

Opción, Año 31, No. 77 (2015): 200 - 215
ISSN 1012-1587

Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario

Sonia Durán

Corporación Universitaria Americana, Barranquilla (Colombia)

soniaduran547@hotmail.com

Margel Parra

Universidad de la Costa (Colombia)

margel.alejandra@gmail.com

Víctor Márceles

Universidad del Atlántico (Colombia)

vmarceles@yahoo.com

Resumen

El estudio tuvo como objetivo promover las habilidades requeridas por los estudiantes universitarios para ser emprendedores exitosos. La Investigación fue de tipo descriptivo, no experimental, de campo, con población de 702 estudiantes de diversas universidades de la ciudad de Barranquilla. La técnica de recolección fue un cuestionario integrado por dieciocho (18) ítems. Los resultados indican que los estudiantes deben reforzar el aprendizaje autónomo, el pensamiento crítico, creatividad, identificación y resolución de problemas, toma de decisiones, fomento del trabajo en equipo. Las conclusiones indican que potenciar el emprendimiento es un complemento formativo en el ámbito educativo para forjar iniciativas favorables al desarrollo socio-personal y lograr emprendedores exitosos.

Palabras Clave: habilidades; aptitudes; emprendimiento.

Empowerment skills to develop successful entrepreneurs in University context

Abstract

The study aimed to promote the skills needed for college students to be successful entrepreneurs. The study was not experimental, descriptive; with a survey of 702 students from the Barranquilla city. The collection technique was a questionnaire composed of eighteen (18) items. The results show that students should strengthen independent learning, critical thinking, creativity, identification and problem solving, decision making, promoting teamwork. The findings indicate that promote entrepreneurship is a complementary training in education to forge friendly initiatives to achieve socio-personal development and successful entrepreneurs.

Keywords: skills; learning; entrepreneurship.

INTRODUCCIÓN

Constantemente, se observan estudiantes universitarios creadores de empresas o, en algunos casos, trabajadores en actividades comerciales informales, como apoyo en la empresa familiar o laborando de forma independiente; de esta forma logran sus primeras experiencias laborales. En este ámbito, el potenciar su espíritu emprendedor desde el contexto familiar en etapas formativas tempranas, resulta imprescindible en pro de impulsar el desarrollo de nuevas empresas, orientadas hacia una cultura que fomente la innovación y la creatividad.

Para Rodríguez (2009), el emprendimiento hay que entenderlo e interpretarlo desde diversas perspectivas, para estudiar su complejidad, construyendo un discurso inter y transdisciplinario que establezca nuevas formas para su consulta, estudio y entendimiento. Dentro de este orden de ideas, la creación y consolidación de una empresa es similar a una proyección sobre la amplia pantalla o espejo del mercado. Prueba la capacidad de relación y de escucha, obligando al emprendedor a poner en práctica su convicción para implementar su proyecto, a vender su idea, a utilizar una denominación con significantes.

En este sentido, el proyecto de empresa entraña significantes; el conjunto de significantes constituye una cultura, es decir, un registro simbólico ofrecido al individuo por la sociedad que lo acoge, fundamental para el desarrollo de la persona en el curso de su evolución para “salir”

de su relación consigo mismo, y por ende adoptar comportamientos emprendedores.

Aunado a ello, se ha vinculado el proceso educativo, generando así procesos orientados a formar al sujeto de forma amplia, con aptitudes para la aplicación de procesos organizacionales, con calidad, para insertarse a la sociedad generadora de organizaciones que brinden la posibilidad de nuevas empresas o negocios. Para Jaramillo (2008), no sólo debe pensarse la educación con una visión única, externa del proceso de enseñanza-aprendizaje, dado que debe facilitar el desarrollo de nuevas habilidades personales, como la capacidad de innovar, encontrar soluciones creativas y adaptarse al cambio.

Asimismo, Timmons y Spinelli (2007), consideran que los emprendedores están transformando el mundo; ellos crean trabajo a partir de la innovación, reconocen oportunidades, aplican capital de riesgo y cambian la economía, además, utilizan el cambio como una oportunidad de mejora económica, no como un problema. Desde esta perspectiva, un emprendedor puede ser un gerente profesional o un colaborador cualquiera de la empresa. Se necesita de la experimentación, de la imaginación, de la innovación para detectar oportunidades, haciendo que el emprendedor sea un factor clave en la empresa y en la sociedad.

