



ORIGINAL
Artículo de Investigación

Estrategias para el fomento de la cultura del emprendimiento en instituciones educativas públicas*

Strategies to promote the culture of entrepreneurship in public educational institutions

Recibido: Junio 16 de 2023 – Evaluado: Agosto 19 de 2023 – Aceptado: Septiembre 19 de 2023

Natalia Salazar Cifuentes*
Laura Beatriz Potes Ordoñez*

Para citar este artículo/ To cite this article

Salazar Cifuentes, N., & Potes Ordoñez, L. B. (2024). Estrategias para el fomento de la cultura del emprendimiento en instituciones educativas públicas. *Revista Academia & Derecho*, 15 (28), 1-19.

* Artículo inédito. Artículo de investigación. Este documento es resultado del proyecto de investigación “Análisis de las prácticas emprendedoras alcanzadas por las instituciones educativas públicas en la ciudad de Popayán” de la Fundación Universitaria de Popayán-, Colombia, adscrito a la línea de investigación “Competitividad Empresarial, Innovación y TIC” del grupo de investigación IDEESE.

* Administradora de Empresas de la Fundación Universitaria de Popayán. Joven investigadora de la Fundación Universitaria de Popayán-FUP, Colombia; joven.investigador.pae@fup.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2831-1372>

CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001992603

* Estudiante de Doctorado en Administración Gerencial de la Universidad Benito Juárez de México, Magister en Gestión de Organizaciones y Administradora de Empresas, ambos títulos de la Universidad Cooperativa de Colombia. Docente investigadora y líder de un semillero de investigación de la Fundación Universitaria de Popayán-FUP, Colombia; laura.potes@docente.fup.edu.co; laura.potes@gmail.com;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3654-4726>;

CVLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001495829



Resumen

Responder a las necesidades de formación para el fomento del emprendimiento deviene de una adecuada planeación y ejecución de actividades académicas. La presente investigación tiene como objetivo analizar el tipo de estrategias que deben desarrollarse para el fomento de la cultura del emprendimiento en las instituciones educativas públicas. Es una investigación mixta, de índole descriptivo, que empleó un cuestionario semiestructurado a 533 estudiantes de grado 11, representados en 6 Instituciones educativas públicas de la ciudad de Popayán, Colombia, así como la aplicación de entrevistas a los directivos docentes. Los resultados del estudio permiten mostrar estrategias encaminadas a fortalecer la cultura emprendedoras desde la dirección institucional, el ámbito académico y el control sobre las acciones ejecutadas, de acuerdo a las oportunidades de mejoras identificadas en el estudio; estos hallazgos abren paso a investigaciones futuras que evalúen el impacto y la aplicabilidad de dichas estrategias. Se concluye que es relevante promover un compromiso sólido tanto por parte de la dirección como de los estudiantes para lograr resultados más consistentes y sostenibles en la promoción del emprendimiento.

Palabras clave: Estrategias en emprendimiento, cultura emprendedora, educación, instituciones educativas.

Abstract

Responding to the training needs to promote entrepreneurship comes from adequate planning and execution of academic activities. The objective of this research is to analyze the type of strategies that should be developed to promote the culture of entrepreneurship in public educational institutions. It is a mixed research, of a descriptive nature, that used a semi-structured questionnaire to 533 11th grade students, represented in 6 public educational institutions in the city of Popayán, Colombia, as well as the application of interviews to teaching managers. The results of the study allow us to show strategies aimed at strengthening the entrepreneurial culture from the institutional management, the academic field and the control over the actions carried out, according to the opportunities for improvements identified in the study; these findings pave the way for future research that evaluates the impact and applicability of these strategies. It is concluded that it is relevant to promote a solid commitment on the part of both the management and the students to achieve more consistent and sustainable results in the promotion of entrepreneurship.

Key words: Strategies in entrepreneurship, entrepreneurial culture, education, educational institutions.

Resumo

A resposta às necessidades de formação para a promoção do empreendedorismo advém do planeamento e execução adequados das atividades académicas. O objetivo desta pesquisa é analisar o tipo de estratégias que devem ser desenvolvidas para promover a cultura do empreendedorismo nas instituições públicas de ensino. Trata-se de uma pesquisa mista, de



natureza descritiva, que utilizou um questionário semiestruturado a 511 alunos do 11º ano, representados em 6 instituições de ensino públicas da cidade de Popayán, Colômbia, bem como a aplicação de entrevistas a gestores docentes. Os resultados do estudo permitem mostrar estratégias que visam fortalecer a cultura empreendedora a partir da gestão institucional, do campo acadêmico e do controle sobre as ações realizadas, de acordo com as oportunidades de melhorias identificadas no estudo; Essas descobertas abrem caminho para pesquisas futuras que avaliem o impacto e a aplicabilidade dessas estratégias. Conclui-se que é relevante promover um compromisso sólido por parte da gestão e dos alunos para alcançar resultados mais consistentes e sustentáveis na promoção do empreendedorismo.

Palavras chave: Estratégias em empreendedorismo, cultura empreendedora, educação, instituições de ensino.

Résumé

Répondre aux besoins de formation pour promouvoir l'entrepreneuriat passe par une planification et une exécution adéquates des activités académiques. L'objectif de cette recherche est d'analyser le type de stratégies qui devraient être développées pour promouvoir la culture de l'entrepreneuriat dans les établissements d'enseignement public. Il s'agit d'une recherche mixte, de nature descriptive, qui a utilisé un questionnaire semi-structuré auprès de 533 élèves de 11e année, représentés dans 6 établissements d'enseignement public de la ville de Popayán, en Colombie, ainsi que l'application d'entretiens avec des responsables pédagogiques. Les résultats de l'étude nous permettent de montrer des stratégies visant à renforcer la culture entrepreneuriale de la gestion institutionnelle, du domaine académique et du contrôle sur les actions réalisées, selon les opportunités d'améliorations identifiées dans l'étude ; Ces résultats ouvrent la voie à de futures recherches évaluant l'impact et l'applicabilité de ces stratégies. On conclut qu'il est pertinent de promouvoir un engagement solide de la part de la direction et des étudiants pour obtenir des résultats plus cohérents et durables dans la promotion de l'entrepreneuriat.

Mots-clés: Stratégies en entrepreneuriat, culture entrepreneuriale, éducation, établissements d'enseignement.

