

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Especialización en Gerencia de las Organizaciones



ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA EXITOSAS PARA LA FORMACIÓN DE
EMPREENDEDORES EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Preparado por.

Jhon Fredy Montalvo G.

Medellín, Colombia

2011

Reconocimientos

A Dios gracias por las bendiciones hasta el momento recibidas y por las que de seguro seguirá emanando en sus hijos, a los docentes que participaron en el desarrollo del tema de esta investigación y para que su metodología fuera la indicada, a las Instituciones Educativas objeto de estudio por su valioso aporte al conocimiento y su disposición para la academia, y finalmente, a la Corporación Universitaria Adventista por apoyar y aceptar este documento como propuesta de proyecto de investigación en la Especialización en Gerencia de las Organizaciones.

Tabla de Contenido

| | |
|---|-----|
| Tabla de contenido..... | iii |
| Resumen ejecutivo..... | iv |
| Introducción al Proyecto de Investigación..... | x |
| | |
| PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 1 |
| Planteamiento del Problema..... | 1 |
| Pregunta de investigación..... | 2 |
| Justificación del problema..... | 2 |
| Planteamiento de Objetivos..... | 7 |
| Objetivo General..... | 7 |
| Objetivos específicos..... | 7 |
| MARCO TEÓRICO | 8 |
| La investigación del emprendimiento en el marco internacional..... | 11 |
| El emprendimiento en el marco nacional..... | 14 |
| Las leyes que promueven el emprendimiento en el País..... | 18 |
| La realidad del País en cuanto a la Educación y el Emprendimiento... | 20 |
| La educación a nivel local..... | 22 |
| Las estrategias de enseñanza para educar emprendedores..... | 26 |
| Estrategias de enseñanza exitosas..... | 29 |
| Estrategias de enseñanza exitosas en el fomento de la cultura de emprendimiento..... | 29 |

| | |
|---|----|
| MARCO METODOLÓGICO | 31 |
| Tipo de Investigación..... | 31 |
| Enfoque..... | 32 |
| Unidad de análisis..... | 32 |
| Estrategia de la selección de los participantes..... | 33 |
| Población y muestra..... | 34 |
| Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 34 |
| Validez y Confiabilidad del Instrumento..... | 35 |
| RECOLECCION Y ANÁLISIS DE LOS DATOS | 36 |
| Caso de estudio 1: Colegio Canadiense..... | 36 |
| Filosofía..... | 37 |
| Misión..... | 40 |
| Visión..... | 40 |
| Objetivos Institucionales..... | 40 |
| Proyecto Educativo Institucional (PEI) de Colegio Canadiense..... | 42 |
| El emprendimiento en el Colegio Canadiense..... | 45 |
| Estrategias para la enseñanza del emprendimiento en el Colegio Canadiense..... | 45 |
| Conclusiones del caso de estudio..... | 52 |
| Caso de estudio 2: Colegio UPB..... | 53 |
| Reseña histórica..... | 53 |

| | |
|--|--------|
| Filosofía..... | 55 |
| Misión..... | 56 |
| Visión..... | 56 |
| Proyecto Educativo Institucional (PEI) del Colegio de la UPB..... | 56 |
| El emprendimiento en el Colegio de la UPB..... | 57 |
| Estrategias para la enseñanza del emprendimiento en el Colegio de la UPB..... | 57 |
| Proyecto tecnológico por grados..... | 58 |
| Conclusiones del caso de estudio..... | 60 |
| Conclusiones Generales del Estudio..... | 62 |
| Anexos..... | 64 |
| Anexo 1: Instituciones Educativas de Primarias y Secundaria de Medellín..... | 64 |
| Anexo 2: Estrategias y efectos esperados en el aprendizaje de los alumnos.... | 65 |
| Anexo 3: Matriz de preguntas de las unidades de análisis..... | 66 |
| Anexo 4: Organigrama Colegio Canadiense..... | 67 |
| Anexo 5: Plan de Contenidos de Educación para el Emprendimiento de Norma. | 68 |
| Lista de Referencias..... | 69 |

RESUMEN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Corporación Universitaria Adventista

Facultad de Ciencias Administrativas y contables

Especialización en Gerencia de las Organizaciones

ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA EXITOSAS PARA LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Jhon Fredy Montalvo García

Asesores:

Mg. Carlos Aristizabal

Mg. Abner Merchán

27 de mayo de 2011

Problema

Desde el año 2006, el Gobierno Colombiano expresó su necesidad de impartir desde temprana edad una educación con formación en emprendimiento, sin embargo, las instituciones educativas a la que hace referencia la ley 1014 de 2006, no evidencian en su mayoría, la aplicación de dicha norma, que entre otras cosas dice que los estudiantes de cualquier institución educativa del país tienen que recibir cátedra de emprendimiento, desde el nivel más pequeño, hasta el nivel más elevado en escolaridad que tenga aprobado por el Estado; y debido a la falta de una norma que regule la ley en mención, el interés en el tema por parte de los directivos de las instituciones educativas, la capacitación y formación docente, junto con la escasa documentación y transferencia del conocimiento hace que se pierda la oportunidad de educar futuros emprendedores, que bien es cierto, necesita la sociedad actual del país para su desarrollo económico. Es así como en esta investigación se plantea la pregunta sobre qué estrategias de enseñanza exitosas han implementado las Instituciones de Educación Secundaria para fomentar la cultura del emprendimiento a partir del 2006 en Medellín, cuyo objetivo general es la de caracterizar las estrategias que se logren identificar en el presente estudio.

Método

La investigación presentada es de carácter cualitativo con un enfoque etnográfico que permite así la realización de un estudio de casos, apoyada con técnicas como la observación, las entrevistas y el análisis documental, para lograr la descripción de las

estrategias de enseñanza exitosas en emprendimiento que se logren identificar en las muestras seleccionadas de las Instituciones educativas de Medellín que evidencian resultados positivos en la aplicación de dichas enseñanzas.

Resultados

En el estudio de solo dos casos, se pudo identificar estrategias de enseñanzas exitosas para el fomento de la cultura del emprendimiento, uno de ellos es el Colegio Canadiense, que hicieron del emprendimiento un pilar de la educación y presentan más de 15 estrategias para promover este tema en su Institución, algunas de ellas como “Territorio Emprendedor”, “Territorio Empresarial”, Plan Padrino”, “Cátedra Empresarial”, y actividades como la Feria EJE y las conferencias con empresarios para los padres de familia, son fundamentales para que se enseñe emprendimiento en todas las áreas que tiene el Colegio. Otro caso, es el Colegio de la UPB, que enfoca su estrategia en dirección a la tecnología; dicha Institución añadió los temas de un plan de negocios en su plan de estudio, desde el preescolar hasta el grado once y lo vinculó con los temas informáticos, esto quiere decir que para cada tema relacionado con emprendimiento se desarrolla con un tema tecnológico y, los resultados se ven cuando un estudiante puede generar emprendimiento al identificar una oportunidad en el mercado y la pueda suplir utilizando herramientas tecnológicas.

Conclusiones

Gracias a esta investigación donde se logró analizar dos casos de instituciones educativas que se identifican en el ámbito educativo por su liderazgo en el tema del emprendimiento, se puede llegar a la conclusión que estos colegios cumplen con los objetivos que expone la Ley 1014 de 2006 y están dispuestos a compartir su conocimiento con quienes estén interesados en el tema, ya que cuentan con personal docente capacitado para abordar la enseñanza en cuanto a esto se refiere. Los casos estudiados pertenecen a un estrato social medio y alto del sector privado, sin embargo en la caracterización de las estrategias se identifica que hay actividades que se pueden realizar sin la necesidad de grandes inversiones de dinero, es el caso de visitas de empresarios, participación de ferias que no tienen costo en la inscripción, desarrollo de la creatividad, el liderazgo, la comunicación y plan de negocios a través de las cátedras de emprendimiento, apoyados por otras organizaciones externas que se interesan en el mismo asunto como el SENA, Comfama, Ciudad E, Parque del Emprendimiento, entre otros. También cabe resaltar que las organizaciones homólogas a las mencionadas en el estudio y que no conocen la forma de generar emprendimientos en su institución, pueden tomar como referencia algunas de las estrategias que tienen estos colegios y que se adapte a su filosofía, presupuesto, infraestructura y organización, para que luego desarrollen su propia forma de generar emprendimiento en todos los niveles escolares que brinden a la comunidad.

Introducción al Proyecto de Investigación

La presente investigación plantea la necesidad en la educación, la enseñanza en emprendimiento desde los niveles inferiores de escolaridad hasta los últimos grados ofrecidos por las instituciones educativas de secundaria, fundamentada en la Ley 1014 de 2006 “De fomento a la cultura de emprendimiento”. Es por eso que se realiza un estudio de casos donde se puede evidenciar instituciones que reconocen la importancia y el impacto que tiene la educación cuando se orienta al desarrollo de competencias útiles para formar emprendedores, a partir de estrategias autóctonas desarrolladas por ellas mismas e implementadas de acuerdo a su filosofía y articuladas al PEI para formalización institucional. La caracterización de las estrategias en enseñanza encontradas en los casos objeto de estudio darán a conocer a otras instituciones homologas que al asumir el reto se puede lograr grandes cambios en la educación en Colombia y por ende, necesariamente las mentes de los educandos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema

La ley 1014 sancionada en el 2006 por el Congreso de la República, obliga a los colegios a impartir educación en emprendimiento a todos los alumnos desde el preescolar hasta la media vocacional. Sin embargo, se evidencia que las instituciones de educación secundaria aun no están preparadas para acoplarse a la ley, pues no se han generado estrategias particulares para el desarrollo de la cultura emprendedora que puedan justificarse, debido a la falta de conocimiento, interés, orientación y profesores formados y capacitados para acompañar la formación en esta temática al interior de las instituciones.

Esta ley pretende transmitir en todos los niveles escolares, el conocimiento, la formación emprendedora, la innovación, la creatividad y las competencias para generar empresa; y para lograr esa transformación en la educación de los jóvenes, las Instituciones educativas o colegios, tienen que analizar y replantear las estrategias de enseñanza que se están utilizando en las aulas de clase y apuntar a una educación orientada a las competencias que exige el mercado. Se debe igualmente generar estrategias particulares que respondan a los contextos socioculturales de los estudiantes que conlleve a un cambio de mentalidad, cambio que debe partir desde muy temprano, cuyos resultados prevalezcan en los últimos niveles de escolaridad.

Pero lo real es que este reto al cambio de mentalidad ha estado, principalmente, bajo la dirección de las instituciones de educación superior, puesto que algunas de ellas

tienen en sus planes educativos cátedra en emprendimiento, pero en la educación escolar, lánguidamente se está dando este fenómeno, debido a la falta de interés, capacitación y desconocimiento del tema en la dirección de los planteles educativos, además se le adiciona que hay otros factores externos como la falta de documentación, pues aún no se evidencian estudios sobre las estrategias que realizan instituciones de educación secundaria en los grados superiores, para fomentar la cultura del emprendimiento, no se sabe cuáles y cómo serían las estrategias de enseñanza en emprendimiento que hagan posible el éxito en la formación de jóvenes emprendedores y si las hay, entonces poderlas compartir a la comunidad académica y/o a las demás instituciones que tienen el mismo fin.

Pregunta de investigación

¿Qué estrategias de enseñanza exitosas han implementado las Instituciones de Educación Secundaria en la Media Vocacional para fomentar la cultura del emprendimiento a partir del 2006 en Medellín?

Justificación del problema

Colombia necesita estudiantes competentes que aprendan lo que tienen que aprender como personas, como miembros activos de la sociedad y como seres útiles que emprenden con acierto sus proyectos de vida. Desarrollar competencias para la vida implica la formación de competencias laborales, es decir, competencias asociadas a la productividad y la competitividad. La experiencia del país muestra que los jóvenes

necesitan mejores herramientas conceptuales y metodológicas que les permitan desempeñarse con éxito en su quehacer laboral y una propuesta educativa que los prepare para enfrentar con seguridad el desafío, y la responsabilidad de ser productivos para sí mismos y para quienes los rodean. Esta necesidad se acrecienta en la actualidad cuando los cambios sociales, económicos, culturales y tecnológicos plantean cada día nuevas exigencias al mundo productivo.

Jorge Mesa, en un artículo publicado en el periódico El Tiempo, afirma:

La formación en la etapa escolar es indispensable para contribuir al desarrollo del país, pues el emprendimiento no se reduce a la formación de empresas sino que es un término que abarca también la investigación científica y hasta la actividad artística. Por eso, motivar en los niños el espíritu emprendedor pasa por incentivar la creatividad y el deseo de innovación en lo que hacen.

A partir de la expedición de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, el país viene desarrollando proyectos que impulsan la iniciativa del emprendimiento a través de entidades como el Sena, Universidades, incubadoras de empresas, ONG's entre otras. No obstante, el impulso que se le da al emprendimiento parte en la educación superior con una escasa sensibilización descuidando la preparación de los jóvenes desde su educación primaria y secundaria para incentivarlos en la generación de ideas creativas e innovadoras, en cambio se les dice que tienen que estudiar una carrera técnica o profesional para que trabajen y sean buenos empleados, cuando en realidad hay otras opciones como ser emprendedores o sus propios jefes.

La investigación presente busca dar a conocer las estrategias de enseñanza en emprendimiento más exitosas, validadas en la práctica, que se pueden dar a conocer para empezar a derrocar la problemática planteada anteriormente y se justifica cuando se analizan los siguientes elementos:

Los emprendedores fundan micro o pequeñas empresas, que luego se transforman en medianas y grandes. Generan negocios, crean la riqueza de un país y dan trabajo a otros. Son los verdaderos generadores de empleo ya que las grandes empresas y el Estado ya no se ocupan de ese rol, porque tienden a expulsar los empleados debido a las maquinas que reemplazan la mano de obra. Un joven emprendedor se anima a arriesgar y generar una nueva unidad económica; principal responsable del nivel de empleo de un país. Es decir, hay o no trabajo en la medida que sea capaz de generar nuevas empresas, negocios saludables, y luego de hacerlo, estas se mantengan, sobrevivan y crezcan; de allí la necesidad de generar una cultura emprendedora en los jóvenes y esto se logra partiendo en la educación temprana impartida por docentes capacitados.