Atendiendo a estas consideraciones, la educación y la formación son uno de los principales factores que diferencian a los emprendedores de los no emprendedores. En el contexto educativo universitario, se perfila el emprendimiento desde un enfoque de desarrollo humano integral, el cual permite a la comunidad educativa construir conocimientos y desarrollar hábitos, actitudes y valores necesarios para generar acciones orientadas al mejoramiento personal y a la transformación del entorno y de la sociedad, al mismo tiempo, dar soluciones a las necesidades humanas presentes en la comunidad, con un sentido de ética y responsabilidad social y una perspectiva de desarrollo sostenible.

Aunado a ello, es deseable promover la cooperación y el trabajo en equipo en todos los miembros de la comunidad; fortalecer en los estudiantes la capacidad de conseguir y conservar un empleo, acceder a diferentes alternativas laborales y a posibilidades de autoempleo; consolidar procesos de articulación del establecimiento educativo con el sector productivo, la educación superior y la educación para el trabajo.

Tomando como referencia lo planteado por el programa de las Naciones Unidas, (PNUD, 2007), el desarrollo humano integral es “el

proceso de expansión de las capacidades de las personas que amplían sus opciones y oportunidades” vinculando el desarrollo humano integral relacionado con el fortalecimiento de capacidades desde todas las dimensiones del ser humano, que le permitan generar acciones en todos los ámbitos de su vida en pro de su progreso y bienestar.

Dentro de este marco, en Colombia, a partir de la Ley 1014 de 2006, se le dio vida a la *Red Nacional para el Emprendimiento*, la cual considera en su Artículo 1:

El emprendimiento 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.

Es así como el aprendizaje-formación emprendedora, se ha convertido en un aspecto vinculante en los planes de estudio en Colombia, dado que promueve y facilita la incorporación de los estudiantes al campo laboral forjando la creación de nuevas empresas; esto incide en el desarrollo personal del individuo impulsando su creatividad y autoeficacia.

En Colombia, el proceso de fomento de la cultura del emprendimiento implica la integración de las competencias básicas y ciudadanas, el emprendimiento y empresarismo al contexto institucional, lo cual se manifiesta al concebirla como el resultado de la construcción del proyecto educativo institucional y el proyecto de vida de sus estudiantes, donde su diseño e implementación contemple una mirada integral del ser humano.

En este sentido, con base en la ley 1014 de 2006, la cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos se presenta cuando:

- Desde el horizonte institucional se traza el camino para la realización de una visión compartida;
- El proyecto educativo institucional (PEI) genera ambientes para la formación y el desarrollo de personas críticas, comprometidas éticamente, expresivas, conscientes de sí mismas, con sentido de responsabilidad propio, personal y social;
- Todos los miembros de la comunidad educativa manifiestan relaciones de cooperación, liderazgo y actitud para el desarrollo;
- Desde los primeros años de formación se promueven actitudes emprendedoras en los estudiantes, las cuales se manifiestan en los diferentes espacios de formación y en todos los ámbitos de su vida;
- Se forma talento humano competente con capacidad de generar acciones innovadoras que atiendan a las necesidades de desarrollo del País;

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

En este orden de ideas, la cultura del emprendimiento se fomenta de manera gradual, propiciando las competencias para el impulso de la empresarialidad, como oportunidad para que el estudiante materialice sus actitudes emprendedoras en el desarrollo de actividades y proyectos orientados a la creación de empresa o unidades de negocio con perspectiva de desarrollo sostenible.

La idea es desarrollar las habilidades emprendedoras de manera intencionada y sistemática, aportando significado y relevancia a cada una de las dimensiones humanas: biológica, psicoafectiva, axiológica, política, intelectual, cultural y productiva; asimismo promoverla en todos los espacios académicos de manera reflexiva y práctica; reconocerla como un espacio dinámico y social donde la interacción con el entorno, con las personas y con las situaciones favorecen, ejemplifican y potencian las actitudes emprendedoras.

Con base en lo planteado, se destaca que desde el contexto educativo universitario deben generarse habilidades y competencias asociadas a fomentar la creatividad en sus estudiantes, con el objetivo de formar personas con una gran capacidad de generación de ideas y de resolución de problemas, en función de su capacidad de aprender por cuenta propia.