SUMARIO: Introducción– Fundamentación teórica - Problema de investigación. - Metodología. - Plan de redacción. -1. Resultados. 1.1. Estado del emprendimiento en instituciones educativas públicas. 1.1.1. Proyecto Educativo Institucional (PEI). 1.2.1. Actividades que impulsa el emprendimiento. 1.2.3. Oportunidades de mejora para fortalecer la cultura del emprendimiento. 1.2. Estrategias para el fomento de la cultura del emprendimiento. 2. Discusión. – Conclusiones. – Referencias.



Introducción

El emprendimiento resulta ser un tema que toma trascendencia e interés entre los jóvenes, esto atribuido a diversos causantes; entre ellas: una economía que sufre una crisis difícil, entrar en el competitivo mercado laboral, los cambios y avances en la tecnología, entre otras. No obstante, es un tema que no ha logrado acaparar la atención e importancia necesaria en espacios académicos específicamente en la educación secundaria (Gómez y Rodríguez, 2020).

Sigüenza et al (2022), Villalba y Ortega (2021) declaran que el desarrollo de las capacidades para emprender se ha convertido en una prioridad para promover la sostenibilidad de los países por su impacto en la economía y el desarrollo social. Por tanto, para suscitar este tipo de habilidades, la formación emprendedora deberá ser un ejercicio consciente y planificado.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la educación es el motor en la promoción del espíritu emprendedor juvenil con intereses más allá de lo económico, el cual se orienta desde el compromiso con el entorno y la capacidad de trabajar de manera colaborativa (Rodríguez, 2016), en Colombia se han encaminado lineamientos para promover la cultura de emprendimiento en todos los estamentos educativos del país a partir de la promulgación de la Ley 1014 de 2006.

A pesar de ser el emprendimiento un proceso que se ha ido implementando de manera paulatina en las instituciones educativas, los resultados no han sido alentadores frente a la medición de su impacto y aplicabilidad de la norma. Tan sólo, se ha logrado resultados positivos en el 59% de los colegios públicos, frente a 43% de colegios privados (Navarro, 2012). Esto se puede atribuir a un bajo interés en el tema, dificultad en el reconocimiento de herramientas y estrategias para la aplicabilidad de este tema, entre otros.

Es así, como a través de la literatura, se identificaron aportes de autores como Olozagaste et al. (2017), Navarro et al. (2020), Torres y Herrera (2022) y Sanmartin et al. (2017) quienes han abordado diferentes aspectos relacionados con la formación en emprendimiento. Sus contribuciones varían desde la identificación de conocimientos adquiridos por los estudiantes durante su educación media pasando por la importancia de desarrollar competencias emprendedoras y proyectos prácticos.

A pesar de estos aportes, es imperativo avanzar en el desarrollo de estrategias para guiar e instruir la formación en emprendimiento en las instituciones educativas. Por esta razón, esta investigación tiene como objetivo proporcionar estrategias que puedan ser aplicadas y replicadas, especialmente por aquellas instituciones interesadas en continuar promoviendo el emprendimiento. Además, busca contribuir significativamente a este campo, en aras de fortalecer aún más los procesos relacionados con la promoción de una cultura emprendedora entre los jóvenes.

Fundamentación teórica

La promoción del emprendimiento en las instituciones educativas ha adquirido una relevancia significativa en los últimos años. Más allá de la tradicional misión de proporcionar conocimientos



académicos, tiene un papel relevante en el desarrollo integral de los estudiantes. En este contexto, se ha convertido en un componente esencial de la educación, dado a que prepara a los jóvenes para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el mundo empresarial y en la sociedad en general.

En este sentido, la elaboración de estrategias de implementación desempeña un papel determinante en la promoción de una cultura emprendedora, tal como lo argumenta Bullón et al. (2023), esto va más allá de la mera creación de nuevos negocios, dado a que involucra una serie de habilidades y actitudes fundamentales, como la creatividad, la innovación, la resolución de problemas y el espíritu de iniciativa. Estas capacidades no solo son valiosas en el ámbito empresarial, sino que también tienen un impacto significativo en diversos aspectos de la vida cotidiana; además de contribuir al crecimiento económico, el desarrollo social y la promoción de una cultura empresarial sólida (Borja et al., 2020).

Para Mungaray y Otros (2015) el surgimiento de emprendimientos se atribuye a dos escenarios. El primero de ellos se relaciona con el desempleo, donde el aumento en las tasas de desempleo lleva a las personas a considerar la creación de micro y pequeñas empresas como una opción para mejorar sus ingresos. El segundo escenario se enmarca en un contexto de crecimiento económico, donde los individuos tienen la oportunidad de expresar y desarrollar su talento y creatividad.

En esta perspectiva, el estímulo del emprendimiento resalta la imperiosa necesidad de promover competencias versátiles, al tiempo que fomenta el cultivo de la creatividad y la iniciativa entre los jóvenes, superando los límites del ámbito empresarial. La formación en emprendimiento dentro de las instituciones educativas desempeña una función crucial al preparar a los estudiantes para desenvolverse en un entorno laboral en constante evolución y al proporcionarles las herramientas esenciales.

Referente a esto, Hidalgo (2015) alude que, la formación de emprendedores debe desarrollarse bajo un proceso debidamente diseñado, puesto que las habilidades y destrezas emprendedoras no son totalmente de nacimiento, sino que pueden ser desarrolladas y pulidas con su enseñanza. En este mismo sentido, se rescata que dentro del contexto de la población joven, la creación de una empresa, configura un mecanismo que potencializa la inserción exitosa al mercado laboral a través del autoempleo, y paralelamente representa una vía para la producción de bienes y servicios innovadores (Canales et al., 2017).

De esta manera, en Colombia se han implementado disposiciones legales con el propósito de promover la cultura emprendedora en todos los niveles educativos del país otorgando un marco normativo que busca fomentar el espíritu emprendedor y la creación de empresas (Congreso de Colombia, 2006). Además, de proporcionar directrices a las instituciones de educación preescolar, básica y media para avanzar en la conceptualización de la cultura emprendedora, involucrando a la gestión directiva, administrativa, académica y otros actores clave en el proceso (Ministerio de Educación, 2014).



No obstante, es relevante destacar que autores como Gómez y Rodríguez (2020) evidencian una debilidad en el despliegue de estrategias para el fomento del emprendimiento. De ahí, el interés de proponer lineamientos para su integración en el ámbito académico y administrativo con el propósito de reforzar y cultivar actitudes emprendedoras y empresariales entre los estudiantes.

