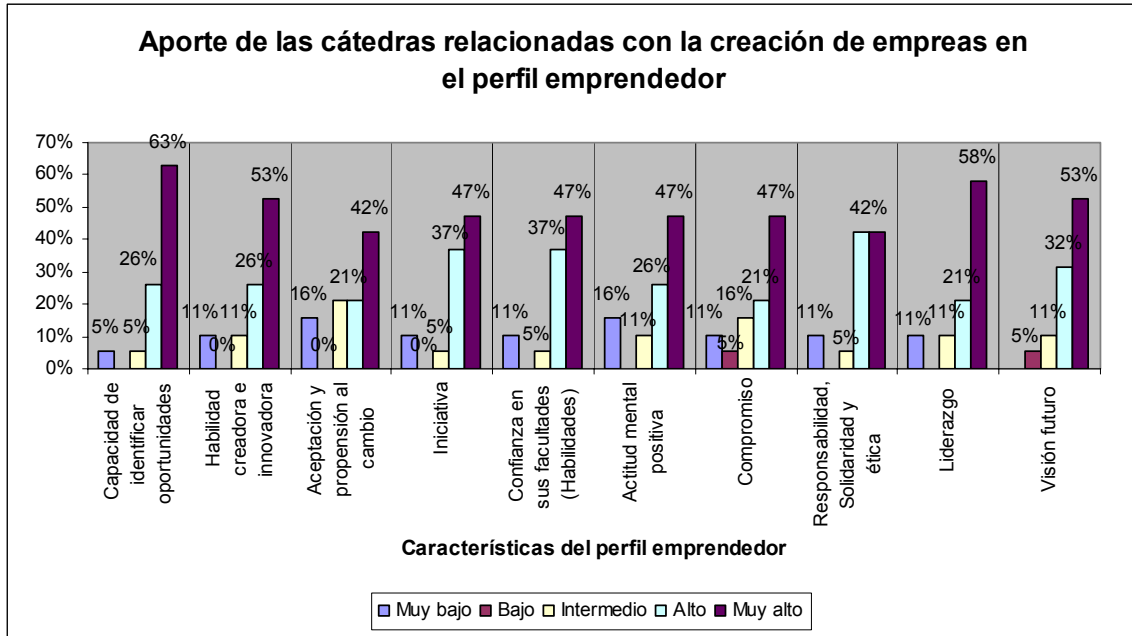
ANEXO L

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES ENCUESTADOS EN LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS ACERCA DEL APOORTE DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR PLANTEADO

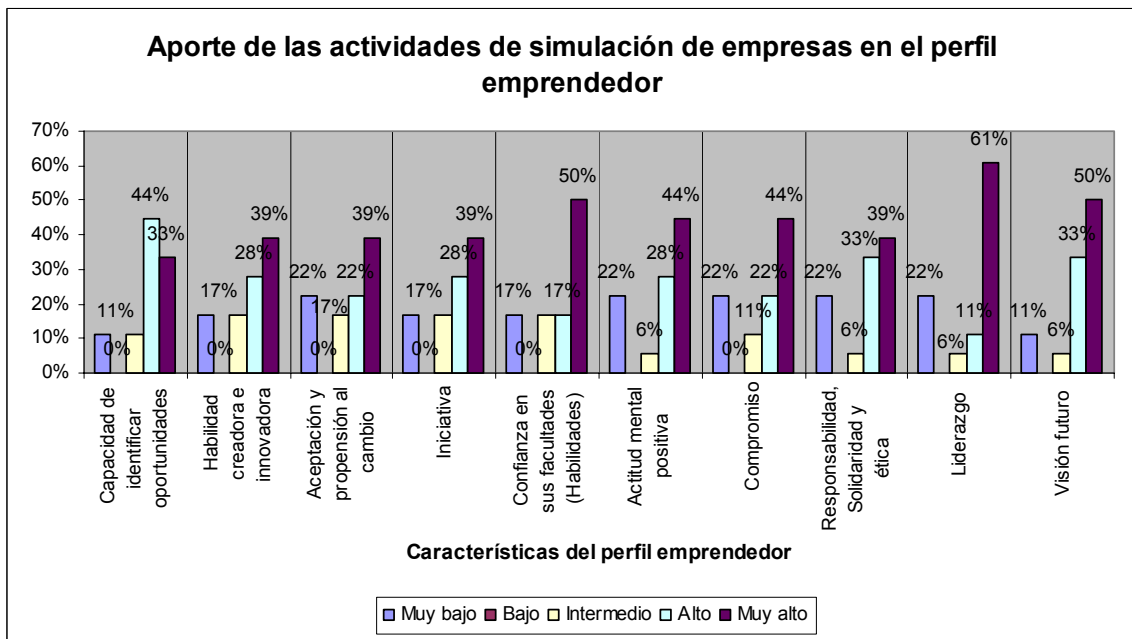
Aporte de los paneles con egresados en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás.



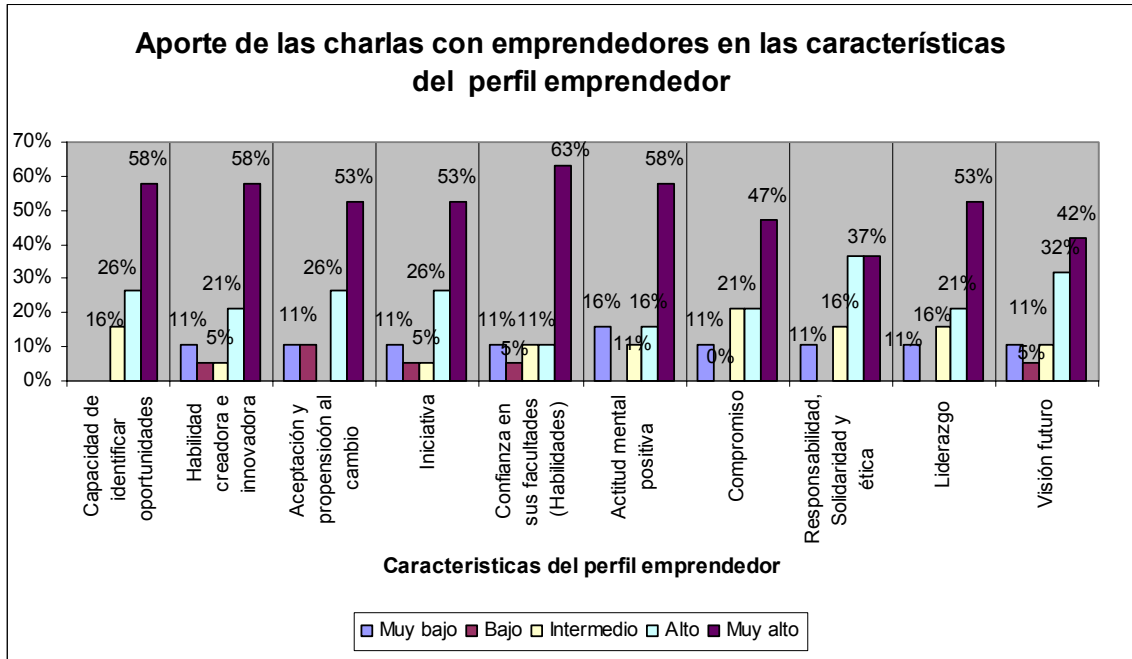
Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



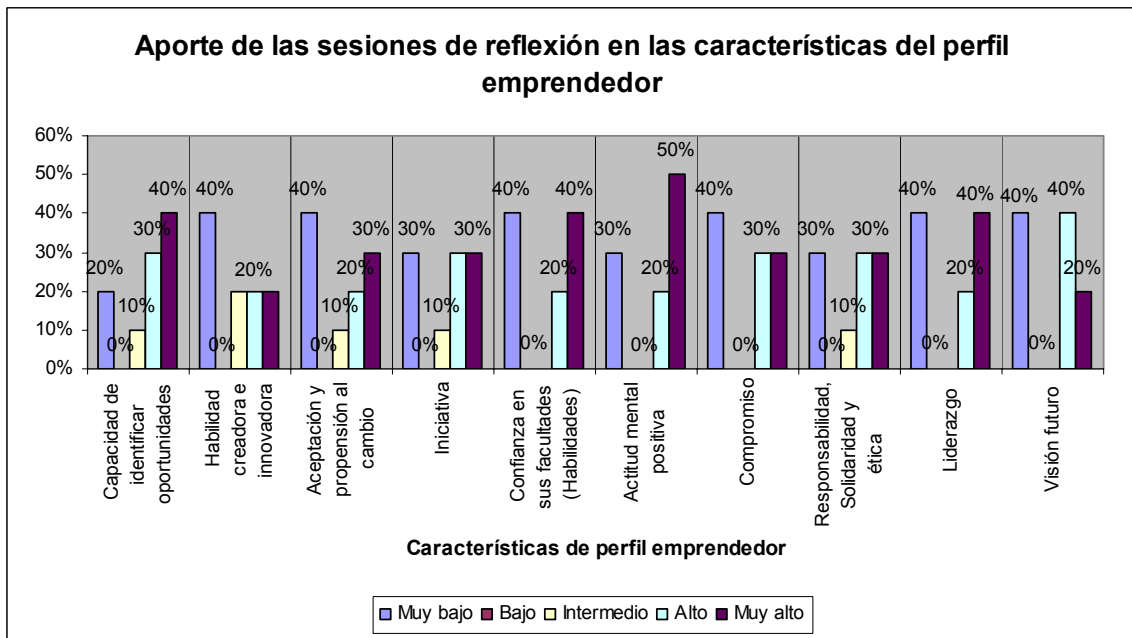
Aporte de los las actividades de simulación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