José Manuel Pérez, hace referencia a la importancia que tiene la capacitación de los docentes, y dice que una tarea difícil requiere profesionales capacitados. En un mundo tan cambiante y diverso como el presente, la función docente es necesariamente muy compleja y por eso se necesita un buen profesorado. Sin profesorado no hay educación posible, el profesor además de educar en valores, prepara para la vida familiar, social o ciudadana, tienen que enseñar también educación vial, educación sexual, educación para la salud, para la paz, para la igualdad, para la ciudadanía, etc. Tienen que adaptarse a los

nuevos tiempos y a las nuevas tecnologías y a la desestructuración de las familias. Además de expertos en sus materias, tienen que tener un buen bagaje en psicología y pedagogía y dominar las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y ahora un elemento más, fomentar en los jóvenes las cualidades personales que constituyen la base del espíritu empresarial, a saber; la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la independencia. Todas estas iniciativas que se tienen que impulsar desde la enseñanza primaria y versen cristalizadas en los últimos niveles de estudio.

Así como las universidades, los Parques Científicos o temáticos estimulan el flujo de conocimiento y tecnología, las instituciones de educación media, deben impulsar también la creación y el crecimiento del conocimiento, deben transferir ese conocimiento; igualmente, deben crear estructuras de red en la que se integren todos los agentes del conocimiento como son las Universidades, Incubadoras de empresas, Grupos de Investigación, Parques temáticos y empresas innovadoras, para desarrollar estrategias que conlleven a desarrollar mejores competencias en sus educandos. Si el conocimiento alcanzado en una institución educativa sobre las mejores estrategias de enseñanza para promover la cultura del emprendimiento se trasmite en estas redes, rápidamente se difunde y se adapta en las demás instituciones que aun no han podido desarrollar las mejores estrategias de enseñanza. Esta transferencia de conocimiento impulsa la innovación y la creatividad como los pilares de la educación para enfrentar los desafíos de la globalización.

Es evidente que el personal docente de las instituciones educativas de nivel secundario aún no están preparados para asumir el reto que el Estado está proponiendo, y porque desconocen la dinámica del mercado y la actividad empresarial, y más aun, cuando no existe suficiente información sobre las técnicas adecuadas para desarrollar una cultura de emprendimiento a nivel de media vocacional. Este estudio pretende mostrar algunas estrategias exitosas que sirven de modelo para fomentar una cultura emprendedora, y a partir de allí puedan crear su propio modelo para desarrollar las competencias necesarias en los estudiantes y así mejorar las herramientas pedagógicas para asumir la ley 1014; además de evidenciar el impacto que esto pueda generar en sus estudiantes. De esta forma se plantea una solución a otras instituciones que no están involucradas en dicho proceso por desconocimiento en el tema o por no tener una guía de cómo implementar estrategias para el dinamismo de la cultura del emprendimiento.

Al plantear como resultado de esta investigación una guía de estrategias de enseñanza para el fomento de la cultura del emprendimiento, muchas instituciones del país pueden favorecerse al poder implementar dicha guía en sus planes de estudio, mejorar las herramientas didácticas educativas para asumir las leyes emitidas por el Gobierno, como también la promoción en la capacitación de los profesores para que formulen estrategias adecuadas en el desarrollo del emprendimiento. La capacitación del docente debe de estar orientada no sólo a incrementar o actualizar los conocimientos, sino a encontrar nuevas maneras de utilizarlos en el mundo de hoy; concentrarse en los aspectos analíticos, deductivos e hipotéticos del conocimiento contrastando con las situaciones de la realidad y provocando cambios en el desarrollo humano.

Planteamiento de Objetivos

Objetivo General

Caracterizar las estrategias de enseñanza que han sido exitosas en algunas Instituciones de Educación Secundaria de Medellín para fomentar la cultura del emprendimiento en la Educación Media Vocacional.

Objetivos específicos

Documentar las estrategias de enseñanza más exitosas que han desarrollado las instituciones de Educación Secundaria para fortalecimiento de la cultura del emprendimiento en Medellín en los grados de décimo y once.

Evidenciar los resultados que han obtenidos las Instituciones de Educación Secundaria con la implementación de estrategias de enseñanza exitosas en la Media Vocacional.

MARCO TEORICO

Mucho se habla sobre el emprendimiento en la sociedad actual, tanto que los gobiernos del mundo lo apoyan pensando de alguna manera que puede ser la solución a la problemática del empleo, debido a que las organizaciones no pueden garantizar la respuesta a tantos nuevos profesionales. Es claro entonces que los egresados de los programas académicos deben repensar la forma de generar ingresos diferentes a los del empleo, y por obvias razones, los nuevos emprendimientos cobran valor en la sociedad actual. No obstante, no todos estos emprendimientos adquieren características de empresa, ya que no se prospectan en el largo plazo en términos de crecimiento, ingresos y desarrollo potencial.

Para que esto se logre, Castillo (1999) propone que “la enseñanza del emprendimiento, debe fundamentarse en la acción basada en la teoría. En los últimos treinta años, las teorías del emprendimiento, análisis estratégicos, sistemas de comunicación y las formas de inteligencias han creado modelos aplicables a la realidad de cada entorno para desarrollar emprendimiento” (p. 12), y según Bill Bygrave, (citado en Castillo 1999) hay dos maneras de arruinar un curso de emprendimiento: La primera es basándola totalmente en la aplicación práctica y el análisis de casos. La segunda es hacerlo totalmente teórico, un curso de pura teoría puede considerarse como un botadero árido, donde solo los estudiantes más curiosos intelectualmente progresen. La mayoría de los estudiantes se aburren y no internalizan el conocimiento.

Según Castillo et al. (1999):

Las nuevas tendencias implican el uso combinado de teoría para explicar el éxito o fracaso de un caso. Se espera que la enseñanza del emprendimiento genere un cambio de actitud, por lo tanto, el profesor es un actor irremplazable en la generación de una mentalidad diferente. Dar clases de emprendimiento por lo tanto, representa un desafío que enriquece a ambas partes. El contrato entre profesores y estudiantes es de doble compromiso. Por un lado, se requiere el esfuerzo especial del profesor para: Primero, prepararse cuidadosa y completamente para cada clase. Segundo, manifestar preocupación y devoción real a los estudiantes, y aun a aquellos que han dejado de serlo, en la clase y en la oficina ,y tercero, motivación para hacer que el curso sea una experiencia de desarrollo significativa para los estudiantes (p. 13).

Es el cuerpo del profesorado quienes en su labor deben crear en sus estudiantes el espíritu emprendedor desarrollando ciertas competencias para que lo hagan en el momento de enfrentarse con la realidad de la sociedad. Lopez (2010), en su artículo “La concepción del emprendimiento y el ser empresario”, menciona estas competencias como cualidades a saber; creatividad e innovación, que permitirán no sólo iniciar su empresa sino continuar evolucionando a medida que pasa el tiempo; confianza en sí mismo y en sus capacidades, que ayudarán a reforzarse permanentemente y auxiliarán en caso tal de que las cosas no estén marchando de acuerdo con los planes iniciales; perseverancia, para mantenerse firme en su decisión de ser empresario y resistir los embates que se

presentan en los entornos, bien sea por factores económicos o por factores competitivos; capacidad para manejar problemas, que seguramente se presentarán en todo su camino pero que podrá sortear gracias al conocimiento que ha adquirido gradualmente de su negocio, y por último aceptación al riesgo, que obviamente lo pone sobre aviso que al estar en entornos cambiantes lo que es exitoso hoy podrá no serlo mañana, y por lo tanto mantener de forma constante todas estas cualidades darán el éxito en el largo plazo.

Lopez et al (2010) hace una diferencia entre emprendedor y empresario:

Emprendedor es aquel que inicia una actividad en la que se esfuerza por conseguir un resultado, que generalmente es económico y, empresario como aquel emprendedor que identificó una necesidad y la colocó en marcha, y ha hecho crecer su negocio al punto de contar con las cuatro funciones empresariales, la financiera, la operativa, la administrativa y la comercial, es así como se dice que no todos los emprendedores son empresarios. No obstante, en esta investigación se aborda el tema de la enseñanza en cuanto al emprendimiento visto desde la ley 1014 como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” y no abarca el tema del empresarismo, ya que es muy prematuro hablar de este tema en la educación escolar cuando los estudiantes apenas se están formando con los principios para afrontar la vida y más aún cuando son totalmente dependiente de sus padres. El tema está orientado en la enseñanza del emprendimiento en los estudiantes preuniversitarios para que al ingresar

en su educación superior le sea más fácil ser empresarios, puesto que los principios adquiridos le permitirán ser más agresivos en el momento de enfrentar los desafíos, el riesgo y el miedo.

En la investigación sobre el tema del emprendimiento, es necesario tener un panorama mundial, nacional y local, hasta llegar a la realidad de un estudio de casos donde se presente cómo se puede apoyar esta iniciativa de empezar a generar una cultura emprendedora en los estudiantes desde temprana para ver los resultados en las futuras generaciones.

La investigación del emprendimiento en el marco internacional

En los Estados Unidos, la enseñanza de emprendimiento ha generado un interés galopante en los programas de administración de las universidades, menciona Castillo et al (1999) además agrega los siguientes datos muy pertinentes en cuanto a la enseñanza del emprendimiento:

En 1971, solo 16 instituciones enseñaban emprendimiento, para 1997, son 800. En la Kellogg School of Business, de la Universidad de Northwestern, en 1996, el 45 % de estudiantes del primer año expresaron un interés en la mención del tema del emprendimiento, comparados con el 30 % en 1995, 12 % en 1994 y 7 % en 1993. En 1996, siete de las mejores universidades de los Estados Unidos, se reunieron con sus decanos y directores de los programas de emprendimiento para discutir cómo responder colectiva e individualmente al nuevo mercado de la enseñanza de

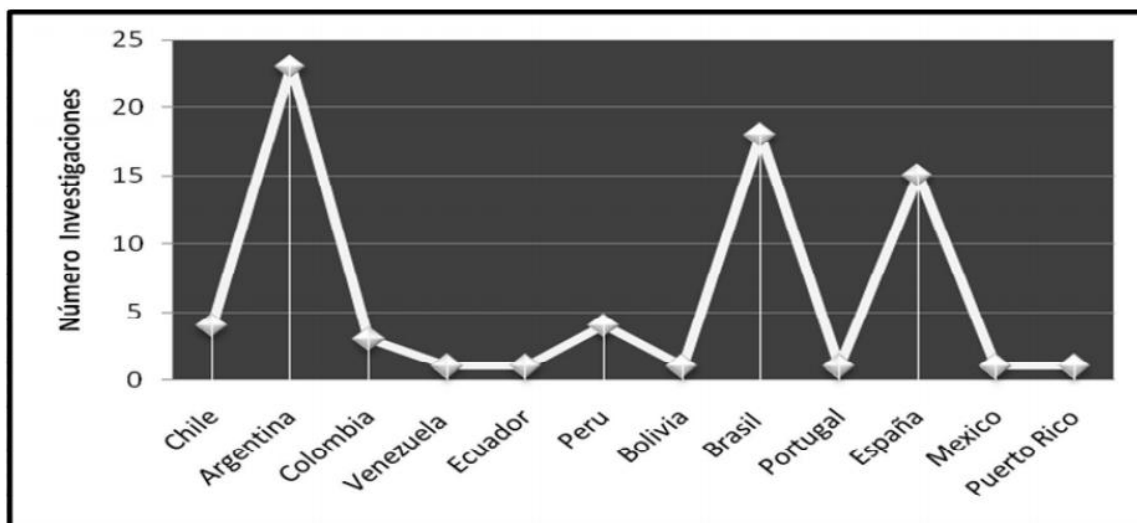
emprendimiento. El interés demostrado por las instituciones de educación superior en ese país también es apoyado por las indicaciones de la American Assembly of Collegiate Schools of Business (AACSB) que declaró recientemente la importancia que están dando a los programas de emprendimiento para la acreditación de las escuelas de administración.

En 1997, se reunió en Lenox, por primera vez, un grupo de profesores del área, con el objetivo de fijar programas que permitan optimizar la enseñanza de este tópico. En este grupo se enfatizó en la importancia de los lineamientos de investigación en el área. Muchos trabajos se realizan para responder a preguntas de “porqué”, tal vez sea más apropiado comenzar con un “para que me serviría esta información”. Mucha de la investigación en emprendimiento no tiene asideros conceptuales. La investigación descriptiva sin bases en teorías o sin la presunción de que servirán para hacer una teoría falla en aplicarse al éxito o fracaso de los emprendedores (p.12).

En cuanto a la investigación, se encuentran algunas estadísticas de universidades que se han demostrado estudios e interés sobre el tema del emprendimiento, como se muestra en el grafico 1.

Álvares (s.f) en su análisis por países concluye que “la producción de investigación en países Iberoamericanos, en orden descendente se conforma así: Argentina (23) Brasil (18), España (15), Chile y Perú (4), Colombia (3) y Venezuela, Ecuador, Bolivia, Portugal, México y Puerto Rico, con una (1) investigación cada uno de ellos” (p 6).

Grafico 1 Distribución de las investigaciones por países



Fuente: En emprendimiento empresarial, ¿hacemos o investigamos?

Se identificaron 72 investigaciones en el periodo, las cuales se clasificaron por temáticas y distribución geográfica, donde sobresalieron España, Brasil y Argentina como los países que realizaron el mayor número de trabajos investigativos. Entre las temáticas de mayor frecuencia estuvieron las relacionadas con las condiciones económicas, sociales y culturales de los emprendedores, los estudios de oportunidad, además los emprendimientos sociales. En éste artículo se plantean como elementos de discusión, la conceptualización de para qué el emprendimiento, cuál es el modelo de emprendedor que estamos promoviendo, el activismo de las unidades de emprendimiento sin una validada concepción teórica propia, y la necesidad de trabajar en redes de conocimiento entre las universidades que permitan multiplicar aceleradamente los aprendizajes en búsqueda de resultados pertinentes a nuestro contexto.