En este orden de ideas, Krauss (2011), sostiene que el emprendedor es una persona que asume riesgos. Del mismo modo, una persona con mayor tolerancia al riesgo tendrá una mayor asunción de riesgo y, por lo tanto, un menor grado de aversión a este. Ello implicará que la persona tendrá menos miedo en auto-emplearse y en crear su propio emprendimiento.

Asimismo, el término habilidad puede entenderse como destreza, diplomacia, capacidad, competencia, aptitud. Su relación conjunta con el término social revela una huella de acciones de uno con los demás y de los demás para con uno; esto denominado intercambio. Además, las habilidades sociales deben considerarse dentro de un marco determinado; esto se debe a las marcadas diferencias que establece cada país, donde existen sistemas de comunicación distintivos, que van a tipificar la cultura: los hábitos, las costumbres y la propia idiosincrasia, que con el pasar de los años, e influenciados por situaciones externas, acentúan esas habilidades sociales

En tal sentido, las habilidades sociales son un conjunto de hábitos (a nivel de conductas, pero también de pensamientos y emociones), que le permite al individuo, mejorar las relaciones interpersonales, sentirse bien, obtener lo que quiere, y conseguir que los demás no le impidan lograr

sus objetivos. Por otro lado, cuando se habla de habilidades sociales, se involucran variables afines tales como la asertividad, la autoestima y la inteligencia emocional, las cuales son inducidas, o proporcionales a las habilidades sociales con las que cuenta una persona.

Por lo expresado en párrafos anteriores, y teniendo en cuenta la importancia e impacto del ejercicio del emprendimiento en el desarrollo de la Región Caribe colombiana, en función de la competitividad se considera pertinente contribuir al desarrollo económico y social de Colombia, considerando que la educación puede contribuir a la creación de una cultura emprendedora que impulse las habilidades y capacidades de negocios para el beneficio de la sociedad en general.

En el contexto educativo universitario, debe considerarse que el espíritu emprendedor se concibe como una actitud ventajosa en todas las actividades que promuevan al negocio en el desempeño laboral, considerando además la importancia en la vida cotidiana, de impulsar una sociedad dinámica, donde se potencie en el estudiante las habilidades y competencias que permitan un mayor impulso del espíritu emprendedor orientándose hacia un rendimiento exitoso.

En virtud de ello, los investigadores se orientaron a determinar las habilidades demandadas para desarrollar emprendedores exitosos en el contexto universitario; para ello se hizo necesario identificar los estudiantes involucrados en alguna actividad emprendedora formal o informalmente en la Facultad de Ciencias Económicas de la Corporación Universidad de la Costa, CUC, en Barranquilla, Colombia.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

La revisión teórica, se realizó en función de las habilidades sociales y el aprendizaje social, en virtud de que las habilidades sociales se conciben como un conjunto de comportamientos eficaces en las relaciones interpersonales. Para Matson (1983), estas conductas son aprendidas y facilitan la relación con las otras personas; se busca la reivindicación de los propios derechos sin negar los derechos de los demás. El poseer estas capacidades evita la ansiedad en situaciones difíciles o novedosas. Además, facilitan la comunicación emocional y la resolución de problemas.

Bajo este contexto, Caballo (2005), considera que las habilidades sociales son un conjunto de conductas emitidas por un individuo en un contexto interpersonal que expresa los sentimientos, actitudes, deseos, opiniones o derechos de ese individuo de un modo adecuado a la situación

inmediata, respetando esas conductas en los demás, y que generalmente resuelve los problemas inmediatos de la situación mientras minimiza la probabilidad de futuros problemas.

Además Monjas (1999), considera que las habilidades sociales son las conductas o destrezas sociales específicas requeridas para ejecutar competentemente una tarea de índole interpersonal. Implica un conjunto de comportamientos adquiridos y aprendidos y no un rasgo de personalidad; son un conjunto de comportamientos interpersonales complejos que se ponen en juego en la interacción con otras personas. También destaca la importancia de los factores cognitivos (creencias, valores, formas de percibir y evaluar la realidad) y su importante influencia en la comunicación y las relaciones interpersonales.

Bajo este contexto, Matson (1983) considera que las habilidades sociales son comportamientos o tipos de pensamientos que llevan a resolver una situación social de manera efectiva, es decir, aceptable para el propio sujeto y para el contexto en el que está.