En ese sentido, el Proyecto Educativo Institucional (PEI) se convierte en un elemento relevante para la materialización de los objetivos relacionados con la promoción de la cultura del emprendimiento. Esto se debe a que, según lo establecido por el Ministerio de Educación (2017), el PEI representa el documento rector de las instituciones educativas, donde se detallan los principios y metas, así como la estrategia para alcanzar los objetivos educativos definidos por la ley, considerando las particularidades socioeconómicas y culturales de su entorno. De esta manera, se garantiza que las instituciones educativas estén mejor equipadas para preparar a los estudiantes en un mundo laboral en constante cambio.

Entonces, el emprendimiento y su enseñanza tienen un impacto significativo tanto en el desarrollo de los jóvenes como en la sociedad y la economía en general. Aunque estos beneficios no sean inmediatamente perceptibles, subraya la importancia de desarrollar habilidades emprendedoras en los estudiantes a través de un proceso gradual y planificado.

Problema de investigación

¿Cuáles son el tipo de estrategias que deben desarrollarse para el fomento de la cultura del emprendimiento en las instituciones educativas públicas?

Metodología

Para llevar a cabo esta investigación, se adoptó una metodología mixta dado a que los datos cuantitativos y cualitativos se complementan mutuamente. Siguiendo la recomendación de Hernández y Mendoza (2018), este enfoque posibilita la comprensión de los fenómenos al explorarlos desde la perspectiva de los participantes en su entorno natural y en relación con el contexto. El estudio se tipificó como descriptivo, siguiendo el enfoque propuesto por Guevara et al. (2020) con el interés de describir las prácticas emprendedoras alcanzadas por las instituciones educativas para el fomento del emprendimiento.

Se empleó la técnica de recolección de datos mediante cuestionarios semiestructurados, que se administraron a un total de 533 estudiantes de grado 11 procedentes de instituciones educativas públicas que obtuvieron calificaciones superiores y altas en los resultados de las pruebas ICFES correspondientes al año 2022. Este enfoque estadístico permitió identificar las estrategias y medidas desarrolladas tanto por los directos como por los estudiantes, además de resaltar las carencias y deficiencias existentes en su preparación en relación con la promoción del emprendimiento.

Adicionalmente, se llevaron a cabo entrevistas con los directivos docentes de las 6 instituciones sujetas al análisis, con el propósito de evaluar las iniciativas y planes implementados en relación



al emprendimiento. Para el procesamiento de la información, se utilizó el software SPSS V23 para los datos cuantitativos y el programa Atlas ti para el análisis cualitativo.

Por último, se procedió al análisis de la información mediante una estrategia de triangulación metodológica, conforme a la definición de Okuda y Gómez (2005). Esta estrategia implica la utilización de múltiples métodos, tanto cuantitativos como cualitativos, la incorporación de diversas fuentes de datos con el objetivo de permitir la integración de la información obtenida a través de cuestionarios y entrevistas en relación con el marco teórico.

Esquema de resolución del problema jurídico

Para resolver el problema jurídico el trabajo realizará primero el diagnóstico sobre el estado actual del emprendimiento en las instituciones educativas desde la perspectiva directiva y estudiantil; seguidamente, se expone el tipo de estrategias que deben desplegarse para el fomento de la cultura del emprendimiento según las oportunidades de mejora visibles en el primer apartado. Finalmente, se muestra a manera discusión, la importancia de coordinar y unificar esfuerzos para lograr mejores prácticas en favor del emprendimiento.

Plan de redacción

1. Resultados. 1.1. Estado del emprendimiento en instituciones educativas públicas. 1.1.1. Proyecto Educativo Institucional (PEI). 1.2.1. Actividades que impulsa el emprendimiento. 1.2.3. Oportunidades de mejora para fortalecer la cultura del emprendimiento. 1.2. Estrategias para el fomento de la cultura del emprendimiento. 2. Discusión.

1. Resultados

A continuación, se presentan los principales hallazgos encontrados abordados desde (2) dos frentes: primero, se encuentra el diagnóstico sobre el estado actual del emprendimiento en las instituciones educativas desde la perspectiva directiva y estudiantil; y segundo, el tipo de estrategias que deben desplegarse para el fomento de la cultura del emprendimiento.

1.1. Estado del emprendimiento en instituciones educativas publicas

En este apartado se realizaron evaluaciones en torno a tres componentes esenciales. En primer lugar, se sometió a análisis el funcionamiento de la institución a través de la revisión del Proyecto Educativo Institucional (PEI), lo que permitió la comprensión de las acciones emprendidas por la dirección. El segundo componente abarcó la identificación de las actividades realizadas por las instituciones educativas a favor del emprendimiento, mientras que el tercer aspecto se centró en la tipificación de áreas que requieren mejoras.



1.1.1. Proyecto Educativo Institucional (PEI)

El Proyecto Educativo Institucional (PEI) cumple un papel rector en la dirección y orientación del desarrollo integral de una institución educativa en todos sus niveles. En este contexto, surge la imperante necesidad de establecer una conexión significativa entre el PEI y el emprendimiento, con el propósito de incorporar de manera eficaz la promoción de la cultura emprendedora en el enfoque educativo de la institución. En esta línea, los resultados del estudio han arrojado conclusiones destacadas desde la perspectiva de los directores y docentes, los cuales se detallarán a continuación:

- Planeación anual sobre la definición de actividades a favor del emprendimiento
- Proyección de recursos y apoyo para la gestión emprendedora
- Catedra de emprendimiento en articulación con el SENA
- Emprendimiento inmerso en las diferentes áreas

Ahora bien, desde la postura estudiantil se pudo evidenciar que el 68% de los estudiantes consideran que a través del PEI se fortalece la cultura emprendedora; porcentaje que reafirma la planeación y gestión para el emprendimiento referida por el cuerpo docente administrativo visible en el siguiente testimonio:

“Se realiza la planeación estratégica a inicio de cada año. Los docentes de las diferentes áreas realizan una planeación en la cual deben incluir en los proyectos transversales actividades que tengan relación con el emprendimiento y en algunas materias se enfocan los temas que tengan relación con la parte de emprendimiento” (Entrevista P2, 2023)

No obstante, es relevante destacar que un 16% de los participantes sostiene una postura desfavorable en relación a la carencia de una planificación apropiada que contemple la promoción de habilidades que impulsen el emprendimiento. En consecuencia, las instituciones educativas se encuentran en la búsqueda de implementar estrategias destinadas a robustecer este ámbito. En este contexto, un 26% de los encuestados manifiesta una actitud indiferente, es decir, no expresan acuerdo ni desacuerdo al respecto.