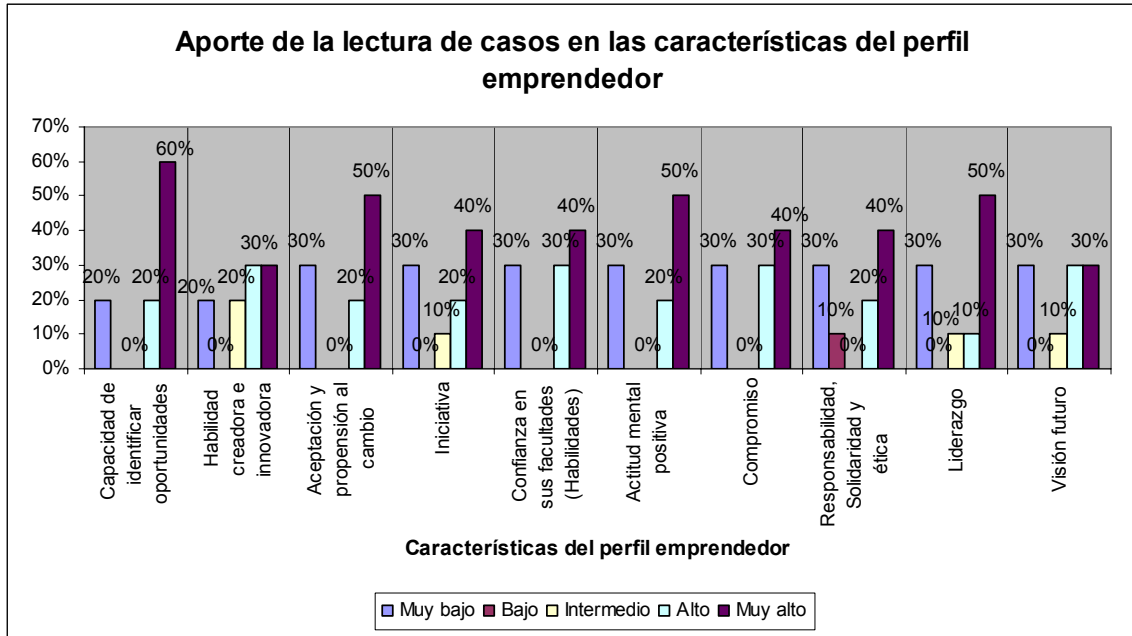
Aporte de las charlas con emprendedores en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



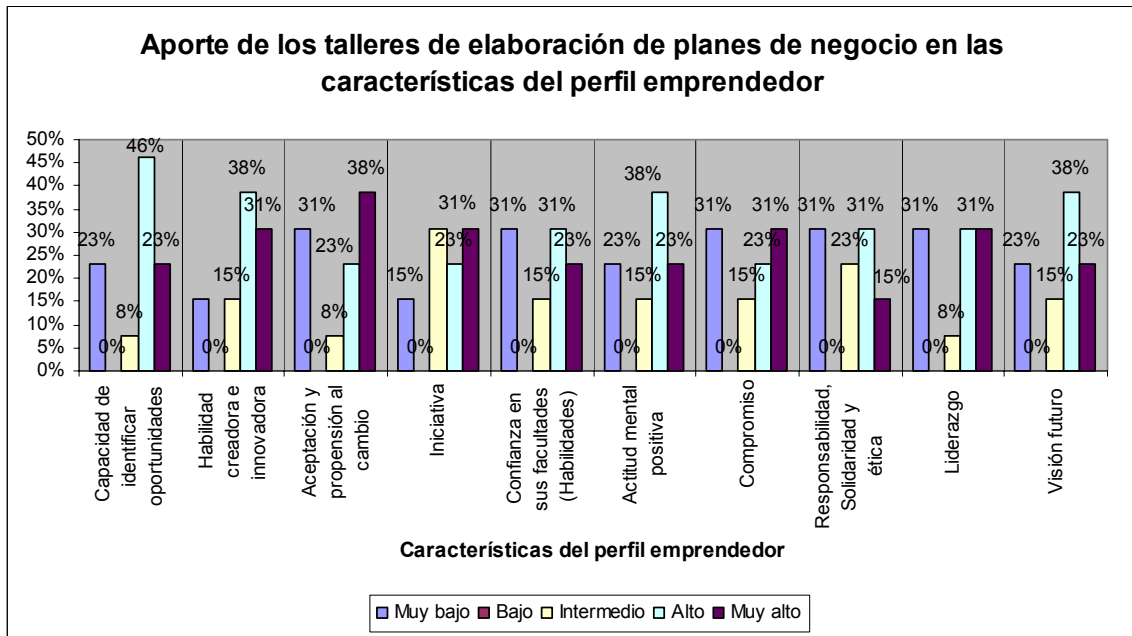
Aporte de las sesiones de reflexión en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



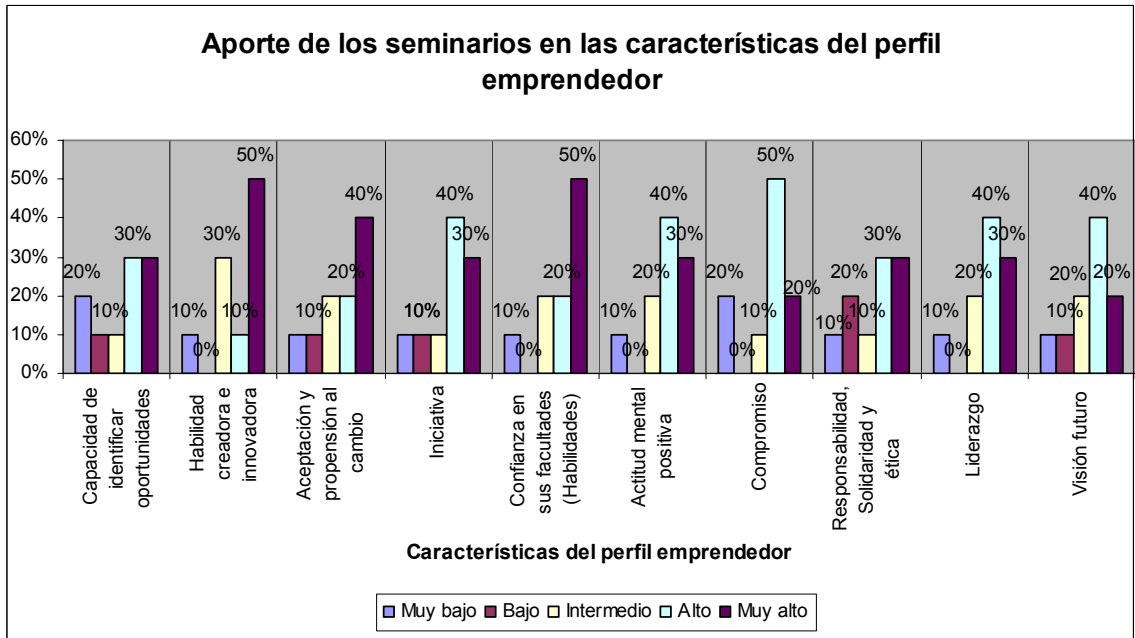
Aporte de la lectura de casos en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