Sostiene el mismo autor que, a lo largo de la vida del ser humano, éste va adquiriendo una serie de habilidades que le permiten adaptarse al medio, tanto educativo como social; estas habilidades le permiten interactuar con otras personas, y en ambientes educativos inciden en el proceso de aprendizaje.

En opinión de Bygrave y Minniti (2000), uno de los mecanismos básicos por el que la actividad emprendedora se autogenera a sí misma, se basa en los procesos de aprendizaje social. Asimismo, según la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), la mayor parte del comportamiento humano es aprendido mediante la observación de modelos que ejecutan el comportamiento en cuestión, siendo éste uno de los medios más poderosos para transmitir valores, actitudes y patrones de pensamiento y comportamiento.

Otro elemento relevante es la socialización emprendedora, concebida como un conjunto de experiencias relacionadas con la realización exitosa de las tareas emprendedoras, que pueden ser fácilmente establecidas a partir de la interacción con personas que poseen características emprendedoras que sirven como modelos a imitar. Siguiendo la teoría de Bandura (1997), tales modelos dirigen la atención del individuo hacia el fenómeno empresarial, le inculcan los conocimientos y habilidades necesarios para crear una nueva empresa y activan, facilitan y proporcionan apoyo al surgimiento de comportamientos emprendedores.

Asimismo, Bygrave y Minniti (2000) asumen que la existencia de modelos positivos del papel emprendedor en el entorno del individuo influyen sobre la decisión de emprender y se asocian con la probabilidad de crear una empresa propia en el futuro, sustentando que los individuos con más posibilidades de observar directamente a emprendedores serán más propensos a convertirse en emprendedores ellos mismos, puesto que experimentarán una mayor interiorización de los conocimientos y destrezas necesarios para crear una empresa y tendrán una percepción más positiva sobre la deseabilidad de convertirse en empresarios.

En este ámbito, la actitud emprendedora es la disposición personal a actuar de forma proactiva frente a cualquier situación de la vida. Esta actitud genera ideas innovadoras que pueden materializarse en proyectos o alternativas para la satisfacción de necesidades y solución de problemáticas; asimismo, propicia el crecimiento y la mejora permanente del proyecto de vida.

METODOLOGÍA.

En cuanto a la metodología, la Investigación se califica como de tipo descriptivo, porque pretendió caracterizar la situación de las variables “habilidades” y “emprendimiento exitoso” en el contexto universitario, tal y como se presentaron en la realidad organizacional. Asimismo, en este estudio se utilizó un diseño no experimental y transversal, de campo, debido a que las variables no fueron manipuladas por los investigadores y la recolección de datos se realizó en un único momento, obteniendo de esta forma una sola medición.

En cuanto a la población, la misma estuvo constituida por setecientos dos (702) estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Corporación Universidad de la Costa, CUC, de Barranquilla, Colombia, caracterizados por ser estudiantes del quinto al octavo nivel de su plan de estudios, de los programas académicos de Administración de empresas, Contaduría pública y Finanzas y Relaciones internacionales de dicha institución; a este respecto, se utilizó una muestra intencional. En este estudio, se aplicó un cuestionario de recolección de datos apropiado a su propósito, lo cual permitió definir cada uno de los elementos y facilitar la medición de las variables en estudio; el análisis se realizó bajo la estadística descriptiva, sustentados con gráficos circulares.

RESULTADOS DEL ESTUDIO

A continuación se presentan los resultados más relevantes del Estudio; los gráficos se muestran con la intención de conocer las mayores tendencias hacia la actitud emprendedora de los estudiantes y su relación con la potenciación de las habilidades para desarrollar un emprendimiento exitoso. En primer lugar, al preguntarse acerca de la existencia de algún negocio familiar, 40,9% (287) responde positivamente; el restante 59,1% corresponde a 415 encuestados lo cual puede apreciarse en el gráfico 1:

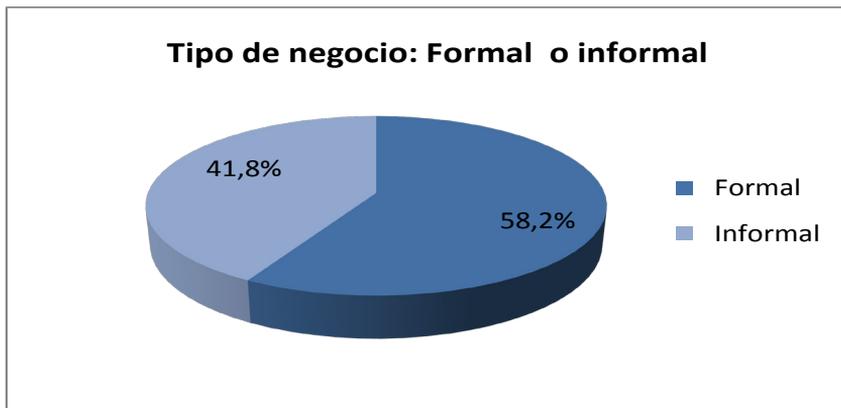
Gráfico 1. Existencia de un negocio familiar



Fuente: Elaboración propia (2014).

Se observa un alto índice (40,9%) de negocios familiares entre los estudiantes encuestados, lo cual denota que desde sus hogares van proyectando ciertas habilidades y competencias para el desarrollo de negocios.

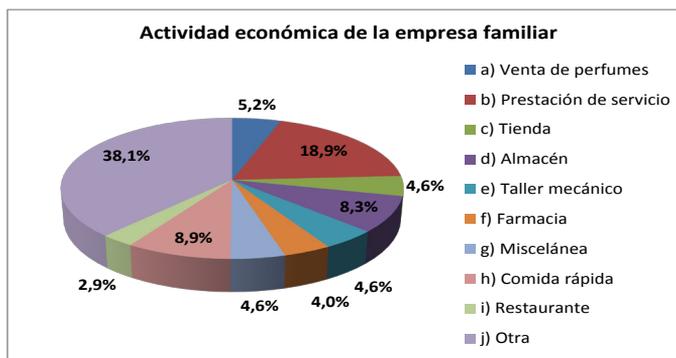
Gráfico 2. Tipo de negocio: Formal o informal.



Fuente: Elaboración propia (2014).

Asimismo, de los 287 encuestados, quienes manifestaron la existencia de un negocio familiar, 58,2% (167) señaló el tipo formal y 41,8% (120), señaló el tipo informal, tal como se observa en el gráfico 2, destacando el hecho de que las familias, al contar con un negocio formal, incentivan a los jóvenes a desarrollar sus propios negocios y adquirir hábitos de comportamiento autónomo en relación con el trabajo, orientándolos a las relaciones sociales; asimismo, les permite a los jóvenes conocer las normas de comportamiento grupales y desarrollar hábitos de conciencia emprendedora referidos a la empresa u otro tipo de asociación.

Gráfico 3. Actividad económica de la empresa familiar



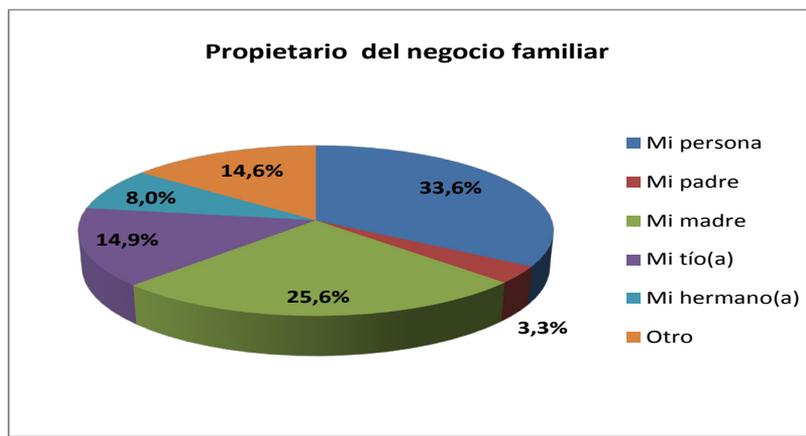
Fuente: Elaboración propia (2014).

Por otra parte, en relación con la actividad económica de la empresa familiar, tal y como se observa en el gráfico 3, la categoría de “Otra” es la de mayor peso (38,1%); dentro de ésta se destacan las respuestas: Ganadería, panadería, préstamo de dinero, ferretería, venta por catálogo, venta de ropa, café internet, entre otras; por su parte se destaca la prestación de servicios (18,9%) y comida rápida (8,9%).