Entonces, representa un hito significativo en el que se subraya la trascendencia tanto desde un enfoque normativo como socioeconómico. La promoción del emprendimiento emerge como un tema de relevancia universal, en virtud de sus considerables implicaciones en el fomento del empleo y el desarrollo económico a nivel global (Zamora, 2018). En este contexto, se plantea la necesidad imperante de satisfacer las demandas de la sociedad en lo concerniente al avance socioeconómico, así como la urgencia de aproximar a la población, especialmente a los jóvenes, al ámbito empresarial desde una perspectiva académica. No obstante, es relevante reconocer que la juventud emprende en menor medida, en parte debido a su reciente inserción en el mercado laboral y la subsiguiente carencia de experiencia requerida para emprender sus propios negocios (Feijó et al., 2019).



Paralelamente, se advierte que un 54% de los participantes manifiesta su satisfacción en relación a la articulación existente entre el plan de estudios y la promoción de competencias emprendedoras. No obstante, un 21% de los encuestados aboga por la necesidad de fortalecer este aspecto, mientras que el restante 25% adopta una actitud apática en torno al tema. En virtud de lo anterior, se pone de manifiesto que la formación en esta área se erige en pilares ineludibles, tales como la gestión de recursos, la planificación, la perseverancia, la flexibilidad y el establecimiento de redes de contacto (Gómez, 2023).

En líneas generales, se puede apreciar que los resultados del estudio han generado conclusiones significativas desde la óptica de los directivos y el cuerpo docente. Estos descubrimientos subrayan la relevancia de la planificación estratégica y el compromiso institucional en la promoción del emprendimiento como un elemento fundamental de la educación, proporcionando herramientas para el fortalecimiento de las capacidades emprendedoras en los estudiantes.

1.1.2. Actividades que impulsan el emprendimiento

El análisis de las actividades que han promovido el espíritu emprendedor en las instituciones educativas examinadas revela algunos resultados en este ámbito.

Desde la perspectiva de los directivos, se pueden subrayar las siguientes:

- Proyectos de aula específicos: PRAES, reciclaron, tapaton, frutaton
- Proyectos Institucionales orientados al medio ambiente: Fábrica de papel
- Ferias de emprendimiento con toda la comunidad educativa

En ese sentido, se han adelantado algunos esfuerzos para promover el espíritu emprendedor entre sus estudiantes a través de proyectos que integran tanto el aspecto ambiental como el artístico y que se sustenta en el siguiente testimonio de un directivo docente:

“Principalmente en la parte ambiental en proyecto PRAES y, en la parte artística a través de proyectos de aula específicos, se han logrado actividades que fomentan en las estudiantes esta temática, entonces en la parte de emprendimiento tenemos proyectos que se llaman reciclaron, tapaton y frutaton en la cual las niñas realizan actividades que tienen relación con el emprendimiento y el área de artística se están desarrollando en grados 8 y 10 actividades en la cual las estudiantes desarrollan proyectos de emprendimiento donde articulan la parte ambiental y el emprendimiento y que les llegan a generar a algunas estudiantes recursos económicos porque realizan manualidades y trabajos que van encaminados a fomentar el emprendimiento” (Entrevista P2, 2023).

En cuanto a las actividades institucionales orientadas a promover el emprendimiento desde la visión estudiantil visibilizadas en la Figura 1, se destaca un predominio de aquellas de naturaleza académica en términos de su relevancia. Esto se manifiesta claramente en la percepción de los estudiantes, quienes han destacado las ferias empresariales, proyectos de aula, y concursos, entre

otras. Por otro lado, desde la esfera familiar, el 19% de los encuestados expresan identificación con actividades vinculadas a la asociación de padres, semanas culturales, talleres y programas destinados a los padres. De manera similar, un 19% reconoce la relevancia de las actividades de carácter cultural, abarcando disciplinas como el deporte, la música y la danza, entre otros. Un 11% menciona la ejecución de proyectos de índole social, mientras que un 9% refiere a propuestas orientadas a la mejora del medio ambiente. Por último, las actividades empresariales y otras prácticas representan un 2% y un 6% respectivamente en la percepción de los participantes.

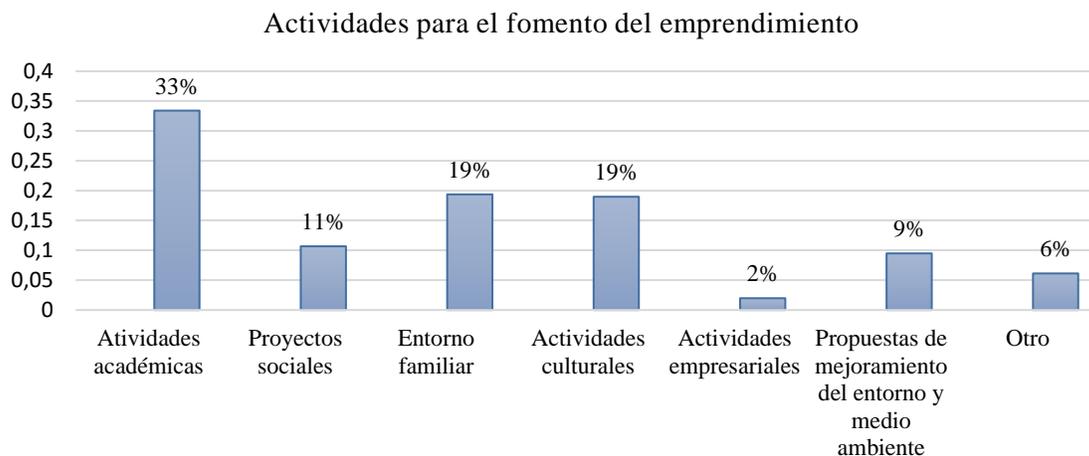


Figura 1 Actividades que realizan las instituciones para el fomento del emprendimiento
Fuente: Elaboración propia

Lo anterior, demuestra que los elementos nucleares de las actividades académicas facilitan la apertura y permanencia de los espacios de diálogo para la toma de decisiones en procura de la ejecución de las ideas emprendedoras. Por otra parte, los estudios de caso y la feria empresarial, acercan un poco más al estudiante a la realidad del contexto donde tienen que solucionar y enfrentar situaciones que se le pueden presentar en la vida real, generando de esta manera una especie de simulación. De esta manera Murgueito (2019), expone que la relación del entorno y los conocimientos adquiridos genera en el estudiante la construcción de un perfil indagador, emprendedor e innovador.

