

RESPONSABILIDAD Y RETOS DE LA EDUCACIÓN BÁSICA Y MEDIA PARA EL FOMENTO DE LA EMPRESARIALIDAD EN COLOMBIA

Henry Leonel Mican Melo¹¹

Resumen: El presente capítulo tiene por objeto realizar una revisión de lo establecido en la ley 1014 de 2006. Sobre la cultura del emprendimiento de Colombia, donde se crea un marco que determina las responsabilidades de las instituciones de educación básica y media, para incluir y articular estrategias en su proyecto educativo institucional (PEI). Que permitan sensibilizar, motivar y promover el desarrollo del espíritu emprendedor y la cultura empresarial de sus estudiantes. Mediante una comparación con los resultados de la investigación, “apropiación e implementación de la ley 1014 en la educación media pública de la provincia de Sumapaz” (Romero y Mican, 2017), en la que se determinó los conocimientos, habilidades y competencias emprendedoras de los estudiantes de educación secundaria. Se plantea realizar un análisis y reflexión que permita determinar fortalezas y debilidades del proceso, estrategias implementadas, resultados alcanzados y con estos insumos generar alternativas para su fortalecimiento (Pereira, 2002).

Palabras Claves: Emprendimiento, Competencias, Educación Media, empresarialidad

JEL: F14, I22

¹¹ UNIMINUTO. hemisa7@gmail.com

Introducción

La ley 1014 de 2006 define la empresariedad como “el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea; es la potencialidad de todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno” (Delgado-Coronado, 2019 p.79). La misma ley además establece que “las instituciones de educación básica y media deben implementar estrategias para que sus estudiantes identifiquen oportunidades, elaboren planes para crear empresas o unidades de negocio; gestionando la consecución de recursos; desarrollando la capacidad para asumir riesgos y abordando de manera amplia el concepto de empresariedad” (Chanlat, 2002 P. 79).

La importancia de la educación y su calidad genera interés de distintas esferas de la sociedad y es fundamental para lograr diversidad de objetivos; Colombia es un país inmerso en una serie de sucesos desproporcionados económica, política y socialmente en el 2014; los cuales intervienen como factores determinantes en la búsqueda del desarrollo y crecimiento interno; “se sabe que la educación es importante para reducir los niveles de pobreza”. (Banerjee, 2016).

En lo que respecta a la educación según el departamento para la Prosperidad Social boletín técnico – marzo 01 – 2013 “El 23.7% de la población colombiana son jóvenes entre 14 y 26 años. El 70% de estos jóvenes pertenecen a hogares pobres y vulnerables. Las diferencias entre esta población y el resto se evidencian en términos de logro educativo, ocupación y formalidad entre otros (Vargas, 2009 p. 34). “De los 10.9 millones de jóvenes entre 14 y 26 años, 43% son bachilleres (4.7 millones). De estos, sólo el 21% son pobres. En promedio los jóvenes pobres tienen secundaria incompleta mientras que los de clase media tienen al menos secundaria completa” (Godino et al, 2013 p.56).

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia (2016-2017) La tasa de actividad emprendedora TEA de Colombia ha venido presentando niveles entre 20% y 25% durante los 10 años en que se ha realizado este estudio (2006-2015), excepto en 2014 en que fue de 18,6%, lo cual indica que en el país la actividad temprana emprendedora se ha mantenido dentro de un rango estrecho, ubicada entre los primeros ocho lugares a nivel mundial y tan solo en posiciones por debajo de algunos vecinos de la región como son Chile y Ecuador (Rodríguez, 2017).

Una de las políticas públicas que busca crear estrategias para la generación de fuentes de recursos y la disminución de las necesidades de las familias es la ley 1014 de 2006 que establece que La cultura del emprendimiento debe fomentarse de manera gradual en los niveles de preescolar, básica, y media a partir de las competencias básicas y ciudadanas, trabajando los procesos nocionales y elementales del emprendimiento; y en la educación media se consolidan las actitudes y conocimientos básicos, para la empresarialidad (Osorno Alzate & Benítez Góez, 2017).