No deja de llamar la atención el hecho de que algunos que no respondieron la pregunta pertinente a la existencia de un negocio familiar, sí señalaron algún tipo de actividad económica; generalmente algún miembro de la familia está vinculado a algún tipo de negocio familiar, formal o informal y su mayor tendencia se orienta a la venta o comercialización de productos.

En relación con la propiedad del negocio familiar, se aprecian los resultados en el gráfico 4:

Gráfico 4. Propiedad del negocio familiar



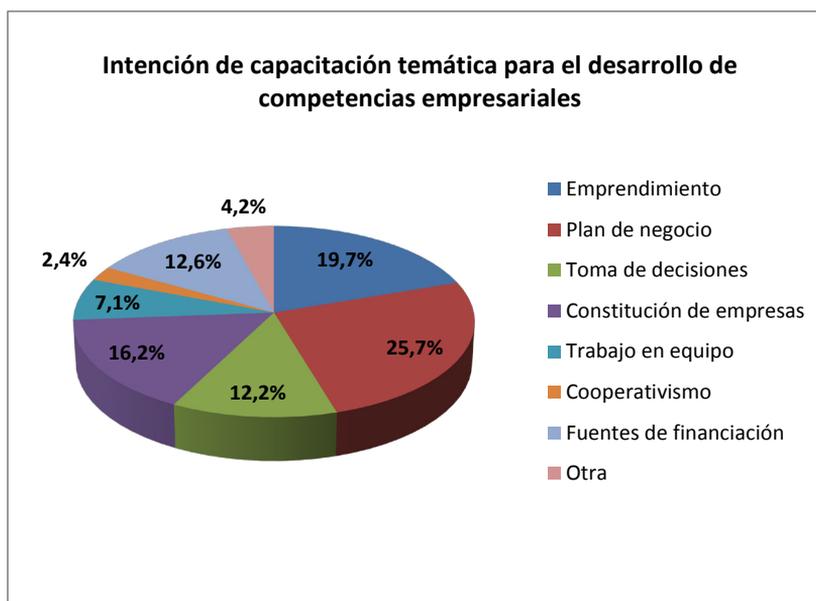
Fuente: Elaboración propia (2014).

Poco más de la tercera parte (33,6%) de los negocios de quienes respondieron (336), son de propiedad personal; se destaca en segundo lugar, la propiedad en cabeza de la madre (25,6%), lo cual podría ser un indicio de que se trata de mujeres cabeza de hogar. Este es un aspecto importante, pues se va proyectando tempranamente la actitud emprendedora desde el momento en que los niños, las niñas y jóvenes

adquieren determinadas capacidades bajo la tutela materna y comienzan a realizar alguna actividad de negocios. En este sentido, para Timmons y Spinelli (2007), los emprendedores están transformando el mundo, crean trabajo a partir de la innovación, reconocen oportunidades, aplican capital de riesgo y cambian la economía.

En última instancia, cuando se preguntó acerca de los temas que se preferirían para la capacitación en el desarrollo de competencias empresariales, se obtuvo la siguiente información:

Gráfico 5. Intención de capacitación



Fuente: Elaboración Propia (2014)

El análisis de la intención de capacitarse denota que, entre las 1.247 respuestas, los temas preferidos son: Plan de negocio (25,7%, 320), Emprendimiento (19,7%, 246); Constitución de empresas (16,2%, 202) y toma de decisiones (12,2%, 152). Es notable además, que sobre las fuentes de financiación, tan solo hubo 157 (12,6%) intenciones.

Este aspecto de capacitación es uno de los más relevantes, dado que al aceptar que se cuenta con habilidades y competencias para emprender un negocio o un proyecto, se genera la expectativa acerca de que la educación

puede contribuir enormemente a la creación de una cultura emprendedora, mediante el impulso de las actitudes y capacidades emprendedoras, con lo cual se aporta al desarrollo, no solo del emprendedor y su familia, sino además de la sociedad en general. Bajo este contexto, al orientar los esfuerzos educativos al desarrollo de habilidades hacia el emprendimiento, se promueve una actitud general, que sin duda puede resultar útil en todas las actividades laborales y en la vida social.

