

ENSEÑAR EMPRENDIMIENTO O FORMAR EMPRENDEDORES

ANGELA MARÍA ESCOBAR MORA
LOYDA LILY GOMEZ SANTOS

TRABAJO DE GRADO

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTÁ D.C., JULIO 2011

ENSEÑAR EMPRENDIMIENTO O FORMAR EMPRENDEDORES

ANGELA MARÍA ESCOBAR MORA
LOYDA LILY GOMEZ SANTOS

TRABAJO DE GRADO

TUTOR
EDUARDO ROSKER

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO
BOGOTÁ D.C., JULIO 2011

CONTENIDO

INTRODUCCION.....	1
CAPÍTULO 1: ¿QUÉ ES EMPRENDIMIENTO?	4
La Visión en el Emprendimiento	11
<i>La Concepción</i>	<i>11</i>
<i>La problematización</i>	<i>12</i>
<i>La traducción</i>	<i>13</i>
El Emprendimiento y la Sociedad	14
CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR	17
La Identificación de Oportunidades	18
El Emprendedor y la Generación de Estructuras de Aprendizaje	19
Las Competencias del Emprendedor	20
El Rol de la Tutoría, el Coaching y el Mentoring	27
CAPÍTULO 3. EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA	30
<i>El problema de definición sobre lo que es emprendimiento</i>	<i>31</i>
<i>Algunos Datos Introdutorios</i>	<i>34</i>
<i>Nivel macroeconómico y de entorno</i>	<i>35</i>
<i>Desarrollo y tamaño de mercados</i>	<i>35</i>
<i>Ciencia, tecnología e información</i>	<i>37</i>
<i>Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC's</i>	<i>39</i>
<i>Infraestructura de Transporte</i>	<i>40</i>
<i>Instituciones</i>	<i>41</i>
<i>Corrupción y problemas de orden público (conflicto armado y narcotráfico entre otros)</i>	<i>43</i>
<i>Régimen Jurídico</i>	<i>44</i>
<i>Educación</i>	<i>48</i>
<i>Objetivos principales de las políticas públicas de emprendimiento</i>	<i>49</i>
<i>Incentivos</i>	<i>50</i>
<i>Nivel intermedio de empresas</i>	<i>51</i>
<i>Cultura de emprendimiento</i>	<i>55</i>
CAPÍTULO 4. PROPUESTA PARA LA FORMACION DE EMPRENDEDORES	59

Las Pedagogías Activas	61
Conocimiento y Aprendizaje.....	66
CONCLUSIONES	72
REFERENCIAS	74

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Componentes de la visión	11
Gráfico 2. Ejemplo del esquema de evaluación de competencias	26
Gráfico 3. Cartografía del paisaje del aprendizaje organizacional	67

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. El referencial de las competencias del emprendedor

23

RESUMEN

El objetivo general de esta investigación es plantear una alternativa metodológica para la formación de estudiantes con espíritu emprendedor como resultado de identificar las competencias necesarias que todo emprendedor debe desarrollar, e indagar cómo es el emprendimiento en Colombia. Como base teórica se realizó una conceptualización sobre Emprendimiento, Competencias de un Emprendedor y Regulación del Emprendimiento en Colombia. Este proyecto pretende hacer una propuesta de formación para los estudiantes orientados al emprendimiento a partir de dos caminos: enseñar emprendimiento a través de la clase magistral o el desarrollo de metodologías activas que permitan el auto cuestionamiento en cada estudiante, construcción de conocimientos y así mismo el descubrimiento de su potencial emprendedor. Se utilizó la metodología de investigación a través fuentes de información secundaria como base para la elaboración de la propuesta.

Palabras Clave: Emprendimiento, Competencias, Metodologías activas

ABSTRACT

The overall objective of this research is to raise a methodological alternative to the training of students with an entrepreneurial spirit as a result of identifying the skills that every entrepreneur should develop and to research about the venture at Colombia. As a theoretical basis was a conceptualization about entrepreneurship, skills of an entrepreneur and entrepreneurship regulation in Colombia. This project aims to make a proposal of training for students focused on the venture from two paths: teach entrepreneurship through the lecture or the development of active methodologies that allow the self-questioning each student, construction of knowledge and also the discovery of their entrepreneurial potential. Methodology used of research through secondary sources as a basis for the elaboration of the proposal.