Teniendo en cuenta que los estudiantes en su mayoría incluyen dentro de su proyecto de vida la creación y desarrollo de una idea de negocio como se muestra en la figura 2, es importante resaltar que el emprendimiento es un factor esencial para el desarrollo económico y social de las comunidades. Es imperativo subrayar la necesidad de incorporar la enseñanza del emprendimiento y fomentar una cultura emprendedora y empresarial dentro de las instituciones educativas (Navarro et al., 2020). Cabe señalar que, en este contexto, aproximadamente el 80% de los nuevos empleos generados en Colombia provienen del 10% de los proyectos de emprendimiento recién iniciados (Cámara de Comercio Colombo Americana, 2020).

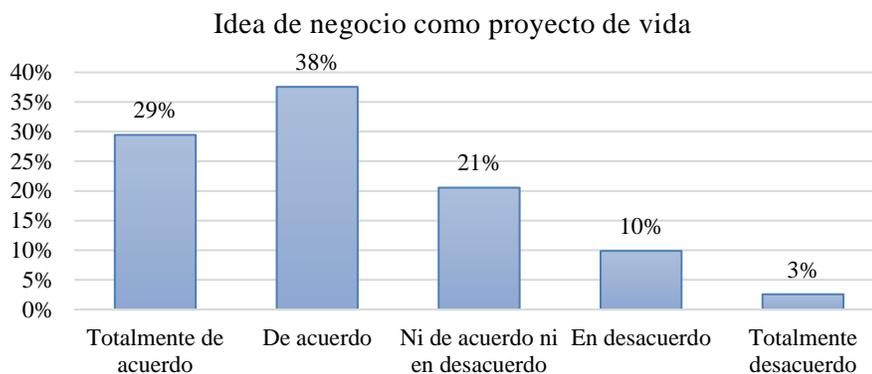


Figura 2 Asociación de idea de negocio con el proyecto de vida .
Fuente: Elaboración propia

En ese sentido, se puede señalar que, desde la perspectiva de los directivos como la visión estudiantil, se identifican prácticas que convergen en la estimulación del espíritu emprendedor entre los estudiantes. Esta perspectiva se alinea con la noción de que la relación entre el entorno y el conocimiento adquirido fomenta la construcción de perfiles indagadores, emprendedores e innovadores.

1.1.3. Oportunidades de mejora para fortalecer la cultura del emprendimiento

La comunidad académica identifica oportunidades de mejora significativas en este ámbito, demostrando la necesidad de tener un compromiso con la calidad y el desarrollo continuo de un programa de fomento del espíritu emprendedor. En este contexto, los resultados del estudio permiten evidenciar que desde la visión de los directivos se resalta las siguientes:

- Supervisión de las actividades
- Evaluación de alcances y cumplimiento de la planeación
- Resultados acordes con la planeación
- Articulación con instituciones del sector externo para capacitación en emprendimiento
- Ampliación de la cantidad de actividades emprendedoras

Así las cosas, los directos son conscientes de la necesidad de implementación de estas mejoras para contribuir significativamente a la formación de estudiantes emprendedores. En efecto, algunos testimonios expresaron lo siguiente:

“Mayor seguimiento a la planeación que se hacen en las áreas porque, aunque existe la planeación y se articulan algunos temas, es necesario evaluar los alcances y cumplimiento de esta planeación y que haya una mayor articulación y efectividad en todas las áreas, que la planeación que realizan y ejecutan realmente se estén cumpliendo estas actividades” (Entrevista P2, 2023)



“Llamar a más a actividades que promuevan el emprendimiento en los estudiantes, una de las cosas que creo que hay que trabajar es sobre los organismos de representación de los estudiantes me parece que los estudiantes tienen que ser mucho más participativos y propositivos” (Entrevista P1, 2023)

Así las cosas, la formación en emprendimiento debe concebirse como un proceso cuidadosamente planificado y reflexivo, en el cual se establece una sólida correspondencia y cohesión entre los resultados obtenidos y los objetivos trazados durante la etapa de planificación. Esto se debe a que, en gran medida, las iniciativas emprendedoras aún no han logrado concretar emprendimientos en la mayoría de la población tal como se expresa a continuación:

Desde la postura de los estudiantes la figura 3, permite ratificar que son pocos los espacios para el desarrollado de actividades como ferias empresariales, charlas y proyectos dentro del aula. Igualmente, aseveran la necesidad de que su formación se oriente a temas específicos como economía y finanzas en articulación con el plan de estudios. Bien lo expresa, Martínez (2017) al señalar que este tipo de acciones permitirá favorecer la inmersión del estudiante al mundo del emprendimiento. Lo anterior responde, a que sólo el 11% (60 estudiantes), han llevado a cabo un emprendimiento.

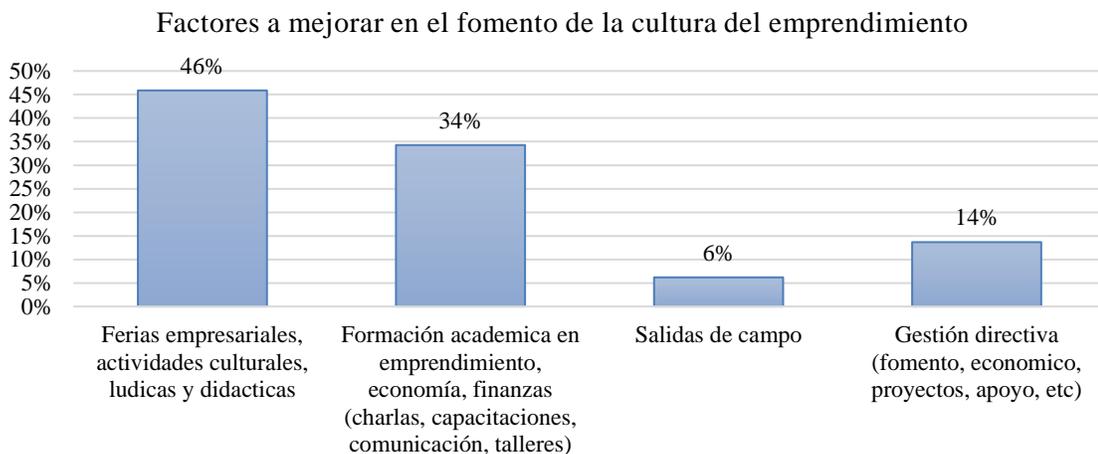


Figura 3 Factores a mejorar para el fomento de la cultura del emprendimiento, desde la perspectiva estudiantil
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los hallazgos encontrados anteriormente, se observa un interés hacia la promoción de una mentalidad emprendedora. No obstante, es esencial que estas actividades evolucionen y se traduzcan en proyectos emprendedores concretos en proceso de desarrollo. A continuación, se presenta una red semántica que recoge los principales hallazgos de este primer aparte de diagnóstico