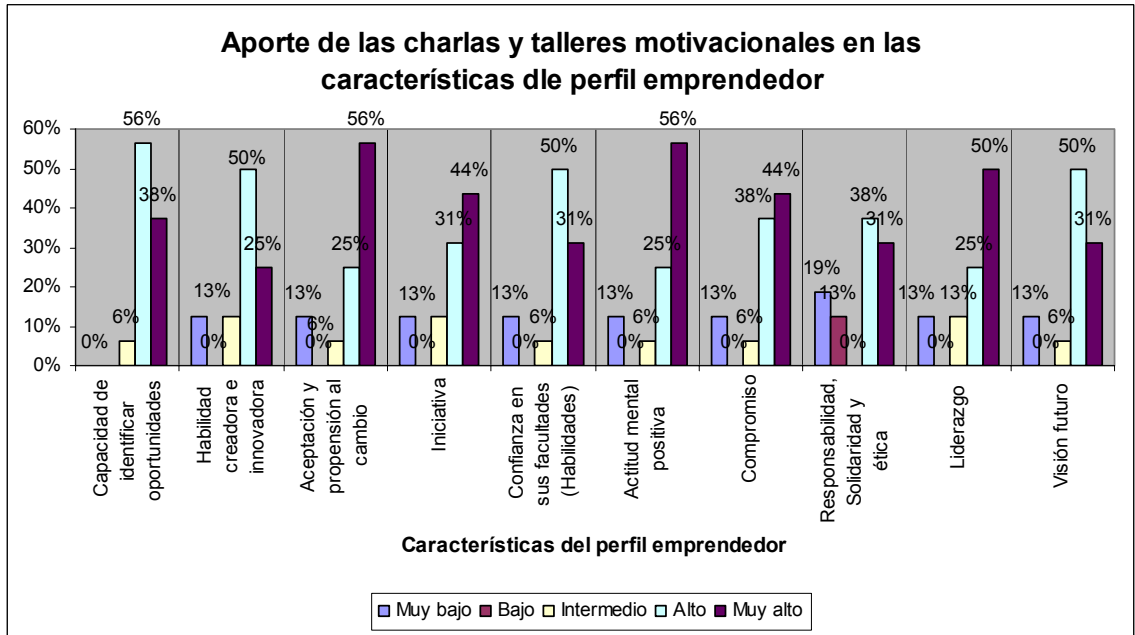
Aporte de talleres de elaboración de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



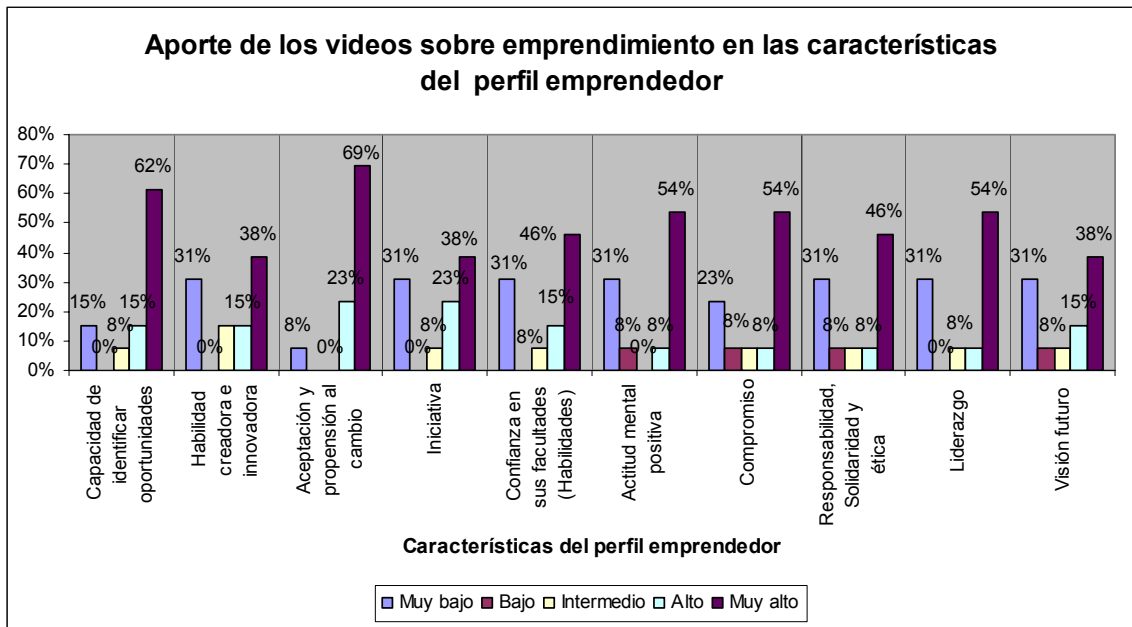
Aporte de los seminarios en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



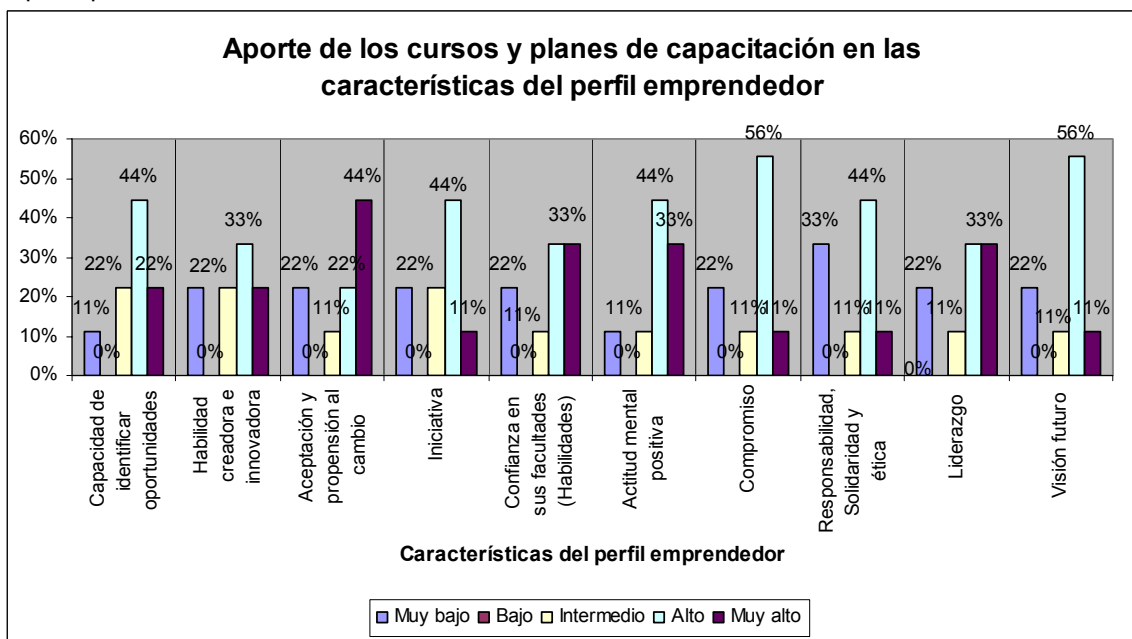
Impacto de las charlas y talleres motivacionales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



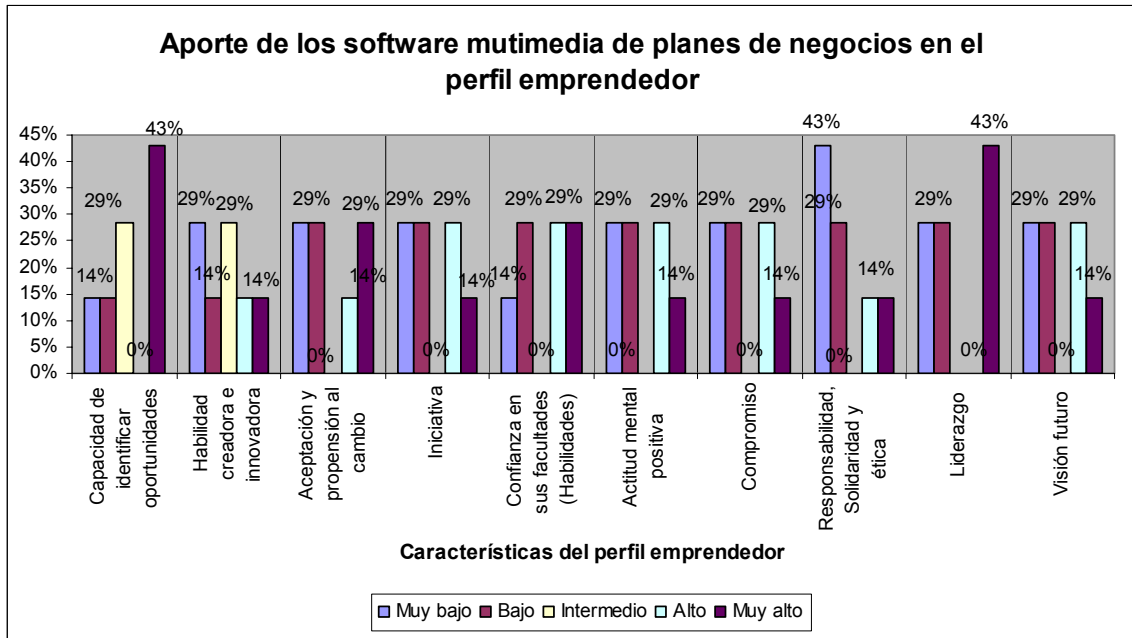
Aporte de los videos sobre emprendimiento en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