Las instituciones educativas deben implementar estrategias en las cuales sus estudiantes tengan la oportunidad de adquirir los conocimientos, habilidades y competencias para el emprendimiento y además como propósito ultimo materializar sus actitudes emprendedoras y para la empresarialidad mediante la generación de ideas de negocio y creación de empresas sostenibles (Pineda-Escobar & Cortés Ortiz, 2018).

A partir de los resultados de la investigación Apropiación e implementación de la ley 1014 en la educación media publica de la provincia de Sumapaz (Romero y Mican 2017) se evidencia una preocupación de la instituciones por implementar estrategias que permitan el fomento de la cultura emprendedora, con evidencias de

creación de pequeñas empresas, pero sin generar acciones de sostenibilidad y sustentabilidad de las unidades empresariales, por ello el interés por realizar una revisión y análisis del proceso desarrollado para motivar el emprendimiento y de identificar posibles alternativas para su fortalecimiento.

Marco Teórico

De acuerdo con Porter (1991), la innovación se puede plantear a partir de la creación de la cadena de valor, que involucra la creación de nuevos modelos, diseños, productos, estrategias, entre otros. En otro estudio que analiza el emprendimiento mediante la educación (Ortiz, Rodríguez & Gutiérrez, 2013), a través de la Red Universitaria de Emprendimiento, indican que la función que más se desarrolla en el área, es la docencia; luego la extensión y finalmente la investigación. La educación empresarial, debe generarse de manera integral, de tal manera que pueda atender las necesidades de la organización en forma articulada (Gibbs, 2004).

Formichela, define al emprendedor como “una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades, que, en él, están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores” (Formichela, 2004 p.10).

Villegas Dora y Toro Iván (2010) concluyen que las pequeñas y medianas empresas:

“se han constituido en uno de los sectores productivos más significativos para las economías de los países emergentes, debido a su contribución

en el crecimiento económico y a la generación de riqueza. En Colombia la Ley 590 de 2000, expedida para promover su desarrollo, las define como: “Toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana”.

La ley 1014 del 2006 tiene por objeto:

“Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas, Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo”. (Ministerio de Educación Nacional, 2011p.12)

La universidad debe educar para el “emprendimiento empresarial”, esto significa no sólo enseñar a formar empresa, elemento fundamental sin duda, sino que debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, actitudinal, de desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado. Este nuevo enfoque requiere de una gran voluntad de las autoridades universitarias y de tener una amplia visión del nuevo entorno en el que se mueven los centros de formación superior, ya que a la fecha no ha sido explotada como una excelente estrategia de diferenciación (Romero y Pérez, 2009).

El emprendimiento en Colombia:

En Colombia no existen mayores oportunidades para que los jóvenes y adolescentes puedan desarrollar emprendimientos y generar empresa. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia (2015-2016), el mayor número de emprendedores corresponde a individuos entre los 25 y 34 años (75,6%) y el segundo grupo corresponde a los jóvenes entre 18 y

24 años (73.6) personas que recién terminan su formación básica y media (Martínez, 1996).

GEM (2016-2017) reconoce dos grandes categorías de estudio relacionadas con la motivación original para la creación de empresa. Por un lado, se entiende como emprendedor por necesidad aquella persona que al tomar la decisión de realizar la actividad emprendedora no dispone de otras alternativas para generar ingresos. Por otro lado, se entiende como emprendedor por oportunidad aquella persona que al tomar la decisión de acometer la actividad emprendedora aprovecha una oportunidad.

En el caso colombiano de acuerdo con GEM (2016-2017)) el 78.9% de la tasa de actividad emprendedora TEA correspondiente a la edad comprendida entre 18 y 24 años desarrollan emprendimientos por oportunidad.