El emprendimiento en el marco nacional

Para comprender como ha evolucionado el tema del emprendimiento en Colombia se dará un vistazo haciendo un recorrido desde los últimos 30 años. En la década de los ochenta, se da el inicio de actividades y programas de “espíritu empresarial”, es el caso del ICESI de Cali, la EAN, la Universidad de los Andes y la CUN en Bogotá, y el SENA a nivel nacional con su programa de Formación y Asesoría a Creadores de Empresa FACE, que buscaban promover cultura hacia lo empresarial, a la generación de nuevas empresas y alternativas de autoempleo. El ICESI por ejemplo realiza desde 1987, de manera periódica y con énfasis en la investigación, el “Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial”, con más de 16 versiones en las que han participado aproximadamente 4 mil personas, principalmente estudiantes de pregrado.

Por su parte, COLCIENCIAS en los inicios de la década del 90, y contando con la posterior Ley de Ciencia y Tecnología, adelanta entre otras importantes actividades, la de promover la constitución de incubadoras de empresas de base tecnológica. La primera hacia 1994 fue INNOVAR en Bogotá y alrededor de esa época se adelantó una experiencia en Pereira que no perduró, posteriormente aparecen la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia, la de Santander y Cali. Hoy gracias al impulso del tema por parte del SENA suman ya 34 de ellas que hacen parte del Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas.

La Cámara de Comercio de Bogotá por su parte, estableció el Centro Nueva Empresa, que en el 2005 obtuvo como resultado la creación de 1.283 empresas, y

además incursionó en la realización de la “Feria de Jóvenes Empresarios”, que en sus dos versiones en Corferias ha contado con la participación de 547 emprendedores.

Entretanto, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, ha promovido la Cátedra de Creación de Empresas con Impacto Nacional y Futuro Internacional – CEINFI, que cuenta con 247 instituciones de educación superior inscritas y 15 colegios, 41.379 estudiantes inscritos, y 971 planes de negocios desarrollados, y por otro lado, ha liderado y operativizado junto con la Incubadora de Antioquia la Cátedra Virtual de Creación de Empresas de Base Tecnológica, que en sus promociones ha contado con más de 2.062 participantes apoyados con TICs. Actualmente el Mincomercio lidera a nivel de los Consejos Superiores de Microempresa y de PYMES, la mesa temática de Emprendimiento y Creación de Empresas, donde una de las tareas se centra en la reglamentación de la Ley de Emprendimiento.

Otra manera de sacar a flote iniciativas y capacidades emprendedoras son los concursos de planes de negocio, cuyos ganadores han sido favorecidos con llamativos premios, siendo las experiencias más reconocidas la de Ventures, que desde el 2000 ha inscrito en las diferentes convocatorias anuales unos 5 mil emprendedores, y el Desafío SEBRAE originario del Brasil, que es operado en Colombia por ACOPI y el CINSET, logrando que 656 grupos emprendedores compitieran alrededor de una idea de negocio, propuesta por los organizadores en las dos primeras versiones en el país.

No despreciables son tampoco los 331 microemprendimientos con créditos promedio cercanos a los 500 mil pesos, que han generado 897 empleos, a través del

Programa de Promoción de Derechos y Redes Constructoras de Paz liderado por la Consejería Presidencial de Programas Especiales.

Iniciativas frescas como la de Caldas Emprendedora, una red de entidades relacionadas con la creación y fortalecimiento empresarial que retoma la experiencia de Actuar Antioquia para la generación de microempresas, con su slogan “Todos los sueños hechos empresa ¿cuál es el suyo?”, incitan a una creativa nueva clase empresarial para potencializar el desarrollo económico regional, o como el de la Fundación Corona con apoyo del BID en el programa de “Jóvenes con empresas”, se adicionan en este rápido recorrido por identificar y compartir el emprendimiento colombiano como muestra del potencial creativo disponible para el desarrollo nacional.

De acuerdo con un estudio hecho en diferentes ciudades de América Latina, Bogotá tiene la tasa de emprendimiento más alta de la región, así como la percepción de oportunidad y la percepción de capacidad del recurso humano para emprender.

El estudio, realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá, la Facultad de Administración de la Universidad de Los Andes y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), señala que la intención de emprender, medida como las personas que piensan crear una empresa en los próximos tres años, es más alta en Bogotá que en otras capitales de América Latina. Según el estudio GEM, el 58% de los emprendedores bogotanos manifiestan la intención de iniciar una empresa en los siguientes tres años y el

30% consideran que el miedo al fracaso no es un factor que les impediría realizar su empresa.

De acuerdo con el estudio, en 2009 más de 700.000 personas estaban vinculadas a actividades de emprendimiento. La Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), fue más alta en Bogotá (22,8%), que en Colombia (22,3%), y que en países como Perú, Ecuador, Chile, Uruguay, Panamá, Argentina y Brasil, entre otros.

La TEA es la tasa de actividad emprendedora que mide cuantas personas están creando empresa en una región. Las personas representadas por esta tasa son las que llevan al menos tres meses trabajando en un proyecto de emprendimiento y hasta tres años pagando salarios en una nueva empresa

Los emprendedores bogotanos encuentran en la oportunidad su principal motivación para iniciar una empresa, más que por necesidad. Es así como Bogotá registró una participación de la oportunidad para emprender del 69,5%, frente al 64,8% del consolidado de Colombia. El nivel de la motivación de oportunidad de Bogotá está por encima de Ecuador, República Dominicana, Brasil, Argentina, Irán, Rumania, China y Rusia y sólo está por debajo Uruguay, Chile y Panamá, en el conjunto de los países latinoamericanos.

El mismo estudio dice que la tasa de colombianos con postgrado que buscó en el 2009 una opción empresarial fue del 18,3 por ciento, levemente superior a la de los colombianos que no han completado su secundaria.

Las leyes que promueven el emprendimiento en el País

Una de las principales leyes en la cual se basa esta investigación es la ley 1014 de 2006 por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. Esta ley se tornará importante a la medida que se lleve a cabo el estudio de la presente investigación ya que de allí se parte para decir que las instituciones educativas en Colombia están obligadas a tener cátedra de emprendimiento en cada una de sus aulas de clases.

Aunque las distintas normas conllevan al fomento del emprendimiento, sólo una de ellas es de mayor interés en el presente estudio; La ley de emprendimiento mencionada anteriormente, que surge como una iniciativa para buscar que el sistema educativo en Colombia promueva la formación de una conciencia empresarial. El Proyecto de Ley tuvo su origen en una iniciativa parlamentaria, presentada por la representante a la cámara Ginna Parody y apoyada por la red de Universidades CEINFI junto con otras entidades que trabajan por el desarrollo de la cultura empresarial en el país. El proyecto de Ley buscó en su esencia la generación de una política nacional de emprendimiento, siendo aprobado en la comisión sexta del Senado el 26 de enero de 2006.

El objeto de la ley es promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, apoyado de un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas, creando un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación de competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento, y generar redes regionales que fortalezcan el proceso de manera local. Los principios

generales se basan en la formación y entrenamiento en emprendimiento y valores, fortalecimiento la asociatividad y a la sostenibilidad. Las obligaciones del estado son: Promoción de la formación y vínculo con el sector productivo, buscar recursos para las redes nacional y regionales registradas en el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, buscar acuerdos con entidades financieras para facilitar acceso a recursos, y generar condiciones para fondos de capital semilla, ángeles inversores y fondos de capital de riesgo.

Hoy en día, hacer realidad una idea de negocio es el objetivo de un número considerable de profesionales. Sin embargo, la capacitación, el entorno y hasta la personalidad son elementos determinantes. La crisis laboral, la deserción escolar, y la falta de garantías para los ciudadanos son la motivación de ésta Ley. Es así como el Congreso de la República promulgó la Ley 1014 ó de fomento a la cultura del emprendimiento que busca formar un vínculo entre los sistemas educativo y productivo, además de fortalecer el desarrollo económico del país a través de la generación de empresas competitivas.

Otras leyes, normas o documentos que apoyan el emprendimiento de manera directa o indirecta y que pueden ser consideradas por los emprendedores son; la Constitución Política, principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y 158 sobre Unidad de Materia. La Ley 344 de 1996, normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena. La Ley 550 de 1999 que establece un régimen que promueve y facilita la reactivación

empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, para lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. La Ley 789 de 2002 por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo del Trabajo. El Decreto 934 de 2003 por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos. La Ley 905 de 2004, por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

La realidad del País en cuanto a la Educación y el Emprendimiento

Para tener un panorama de lo que sucede con la vida académica de los estudiantes preuniversitarios se han recopilado algunos datos de la página www.colombiaincluyente.org que presenta la siguiente información; el 80% de los estudiantes en edad escolar en el país cursan la primaria. El 60% cursan la secundaria hasta 9º grado, y tan solo el 30% de los estudiantes en edad escolar cursan la educación media (10º y 11º grados), 33% de estudiantes que ingresan a 1er grado se gradúan de 11º grado. Tan sólo el 25% de estudiantes que se gradúan de bachilleres continúan

estudios a nivel superior (Universitaria, Técnica o tecnológica). El 75% queda cesante en busca de un ingreso para sobrevivir.

Este 75% de los estudiantes que no pueden ingresar a una educación superior tiene que buscar un empleo no formal ya que las exigencias de la oferta laboral es cada vez más rigurosa. Si en su educación secundaria hubiesen recibido orientación emprendedora sería más fácil que estos jóvenes incursionen en el mundo empresarial formando su propia unidad productiva.

Muchas instituciones hacen sus esfuerzo por cumplir la ley 1014 de 2006, pero como no hay una norma que regule la ley en los colegios, cada uno es libre de elegir como hacerlo, qué recursos utilizar y qué estrategias aplicar, sin evaluar los resultados y el impacto que esto generaría si se llevara una metodología coordinada y sistemática con otras instituciones. El trabajo en grupo, la innovación, la creatividad, la solución de crisis y el manejo de la información son algunos de los aspectos relevantes a la hora de formar emprendedores. Pero ¿realmente están teniendo en cuenta las Instituciones de Educación Secundaria estos elementos a la hora de impartir las cátedras en emprendimiento? Dichas cátedras deben permitir que los jóvenes se formen para superar dificultades, organizar y mantener en marcha iniciativas propias y colectivas, saber manejar y conseguir recursos, trabajar con otros, tener sentido de responsabilidad personal, colectiva y social, obtener los mejores resultados y, algo esencial, seguir aprendiendo.

La educación a nivel local

La ciudad de Medellín es uno de los principales centros de educación, ciencia e investigación de Colombia. Como polo de desarrollo económico, la ciudad cuenta con múltiples centros educativos, muchos de los cuales son de altura internacional.

Es una ciudad universitaria, científica y de la investigación en diferentes campos del saber, y es meca de preparación profesional para muchos jóvenes de otras latitudes del país.

Uno de los principales campos de desarrollo científico lo constituye la medicina. Ello le ha dado un renombre a la ciudad no sólo en el campo nacional sino internacional, lo que la hace meca de muchas personas que llegan en busca de esos expertos, incluso de países con un avance superior en medicina como los Estados Unidos. Son célebres los trasplantes de órganos y médula ósea. El principal centro de investigación en la materia lo constituye la Facultad de Medicina de la Universidad de Antioquia, especialmente en las investigaciones que se adelantan sobre el mal de Alzheimer.

Otros campos tienen que ver con las ciencias sociales por parte de las principales universidades. En sus bibliotecas y archivos se pueden encontrar innumerables investigaciones sobre temas como la sociología, la cultura, la psicología y otros, todos sobre terrenos nacionales: estudios demográficos, culturas indígenas, historia nacional y análisis de los conflictos socio políticos de Colombia, entre otros. La guerra de las mafias que se desató en la ciudad en los años 80 y evidenció una realidad más dura y compleja de pobreza y marginalidad en Medellín, abrió las puertas a una oleada de investigadores

sociales y de la comunicación que de alguna manera contribuyeron a descubrir y entender los conflictos sociales de la ciudad y a abrir perspectivas.

De los centros de educación superior la ciudad ha generado un ejército de estudiosos, intelectuales, filósofos y escritores de todo género. El más célebre en los últimos tiempos es sin duda Estanislao Zuleta, cuya figura se alza no sólo en el plano nacional, sino internacional, por su pensamiento visionario en torno a la educación y la cultura.

La ciudad de Medellín cuenta con una gran variedad de colegios de muy buena calidad tanto públicos como privados. Los públicos han sufrido una renovación increíble dotándolos de unas instalaciones excelentes tras las administraciones de los alcaldes Fajardo y Salazar. Estos todavía se encuentran en una etapa de consolidación de resultados pero que en todo caso se apetecen muy prometedores. Entre los privados cuentan con una mayor antigüedad ya que varios de ellos ya han cumplido más de cien años, entre colegios católicos, judíos y no religiosos. Se destacan en la zona del suroriente: Colegio San José de La Salle, La Enseñanza, El San José de las Vegas, Pinares, Manzanares, La Colina, los Cedros, el Montessori, el Marymount, Columbus School, el Vermont, Fontán, Palermo de San José. Ya en el área metropolitana se encuentran Colegios como el Benedictinos, La salle de Envigado. Laureles y Belén: El Colegio Corazonista, San Ignacio de Loyola, Jesús María, UPB, Behtlemitas, San Carlos de La Salle, Colombo Britaico, El Teresiano, El Frances, El Londres, El Leonardo Da Vinci, El Alemán, El Colombo Canadiense, Hontanares, Horizontes, Triángulo, Seminario

Corazonista, El Teodoro Hertzl, entre muchos otros que hacen de Medellín una ciudad con una suprema calidad académica.