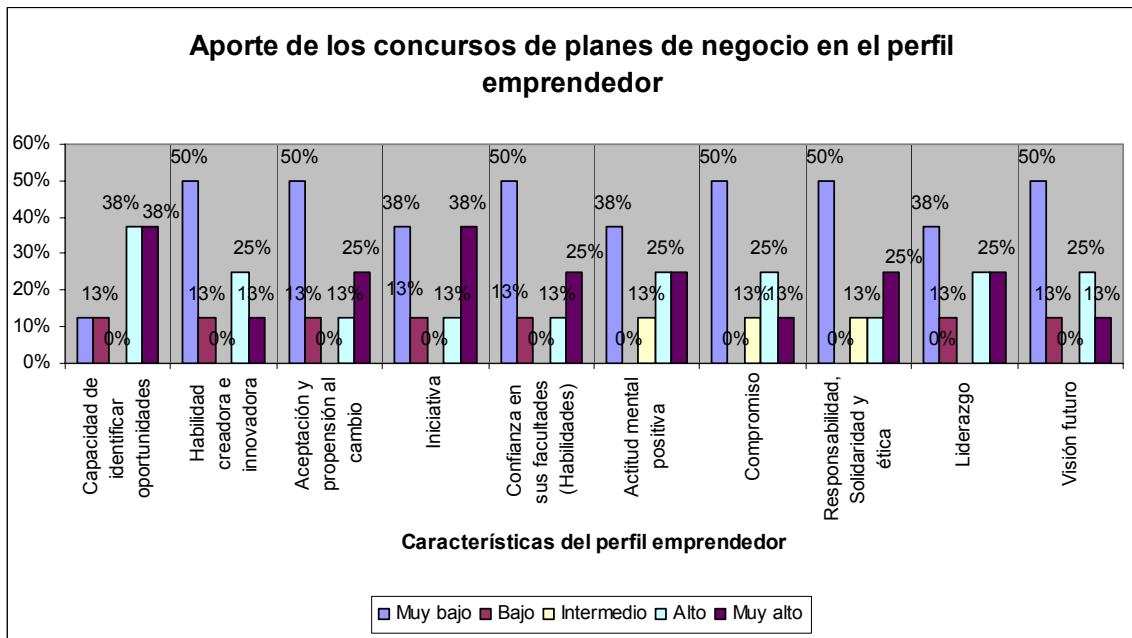
Aporte de los cursos y planes de capacitación en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



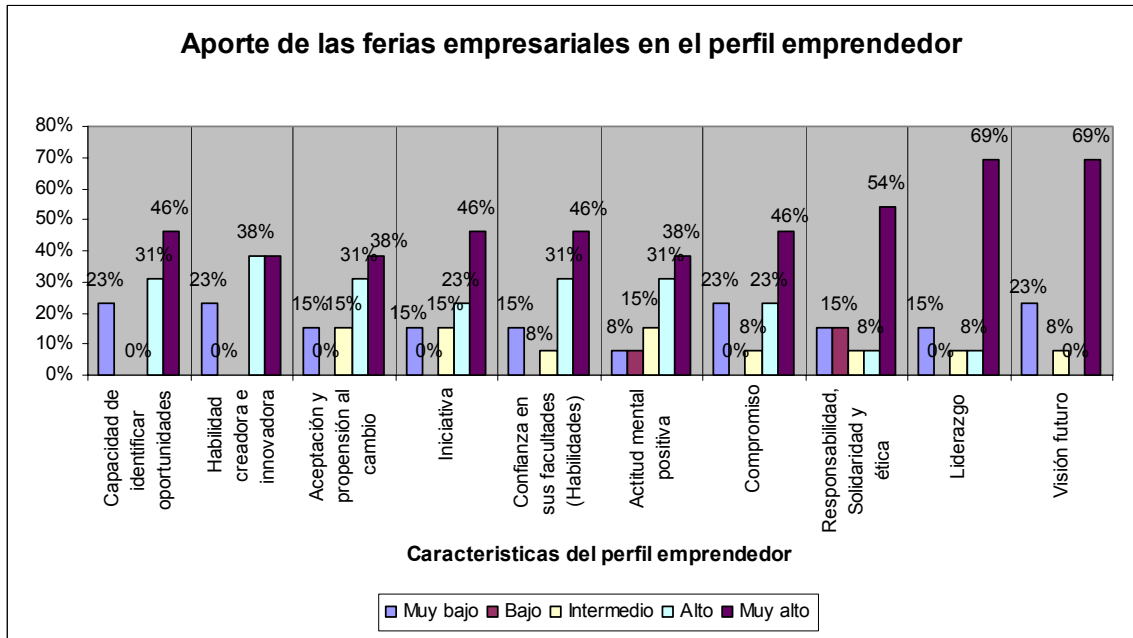
Aporte de los software multimedia de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



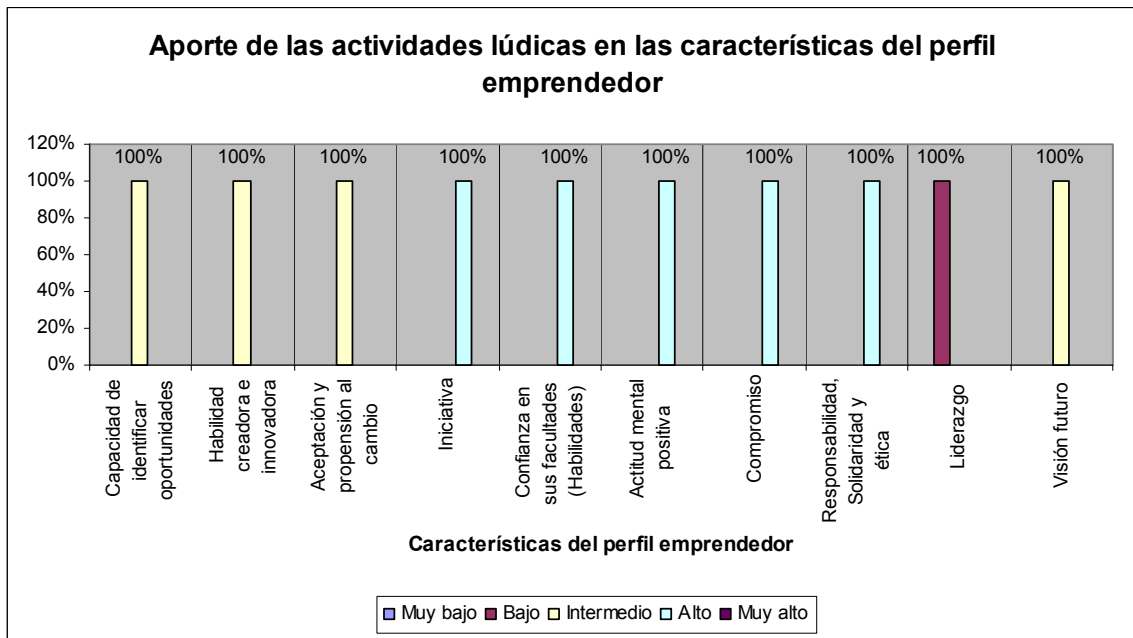
Aporte de los concursos de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



Aporte de las ferias empresariales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