Implementación de la cultura del emprendimiento en las Instituciones Educativas

A partir de los resultados de la investigación “apropiación e implementación de la ley 1014 en la educación media publica de la provincia de Sumapaz” (Romero y Mican, 2017 p.24), se encontró que el 90% de las instituciones educativas de la Provincia tienen incluido la Catedra de Emprendimiento en el Proyecto Educativo Institucional, demostrando que el conocimiento de estas temáticas es mayor al anteriormente analizado, solo el 10% dicen no incluir dicha catedra porque su énfasis va dirigido a otras temáticas como la salud y el turismo. El 76% de las instituciones cuenta con un docente dedicado al área de emprendimiento, pero únicamente el 24% de ellos reúne el perfil apropiado para orientar dicha catedra.

Instituciones como el SENA han sido de gran apoyo para la implementación de la cultura del emprendimiento, un 41% de las instituciones se apoya en esta entidad del estado para desarrollar las actividades de emprendimiento, especialmente por los procesos de integración que esta entidad tiene con dichas instituciones. En segundo lugar, se apoyan en la Cámara de Comercio de Bogotá y en otras instituciones entre las que se destacan universidades del entorno.

Entre las estrategias más utilizadas por las instituciones están las charlas para la creación de empresas, orientadas por entidades en convenio y las ferias empresariales desarrolladas por la misma institución. Luego se ubica la utilización de proyectos pedagógicos de desarrollo en el aula y las visitas empresariales son poco utilizadas.

Apropiación de la cultura emprendedora

En general los estudiantes cuentan con un nivel medio de competencias básicas y ciudadanas, actitudes y conocimiento emprendedores, situación que es más fuerte en las instituciones que incluyen en su proyecto educativo institucional, un componente fuerte de materias relacionadas con la empresarialidad como gestión empresarial, mercadeo y finanzas entre otras.

Competencias como el análisis del Riesgo, la capacidad de Autoaprendizaje, el comportamiento autorregulado, la creatividad, el liderazgo, la capacidad para descubrir oportunidades, la capacidad de pensamiento flexible, la perseverancia, la capacidad para la solución de problemas y la visión de futuro, son abordadas y apropiadas en un nivel medio. El conocimiento básico para el emprendedor, en temas como las finanzas, la gestión gerencial, la capacidad en mercadeo, organización,

planeación, innovación y trabajo en equipo, se percibe que el nivel es aceptable (Medellín Cuevas, 2002).

Proyección de las unidades de negocio

Una de las estrategias preferidas por las instituciones de educación básica y media para demostrar la materialización de la empresarialidad, es la creación de ideas de negocio, a partir de las habilidades y conocimientos de sus estudiantes y de sus familias, que en su mayoría no tienen ningún tipo de innovación. Por ejemplo: empresas de tamales, arepas, pizza, chocolatinas, jugos y ensaladas entre otras. Productos que son expuestos a la comunidad educativa mediante el desarrollo de ferias empresariales. Es necesario comentar que en la mayoría de las unidades empresariales, no se evidencia un esfuerzo de creatividad e innovación por parte de los estudiantes, concluyendo que en esta actividad prima el interés de aprobación de los cursos y no la intención de mantener una idea de negocio sostenible.

Comentarios y conclusiones

En cuanto el nivel educativo de los emprendedores, de acuerdo con el GEM (2016-2017) el 31% de ellos tienen formación primaria y/o secundaria, por tanto, en un ciclo de formación estratégico para incluir acciones que permitan potenciar la formación, no existe un compromiso de la totalidad de las instituciones de educación secundaria con la formación en emprendimiento pues se identifican situaciones como:

- Las directivas de las instituciones que no incluyen en su currículo la cátedra de emprendimiento tienen la percepción que el emprendimiento es un énfasis y solo debe desarrollarse en los colegios de gestión empresarial.
- Hay un bajo nivel de integración entre los énfasis (diferentes a gestión empresarial) de las instituciones y la cultura del emprendimiento.

- La ley establece que debe existir compromiso interinstitucional del cual forman parte el Sector productivo, el Gobierno Departamental, los Gobiernos locales, las IES, las Cámaras de Comercio, las Cajas de Compensación y el sector productivo. En la realidad la responsabilidad del fomento de la cultura emprendedora se ha delegado a las Instituciones de Educación básica y media, sin embargo, existen algunos programas institucionales que apoyan de manera aislada esta formación.
- El 56% de los docentes que acompañan la cátedra de emprendimiento, no tienen el perfil pertinente, ya que a muchos docentes de otras disciplinas se les completa su carga académica con esta cátedra.