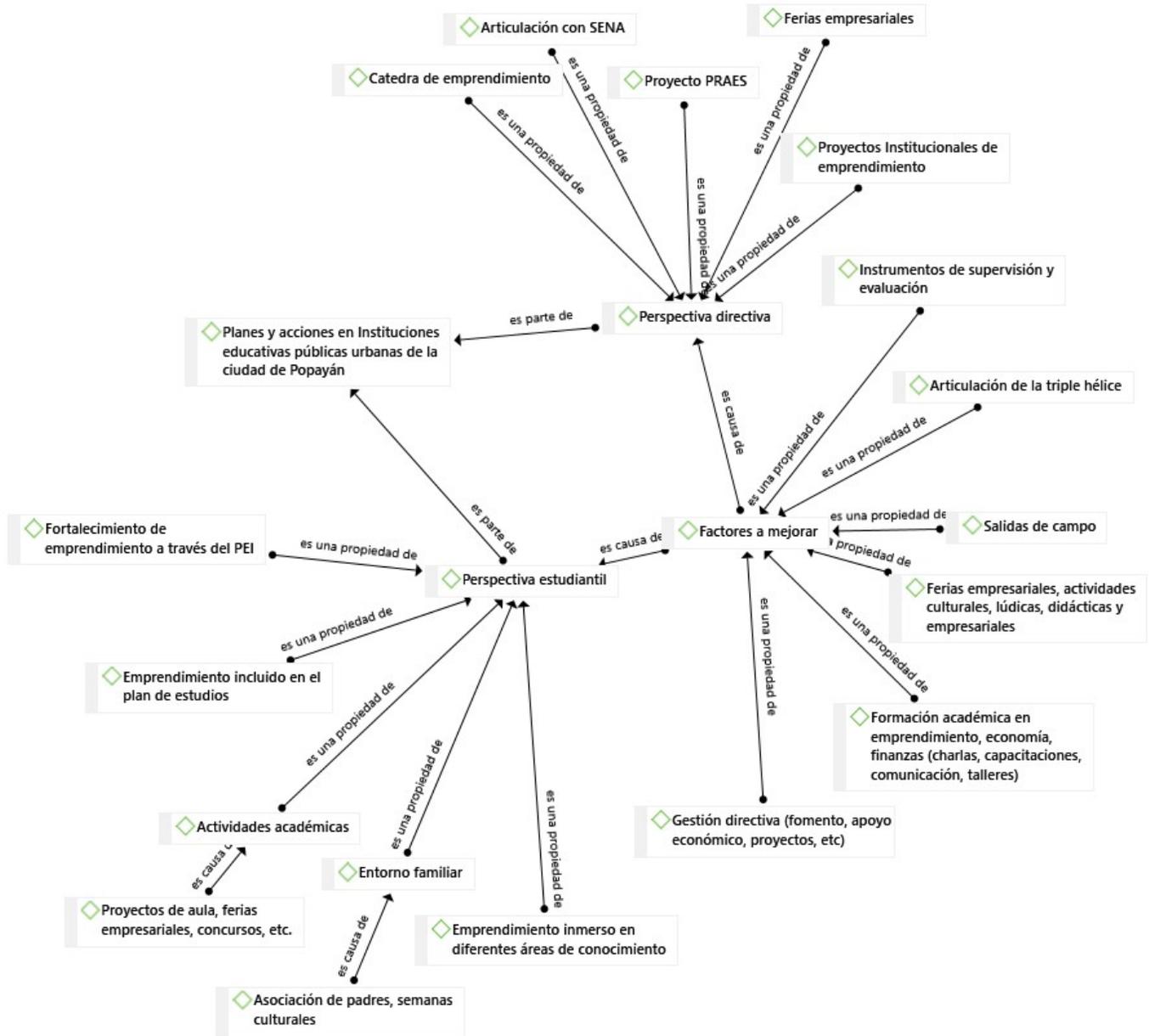


Figura 4. Red semántica sobre el estado del emprendimiento en instituciones educativas públicas.

Fuente: Los autores

1.2. Estrategias para el fomento de la cultura del emprendimiento.

De acuerdo al diagnóstico realizado sobre el estado del emprendimiento en las instituciones educativas, se presentan a continuación estrategias a favor del emprendimiento visibles en un plan de acción (ver tablas 1, 2 y 3) y que fueron socializadas por las instituciones educativas.

En ese sentido, se abordan desde tres enfoques esenciales. En primer lugar, se destaca la gestión desde la dirección institucional, donde se enfoca en una planificación consciente en relación con el emprendimiento. Luego, se profundiza en estrategias y metodologías que fomentan el desarrollo de conocimientos relacionados con la esfera empresarial, incorporados en diversas áreas propuestas en el Proyecto Educativo Institucional (PEI). El objetivo principal es reforzar la ejecución de actividades empresariales, proyectos sociales, actividades en el entorno familiar, entre otras iniciativas relevantes. Por último, se contempla el diseño de instrumentos que permiten supervisar y controlar las acciones realizadas en concordancia con lo establecido en la planificación.

Objetivo	Estrategias	Indicador	Recursos	Responsable
Gestionar el emprendimiento desde la dirección institucional	Identificar las áreas centrales que van a orientar la gestión del fomento del emprendimiento	Caracterización de las áreas que orientarán el emprendimiento y de qué manera lo harán	Recursos humanos	Rector- Coordinador
	Estructuración de plan institucional de formación y capacitación acorde con las realidades y particularidades en las cuales se desarrolla el proyecto educativo institucional	1 documento con plan de formación y capacitación	Recurso humano	Rector- Coordinador
	Identificar y proyectar recursos para la gestión	1 documento de descripción de recursos	Recursos humanos	Rector
	Propuesta de actividades por cada área, que desarrollen en el estudiante habilidades empresariales.	1 documento de actividades específicas enfocadas hacia el desarrollo de habilidades empresariales	Recursos humanos herramientas ofimáticas	Docentes