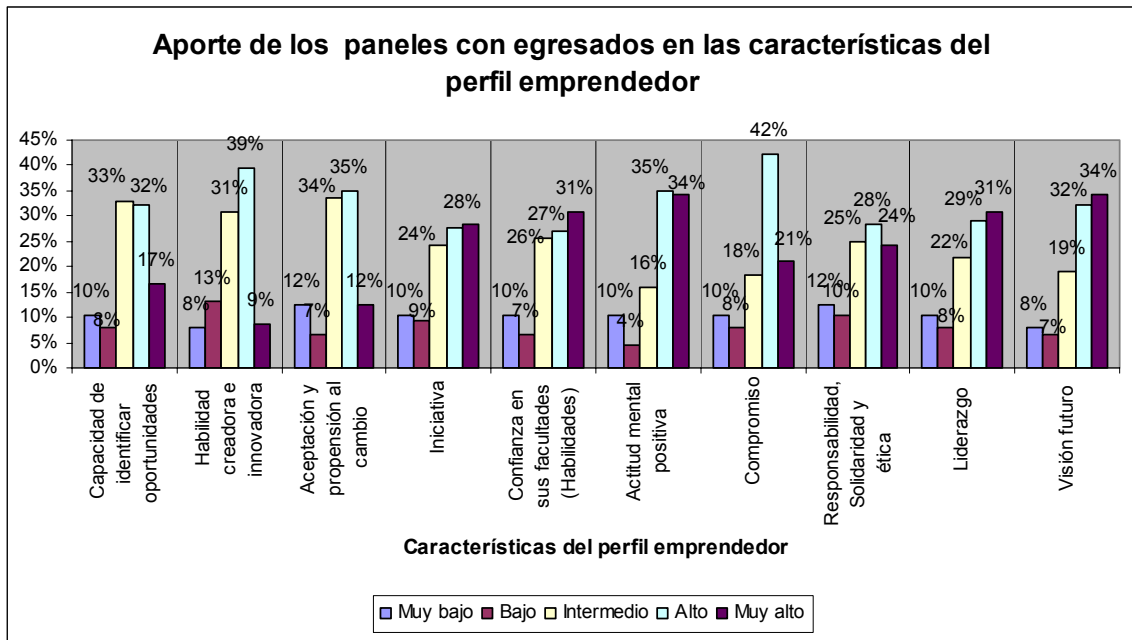
Aporte de las actividades lúdicas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes encuestados en la Universidad Santo Tomás



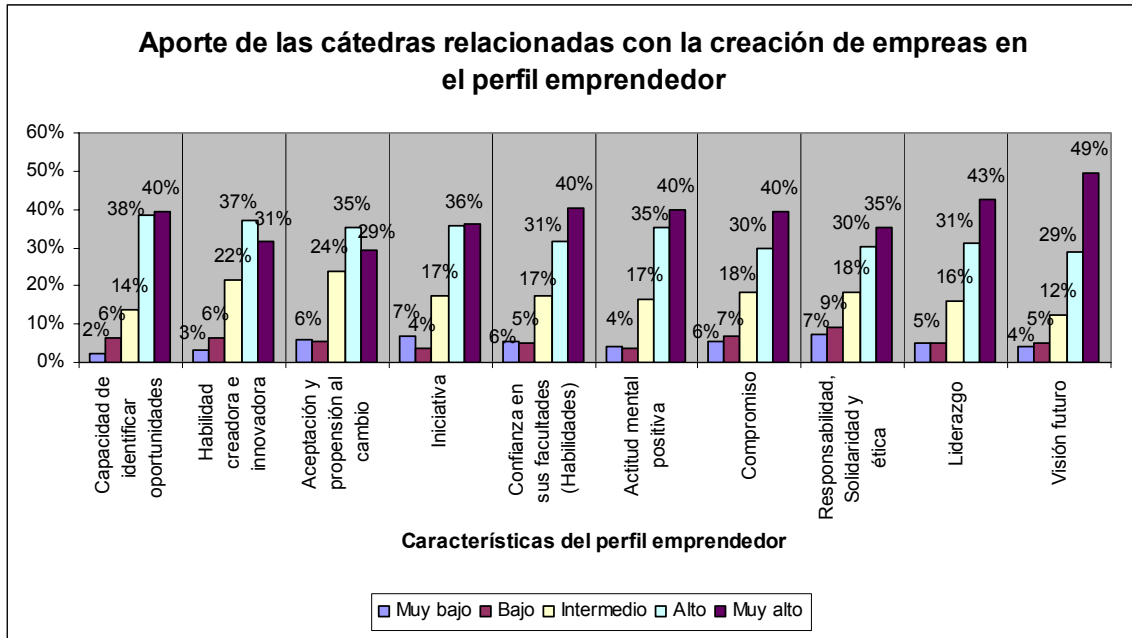
ANEXO M

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍA INDUSTRIAL ENCUESTADOS EN LAS UNIVERSIDADES BAJO ESTUDIO, ACERCA DEL APOORTE DE LAS ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS EN LAS CARACTERÍSTICAS DEL PERFIL EMPRENDEDOR PLANTEADO

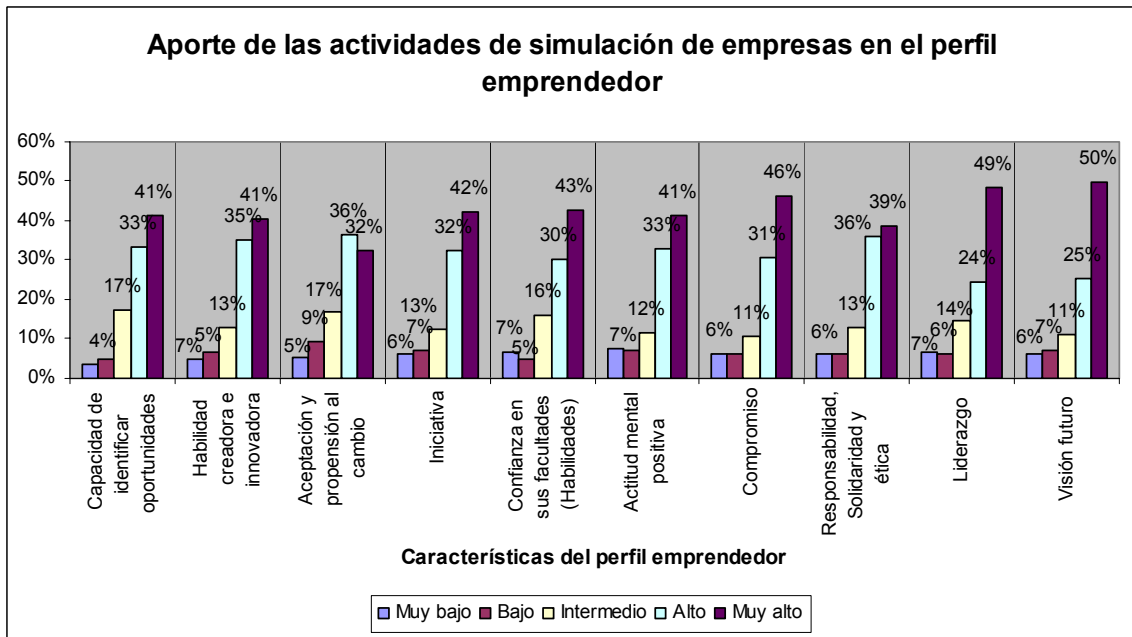
Aporte de los paneles con egresados en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



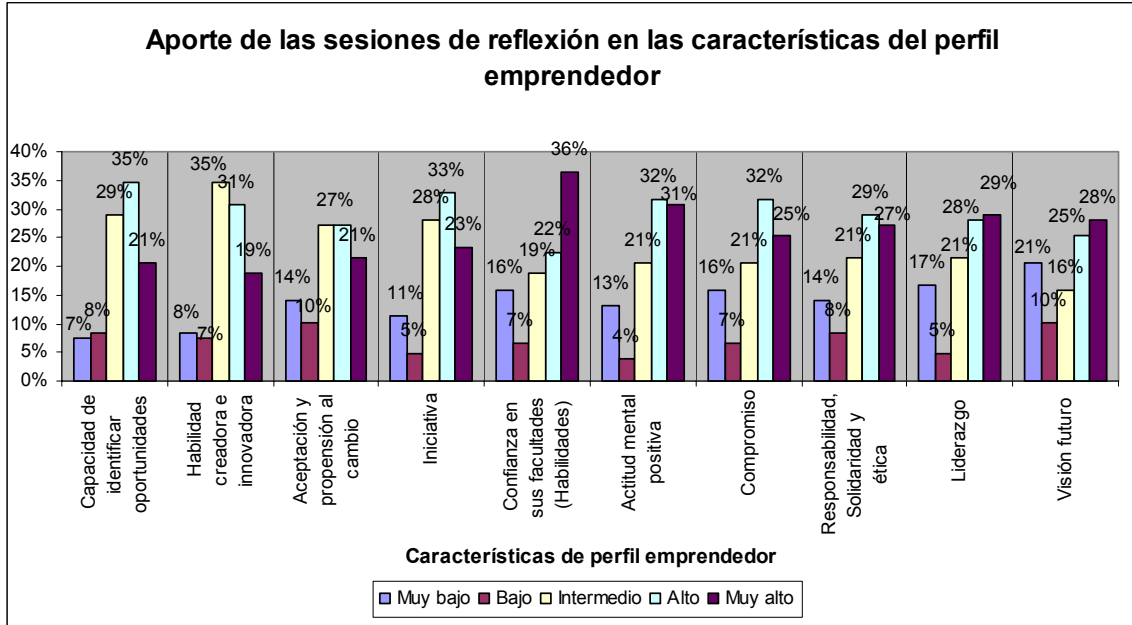
Aporte de las cátedras relacionadas con la creación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