A nivel de educación superior una de las principales Instituciones educativas sería la Universidad de Antioquia, que en sus inicios fue conocida como el Colegio de Franciscanos (1803) fundada por la Orden Franciscana. Otras Universidades importantes son La Universidad Nacional, La Universidad Pontificia Bolivariana, la Universidad EAFIT, la Universidad de Medellín, y cabe resaltar también la Universidad Adventista que busca la integridad de sus estudiantes partiendo de los principios cristianos, además de ser la única universidad en el país con principios religiosos no católicos.

A la Educación de Medellín se le suma los esfuerzos que la Secretaría de Educación de esta ciudad realiza para elevar los estándares de calidad de la misma. Andrés Felipe Gil, en una entrevista afirma "En el 2011 vamos a cumplir todas las metas del Plan de Desarrollo", quien añadió que en este año que comienza todas las coberturas de la Secretaría se consolidarán, que la calidad seguirá en acenso y que los colegios lograrán el mejoramiento.

"Es un 2011 de final de gobierno que nos permitirá mostrar que como nunca antes Medellín le apostó a la educación y que se transforma gracias a esa inversión social. El 80% del presupuesto de la Alcaldía para el otro año es para la inversión social y la Secretaría de Educación tiene el mayor presupuesto, así que eso de que Medellín le apuesta a la educación no es carreta y así lo vamos a cumplir", concluyó el funcionario. Asimismo, resaltó el cariño y el compromiso de su administración con los 11.300 maestros y directivos de Medellín y con los más de 410 mil estudiantes de los colegios oficiales.

En el desafío que enfrenta la Secretaria de Educación de Medellín, se tiene que lograr atender a las 238 Instituciones educativas oficiales y 472 Instituciones privadas, sin mencionar Universidades. Estas 710 Instituciones Educativas deben preocuparse por formar estudiantes emprendedores para que con la medida del tiempo y según el éxito de sus innovaciones pueda llegar a formarse como verdaderos empresarios; esto es lo que busca el Estado con sus diferentes programas de emprendimiento. Para que los jóvenes lleguen a ser empresarios primero tienen que ser emprendedores y se deben formar desde la educación básica secundaria porque en la medida que van alcanzando estudios de mayor nivel, el interés es menor por formarse como emprendedores, así lo revela el estudio realizado en el 2009 por el grupo GEM Global Entrepreneurship Monitor, que afirma que entre más estudios tengan los colombianos, menos atracción sienten de crear nuevas empresas. Cuando se tienen postgrados, el sueño por ser empresario ya no desvela, y la tendencia es mundial. Así lo revela la investigación que fue realizada por la firma y que señala que quienes más crean empresas son los universitarios, en el caso de Colombia la tasa es del 28,94 por ciento, seguidos por los bachilleres con un 24 por ciento. "Quieren quedarse toda la vida como ejecutivos", dice Rodrigo Varela, de la Universidad Icesi y uno de los investigadores que participó en el estudio. No se registró ningún caso de un colombiano con postgrado que haya creado una empresa por necesidad. Lo que significa, que quienes sí se atrevieron a dar el paso hacia el emprendimiento, lo hicieron porque vieron una oportunidad.

Las estrategias de enseñanza para educar emprendedores

Para formar emprendedores desde las instituciones de secundaria, y especialmente, para obtener resultados en la media vocacional, es de gran importancia el estudio y la aplicación de estrategias de enseñanza; y corresponde a los educadores la tarea de implementar dichas estrategias que formen en sus alumnos la capacidad para responder a las exigencias del aprendizaje de la manera más adecuada. Nos referimos al desarrollo integral de la personalidad, es decir, la capacidad para autorregular su conducta, autoconocerse, percatarse incluso de las reacciones de los demás, pensar reflexivamente. Esa estrategia debe ir más allá del facilitar que los alumnos relacionen la nueva información con los contenidos asimilados anteriormente, es lograr que el aprendizaje tenga un sentido personal para el discípulo; y son procedimientos que el agente de enseñanza utiliza en forma reflexiva y flexible para promover el logro de aprendizajes significativos en los alumnos. (Mayer, 1984; Shuell, 1988; West, Farmer y Wolff 1991 citado en Estrategias docentes para un aprendizaje significativo).

Martinez (s.f) amplía el concepto sobre las estrategia de enseñanza al afirmar:

“Las acciones las realiza el maestro, con el objetivo consciente que el alumno aprenda de la manera más eficaz, son acciones secuenciadas que son controladas por el docente. Tienen un alto grado de complejidad. Incluyen medios de enseñanza para su puesta en práctica, el control y evaluación de los propósitos. Las acciones que se planifiquen dependen del objetivo derivado del objetivo general de la enseñanza, las características psicológicas de los alumnos y del contenido a enseñar, entre otras. Son acciones externas, observables” (p. 3).

Algunas de las estrategias de enseñanza que el docente puede emplear con la intención de facilitar el aprendizaje significativo de los alumnos son; Objetivos o propósitos del aprendizaje, Resúmenes , Ilustraciones, Organizadores previos, Preguntas intercaladas, Pistas topográficas y discursivas, Analogías, Mapas conceptuales y redes semánticas, y uso de estructuras textuales. Estas han sido seleccionadas y se han demostrado, en diversas investigaciones, su efectividad al ser introducidas como apoyos en textos académicos así como en la dinámica de la enseñanza (exposición, negociación, discusión, etc.) ocurrida en la clase.

En la tabla 1 se presenta en forma sintetizada, una breve definición y conceptualización de dichas estrategias de enseñanza.

Tabla 1: Estrategias y efectos esperados en el aprendizaje de los alumnos.

| Estrategias de Enseñanza | Efectos esperados en el alumno |
|---------------------------------------|---|
| Objetivos | <p>Conoce la finalidad y alcance del material y cómo manejarlo</p> <p>El alumno sabe qué se espera de él al terminar de revisar el material</p> <p>Ayuda a contextualizar sus aprendizajes y a darles sentido</p> |
| Ilustraciones | Facilita la codificación visual de la información |
| Preguntas intercaladas | <p>Permite practicar y consolidar lo que ha aprendido</p> <p>Resuelve sus dudas</p> <p>Se autoevalúa gradualmente</p> |
| Pistas tipográficas | <p>Mantiene su atención e interés</p> <p>Detecta información principal</p> <p>Realiza codificación selectiva</p> |
| Resúmenes | Facilita el recuerdo y la comprensión de la información relevante del contenido que se ha de aprender |
| Organizadores previos | <p>Hace más accesible y familiar el contenido</p> <p>Elabora una visión global y contextual</p> |
| Analogías | <p>Comprende información abstracta</p> <p>Traslada lo aprendido a otros ámbitos</p> |
| Mapas conceptuales y redes semánticas | <p>Realiza una codificación visual y semántica de conceptos, proposiciones y explicaciones</p> <p>Contextualiza las relaciones entre conceptos y proposiciones</p> |
| Estructuras textuales | Facilita el recuerdo y la comprensión de lo más importante de un texto |

Las distintas estrategias de enseñanza que se han descrito pueden usarse simultáneamente e incluso es posible hacer algunos híbridos, según el profesor lo considere necesario. El uso de las estrategias dependerá del contenido de aprendizaje, de las tareas que deberán realizar los alumnos, de las actividades didácticas efectuadas y de ciertas características de los aprendices (por ejemplo: nivel de desarrollo, conocimientos previos, etcétera).

Estrategias de enseñanza exitosas

No hay estudios ni instrumentos de medición para definir una estrategia de enseñanza exitosa. Pero a través de lo indagado en esta investigación se puede afirmar que una estrategia de enseñanza exitosa será aquella que cumpla con los efectos esperados en los alumnos. El éxito en la enseñanza dependerá de la estrategia seleccionada para tal fin, es decir, si la estrategia de enseñanza es objetivos entonces ésta será exitosa si el estudiante logra conocer la finalidad y el alcance del material, sabe cómo manejarlo, y logra contextualizar su aprendizaje y le da sentido.

Estrategias de enseñanza exitosas en el fomento de la cultura de emprendimiento.

En este estudio, se hablará de estrategias de enseñanza exitosas en el fomento de la cultura de emprendimiento cuando las estrategias usadas en las instituciones educativas de la media vocacional hayan logrado tener un impacto en los estudiantes, en la institución y en la comunidad a través de eventos públicos como ferias, concursos o encuentros inter-institucionales sobre emprendimiento, dejando huellas en cada uno de

los agentes participantes. El éxito para este caso se focalizará y tendrá directa relación en los resultados internos y externos obtenidos a través de la estrategia de enseñanza.

Las estrategias de enseñanza serán exitosas en la medida que generen las competencias claves de un emprendedor en los estudiantes que van egresando de las Instituciones de Educación Secundaria. El SENA ha hecho una aproximación para definir dichas competencias, a saber; Creatividad, manejo de la información, uso de la tecnología, resolución de problemas, formulación de proyectos, trabajo en equipo, dominio personal, ideas creativas de negocio, consecución de recursos, mercadeo y ventas, elaboración de planes de negocio y proyectos.

Cuando se verifica en los estudiantes estas competencias y son evaluadas se podrá decir cuál fue el éxito de las estrategias de enseñanza en emprendimiento que desarrollaron las Instituciones de Educación Secundaria y si realmente es coherente con lo que el Gobierno busca a través de la Ley.

MARCO METODOLÓGICO

Con el propósito de realizar una estructura metodológica y sentar las bases para el desarrollo de las herramientas cualitativas, se presenta el conjunto de métodos y procedimientos, así como la explicación de las técnicas utilizadas en la elaboración de la presente investigación.

Tipo de Investigación

Los objetivos planteados conllevan a un tipo de investigación de carácter cualitativo y se realizará una metodología descriptiva para la caracterización de las estrategias mediante técnicas como la observación y las entrevistas. El diseño de la investigación generará un trabajo de campo ya que se pretende recolectar información directamente de la realidad. La información primaria a recolectar se hará directamente en Colegios de Medellín que tienen media vocacional y quienes se destaquen por su fortaleza en el área del emprendimiento, para establecer de esta forma una interacción entre los objetivos del estudio y la realidad observada.

Para obtener la información primaria se plantea una serie de visitas y entrevistas como instrumentos de recolección de datos y se presenta de acuerdo a la unidad de análisis de la siguiente manera:

| Unidad de Análisis | Instrumento |
|---------------------------|---------------------|
| Planes de estudio | Análisis documental |
| Directivos | Entrevista |
| Profesores | Entrevista |
| Normas | Análisis documental |

Enfoque

Al determinar la investigación como cualitativa también se le dio un enfoque etnográfico porque cumple con los rasgos de dicho enfoque planteados por Atkinson y Hammersley (1994) pág. 248. Entre algunos de los rasgos de este enfoque se encuentra la exploración de un fenómeno en particular sin llevar a cabo pruebas de hipótesis, describir los significados y funciones de las acciones humanas y la codificación de los datos encontrados en el estudio de casos.

Unidad de análisis

Para la caracterización de las estrategias de aprendizaje en las instituciones educativas de educación secundaria, y una vez seleccionada los casos que se van a estudiar se tendrá como unidad de análisis lo siguiente:

- a) Planes de estudio
- b) Profesores de área
- c) Directivos del plantel
- d) Normas y/o decretos del Estado.

Estrategia de la selección de los participantes

La pregunta de investigación conlleva a realizar un estudio a Instituciones Educativas de nivel secundario que tienen estrategias de enseñanza para el fomento del emprendimiento y que pueden ser objeto de estudio.

Actualmente existen 710 Instituciones y/o Colegios en Medellín que brindan educación a los niños y jóvenes de esta ciudad. Para delimitar la información y tipificar el universo, se hizo la siguiente categorización: Instituciones educativas, que tenga media vocacional, con jornada diurna, que estén aprobadas por el estado, de habla española cuyo calendario sea el A, lo cual se reduce a 290 Instituciones entre públicas y privadas.

Debido a que es una investigación transversal, y el tiempo para la realización del proyecto es limitado, y la muestra es grande para realizar un estudio de campo, se tomará una estrategia de estudio de casos, donde se escogerá 4 Instituciones de educación secundaria líderes en el fomento de la cultura del emprendimiento a través de estrategias de enseñanza, que estén plasmadas en sus planes de estudio y además cumplan con la categorización anteriormente mencionada.

El estudio de casos es utilizado ampliamente por los investigadores cualitativos y según la literatura, Yin (1994) es el autor más citado en la investigación basada en casos, habiéndose convertido en referencia casi obligada para todos los que utilizan esta metodología. Siguiendo a este autor, el estudio de casos es *“una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, en la que los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente visibles, y en la que se utilizan distintas fuentes de evidencia”* Para (Eisenhardt, 1989), el estudio de casos *“es una metodología*

amplia que utiliza técnicas tales como la observación, las entrevistas, los cuestionarios, el análisis de documentos, etc. “

Por ello, el estudio de casos es una metodología de investigación ampliamente utilizada en el análisis de las organizaciones por las distintas disciplinas científicas, y se tomó esta herramienta como estrategia para realizar el estudio.

Población y muestra

La población y la muestra asociada al proyecto investigativo está directamente relacionada con los casos del estudio, a saber; el Colegio Canadiense, el Colegio Benedictino de Santa María, el INEM y el Colegio de la UPB, que incluyen en sus planes de estudios estrategias para fomentar el emprendimiento. Al seleccionar las Instituciones Educativas como casos de estudio se tendrá como población a los rectores o en su defecto a los encargados del área de emprendimiento en la institución, profesores que enseñan emprendimiento en la media vocacional y los planes de estudio de estos niveles.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En función del logro de los objetivos de este estudio, es necesario emplear instrumentos y técnicas orientadas a obtener información a través de las siguientes técnicas:

Entrevista: Realizar una entrevista a cada una de las unidades de análisis, con el propósito de obtener información contundente sobre las estrategias exitosas en emprendimiento y además, el impacto de estas en los estudiantes de la media vocacional.

Observación: visitar los planteles y llevar a cabo la técnica de observación en un aula de clases mientras el docente desarrolla la temática en cuanto a la enseñanza del emprendimiento.