Las responsabilidades del estado dispuestas en la Ley 1014, no se han hecho realidad como aporte fundamental para el desarrollo del emprendimiento en los jóvenes de las instituciones educativas de la Provincia de Sumapaz.

El estudio da a conocer un desempeño medio frente a las competencias planteadas en la Ley, entre todas las instituciones educativas, encontrándose debilidades en la implementación de estas.

Finalmente se evidencia un distanciamiento significativo del sector productivo y empresarial del país con el fomento del emprendimiento, tan solo algunos casos que se pueden resaltar de empresas como la Compañía Cervecería Bavaria, que tiene un programa de capital semilla.

Propuestas

A continuación, se proponen estrategias que permitan aprovechar y fortalecer el potencial de creatividad, iniciativa y generación de ideas de los adolescentes, las cuales deben integrarse o desarrollarse de manera integral con su formación académica básica y así lograr que estos puedan alcanzar sus aspiraciones, mejorar sus condiciones de vida y participar activamente en la sociedad y brindar aportes para el desarrollo de la economía. Dichas estrategias se proponen como posibilidad de solución a

los principales factores detectados que impiden el desarrollo de actividades emprendedoras eficientes.

- Sensibilizar a las instituciones de educación secundaria sobre su responsabilidad para el cumplimiento de la ley 1014 de fomento del emprendimiento, con el fin de que incluyan en su proyecto educativo institucional estrategias para la generación de la empresarialidad a partir de la innovación.
- Generar fuentes de recursos de capital semilla para los emprendimientos más significativos de los adolescentes, estudiantes de secundaria, cuyas ideas empresariales cumplan parámetros de innovación, sostenibilidad y sustentabilidad, actualmente existe el Fondo Emprender un fondo de capital semilla creado por el Gobierno Nacional en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de diciembre de 2002, el cual limita el acceso a recursos para los menores de 18 años. Por ello se propone que este fondo incluya una línea especial de acceso a recursos de capital semilla para los estudiantes de secundaria que cumplan con las condiciones, para ello se creara un plan de acompañamiento permanente hasta que se consolide la empresa (Varela, 2008).
- Acercamiento del sector empresarial al fomento al emprendimiento cuyos gestores sean los estudiantes de secundaria, mediante la generación de estrategias como: aporte de recursos de capital semilla, plan padrino en el cual las grandes y medianas empresas brinden un acompañamiento a las pymes en crecimiento para integrar a los nuevos empresarios a las cadenas productivas y los clúster (Mora Ramírez & Norman Acevedo, 2017).
- Generar políticas públicas que potencien la cultura emprendedora, como por ejemplo la disminución y/o exención de impuestos a las empresas privadas que vinculen como proveedores a los nuevos empresarios.
- Dar prioridad a las empresas generadas en la educación secundaria en los procesos de contratación estatal y publica.
- Crear centros de acompañamiento al emprendimiento que brinden la asesoría y el seguimiento a cada empresa desde su gestación hasta su consolidación, esta actividad puede ser realizada por Universidades o grandes empresas que harían el papel de padrinos.
- Potenciar la generación de negocios relacionados con la ciencia, tecnología e innovación.
- Fomentar la generación de empresas de base innovación social aprovechando los potenciales de su entorno (Urbano, Toledano, & Soriano, 2011).