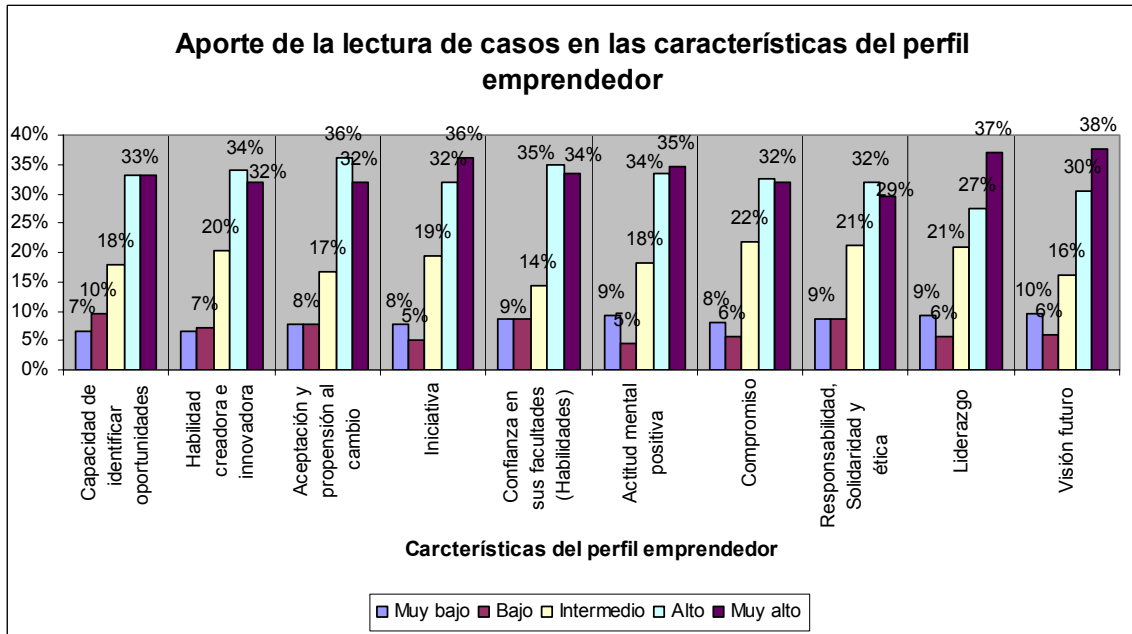
Aporte de las actividades de simulación de empresas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



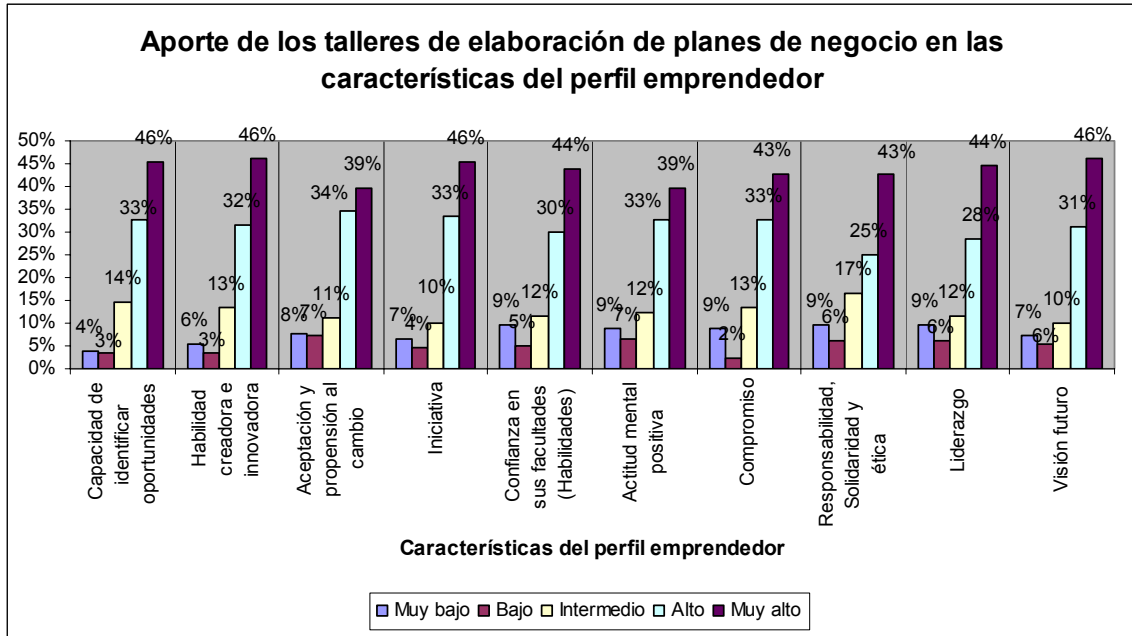
Aporte de sesiones de reflexión en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



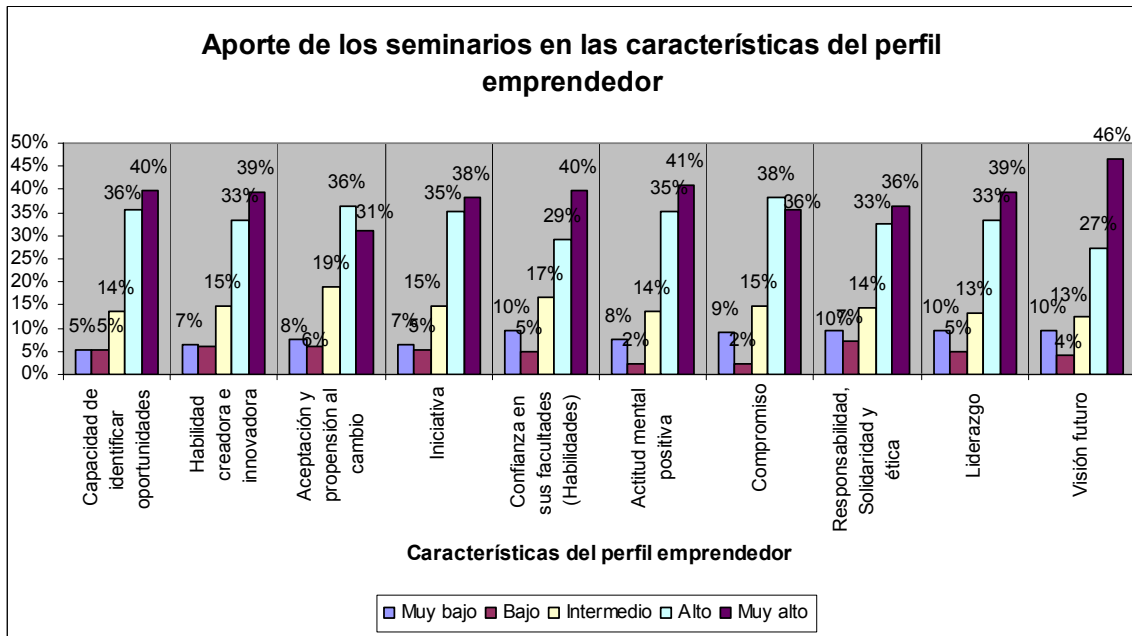
Aporte de la lectura de casos en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