Tabla 1 Estrategias desde la dirección institucional

Fuente: Los autores



Objetivo	Estrategias	Indicador	Recursos	Responsable
Gestionar el emprendimiento desde el ámbito académico	Diseño de proyectos pedagógicos, productivos y/o empresariales identificando una problemática en la comunidad	1 o 2 proyectos pedagógicos, productivo y/o empresarial a ejecutar en la institución	Recurso humano materiales tecnológicos	Coordinador académico- Docentes
	Por área central, proponer una situación problema a solucionar que se deba desarrollar por periodo o semestre	1 situación problema orientada desde casa área central a desarrollar durante el periodo o semestre	Recurso humano materiales financiero tecnológico	Docentes de áreas centrales
	Realizar ferias empresariales dentro de la Institución en colaboración de padres de familia que puedan articularse con el sector externo.	# de ferias empresariales realizadas en el año Evidencia fotográfica e informe sobre realización de ferias	Recurso humano materiales financiero	Rector- Coordinadores
	Uso de herramientas didácticas en las clases que incluyan temas de emprendimiento (kahoot, quizziz, plickers, entre otras)	Evidencia fotográfica, evaluación a estudiantes por medio de estas herramientas	Herramientas tecnológicas	Docentes de áreas centrales
	Crear concursos donde se propongan ideas orientadas al emprendimiento	Evidencia fotográfica y 1 informe técnico de realización y resultados de concursos	Recurso humano materiales- papelería financiero	Rector-Docentes
	Conformar una "escuela para emprender" donde asistan estudiantes interesados en emprendimiento usando como herramienta central el ABP y Desing Thinking	# de estudiantes asistentes resultados de actividades propuestas	Recurso humano materiales- papelería financiero tecnológico	Docente encargado del área
	Capacitación y talleres en emprendimiento para toda la comunidad	# de capacitaciones y talleres asistencia, evidencia fotográfica	Recurso humano materiales- papelería financiero	Coordinador académico
	Articulación con alcaldía para participación en eventos de formación y educación relacionados a emprendimiento	# de eventos en los que se participaron en el año # de estudiantes asistentes	Recurso humano Financiero	Rector Coordinador académico-convivencia
	Articulación con Instituciones de Educación Superior para orientar charlas y talleres	# de charlas o talleres realizados en el año	Recurso humano Financiero	Rector Coordinador académico-convivencia
	Visitas a empresas o a exposiciones de emprendimientos	# de visitas realizadas en el año	Recurso humano Financiero	Coordinador académico Docentes

Artículos de Investigación / Research Articles

	Articulación con gobernación o alcaldía para asistencia como participantes a eventos de emprendimiento	# de eventos en los que se participaron en el año # de estudiantes asistentes	Recurso financiero	Rector Coordinador académico-convivencia
	Desarrollar un proyecto social y ambiental a través de una problemática identificada en la comunidad y proponer alternativas de solución	Resultado como solución a la problemática identificada	Recurso humano materiales- papelería financiero tecnológico	Docentes Estudiantes

Tabla 2 Estrategias desde el ámbito académico
 Fuente: Los autores

Objetivo	Estrategias	Indicador	Recursos	Responsable
Ejercer control y supervisión sobre las acciones ejecutadas	Definir roles para el área	1 manual de funciones para área de control y evaluación	Recurso humano	Rector
	Diseñar instrumento para ejercer supervisión cada periodo académico	1 instrumento de supervisión	Recurso humano materiales- papelería	Rector- Coordinador- Docentes asignados
	Diseñar instrumento para evaluar la realización y resultados de actividades	1 instrumento de evaluación	Recurso humano materiales- papelería	Rector- Coordinador- Docentes asignados

Tabla 3 Estrategias desde el ámbito académico
 Fuente: Los autores

La socialización de estas estrategias para promover una cultura emprendedora ha destacado la necesidad de adoptar una visión integral y proactiva en la promoción de la cultura emprendedora en el entorno educativo. Tanto la gestión del emprendimiento desde la dirección institucional como desde el ámbito académico se fundamenta en la identificación de áreas clave y la planificación estratégica. La colaboración con entidades externas, como la Alcaldía y las Instituciones de Educación Superior, así como las visitas a empresas y exposiciones de emprendimientos, enriquecen la experiencia de los estudiantes y los conectan con el mundo empresarial. Además, la ejecución de proyectos sociales o ambientales que abordan desafíos reales en la comunidad y proponen soluciones demuestra un enfoque práctico y comprometido con el entorno.

Finalmente, la inclusión de mecanismos de control y supervisión garantiza que estas estrategias se implementen de manera efectiva y se evalúen en función de los resultados obtenidos. En conjunto, estas estrategias ofrecen un marco sólido para impulsar la cultura emprendedora en el entorno educativo y preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos y oportunidades del mundo empresarial.



Discusión

Los resultados presentados anteriormente, permiten reconocer la importancia de desarrollar una serie de estrategias para el fortalecimiento de la cultura emprendedora en las instituciones educativas. A través de la recopilación de resultados, se ha identificado una discrepancia en el sentido de que, aunque los estudiantes indican que se están llevando a cabo acciones para promover el emprendimiento en las instituciones educativas, existe la necesidad de coordinar y unificar esfuerzos para lograr mejores prácticas.

En este contexto, es importante subrayar que la gestión de recursos, la planificación, la persistencia, la flexibilidad y la creación de redes de contacto son elementos esenciales en la formación (Gómez, 2023). No se puede llevar a cabo un proceso educativo efectivo que responda a las demandas de la sociedad sin una planificación previa que incluya estrategias de integración entre diferentes áreas que respalden los procesos de enseñanza.

Es esencial que las instituciones educativas establezcan una conexión sólida entre lo que promueven y llevan a cabo y lo que dicta la legislación. La educación debe abarcar, tanto en su contenido teórico como en su aplicación práctica, los avances más recientes en ciencia y tecnología, con el objetivo de capacitar a los estudiantes para la creación de sus propias empresas (Congreso de Colombia, 2006). De esta manera, la ley 1014 de 2016 recomienda la implementación de mecanismos que fomenten la cultura empresarial y el emprendimiento a través de una formación integral que promueva el desarrollo del individuo, su autoestima, autonomía, trabajo en equipo, asociatividad, innovación e investigación.

En este proceso, la aplicación de las estrategias propuestas en este estudio adquiere un valor significativo al fomentar una mayor interacción entre los estudiantes y el docente. En consecuencia, el papel de este último desempeña un rol importante en el proceso interactivo de la enseñanza, garantizando la efectiva integración de las estrategias de enseñanza, aprendizaje y evaluación (Gutiérrez et al., 2018). Esto genera un aprendizaje significativo donde los estudiantes adquieren bases sólidas para afrontar desafíos y continúan ampliando su conocimiento.

Conclusiones

Los resultados del estudio permiten evidenciar estrategias encaminadas a fortalecer la cultura emprendedoras desde la dirección institucional, el ámbito académico y el control sobre las acciones ejecutadas. En ese orden, estos hallazgos subrayan la necesidad de planificar, supervisar y evaluar de manera efectiva las actividades de emprendimiento en las instituciones educativas, además de destacar la importancia de una formación que abarque habilidades emprendedoras y una visión integral de la realidad estudiantil. La colaboración con instituciones externas y la promoción de proyectos relacionados de índole social y ambiental son componentes valiosos para el fomento de una cultura emprendedora.