Referencias

- Amorós, J. E. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista latinoamericana de administración*, (46), 1-15.
- Banerjee, A. V., Banerjee, A., & Duflo, E. (2016). *Poor economics: A radical rethinking of the way to fight global poverty*. Public Affairs.
- Chanlat, J. F. (2002). *Ciencias sociales y administración: en defensa de una antropología general*. Universidad Eafit.
- Delgado-Coronado, S. (2019). Perspectivas en torno a la formación docente y la posibilidad de una capacitación y actualización constante: una mirada desde los actores en una universidad mexicana - Perspectives around teaching training and the possibility of a training and constant up. *Panorama*, 13(24), 33. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v13i24.1204>
- Formichela María (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Tres Arroyos, Argentina: Chacra Experimental Integrada Barrow.
- Gibbs, G. (2004). Mejorar la enseñanza y el aprendizaje universitario mediante estrategias institucionales. *Educación*, (33), 11-30.
- Global Entrepreneurship Monitor GEM (2017). *Reporte GEM Colombia*. Ediciones Sello Javeriano. Cali, Colombia.
- Godino, J. D., Batanero, C., Rivas, H., & Arteaga, P. (2013). Componentes e indicadores de idoneidad de programas de formación de profesores en didáctica de las matemáticas Suitability components and indicators of teachers' education programs in mathematics education. *Revemat: revista eletrônica de educação matemática*, 8(1), 46-74.
- Guía 39. *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*. Ministerio de Educación Nacional, agosto de 2011.
- Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento. Bogotá, Colombia.
- Martínez, F. (1996). *Nuevas tecnologías de la información y empresa*. Biblioteca VUB República de Colombia. congreso de Colombia.
- Medellín Cuevas, H. (2002). La empresa y los empresarios en la teoría económica. *Revista, Universidad Externado de Colombia. Facultad de Economía*.
- Mican, H. Romero, E. (2017). "apropiación e implementación de la ley 1014 en la educación media publica de la provincia de Sumapaz". UNAD. Fusagasugá, Colombia.

- Mora Ramírez, A. J., & Norman Acevedo, E. (2017). Revisión sistemática de literatura sobre la internacionalización de la empresa PYME en Colombia. *Espacios*, 38(39).
- Ortiz Riaga, M., Rodríguez Gaitan, S. & Gutiérrez Rodríguez, J. (2013). El lugar del emprendimiento en las instituciones de educación superior en Colombia. Bogotá: *Gestión & Sociedad*, Vol. 6, N° 2. (pp. 161-162).
- Osorno Alzate, D. M., & Benítez Góez, Á. M. (2017). La nueva misión de la universidad. Contextualización y resultados: casos de tres universidades públicas colombianas. *PANORAMA*, 11(20), 82. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v11i20.1010>
- Pereira, L. (2002) Análisis bibliométrico del campo del espíritu emprendedor latinoamericano a partir de los congresos latinoamericanos de espíritu emprendedor del CDEE-ICESI. S. E Cali.
- Pineda-Escobar, M. A., & Cortés Ortiz, G. (2018). Change and organizational adaptation. A literature review. *Espacios*, 39(37). Retrieved from <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85053283642&partnerID=40&md5=64a83bfd2c61d64e531bb83a0da7d4da>
- Porter, M. E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic management journal*, 12(S2), 95-117.
- Rodríguez, R. E. A. (2017). El emprendedor de éxito. McGraw-Hill/Interamericana.
- Romero, M. & Pérez, M. (2009). "Cómo motivar a aprender en la universidad: una estrategia fundamental contra el fracaso académico en los nuevos modelos educativos". *Revista Iberoamericana de Educación*, 51, 87-105.
- Urbano, D., Toledano, N., & Soriano, D. R. (2011). Prácticas de gestión de recursos humanos y desarrollo de nuevos proyectos innovadores: Un estudio de casos en las PYMEs. *UCJC Business and Society Review* (formerly known as *Universia Business Review*), (29).
- Varela, R. (2008). Innovación empresarial. Educación de Colombia Ltda. Pearson. Bogotá.
- Vargas Olmedo, (2009). El uso pedagógico y cultural de las TIC ´S en la educación. Bogotá, Colombia. Instituto para la investigación educativa y el desarrollo pedagógico IDEP, Secretaría de Educación distrital
- Villegas Dora y Toro Iván (2010), Las pymes: una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. Medellín, Colombia: Revista MBA, Universidad EAFIT.