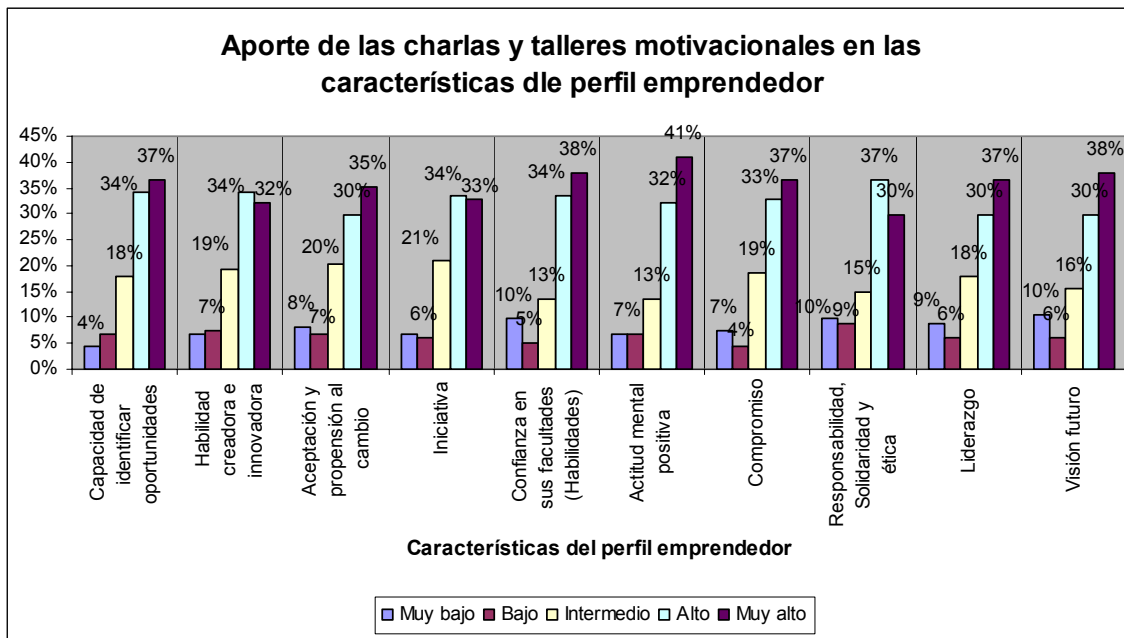
Aporte de los talleres de elaboración de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



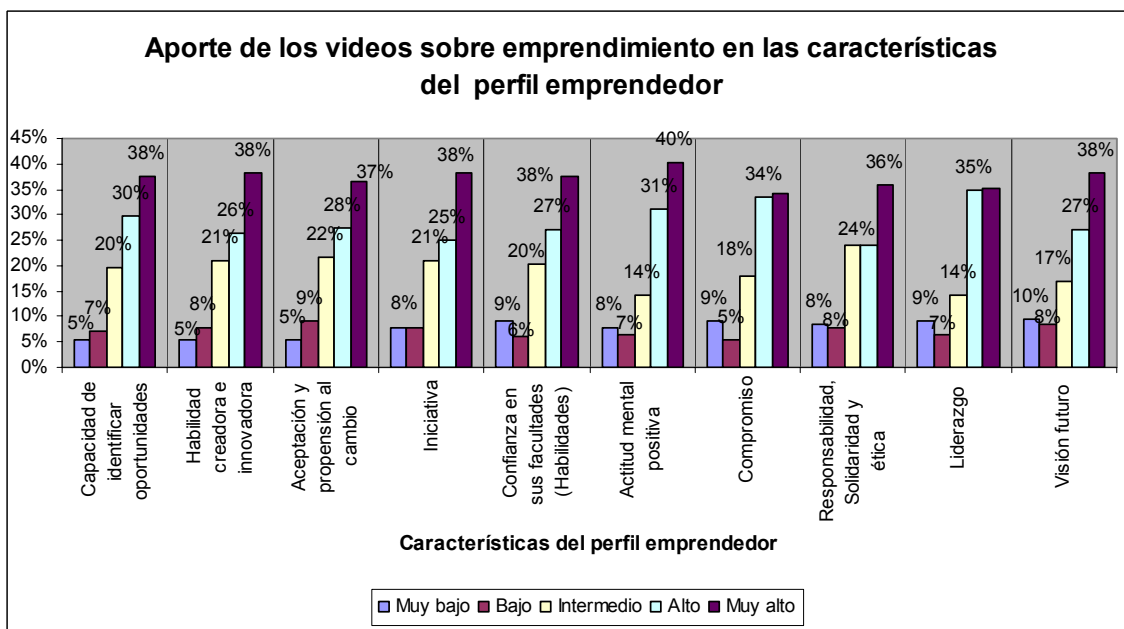
Aporte de los seminarios en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



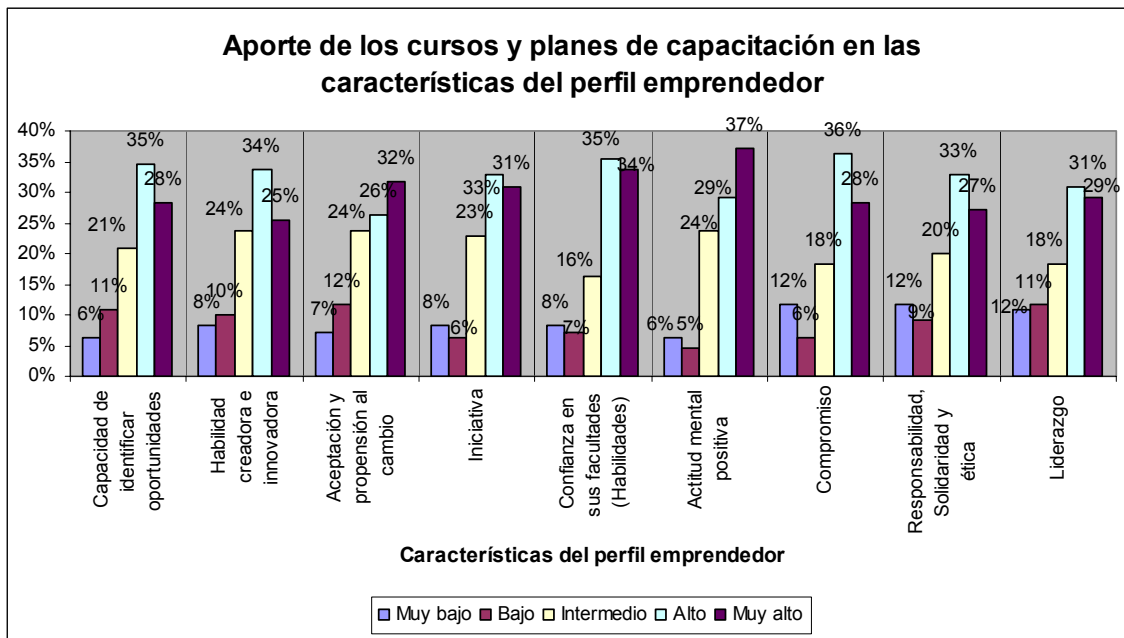
Aporte de las charlas y talleres motivacionales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



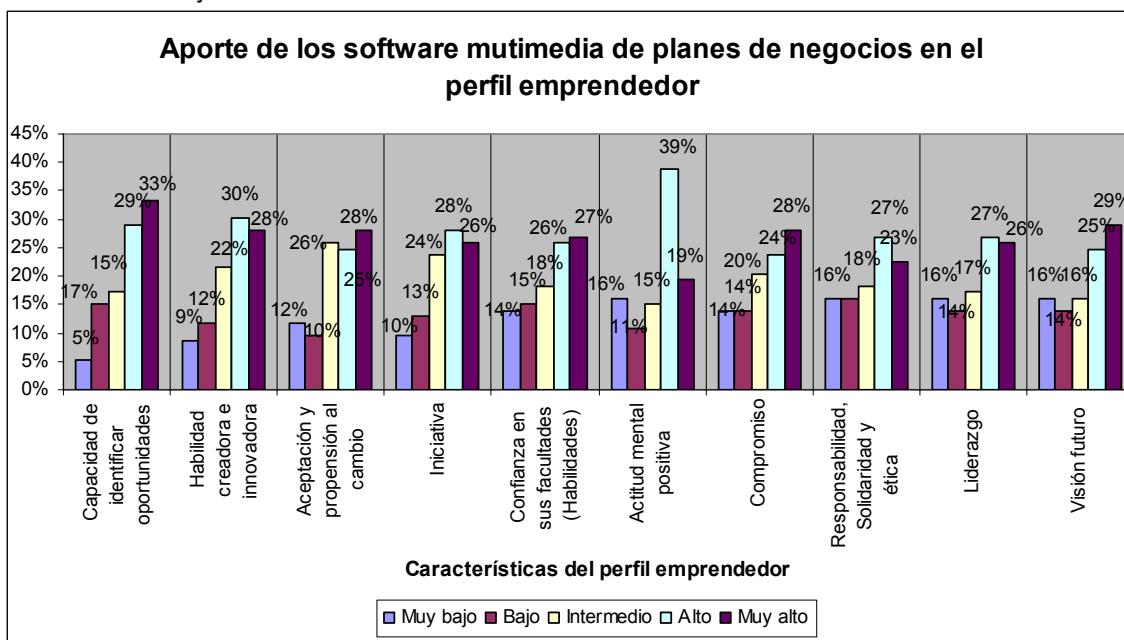
Aporte de los videos sobre emprendimiento en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