Revisión Documental: revisar los planes de estudios de los grados décimo y once que tienen las instituciones en estudio para determinar el ensamble del emprendimiento en su Plan Educativo Institucional PEI.

Validez y Confiabilidad del Instrumento

El procedimiento para determinar la validez de cada instrumento se realizó mediante el juicio y evaluación de expertos en las áreas de Metodología de la investigación y el emprendimiento.

RECOLECCION Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Para la fecha en que se entrega esta investigación, se ha realizado un trabajo de campo en dos instituciones educativas, el Colegio Canadiense y el Colegio de la UPB que hacen parte del estudio de casos planteados en el marco metodológico. Se entrevistaron a los líderes en emprendimientos y se logró documentar sus estrategias en enseñanza para lograr una cultura emprendedora en sus instituciones.

Sólo con estas dos Instituciones se pueden entrever que hay Colegios que le desafían la educación escolar con el emprendimiento en la ciudad de Medellín, que hacen de esta región del país sea reconocida por su osadía en todo lo que emprenden.

Caso de estudio 1: Colegio Canadiense

El Colegio Canadiense es una Institución Educativa de carácter privado ubicado en la Carrera 51 No 97 Sur -137, en el municipio de la Estrella Antioquia y presta sus servicios a la ciudad de Medellín, su licencia de funcionamiento está bajo la Resolución 17001 del 22 de Noviembre de 2005. Ofrece los niveles de educación preescolar, primaria y secundaria, todos en una jornada única diurna. Es una Institución que cuenta solo con 6 años de existencia y desde sus inicios le apuesta al emprendimiento. Según el profesor Carlos González, líder de empresarismo del Colegio Canadiense, el 20% de los 52 estudiantes del grado once, tendrán su propia empresa una vez terminen sus estudios de secundaria; los demás estarán atendiendo las empresas de sus padres mientras

continúan sus estudios superiores, y esto como consecuencia de la filosofía institucional y el excelente personal docente que desde todas las áreas enfocan el fomento del emprendimiento; liderados por profesionales y emprendedores.

Filosofía

El Colegio Canadiense es una entidad privada, propiedad de la FUNDACIÓN COLOMBO CANADIENSE, perteneciente a PROEDUCACION S.A. El colegio fue creado para ofrecer una formación integral, empresarial, multilingüe, abierta y mixta para todos los niños colombianos y del mundo que deseen formar parte de este sistema educativo. La institución ofrece un servicio de educación integral orientado a que cada uno de los estudiantes logren un nivel de desarrollo en valores personales y sociales llegando a ser personas estratégicas, independientes y autónomas, con visión emprendedora y empresarial, capaces de gerenciar su propio ser, ejemplo de vida en valores como el respeto, la solidaridad, el compromiso y el amor, creadores e innovadores, fundamentados en la idea de un mejoramiento continuo e impacto social positivo, con equilibrio en todas las dimensiones del ser humano: cognitiva, socio afectiva, espiritual, con mentalidad abierta, capaces de ajustarse rápidamente a los cambios que exige el mundo.

Según el Manual de Convivencia del Colegio Canadiense (2007), La Institución fundamenta su filosofía educativa en la concepción planteada por el educador Víctor García Hoz en su acuñado término, “educación personalizada”. Ningún concepto como éste, indica tan claramente las dos condiciones permanencia y cambio,

aparentemente contradictorias, pero en realidad complementarias, las cuales han de ser asumidas por la educación. La noción de persona vale a través del tiempo; las condiciones externas, técnicas, de la sociedad, cambian constantemente. Una educación que se entienda como servicio a la persona humana, en su ser permanente y en las relaciones que ha de establecer con una realidad cambiante, han de atender a los elementos permanentes y a los elementos cambiantes. Es decir, una filosofía en donde se le permita a cada uno de los seres humanos definirse en cuanto a su SER como punto de partida y en donde se generan espacios para el desarrollo de éste en cada una de sus dimensiones. Esta idea de educación personalizada no tiene ninguna conexión con la que se entiende como educación uno a uno, ya que lo que prima en este tipo de filosofía es la creación de ambientes pedagógicos que generen en el otro el descubrimiento de las habilidades, capacidades e inteligencias propias.

Desde la anterior perspectiva, la filosofía educativa del colegio, se establece de la siguiente manera:

En relación con la vida social: el Colegio Canadiense es una institución educativa que plantea la formación de los futuros empresarios de Colombia, en donde se respetan las potencialidades de cada persona contribuyendo así con el desarrollo de cada uno de los miembros de la comunidad.

En relación con el campo moral y religioso, como institución que propende una formación profunda en la fe para fortalecimiento de la dimensión espiritual.

En relación con el campo intelectual, que el alumno adquiera la capacidad investigativa, crítica, reflexiva y analítica para favorecer la estructuración del pensamiento científico.

En relación con el campo empresarial: Permitirle a los estudiantes desde pequeños, pensar en aspectos tan importantes como: libertad financiera, creación de empresas, emprendimiento y empresarismo, gerencia del ser para asumir retos y proponer soluciones viables para los problemas que nos impone el mundo, mentalidad empresarial.

En relación con el campo afectivo: Contribuir a la formación de un hombre o una mujer que piensa y siente, que está unificado consigo mismo y con los demás en el amor. Un hombre o una mujer capacitada(o) para la autorrealización a través del diálogo, solidario, colaborador y respetuoso.

En relación con los aspectos deportivo, lúdico y estético: Buscar armonizar las actividades físicas, recreativas y culturales, con aquellas de carácter intelectual como medio de búsqueda de equilibrio en todas sus dimensiones como humano.

Así, en forma general, se ofrece una educación con visión holística que está fundada en las concepciones de la educación personalizada, la cual se toma como punto de partida para permitir el autoconocimiento y dejar que las personas se identifiquen como responsables, dinámicas, estratégicas y libres. Teniendo en cuenta esta filosofía, el Colegio Canadiense plantea en su manual de convivencia(2007) la definición de la misión, visión y objetivos como aparece a continuación:

Misión

Somos una comunidad educativa que contribuye con la formación de personas íntegras, con mentalidad emprendedora, multilingües, con valores y principios católicos, éticos y patrióticos. Aspiramos formar los futuros líderes de Colombia, emprendedores y empresarios, para que desde su quehacer , contribuyan con la construcción de un mundo más justo y con consciencia social. Contamos con un equipo humano de alta calidad profesional y humana, en permanente formación, y un proyecto pedagógico construido a la luz de la Ley Colombiana y de los retos de la educación en el mundo.

Visión

En el año 2012 seremos reconocidos por nuestra alta calidad educativa, nuestras relaciones internacionales fructíferas y la sólida formación integral de nuestros estudiantes y egresados.

Objetivos Institucionales

1. Animar y motivar el desarrollo de cada alumno(a) en una libertad responsable, para que día a día supere limitaciones y descubra posibilidades.
2. Valorar en la vida los éxitos y fracasos, mirándolos como eslabones que van llevando a la persona al triunfo final de su vida.
3. Lograr el desarrollo profundo del criterio, de tal manera que se formen personas críticas, no manipulables por ninguna ideología.

4. Elaborar a través del tiempo un proyecto de vida personal, alcanzar un sentido profundo de la existencia humana.

5. Crecer en el respeto por la vida, por sí mismo(a), por la dignidad de los demás, por la naturaleza y por los recursos naturales que están a su servicio.

6. Ayudar a los padres de familia a descubrir y valorar el sentido profundo de educar, siendo esta obligación irremplazable e indelegable. Que sientan que son los primeros responsables de la educación de sus hijos.

7. Formar personas orgullosas de sus logros académicos, desarrollando potencialidades de asombro, curiosidad y creatividad.

8. Generar en los alumnos una mentalidad empresarial, desarrollando paulatinamente todas las cualidades, valores y virtudes, tanto intrínsecas como extrínsecas que se requieren para lograrlo.

9. Desarrollar y fortalecer la identidad personal como mujeres y hombres, asumiendo su sexualidad de manera responsable, avanzando en su autoestima y autocrítica.

10. Desarrollar el sentido de pertenencia a la familia y al colegio, en términos de lealtad a sus principios y el compromiso autónomo en el cumplimiento de las normas de convivencia, la exigencia de los derechos y la participación en los procesos democráticos acordados, para consolidar una cultura de paz.

Proyecto Educativo Institucional (PEI) de Colegio Canadiense

Los ejes fundamentales del Proyecto Educativo Institucional se evidencian en el siguiente esquema, donde cada de los ejes se relaciona de manera dinámica, coherente, permanente y armónica

Gráfico 2: PEI del Colegio Canadiense



Fuente: www.colegiocanadiense.edu.co

El Proyecto Educativo Institucional del Colegio Canadiense incluye los siguientes aspectos fundamentales, que se convierten en ejes articuladores del proceso de formación:

El “Aprender haciendo”

El Colegio Canadiense pretende formar personas autónomas en sus criterios intelectuales y morales, capaces de producir soluciones innovadoras a los problemas difíciles. Para esto se requieren prácticas pedagógicas centradas en el desarrollo primordial de la Comprensión. Es necesario que los estudiantes entiendan el conocimiento como resultado de la actividad humana de enfrentar problemas de la vida y resolverlos, y no como una actividad de memorización sin sentido de contenidos y conceptos sin uso

El aprendizaje para el servicio,

A través de la proyección social entendida como participación y pertinencia social desde el currículo mismo. Queremos formar alumnos que se comprometan con su familia, el colegio, la región y el país; alumnos que se sientan proclives a servir y aportar soluciones a la sociedad que tanto necesita de ellos.

Fomento del Emprendimiento y Empresarismo

A través del fomento de la mentalidad emprendedora se pretende desarrollar en el alumno - alumna las habilidades de liderazgo, la capacidad para identificar una necesidad, el estímulo de competencias para reunir recursos suficientes y adecuados, la capacidad para emprender acciones de planificación y realización de un proyecto y el fomento de lo que son las habilidades para la vida: toma de decisiones, resolución de problemas,

pensamiento divergente. De igual forma se pretende que en los grados superiores, los alumnos entiendan la necesidad de plantearse dentro de su proyecto de vida una reflexión acerca de su incorporación a la vida laboral, a través de la creación de su propio plan de negocios y proyecto de empresa.

La formación y la identificación con valores éticos, democráticos y morales son: el respeto, el servicio, la participación, el buen trato, los modales, la presentación personal, la solidaridad, la ética ciudadana y el compromiso, unido a una formación espiritual religiosa profunda.

Educación Multilingüe.

Basada en la enseñanza del inglés y el francés. El enfoque Cognitive Academic Language Proficiency (CALP) y el Basic Interpersonal Communication Skills (BICS) son los enfoques que se trabajan en el Colegio Canadiense, para que el estudiante desarrolle competencias en la lengua extranjera, en el ambiente académico. Teóricamente es importante para un estudiante obtener reconocimiento, tanto en el ambiente académico como en lo social, y poder obtener un nivel de competencia que le permita expresar ideas que le confieran una comunicación efectiva. En los grados octavo y noveno, los estudiantes cuentan con la posibilidad de hacer una profundización en la adquisición del idioma inglés, en el intercambio que se realiza con Canadá.

El emprendimiento en el Colegio Canadiense

Como se describe en el Proyecto Educativo Institucional, el emprendimiento en el Colegio Canadiense es un pilar de la educación, por ello, los administradores y los docentes están direccionados hacia una educación enmarcada con el sector productivo para formar los futuros empresarios del país.

Cada nivel educativo en el Colegio Canadiense tiene un enfoque hacia el emprendimiento y el empresarismo. En preescolar por ejemplo, el emprendimiento es visto desde el arte y la creatividad. En primaria, en cambio, se ve desde el liderazgo, la comunicación y la creatividad. Algunas actividades para desarrollar estas destrezas son las manualidades y la venta de comida. La lectura de libros sobre temas específicos en emprendimiento se da a escoger a través del “Plan lector” y los juegos de flujo de dinero de Robert Kiyosaki. En la secundaria, se continúa desarrollando el liderazgo y la comunicación además de recibir cátedra en emprendimiento donde se les desglosa los componentes de un plan de negocio en cada año del bachillerato. En los grados 10° y 11° se cristaliza todas las competencias adquiridas a través de las clases de empresarismo.

Estrategias para la enseñanza del emprendimiento en el Colegio Canadiense

1. Módulos de Mentalidad Emprendedora y Empresarismo: El Colegio Canadiense ha venido trabajando desde el 2009 en la edición de los “Modulo de mentalidad emprendedora y empresarismo” que fueron publicados en la Institución a partir del año 2011. Estos módulos van desde preescolar hasta 11 grado y se pueden adquirir en el Colegio junto con los libros de norma “Educación para el emprendimiento”. Este último

como una base que sustenta el material propio de la Institución. Los módulos desarrollados por el Colegio tienen la fundamentación teórica del emprendimiento, cuyos conceptos están diseminados en todos los grados. Los temas allí desarrollados fueron seleccionados y editados por diferentes profesionales en el tema del emprendimiento.

2. Territorio Emprendedor: Cada fin de mes el Colegio Canadiense realiza y dedica tres días de ferias en emprendimiento. Los niveles de preescolar, primaria y secundaria tienen un día cada uno para que los grupos integrados por estudiantes puedan exponer sus propuestas de negocio. Los estudiantes forman su propio grupo sin la intervención del docente. En estas ferias se deja ver la creatividad, el liderazgo, la comunicación, la innovación y el emprendimiento que tienen los estudiantes en sus distintas fases del nivel educativo. Cada líder de grupo está comprometido para que el evento sea todo un éxito que incluye a los mismos padres como los clientes, proveedores y patrocinadores. Además los líderes de áreas deben presentar, con sus estudiantes un proyecto que corresponda a su área ya sea de matemáticas, sociales, español etc, para participar.

A partir del segundo semestre del año, los estudiantes y profesores se preparan para la feria más importante del año, el Encuentro de Jóvenes Emprendedores o Feria EJE, que se realiza en Septiembre. Hasta la fecha de esta investigación, el Colegio ha realizado dos ferias siendo todo un éxito; y actualmente se preparan para la tercera feria en el 2011. Esta Feria es el evento más importante del emprendimiento en la Institución, es por ello que se detalla algunos aspectos importantes de ella a continuación.