CONCLUSIONES

Con base en estos hallazgos, puede afirmarse que el emprendedor busca la oportunidad y se compromete rápidamente, dispuesto a involucrarse y ejecutar procesos de cambio con responsabilidad ante diferentes escenarios, en virtud de las modificaciones continuas en el entorno empresarial y social, además de que las cualidades de los individuos se van formando, complementando y potenciando a lo largo de su vida. En tal sentido, el ser humano podría desarrollar un espíritu emprendedor en la medida en que su proceso de educación y socialización lo acompañen en ese camino.

En el contexto legal, el fomento de la cultura del emprendimiento y su formación en el ámbito educativo es de carácter obligatorio en Colombia, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1014 de 2006, lo cual requiere de un esfuerzo coordinado y sostenido por parte de las instituciones educativas, pero además, de una estructura organizacional coherente y dotada de una visión institucional encauzada hacia la formación de personas integrales, con proyectos de vida que involucren una perspectiva de desarrollo sostenible y desarrollen competencias necesarias para hacer frente a los desafíos, tanto en el mundo educativo como en el área laboral y de negocios.

En este sentido, en las universidades colombianas, específicamente en la institución objeto de estudio, pudo constatarse la existencia de una cultura de emprendimiento, cimentada en el seno de la familia, fomentando así en los estudiantes las habilidades, actitudes y competencias hacia el emprendimiento, lo cual se comprobó con el hecho de que un gran grupo de estudiantes ya se encuentra inmerso en negocios propios o de su familia.

En esta perspectiva, hay una gran tendencia hacia la búsqueda de la consolidación de esas habilidades, dado que están interesados en capacitarse para enfrentar los retos del emprendimiento, por lo cual, la

gestión institucional puede vincularse de manera explícita y organizada a la generación de ambientes que contribuyan a la consolidación de la cultura del emprendimiento.

De acuerdo con esto, para potenciar las habilidades emprendedoras en los estudiantes, se requiere de una adecuada combinación de actividades, recursos, estrategias y herramientas, las cuales se coordinen de manera integrada y orientadas hacia el fortalecimiento, la reflexión y la ejemplificación de actitudes emprendedoras en todos los miembros de la comunidad educativa, utilizando para ello todos los espacios de interacción en la vida institucional.

Entre las habilidades que más destacan hacia el emprendimiento, se destacan la capacidad de aprender por cuenta propia; la capacidad de análisis; síntesis y evaluación; el pensamiento crítico; la creatividad; la capacidad de identificar y resolver problemas; la capacidad para tomar decisiones; y la alta capacidad de trabajo, cultura de calidad y uso eficiente de la informática y las telecomunicaciones. Pero además, se vinculan algunos valores tales como: responsabilidad, liderazgo, actitud emprendedora, innovación, espíritu de superación personal, cultura de trabajo, conciencia clara de las necesidades del País y de sus regiones, compromiso con el desarrollo sostenible del País y de sus comunidades, todo esto, aunado al compromiso personal, de actuar como agente de cambio.

Indudablemente, potenciar las habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos es un reto para los actores involucrados en las instituciones educativas, dado que el estudiante emprendedor es una persona que asume riesgos, y una persona con mayor tolerancia al riesgo tendrá un mayor grado de asunción, o menor grado de aversión al mismo; ello implicará que la persona tendrá menos miedo en auto-emplearse y en crear su propio emprendimiento, por lo cual las instituciones deben tener la capacidad para dar respuestas efectivas a estos estudiantes. En este sentido, la Corporación Universidad de la Costa - CUC, se destaca en su contexto social, al contemplar en su plan de desarrollo actual, 2011-2015, el fomento a la cultura del emprendimiento, incentivando a los estudiantes y egresados para crear planes de negocio que les permitan generar ingresos y a su vez ayuden a mejorar sus condiciones de vida y las de su entorno.

También pudo constatar, que la gestión directiva en el proceso de emprendimiento en las instituciones colombianas, reúne el conjunto de procesos que orientan al establecimiento educativo hacia el logro de los propósitos planteados en su proyecto educativo institucional (PEI), los cuales se establecen en el horizonte institucional y se direccionan de

manera estratégica en su gestión educativa; el PEI tiene como propósito, la generación de una cultura que permita dinamizar los ideales, valores y principios que identifiquen a la institución y la proyecten hacia la consecución sostenida de metas y de mejores resultados. Dentro de estas perspectivas, debe evidenciarse un proyecto educativo institucional con visión y proyección, que se anticipe a los cambios y permita posicionar una imagen en términos de gestión y resultados, con elementos institucionales claramente diferenciadores y significativos, especialmente orientados a la dinamización y consolidación de una cultura del emprendimiento.