Es de resaltar los esfuerzos emprendidos por las instituciones educativas para fortalecer el emprendimiento, lo que les permite explorar un espacio de aprendizaje continuo y complementario. En este entorno, los estudiantes desarrollan habilidades emprendedoras a través de su creatividad y capacidad de ideación.

A pesar de los avances mencionados, se han identificado oportunidades de mejora en lo que respecta a la planificación, implementación y supervisión de estrategias. Además, es relevante promover un compromiso sólido tanto por parte de la dirección como de los estudiantes para lograr resultados más consistentes y sostenibles en la promoción del emprendimiento. Estas mejoras serán cruciales para formar a futuros emprendedores con habilidades y competencias más sólidas, preparándolos adecuadamente para afrontar los desafíos del mundo empresarial. Asimismo, es importante considerar la implementación de las estrategias propuestas en el estudio como una solución para abordar y mejorar las debilidades identificadas en este proceso.

Referencias

- Borja, A. H., Carvajal, H. R., y Vite, H. A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Espacios*, 41(24), 183–196. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Bullón, O., Carhuacho, I., Valero, F., y Moreno, R. (2023). Emprendimiento juvenil universitario: abordaje desde la actitud, educación y el control conductual. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 28(9), 377–389. <https://doi.org/https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.e9.24>
- Cámara de Comercio Colombo Americana. (2020, octubre). *Con 20 emprendimientos comenzó el Programa Scale de AmCham Colombia*.
- Canales, R., Román, Y., y Ovando, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la Sociedad del Conocimiento*, 5(12). <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Feijó, P., Feijó Cuenca, T., y Bravo, A. (2019). Análisis de factores que contribuyen en la actividad emprendedora de los jóvenes. *Revista ECA Sinergia*, 10(2), 59–68. https://doi.org/https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v10i2.1474
- Gómez, M., y Rodríguez, A. (2020). Educación emprendedora en Colombia: Una mirada desde la perspectiva de los estudiantes. *Revista de Estudios Empresariales*, 30(2), 175–192. <https://doi.org/https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/ree/a.9225>
- Gómez, O. (2023). Actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios: caso de una institución de educación superior en Colombia. *Tendencias*, 24(1), 174–197. <https://doi.org/10.22267/RTEND.222302.220>
- Guevara, G., Verdesoto, A., y Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 4(3), 163–173. [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)
- Gutiérrez, J., Gutiérrez, C., y Gutiérrez, J. (2018). Estrategias metodológicas de enseñanza y aprendizaje con un enfoque lúdico. *Revista de Educación y Desarrollo*, 45. https://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/45/45_Delgado.pdf
- Hernández-Sampieri, R., y Mendoza, C. (2018). Las rutas Cuantitativa Cualitativa y Mixta. *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, 387–410.



- [http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hernández- Metodología de la investigación.pdf](http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hernández-Metodología%20de%20la%20investigaci3n.pdf)
- Hidalgo, L. (2015). La cultura del emprendimiento y su formación. *Alternativas UCSG*, 15(1), 46–50. <https://www.redalyc.org/pdf/5523/552357189003.pdf>
- Martínez, A. (2017). *Plan de fomento del emprendimiento en el aula: Educación para el emprendimiento*. Universitat Politècnica de València.
- Ministerio de Educación. (2014). *Guía N° 39. La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*. https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf
- Ministerio de Educación. (2017). *Proyecto Educativo Institucional - PEI*. <https://www.mineducacion.gov.co/portal/secciones/Glosario/79361:PROYECTO-EDUCATIVO- INSTITUCIONAL-PEI>
- Mungaray, A., Osuna, J. G., Ramírez, M., Ramírez, N., y Escamilla, A. (2015). Emprendimientos de micro y pequeñas empresas mexicanas en un escenario local de crisis económica: El caso de Baja California. *Frontera Norte*, 27(53), 115–146. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13632991005>
- Murgueito, M., Burbano, E., y Moreno, E. (2019). La educación e investigación formativa en la formación de emprendedores. Aplicación del aprendizaje basado en problemas ABP. *Espacios*, 40(9), 5–19. <https://www.aacademica.org/magdalena.murgueitio/3>
- Navarro, D. (2012). Aplicación de la ley 1014 de emprendimiento en las instituciones educativas públicas y privadas: nivel secundaria y media vocacional en la ciudad de Villavicencio-Meta. *Ingeniería Investigación y Desarrollo*, 12(2), 31–37. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/ingenieria_sogamoso/article/view/3389
- Navarro, G., Bayona, J. A., y Pacheco, C. A. (2020). Competencias emprendedoras y formación para el emprendimiento en instituciones de educación media. *Espacios*, 41(11). <https://www.revistaespacios.com/a20v41n11/a20v41n11p03.pdf>
- Okuda, M., y Gómez, C. (2005). *Métodos en investigación cualitativa: triangulación*. Revista Colombiana de Psiquiatría. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000100008
- Olozagaste, J. G., Calderón, Y. P., y Espinosa, M. T. (2017). Formación del Espíritu Empresarial en Jóvenes Mexicanos: Retos y Oportunidades en la Educación Media Superior. *Revista latinoamericana de educación inclusiva*, 11(2), 163–177. <https://doi.org/10.4067/s0718-73782017000200011>
- Rodríguez, A. M. (2016, abril). *La importancia del emprendimiento en la educación media en Colombia*. <http://hdl.handle.net/10654/14203>
- Sanmartin, G., Zhigue, R., y Alaña, P. (2017). El reciclaje: Un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(1), 36–40.
- Sigüenza, S., Álava, N. G., Pinos, L. D., y Peralta, X. K. (2022). Percepción de estudiantes universitarios frente al ecosistema emprendedor y la intención emprendedora social. *Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 12(24), 248–266. <https://doi.org/10.17163/RET.N24.2022.04>
- Torres, J., y Herrera, A. (2022). Proyectos educativos productivos en el desarrollo de la cultura del emprendimiento en los colegios de las parroquias rurales en el cantón de Loja, Ecuador. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 15(6), 175–190. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8590752>
- Villalba, E. F., y Ortega, R. J. (2021). El perfil emprendedor en Paraguay, análisis de la población juvenil. *Suma de Negocios*, 12(26), 31–40. <https://doi.org/10.14349/SUMNEG/2021.V12.N26.A4>
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Espacios*, 39, 7. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>