La Feria EJE, es una oportunidad para estudiantes de entidades educativas oficiales y privadas, jóvenes universitarios, padres de familia y empresas emergentes que

desean participar con sus proyectos innovadores en la categoría financiera, comercial, gastronómica, diseño gráfico, verbal, diseño de modas, tecnología, investigación, musical, pintura, artesanías o ambiental. La feria E.J.E es una manifestación clara del desarrollo del emprendimiento, es un espacio que motiva y apoya a estudiantes y adultos hacia el desarrollo del pensamiento emprendedor.

La feria EJE ayuda a las empresas a cumplir con su responsabilidad social, promueve proyectos empresariales de los estudiantes, estimula la creatividad y emprendimiento de la juventud, facilita el contacto directo con los clientes, afianza el posicionamiento de los productos y servicios que ofrecen las distintas instituciones educativas o empresas que participan en la feria, oportunidad para el lanzamiento y reconocimiento de nuevos productos empresariales, se realiza estrategias entre los mismos estudiantes y empresas.

La Feria EJE tiene una programación variada y única, donde se desarrolla foros empresariales; dirigido a estudiantes de grados superiores y adultos donde se comparten experiencias con diferentes empresarios del país. Muestra comercial y de productos; es una feria en el que las empresas y los proyectos que participan realizan no solo la muestra comercial de sus productos sino la venta de los mismos a un bajo costo. Presentación de proyectos de emprendimiento; se presentan por categorías diferentes proyectos en los niveles de preescolar, primaria, bachillerato, universidad, empresas emergentes donde se realiza premiación en cada una de ellas. Espectáculos en tarima; es un espacio para disfrutas de shows musicales, bailes y presentaciones deportivas en las cuales los estudiantes pueden hacer parte del espectáculo, y por último, rincones de

aprendizaje y actividades lúdicas, donde el público asistente puede disfrutar de actividades recreativas durante todo el recorrido de la feria.

3. Territorio Empresarial: Se lleva a cabo periódicamente conferencias con los padres de los estudiantes en un restaurante del Parque Lleras. También son invitados los estudiantes de 10° y 11° grado. Se traen conferencistas de talla nacional, además los participantes pueden contar sus experiencias empresariales que han tenido con sus propias empresas. De esta forma se involucra y se compromete a los padres de familia con las actividades que realiza la Institución para el fomento de la cultura emprendedora, además de preparar a los estudiantes para ser empresarios.

4. Empresarios en las aulas de clase: Aprovechando que el 70% de los padres de familia son empresarios, periódicamente se les invita a que desarrollen algunas clases de empresarismo en las aulas de clase. Allí los estudiantes pueden interactuar directamente con los empresarios y preguntar los temas que más le interesen.

5. Plan Padrino: El Colegio tiene varias empresas del sector productivo, comercial y de la salud con las cuales tiene convenio para que sus estudiantes puedan asistir a realizar sus prácticas. Estos convenios se realizan a través de la alta gerencia de las empresas para elevar el nivel de importancia y calidad de las prácticas y el objetivo principal es el de combinar lo académico con el mundo real empresarial. Para ser parte de este plan se realiza una selección de estudiantes en los grados décimo y once de acuerdo al perfil que demuestren en sus clases, como diseñadores, publicistas, administradores entre otros, para enviarlos a las empresas donde puedan entender el entorno empresarial en la vida real.

6. Capacitación docente: La institución comprometida con la capacitación constante y el profesionalismo de sus empleados, realiza una capacitaciones en el área del emprendimiento. Un ejemplo de ello es que el Colegio Canadiense invierte el 75% del costo del curso de los “12 pasos de Robert Kiyosaki”, para que todos los docentes no importando su profesión puedan capacitarse en esta área y así poder inculcar en sus estudiantes una cultura emprendedora.

7. Clases de emprendimiento y empresarismo: Los estudiantes de la media vocacional reciben 2 horas de empresarismo y los niveles inferiores 3 horas de emprendimiento, más una hora lúdica donde se desarrolla la creatividad que hace parte del ser emprendedor. Los grados décimo y once son los encargados de promover el empresarismo en la toda la Institución; además trabajan con la bolsa de valores Venture de Canadá, como parte de la enseñanza en empresarismo, y tienen un fuerte énfasis en los temas de revaluación, cambios y divisas. Para los grados de sexto a octavo desarrollan la franquicia de Robert Kiyosaki para adultos. En la primaria se desarrollan talleres, en el caso de cuarto a quinto se trabaja la madera; de primero a tercero la granja y en preescolar, el estudio de la naturaleza y algunos encuentros básicos. En cada uno de ellos se ve la oportunidad de generar recursos y de convertir un proyecto como la granja en una empresa productiva, es así como se podrá ver a los pequeños sacando crías de animales, vendiendo huevos, entre otros. Es a través de estas clases que los estudiantes se preparan para las distintas ferias que realiza la Institución internas como externas.

8. Clase de lúdica: Dentro de las clases normales de toda Institución, por lo general existe una clase de lúdica, y el Colegio Canadiense aprovecha este espacio para

desarrollar la creatividad de los estudiantes enfocado a la cultura emprendedora. Es una clase que es dictada por la líder de emprendimiento de la Institución.

9. Intercambio: Los estudiantes de octavo y noveno grado deben emprender un viaje hacia Canadá durante un semestre para realizar su práctica empresarial, donde además de tener contacto con muchas empresas de ese país y conocer sus estrategias comerciales y su pensamiento de generar empresas, perfeccionarán su inglés y el francés.

10. Plan ahorro: Todos los estudiantes del Colegio Canadiense tienen una cuenta bancaria de ahorros en Davivienda, desde el niño que estudia preescolar hasta el estudiante graduando. Esto con el fin de incentivar desde muy temprana edad la práctica del ahorro. Los recursos allí depositados se deben a las ventas de las ferias, los ahorros de los descansos, entre otros. Desde muy pequeños se les motiva y se les educa para la independencia laboral. También en la consecución de los recursos para el viaje a Canadá en octavo grado como practica de sus estudios.

11. Comercialización: Actualmente el Colegio esta realizando convenio con la Corporación Universitaria Adventista a través de Industrias Alimenticias Vitarrico. Un grupo selecto de jóvenes van a distribuir los productos de esta industria creando su propia marca. Mientras unos estudiantes de décimo y once desarrollan la marca, otros se dedican a la comercialización y apertura de nuevos mercados. Otro proyecto que se está analizando es la distribución de miel. La comercialización de estos productos se realiza bajo el nombre de la Fundación pero con su propia marca.

12. Educación multilingüe: inglés y francés. El Colegio Canadiense tiene en su PEI, la educación multilingüe, para obtener una educación sólida y llena de oportunidades. En el intercambio con Canadá los estudiantes deben estar preparados para poder hablar en cualquiera de estas lenguas, ya que en ese país se manejan estos idiomas. Es así como cobra importancia la enseñanza multilingüe, no sólo para poder viajar a dicho país sino también para poder entablar comunicaciones con clientes, proveedores y accionistas extranjeros.

13. Plan lector: Los estudiantes desde la primaria se les motiva a la lectura de libros de corte empresarial, algunos de ellos son; “Las 17 cualidades esenciales de un jugador de equipo” de John Maxwell, “El poder de los simple” de Jack Trost y “El cuadrante del flujo de dinero” de Robert Kiyosaki. También algunas fábulas empresariales como “El pavo en el mundo de los pingüinos”

14. Capacitaciones a otras Instituciones: El Colegio Canadiense a través de los líderes del emprendimiento y empresarismo realizan una capacitación sobre la enseñanza en emprendimiento a todos los profesores de los colegios oficiales de Envigado, a través de la Secretaria de Educación de este municipio. Estas capacitaciones no solo benefician a los profesores de otras Instituciones sino que dan a conocer que el Colegio Canadiense es líder en la enseñanza del emprendimiento y empresarismo y conocimiento en este campo es compartido con quienes así lo desean.

Conclusiones del caso

El Colegio Canadiense es una de las Instituciones Educativas de secundaria más adelantadas en cuanto a la enseñanza del emprendimiento en sus aulas de clases, que brindan sus servicios a la ciudad de Medellín, y se debe a su filosofía y pensamiento administrativo, que desde sus inicios se pensó en la educación de los hijos de los empresarios. Es así como el colegio es bien visto por los empresarios de Medellín como una de las mejores opciones para poner el cuidado del crecimiento académico y profesional de sus hijos, convirtiendo a la Institución con un personal docente y estudiantado de clase media-alta y alta. Por ser una Institución privada, y el público al que se dirige, cuenta con una gran inversión y no escatiman recursos para llevar a cabo todas sus estrategias de enseñanza para el fomento del emprendimiento. Sin embargo, esto no quiere decir que una institución pública o privada no pueda asimilar las estrategias que ellos implementan y adaptarlas según su infraestructura y recursos.

El Colegio Canadiense lleva muy poco tiempo desde su fundación y ya ha hecho aportes a las sociedad y su liderazgo se hace cada mes más fuerte, en sus primeros tres años de creado ya invitaba a otras instituciones a participar de ferias en emprendimiento y ahora están realizando la tercera feria EJE donde invitan a todos los estudiantes de los colegios públicos y privados e incluso a universidades para que presenten sus planes de negocios cuyo premios y organización lo patrocina el mismo colegio y otras instituciones que apoyan el evento. Esta estrategia como la más importante del emprendimiento en la Institución es el clímax de lo que viven y aprenden los estudiantes del Colegio Canadiense.

Caso de estudio 2: Colegio UPB

El colegio de la UPB es una institución católica perteneciente al arquidiócesis de Medellín. Es un colegio privado legalmente constituido, inmerso dentro de la Universidad Pontificia Bolivariana ubicada en la circular 1 No 70-01 en la ciudad de Medellín, la cual ofrece todos los niveles educativos: Preescolar, Primaria, Bachillerato, Pregrado, Posgrado, Maestrías y Doctorados. El colegio cuenta con 6.300 estudiantes en sus tres secciones, provenientes en su gran mayoría de los estratos 2, 3 y 4.

A continuación se presenta un marco de referencia sobre historia, filosofía, misión y visión del Colegio de la UPB extraído del manual de convivencia (2007):

Reseña histórica

El Colegio pertenece a la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, Institución de la Iglesia Católica, de carácter privado, que ofrece servicios educativos en Preescolar, Básica Primaria, Básica Secundaria y Educación Media.

Bachillerato masculino: Creado desde 1937. Fue nombrado como Decano el Pbro. Doctor Félix Henao Botero, quien desempeñó el cargo hasta que fue nombrado Rector de toda la Universidad en 1941. Desde el inicio de labores y hasta 1947, funcionó en Juanambú con Juan del Corral, junto con las otras secciones. Luego se trasladó al campus actual, en el barrio Laureles.

Primaria masculina: Comenzó simultáneamente con el Bachillerato, en 1937. En el prospecto de 1938, se dice: “En ésta se abrirán tres cursos más; esto funcionará así:

cuatro años de primaria, desde segundo hasta sexto, de acuerdo con el pénsun que se transcribe”. En 1939 se definen los objetivos de la sección y la razón de su existencia. Funcionó el primer año en el local del viejo Seminario, con las otras secciones. De 1937 a 1944, funcionó en una casa, donde más tarde también funcionó el periódico “El Colombiano” y hoy está el teatro Ópera, en el centro de la ciudad, cerca al Parque Bolívar. bachillerato femenino: Fundado en 1964 como centro de práctica de la Facultad de Educación. La mayoría de las estudiantes eran hijas de empleadas de la Universidad. Durante 13 años funcionó con el nivel básico secundario, aprobado desde 1970 mediante resolución N°. 5720. En 1978 se inició el nivel vocacional, cuya aprobación se obtuvo mediante resolución 16773, de septiembre 27 de 1979.

Primaria Femenina: La preparatoria femenina fue creada por iniciativa del Decano Rector Pbro. Álvaro Molina Mesa, con el fin de completar la sección femenina ya existente, en los niveles de básica secundaria y media vocacional. El Consejo Directivo, mediante acuerdo CD-06 del 10 de octubre de 1988, aprobó la apertura de dicha sección. La licencia de iniciación de labores fue obtenida mediante resolución 002797, del 18 de noviembre de 1988. A partir de este momento se inició el proceso de inscripción en registro académico.

Preescolar: Por iniciativa del señor Rector de la Universidad Pontificia Bolivariana, Monseñor Darío Múnera Vélez, y dentro del Plan de Desarrollo de la Universidad para el período 1988-1991, se crea el nivel Preescolar para el Colegio de la Universidad Pontificia Bolivariana, según reza en el acuerdo N°.CD-03 de 1991. El Preescolar del Colegio inició sus labores con los dos grados propuestos por el Ministerio de Educación Nacional, el 10

de febrero de 1992. Grado A: conformado por niños entre los 4 y 5 años. Grado B: conformado por niños entre los 5 y 6 años. Actualmente se ofrece únicamente el grado transición para niños(as) de 5 y 6 años.

Filosofía

La educación en la UPB se fundamenta en un proyecto antropológico cristiano, el cual quiere formar un hombre nuevo, capaz de ser, hacer y saber para construir una sociedad progresista y más humana. Un hombre que busque ser más autónomo, abierto, creativo, libre, responsable para cambiarse, cambiar a otros y cambiar su realidad.

El Colegio de la Universidad Pontificia Bolivariana ha tenido la fortuna de nacer en una Institución que, desde su fundación, ya tenía norte: Católica y Bolivariana. Quiere decir ello que los principios del cristianismo y los ideales de Nuestro Libertador, inspiran la pedagogía y la didáctica de la naciente Universidad.