Los planes de área, los proyectos pedagógicos, las actividades institucionales y los proyectos pedagógicos productivos y/o empresariales, constituyen contextos pedagógicos que promueven conocimientos y desarrollan competencias en los estudiantes, a través de las estrategias didácticas y de aprendizaje necesarias para motivar el aprendizaje y su aplicación en contextos reales.

Es así como, para estructurar estos contextos pedagógicos, es necesario determinar estrategias, herramientas y acciones que apoyen el fortalecimiento de las competencias básicas y ciudadanas y que consoliden el conjunto de valores, principios y actitudes que caracterizan a la comunidad educativa en el marco de la cultura del emprendimiento; esto como base fundamental para fomentar y potenciar las competencias en los estudiantes, con las cuales serán emprendedores exitosos.

Referencias Documentales

- BANDURA, Albert. 1997. **Self-efficacy: The Exercise of Control**. W. H. Freeman & Co. New York (USA).
- BENAVIDES María y GARCÍA María. 2004. “El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario”. **Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas**, Vol. 30: pp. 34-48. Ed. Politécnico de Madrid. Madrid (España).
- BYGRAVE, W.; MINNITI, M. 2000: “The Social Dynamics of Entrepreneurship”. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. Vol. 24. Núm.3: 25-36. Ed. Universidad de León, León (España).
- CABALLO, Vicente. 2005. **Manual de evaluación y entrenamiento de las habilidades sociales**. Editorial Siglo Veintiuno. Madrid (España).
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. 2011. “Equipo de trabajo. Mejoramiento de la educación media y articulación con la educación

superior y para el trabajo”. **La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos**. Guía 39:Pp. 1-22.Ed. Fundación Universitaria CAFAM, Bogotá (Colombia).

- GUTIÉRREZ, Guillermo. 2009. “Habilidades del emprendedor y características emprendedoras personales”. **Guía fácil para emprendedores**. Lecc-6. Ed. Aula Fácil. Bogotá (Colombia). Disponible en: <http://www.aulafacil.com/emprendedores-guia-facil/curso/Lecc-6.htm> Fecha de consulta: 16 de mayo de 2014.
- JARAMILLO Leonardo. 2008. “Emprendimiento: Concepto básico en competencias”. **Revista Lumen**. Edición número 7. Ed. Instituto de educación IESE. Universidad del Norte. Barranquilla (Colombia).
- KRAUSS Catherine. 2011. “Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay”. **Revista Científica Dimensión Empresarial**. Vol. 9 No. 1, Enero-Junio: págs. 28-40. Ed. Universidad Católica del Uruguay. Montevideo (Uruguay).
- MATSON, Jason. 1983. “Development of a rating scale to measure social skills in children: The Matson Evaluation of Social Skills with Youngsters (MESSY)”. **Behaviour Research and Therapy**. Vol. 21: pp.335-340. Ed. Universidad de la Florida. Florida (EE.UU)
- Ministerio de Industria y Comercio Colombiano. Ley 1014 del Fomento de la Cultura del Emprendimiento, del 26 de enero de 2006.
- Ministerio de Industria y Comercio de la República de Colombia. 2010. **Manual para la elaboración de planes de negocios**. Bogotá. Bogotá (Colombia).
- MONJAS, María. 1999. **Programa de enseñanza de habilidades de interacción social para niños y niñas en edad escolar (PEHIS)**. 4ª Edición. Ed. CEPE. Madrid (España)
- PNUD. 2007. **Reporte Anual**. Ed. PNUD. Documento electrónico. Disponible en: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/search.html?q=http://www.undp.org/spanish/publicaciones/annualreport2007/>. Consultado el 10.02.2015
- RODRÍGUEZ Alfonso. 2009. “Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial”. **Pensamiento & Gestión**. Vol 26: pp. 94-119. Ed. Universidad del Norte. Barranquilla (Colombia).
- TIMMONS, Jeffry y SPINELLI, Stephen. 2007. **Entrepreneurship for the 21st**. 7ma. Edición Ed. McGraw Hill. New York (EE.UU).