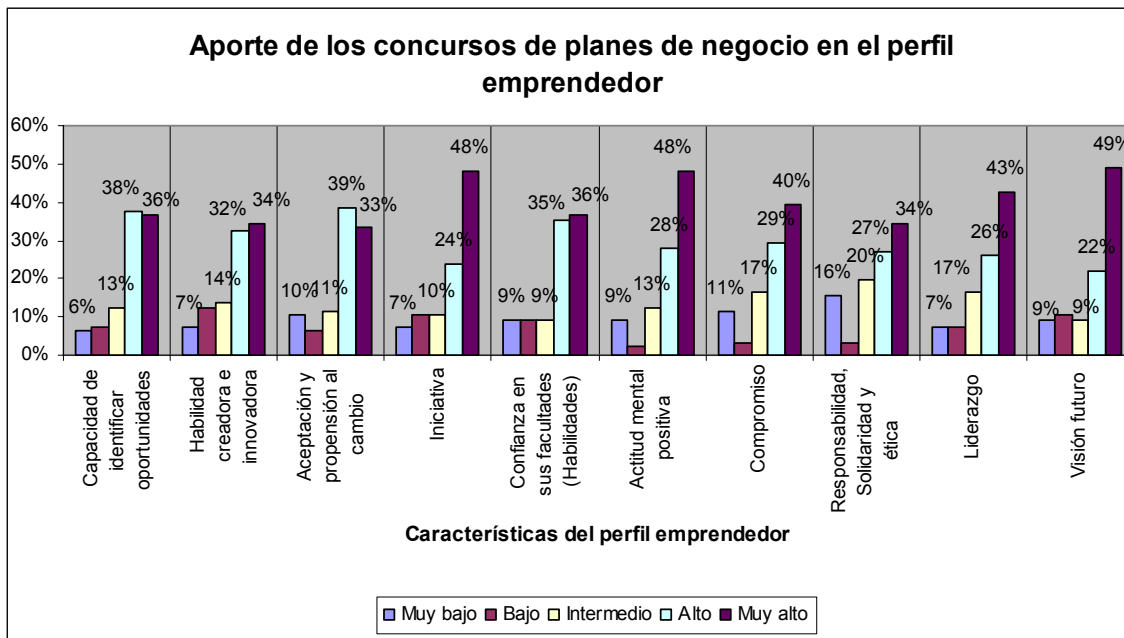
Aporte de los cursos y planes de capacitación en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



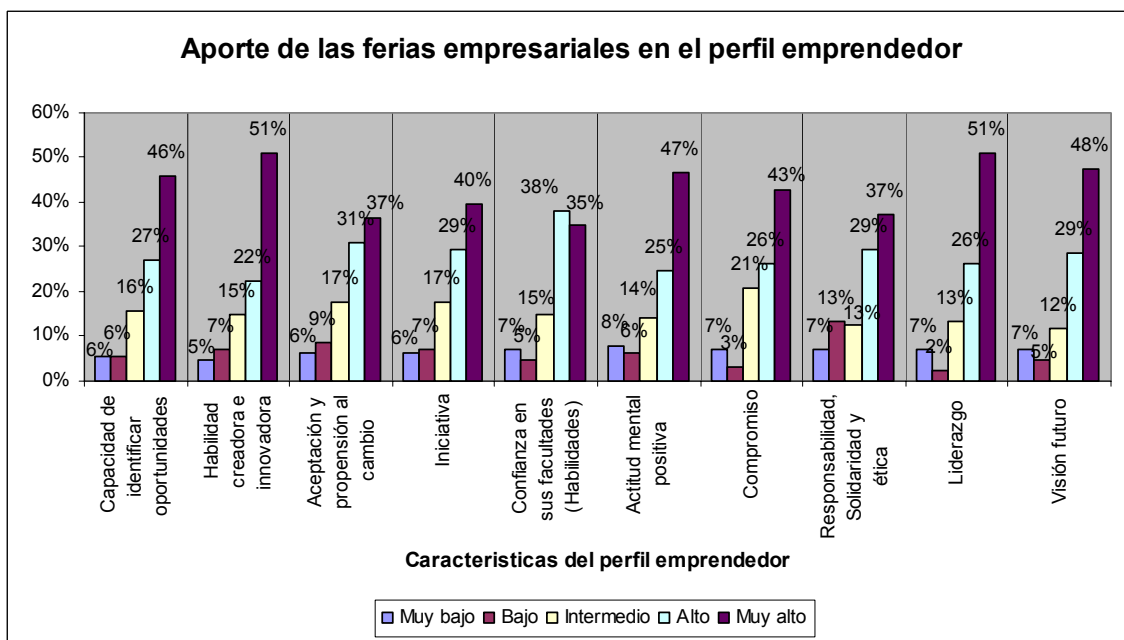
Aporte de los software multimedia de planes de negocios en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



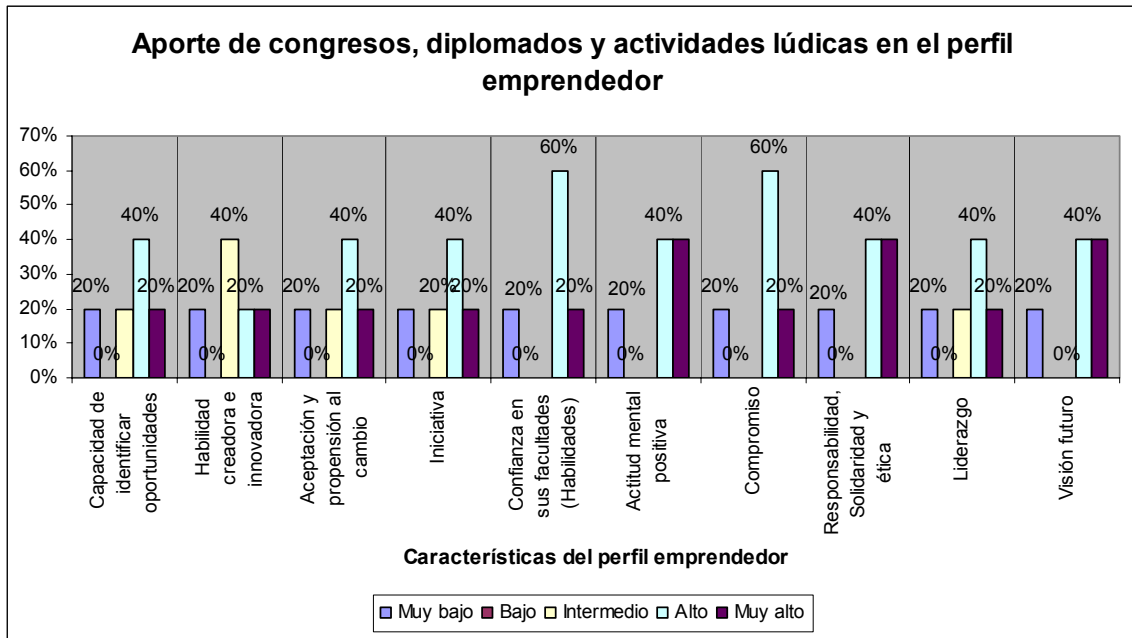
Aporte de los concursos de planes de negocio en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



Aporte de las ferias empresariales en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



Aporte de los congresos, diplomados y actividades lúdicas en las características del perfil emprendedor, según la percepción de los estudiantes de ingeniería industrial encuestados en las Universidades bajo estudio



ANEXO N

EVALUACIÓN DE DIAGNÓSTICO DEL CICLO BÁSICO DEL EMPRENDIMIENTO

Semestre: _____ Sexo: M__ F__ Edad: _____

1. ¿Con que asocia la palabra emprendimiento? (Seleccione MÁXIMO 3)

Proyectos personales		Empresas		Negocios	
Actitud ante la vida		Proyectos sociales		Independencia laboral	
Ganar dinero		Desarrollo del país		Generación de empleo	
Movilidad social					

Otras, ¿cuáles? _____

2. De las siguientes características de un emprendedor, ordene de mayor importancia a menor importancia, siendo 1 la de más alta relevancia.

Liderazgo		Tolerancia al fracaso		Inteligencia	
Ambición		Capacidad de adaptación		Organización	
Determinación		Proactivo		Visionario	
Innovador		Creativo		Valentía	
Perseverante		Trabajo en equipo		Toma de riesgo	

3. ¿Qué tan importante es el emprendimiento para usted?

Nada Poco Regular Bastante

¿Porque?