La pretensión actual de tener una misión y visión, no es otra que tener una dirección hacia dónde orientar los procesos pedagógicos, y allí es donde el Colegio presenta, desde su fundación, una ventaja competitiva que lo coloca a la vanguardia de la educación en Medellín, Antioquia, Colombia y otros países. En tal sentido, desde su fundación, el Proyecto Educativo del Colegio ha tenido una filosofía clara y orientadora, como lo es la religión Católica y la búsqueda de la libertad cimentada en el pensamiento de Bolívar. Con esta filosofía, la Universidad y el Colegio orientaron sus prácticas pedagógicas hasta el año 1940, cuando Monseñor Manuel José Sierra Ríos entrega a la UPB el legado espiritual que hoy conservamos y que permanecerá y trascenderá en la

historia, como la carta de navegación con la cual la sociedad encontrará sentido al proyecto de vida: el ESPÍRITU BOLIVARIANO. Las nuevas propuestas de calidad que han llegado a nuestro medio han hecho que se revalúe constantemente y, por el contrario, cada vez se reafirma como la propuesta más completa para la formación de una Colombia con futuro. Contiene los conceptos del individuo, sociedad, patria, familia, proyección social y humana, libertad, trascendencia y servicio.

Misión

La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como misión la formación integral de las personas que la constituyen, mediante la evangelización de la cultura, la búsqueda constante de la verdad en los procesos de docencia, investigación, proyección social y la reafirmación de los valores desde el humanismo cristiano, para el bien de la sociedad.

Visión

El Colegio de Universidad Pontificia Bolivariana tiene como visión ser una Institución católica, de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país.

Proyecto Educativo Institucional (PEI) del Colegio de la UPB

El PEI del Colegio de la UPB contiene todos sus componentes, se encuentran muy bien definidos los diferentes objetivos, la parte ambiental está incluida en el componente pedagógico, donde busca sensibilizar y concientizar a la comunidad educativa acerca de

la problemática ambiental, y busca también que la comunidad adquiriera valores y actitudes para enfrentar de manera autónoma y efectiva las situaciones que pasan en su entorno.

El PEI busca formar un hombre integral, basados en el humanismo cristiano. Sensible frente a la naturaleza que conozca el mundo para realizarse como persona. El PEI se fundamenta en una formación en valores basados en los principios católicos, apoyados en tres énfasis: Calidad Humana, Excelencia Académica y Compromiso cristiano, a través de un currículo abierto, flexible y contextualizado con el entorno social y las necesidades del estudiante.

El emprendimiento en el Colegio de la UPB

El Colegio de la UPB le apunta al emprendimiento desde lo tecnológico, es decir, buscan cualquier necesidad y/o oportunidad para dar solución desde el área tecnológica. Todo su emprendimiento gira en torno al área de la tecnología e informática. La enseñanza está basada en problemas y necesidades reales a las cuales se les pueda hacer un análisis tecnológico. El Coordinado de emprendimiento en el colegio, el señor Diego Orozco, matemático, licenciado e ingeniero, compartió sus estrategias que desde el área tecnológica se emplean para el fomento de la cultura emprendedora.

Estrategias para la enseñanza del emprendimiento en el Colegio de la UPB

Las estrategias de enseñanza en emprendimiento del Colegio de la UPB están hiladas por una serie de proyectos y temas que los estudiantes elaboran desde su

primaria. Cada uno de estos proyectos de manera transversal a sus estudios normales generan emprendedores tecnológicos.

Proyecto tecnológico por grados

En todos los grados del Colegio de la UPB se generan proyectos tecnológicos con el fin de solucionar necesidades del entorno donde se desenvuelven los estudiantes.

En el primer nivel que es preescolar, los pequeños estudiantes aprenden a identificar las profesiones y oficios.

En el grado primero, los estudiantes empiezan a conocer la tecnología a través de dibujos utilizando Paint que es un programa simple de dibujo gráfico desarrollado por Microsoft. Por su simplicidad, se convirtió en una de las aplicaciones más usadas por los pequeños para realizar sus creaciones. Si a los estudiantes se les enseña emprendimiento a partir de lo tecnológico, es obvio que se requiere conocer los elementos de las tecnologías de la información para tal fin, es por ello que desde pequeños se les enseña a desarrollar su creatividad apoyados con la informática. Otros tema en este curso es el dinero, sus formas y cómo surgió, además se les enseña como ahorrar.

En los grados segundo y tercero, los estudiantes pueden realizar otros tipos de proyectos asociados con la comunicación a través de herramientas como Microsoft Word y Power Point, muy necesarias para cualquier ambiente de trabajo. Hoy día nadie se escapa de utilizar estas herramientas para desarrollar sus trabajos académicos, laborales, empresariales, proyectos, entre otros. Por eso la importancia que desde muy temprana

edad se les enseñe cómo manejar dicho software. Se ven los conceptos de gastos, ahorro, deudas, las prioridades en el uso del dinero y la familia como empresa.

En Cuarto y quinto se avanza en el mundo de la globalización, la comunicación, la importancia de la información, la economía solidaria y los procesos de producción. La enseñanza gira a través de herramientas tecnológicas que apoyan la educación en estos temas, es aquí donde los estudiantes empiezan a interactuar con el mundo a través del internet, conocer que en la actualidad no hay límites geopolíticos para conocer personas de otras culturas o regiones, saber el estado económico de un país, información de empresas etc., y aprenden que la internet se puede convertir, en un futuro cercano, un medio por el cual ellos puedan desarrollar sus emprendimientos. Otros temas que se les enseña es la información compartida a través de Google docs y la seguridad que deben tener para proteger sus datos, como lo hacen las empresas en cualquier sector.

En el bachillerato, los temas tratados tienen un mayor nivel de profundidad y se van orientando a la creación de empresa. Es así como en sexto y séptimo el tema a desarrollar es el análisis económico de una empresa. Por lo tanto en sexto se les enseña marketing usando la herramienta Internet 2.0, además se les enseña el diseño de logos. En séptimo se tratan los costos de producción, los costos indirectos de fabricación CIF, los costos totales, los costos unitarios, punto de equilibrio entre otros. Todos estos análisis apoyados bajo la herramienta de Microsoft Excel, usando formulas, funciones, variables, realizando así escenarios de sensibilidad para los cambios que pueda tener una empresa en determinado momento. Algunas muestra pedagógicas que se presentan en estos

grados son la creación de empresas comestibles y de bisutería, donde se les aplica el conocimiento adquirido a través de las clases.

En octavo grado los temas enseñados son la organización y gestión de empresa, y la administración de recursos humanos RRHH; la herramienta de trabajo son las bases de datos que se continúa con noveno grado cuyos temas son patentes y marcas y así completar el objetivo del análisis de funcionamiento de una empresa.

En los grados décimo y once el objetivo principal es que los estudiantes puedan realizar un análisis de procesos a una empresa de cualquier sector. Los tramites, licencias y requisitos para montar una empresa son abordados en décimo grado y apoyado tecnológicamente con herramientas como Visual Basic, donde empiezan a desarrollar o programar una solución que suplan las necesidades de una empresa; y en once la tecnología enseñada y aplicada son los clúster y la empresa por internet.

Conclusiones del caso

El Colegio de la UPB en sus esfuerzos por formar emprendedores ha sumido el reto desde un área que vive inmerso los estudiantes, la tecnología. Es desde allí como se aborda el emprendimiento y cada tema se apoya con herramientas informáticas para formar competencias útiles a los estudiantes que están creciendo como personas emprendedoras. Su plan, que pareciera ser sencillo, puede llegar a ser una de las estrategias más complicadas porque además de enseñar emprendimiento e informática, tienen que hacer que estas dos áreas estén alineadas en el Plan Educativo Institucional para que cumplan con sus objetivos de manera independiente y al momento de

interrelacionarse puedan llevar a cabo el mismo fin, formar emprendedores. La formación de emprendedores es asumida por la institución y apoyada por la Universidad como uno de los temas que merece importancia debido al impacto que esto conlleva. El Colegio por estar bajo la jurisdicción de la Universidad Pontificia Bolivariana, y su largo trayecto de más de 70 años brindando educación, tiene un posicionamiento alto y es muy pretendido por los padres de familia para encargarle la educación de sus hijos; y además que pueden realizar toda su vida académica en esta institución desde el preescolar hasta el doctorado.

Los educandos tienen muchas opciones al ingresar al Colegio de la UPB; formarse como emprendedores y una vez terminados sus estudios de secundarias pueden formar su plan empresa que con el apoyo de entidades como el fondo emprender y centro de emprendimiento de la Universidad pueden poner en marcha, a la vez que continua con sus estudios superiores en la misma línea que vienen siendo educados, o sencillamente escoger otra carrera que apoye sus proyecciones o proyectos de vida.

Conclusiones Generales del Estudio

En el momento de entrega de esta investigación se ha podido llegar a varias conclusiones que se emiten a continuación:

Hay colegios que en su plan de estudios involucran la enseñanza del emprendimiento, sin embargo dichos Instituciones son minoría y pertenecen al sector privado.

Las Instituciones Educativas que fomentan la cultura del emprendimiento están abiertas para el público y comparten su conocimiento con fácil acceso siempre y cuando sea para mejorar la educación de los futuros líderes y empresarios del país.

Las estrategias utilizadas por las instituciones en este estudio pueden emplearse en cualquier institución educativa, y además las herramientas para tal fin pueden conseguirse en el entorno empresarial.

El Colegio Canadiense, es la Institución Educativa que más se destaca en los casos estudiados, no solo por el corto tiempo que llevan en el mercado sino por su estructura, sus estrategias y porque se han dado a conocer a otras instituciones y las motiva a que hagan parte de esta cadena de enseñanza que inicia con las primeras clases que puede tener una persona. Los resultados de esta institución pueden verse desde ya en los futuros egresados, pues se proyecta que el 20% de sus egresados monten su empresa tan pronto terminen sus estudios secundarios.

En el Colegio de la UPB, maneja el emprendimiento desde perspectiva tecnológica y ya ha evidenciado los resultados de su enseñanza en la vida de los estudiantes. Se ha formado una empresa de postres, una fábrica de mantequilla de maní, y la creación de un estudio de música.

Las Instituciones estudiadas no escatiman los recursos para que el fomento del emprendimiento tenga éxito en la vida práctica de sus estudiantes. Además entienden que la capacitación docente es esencial para que las clases tengan un alto grado de calidad y efectividad.

La ley 1014 no es una obligación para las Instituciones, es más bien un apoyo para los objetivos que quieren alcanzar los administradores, y se ensambla en el Plan Educativo Institucional de cada una de ellas.

A la medida que se sigan realizando los estudios de casos que propone el marco metodológico, se verán resultados interesantes como se dieron a conocer en estos dos colegios cuyo trabajo preliminar muestra que el conocimiento adquirido a través sus experiencias en cuanto a la implementación de estrategias de enseñanza para la formación de la cultura emprendedora, puede ser compartido para el beneficio de la educación de los jóvenes en Colombia no sólo para cumplir con una Ley que el Gobierno emitió, sino para mejorar la calidad de educación del país y por ende el desarrollo del mismo.

Anexos

Anexo 1: Instituciones Educativas de Primarias y Secundaria de Medellín

| Caracterización | Descripción Caracterización | Colegios Oficiales | % | Colegios No Oficiales | % |
|-------------------------|--|--------------------|------|-----------------------|-------|
| Tipo de Establecimiento | Centro Educativo | 42 | 18% | 317 | 67% |
| | Institución Educativa | 196 | 82% | 155 | 33% |
| | Total | 238 | 100% | 472 | 100% |
| Jornada | Diurno | 196 | 82% | 425 | 90% |
| | Nocturno | 3 | 1% | 0 | 0% |
| | Fin de Semana | 0 | 0% | 3 | 1% |
| | Diurno, Nocturno | 36 | 15% | 15 | 3% |
| | Diurno, Nocturno, fin Semana | 1 | 0% | 19 | 4% |
| | Diurno, Fin Semana | 2 | 1% | 6 | 1% |
| | Nocturno, fin Semana | 0 | 0% | 4 | 1% |
| | Total | 238 | 100% | 472 | 100% |
| Niveles | Básica Primaria | 13 | 5% | 1 | 0% |
| | Básica Secundaria | 1 | 0% | 2 | 0% |
| | Básica Primaria, Secundaria y Media Vocacional | 1 | 0% | 22 | 5% |
| | Básica Secundaria y Media Vocacional | 4 | 2% | 26 | 6% |
| | Media Vocacional | 3 | 1% | 2 | 0,4% |
| | Preescolar, Básica Primaria | 23 | 10% | 59 | 13% |
| | Preescolar, Básica Primaria, Secundaria y Media Vocacional | 192 | 81% | 146 | 31% |
| | Preescolar | 0 | 0% | 213 | 45% |
| | Primera Infancia | 1 | 0% | 1 | 0,2% |
| Total | 238 | 100% | 472 | 100% | |
| Idiomas | Español | 238 | 100% | 400 | 85% |
| | Inglés | 0 | 0% | 71 | 15% |
| | Frances | 0 | 0% | 1 | 0,2% |
| | Total | 238 | 100% | 472 | 100% |
| Estado | Legalizado | 226 | 95% | 396 | 84% |
| | Por Aprobar | 12 | 5% | 66 | 14% |
| | Cerrado | 1 | 0% | 10 | 2% |
| | Total | 239 | 100% | 472 | 100% |
| Calendario | A | 238 | 100% | 470 | 99,6% |
| | B | 0 | 0% | 1 | 0,2% |
| | Otros | 0 | 0% | 1 | 0,2% |
| | Total | 238 | 100% | 472 | 100% |

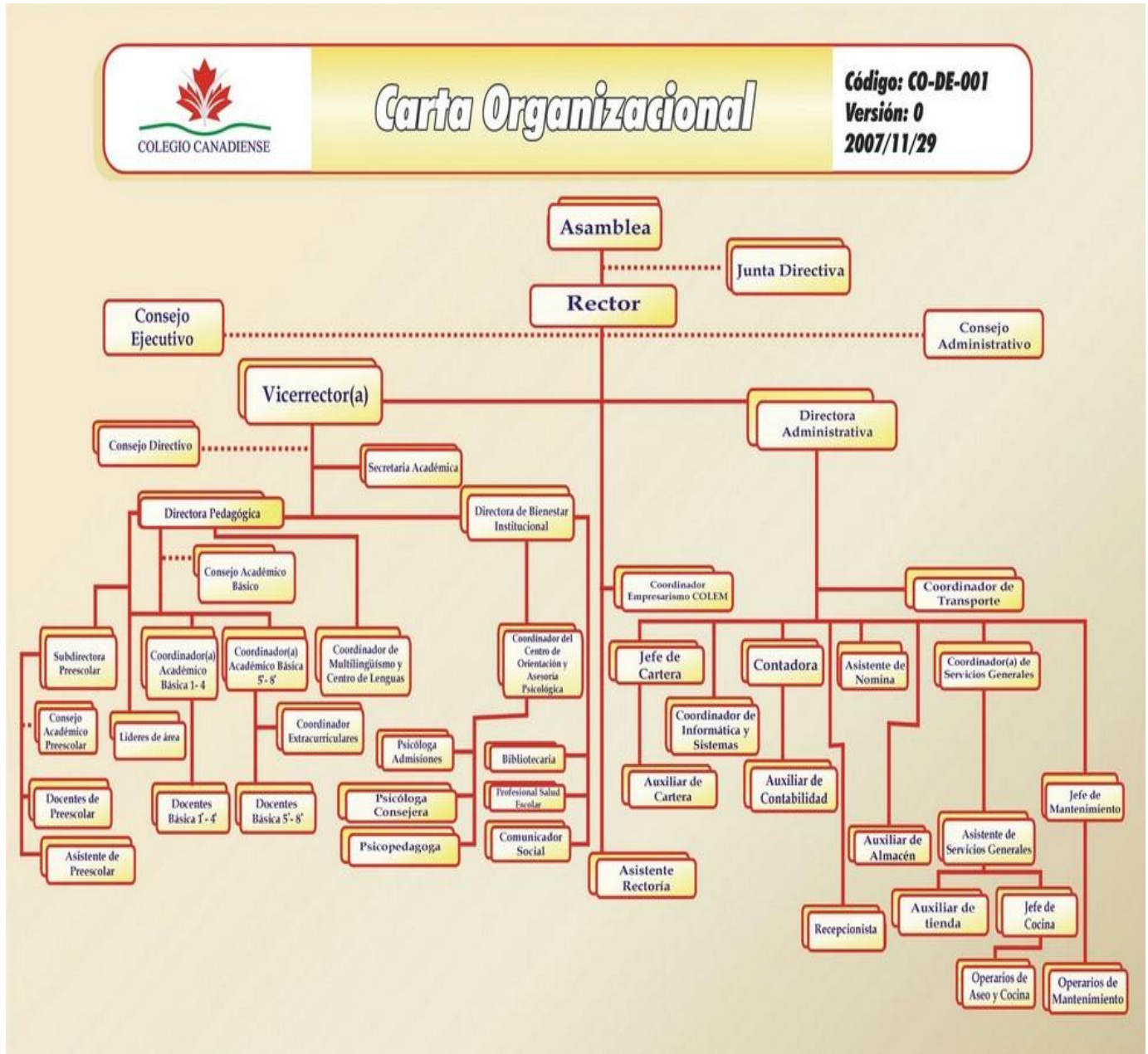
Anexo 2: Estrategias y efectos esperados en el aprendizaje de los alumnos.

| Estrategias de Enseñanza | Efectos esperados en el alumno |
|---------------------------------------|---|
| Objetivos | <p>Conoce la finalidad y alcance del material y cómo manejarlo</p> <p>El alumno sabe qué se espera de él al terminar de revisar el material</p> <p>Ayuda a contextualizar sus aprendizajes y a darles sentido</p> |
| Ilustraciones | Facilita la codificación visual de la información |
| Preguntas intercaladas | <p>Permite practicar y consolidar lo que ha aprendido</p> <p>Resuelve sus dudas</p> <p>Se autoevalúa gradualmente</p> |
| Pistas tipográficas | <p>Mantiene su atención e interés</p> <p>Detecta información principal</p> <p>Realiza codificación selectiva</p> |
| Resúmenes | Facilita el recuerdo y la comprensión de la información relevante del contenido que se ha de aprender |
| Organizadores previos | <p>Hace más accesible y familiar el contenido</p> <p>Elabora una visión global y contextual</p> |
| Analogías | <p>Comprende información abstracta</p> <p>Traslada lo aprendido a otros ámbitos</p> |
| Mapas conceptuales y redes semánticas | <p>Realiza una codificación visual y semántica de conceptos, proposiciones y explicaciones</p> <p>Contextualiza las relaciones entre conceptos y proposiciones</p> |
| Estructuras textuales | Facilita el recuerdo y la comprensión de lo más importante de un texto |

Anexo 3: Matriz de preguntas para la entrevista de las unidades de análisis

| Objetivo General: | | |
|---|---|--|
| Preguntas de la entrevista semi-estructurada | | Objetivos específicos |
| Directivos de la Institución | <p>¿Cuántos profesores tiene la institución para las clases de emprendimiento?</p> <p>¿Qué capacitación reciben los docentes de emprendimiento para esta área? ¿Qué perfil profesional tienen los profesores que enseñan emprendimiento? ¿Cuántas horas a la semana le dedican a cada curso para enseñar emprendimiento? ¿Cómo articulan en el PEI el emprendimiento? ¿Cuántos recursos económicos se emplean para desarrollar el emprendimiento en la institución? ¿Qué áreas se unen para fortalecer el emprendimiento en el Colegio?</p> | <p>1. Documentar las estrategias de enseñanza más exitosas que han desarrollado las instituciones de Educación Secundaria para fortalecimiento de la cultura del emprendimiento en Medellín en los grados décimo y once.</p> |
| Profesores de área | <p>¿Desde qué curso los estudiantes reciben clases de emprendimiento? ¿Qué material usan como referencia para las clases de emprendimiento? ¿Qué estrategias emplean para la enseñanza del emprendimiento? ¿Cómo desarrolla usted las clases de emprendimiento? ¿Cómo asume el miedo al fracaso en los estudiantes cuando tienen que enfrentarse al emprendimiento? ¿qué metodologías de enseñanza particulares implementan? ¿cuáles son los contenidos que se imparten que ayudas didácticas específicas implementan?</p> | |
| Directivos de la Institución | <p>¿Qué indicadores tiene la institución para medir el resultado de las clases de emprendimiento?</p> <p>¿La institución realiza ferias de emprendimiento fuera o dentro de ella? ¿Qué resultados han obtenido con ellas? ¿Cuántos estudiantes en toda la institución han participado o participan en cada feria? ¿Han participado en ferias locales? ¿La Institución ha ganado ferias de emprendimiento de carácter local? ¿Se hacen planes para dar a conocer a otras instituciones lo que el Colegio hace en emprendimiento? ¿Cuántos estudiantes o egresados de la Institución tienen su propia empresa? ¿Cómo ve la Institución el futuro profesional de los estudiantes? ¿Cuáles son los principales resultados que usted considera se han tenido con la implementación del emprendimiento en el currículo?</p> | <p>2. Evidenciar los resultados que han obtenidos las Instituciones de Educación Secundaria con la implementación de estrategias de enseñanza exitosas en la Media Vocacional.</p> |
| Profesores de área | <p>¿Cómo se sienten los estudiantes después de recibir las clases de emprendimiento? ¿ha recibido comentarios positivos por parte de los padres sobre las inquietudes generadas en los estudiantes? ¿Los padres participan de las ferias de emprendimiento que realizan los estudiantes? ¿Qué tipo de retroalimentación hace con los estudiantes para medir el impacto que le ha causado lo enseñado en emprendimiento? ¿Cuáles son los principales resultados que usted considera se han tenido con la implementación del emprendimiento en el currículo?</p> | |

Anexo 4: Organigrama Colegio Canadiense



Anexo 5: Plan de Contenidos de Educación para el Emprendimiento de Norma

Plan de contenidos de Educación para el Emprendimiento Norma

| Módulo | Eje | Nivel A | Nivel B | Nivel C | Nivel D | Nivel E |
|--|--|--|---|--|----------------------------------|---|
| 1. Competencias organizacionales y empresariales | Orientación al servicio | Tema 1. Las necesidades humanas | Tema 1. El mercado y los cliente | Tema 1. Precio, valor y calidad | Tema 1. Redes de valor y calidad | Tema 1. Estudiar el mercado |
| | Gestión de planes y proyectos | Tema 2. La planeación | Tema 2. La planeación de tareas | Tema 2. Empresas y empresarios | Tema 2. Gestión de proyectos | Tema 2. La planeación en el mundo empresarial |
| | Gestión de recursos e información | Tema 3. El dinero y el presupuesto | Tema 3. Recursos naturales y rentabilidad | Tema 3. El manejo contable | Tema 3. Libros de contabilidad | Tema 3. Administración financiera e impuestos |
| 2. Competencias personales | Dominio personal | Tema 4. Todo lo que soy | Tema 4. ¿Quién quieres ser? | Tema 4. Condiciones facilitadoras del desarrollo | Tema 4. Superar obstáculos | Tema 4. El propósito de mi vida |
| | Comportamiento ético | Tema 5. La importancia de asumir responsabilidades | Tema 5. Reconocimiento del otro | Tema 5. Responsables del ambiente | Tema 5. Fines y medios | Tema 5. Ética y tecnología |
| 3. Competencias interpersonales | Habilidades comunicativas | Tema 6. ¿Qué significa escuchar? | Tema 6. Las condiciones de la comunicación | Tema 6. Barreras de la comunicación | Tema 6. Comunicación no verbal | Tema 6. Comunicación efectiva |
| | Trabajo en equipo | Tema 7. La importancia de trabajar con otros | Tema 7. Rasgos del trabajo en equipo | Tema 7. Trabajo en grupo y equipo de trabajo | Tema 7. Equipo de trabajo | Tema 7. Roles y estatus en el trabajo en equipo |
| | Liderazgo | Tema 8. Liderazgo | Tema 8. ¿Cómo es un líder? | Tema 8. Características de un líder | Tema 8. Liderazgo y autoridad | Tema 8. Estilos de liderazgo |
| | Manejo de conflictos | Tema 9. Manejo de conflictos | Tema 9. Cómo actuar ante un conflicto | Tema 9. ¿Qué causa un conflicto? | Tema 9. Tipos de conflictos | Tema 9. Conflictos en las organizaciones |
| | Solución de problemas y toma de decisiones | Tema 10. Los problemas tienen solución | Tema 10. Alternativas frente a las decisiones | Tema 10. Toma de decisiones | Tema 10. Tipo de decisiones | Tema 10. Control de las decisiones |
| Competencia tecnológica | | Aprende Excel, nivel A | Aprende Excel, nivel B | Aprende Excel, nivel C | Aprende Excel, nivel D | Aprende Excel, nivel E |
| Proyecto en construcción | | Plan de fondos | Empresa de servicios | Empresa comercial | El pulso del mercado | Cómo crear una empresa |

Lista de Referencias

- Ariza, Fernando. (2010, agosto) Colegios fomentan las ideas productivas; jóvenes diseñan y ejecutan proyectos innovadores. Recuperado de http://www.eltiempo.com/vidadehoy/educacion/colegios-fomentan-las-ideas-productivas-jovenes-disenan-y-ejecutan-proyectos-innovadores_5753467-1
- Castellanos S, D. 2002) Guía de emprendimiento, recuperado el 3 de marzo de 2011 de <http://www.encolombia.com/economia/economicolombiana/Guiadeemprendimiento/Normativa.htm>
- Castillo H. Alicia. (1999), Estado del Arte en la enseñanza del aprendizaje, First Public Inc, Chile.
- Cuevas V., W.H.(2000)- Procedimientos de Estrategias, Técnicas y Métodos activos para activar los procesos del aprendizaje. Una interpretación constructiva. Trujillo.
- Gonzalez, Carlos. (comunicación personal, 8 de abril del 2011).
- Giraldo, Matha. (comunicación personal, 11 de abril del 2011).
- Informe anual de Global Entrepreneurship Monitor, (2010)
Recuperado de <http://www.gemcolombia.org/>
- López, Ricardo. (2010, febrero) La concepción del emprendimiento y el ser

empresario. Recuperado de <http://www.universia.net.co/laboral-empresarial/destacado/la-concepcion-del-emprendimiento-y-el-ser-empresario.html>

Manual de Convivencia Colegio Canadiense (2007)

Manual de Convivencia Colegio de la UPB (2007)

Martínez, Rosario Verde, Bonachea, Olga Montero. (s.f). ¿Estrategias de enseñanza o estrategias de aprendizaje? Documento de internet.

Recuperado el 3 de marzo de 2011 de

<http://biblioteca.idict.villaclara.cu/UserFiles/File/revista%20varela/rv1305.pdf>

Nisbet y Shuckersmith (1987), Recuperado de

http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/biblioteca/l_1343/enLinea/10.htm

Orozco, Diego. (comunicación personal, 12 de abril del 2011).

Pérez, José Manuel. recuperado de

http://adide.org/revista/index.php?option=com_content&task=view&id=36&Itemid=30

Sandoval, Carlos A. (1996) *Investigación cualitativa*. Bogotá. ICFES.

Santana, Francisco. (2008, Julio) Empresarismo escolar como futuro económico.

Recuperado de http://www.asopymes.org/index.php?option=com_content&view=article&id=161:empresarismo-escolar-como-futuro-economico&catid=81:nuevos-negocios&Itemid=692

Sampierri Roberto. Collado, Carlos. Lucio, Pila Francisco. (2004) *Metodología de la*

Investigación. 4 Ed. Bogotá, Mc Graw Hill.

http://www.prohaciendo.org/productivo/index.php?option=com_content&view=article&id=51:el-emprendimiento-en-colombia&catid=37:proyectos&Itemid=29

http://www.corporacioncec.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=99:cartillaemprendimiento&catid=31:cartilla-emprendimiento