Keywords: Entrepreneurship, skills, active methodologies

INTRODUCCION

El incremento de la vocación emprendedora representa hoy en día un reto mayor para estimular la actividad y ofrecer nuevas perspectivas de desarrollo económico, a los países que son presa de las dificultades para imaginar un devenir prometedor en el cual ellos tengan una presencia grande en el juego económico mundial.

La educación empresarial debe permitir adquirir competencias centradas en el desarrollo de capacidades para pensar con creatividad, trabajar en equipo, gestionar riesgos y tener en cuenta la incertidumbre (OCDE, 2009, pág. 13), ya que los efectos de la motivación de los participantes, la evolución de los cambios de actitudes y comportamientos o los conocimientos adquiridos, constituyen finalmente muy pocos elementos para comprender los efectos reales de una formación activa sobre el aprendizaje del estudiante.

De otra parte, la formación activa representa un potente medio de acción para facilitar la adquisición de competencias y actuar sobre la transformación de los comportamientos de los estudiantes, de los que enseñan, de los actores de los establecimientos de enseñanza y de todos los implicados en la puesta en marcha de los programas de educación para el emprendimiento. Como sea, ella no constituye un fin en sí mismo sino un medio proactivo. Si se mira desde el punto de vista académico, la pedagogía activa contribuye a desarrollar algunos de los objetivos más importantes de la educación para el emprendimiento como: la sensibilización, la predisposición, la formación y la incubación (Verzat, 2009, pág. 29).

De esta manera, su eficacia, que se enmarca en parte en la autonomía y la iniciativa del alumno para la construcción de su aprendizaje de emprendimiento,

nos conduce a la búsqueda y la exploración de las pistas para comprender mejor la relación entre los efectos inducidos por el uso de una pedagogía activa, y los mecanismos desencadenados por el alumno para aprender y construir sus estrategias de aprendizaje.

Teniendo en cuenta lo anterior y también que la educación debe ser la principal razón de ser de cualquier país, la educación implica aliviar la miseria y tener un mejor desarrollo de los grupos socioeconómicos de menores recursos. La educación significa la comprensión de los problemas, sus soluciones y la manera como los pueblos pueden prosperar. La mayor comprensión de sus problemas facilita la propuesta de nuevas ideas que mejoraran su situación.

Una de las dificultades es confundir estas acciones: « transmitir información y conocimientos » y « dirigir un aprendizaje en forma sistemática ». La primera, como resultado de adoptar la clase magistral donde a través de métodos mecanizados se logra predecir conductas y sentimientos, controlar las conductas y condicionar al estudiante a realizar actividades definidas. La segunda, parte de la premisa que la realidad no está hecha, al contrario, se debe construir a partir de la articulación de todos los dominios adquiridos con la experiencia, la creatividad e intuición que desarrolle el estudiante a lo largo de la orientación que se dé en el aula.

Faltaría saber cómo, a través de diversas formas de educación (en la escuela o fuera de ella) se podría formar un alumno que, además de adaptarse a la sociedad, sea capaz de transformar dicha sociedad, producir un individuo que cambia la sociedad sin dejar de ser él mismo, es decir con sus fortalezas, debilidades, destrezas... siendo así, las escuelas deben tener presente la concepción de ideas como un factor esencial en la formación de sus estudiantes (sin importar el nivel o la profesión, finalmente todos somos parte de la misma sociedad y los cambios pueden hacerse desde todos los ángulos), donde se

construya un puente entre los aspectos internos de la persona y los externos de su contexto.

Este proyecto pretende hacer una propuesta de formación para los estudiantes orientados al emprendimiento a partir de dos caminos: enseñar emprendimiento a través de la clase magistral o el desarrollo de metodologías activas que permitan el auto cuestionamiento en cada estudiante, construcción de conocimientos y, así mismo, el descubrimiento de su potencial emprendedor.

CAPÍTULO 1: ¿QUÉ ES EMPRENDIMIENTO?

El espíritu emprendedor definido como la “aptitud de un individuo para concretar ideas, innovar, tomar riesgos, organizar y generar proyectos con miras a cumplir unos objetivos” (Europa, 2006, pág. 2), es considerado como un elemento clave en el dinamismo y la adaptación a los cambios económicos. “...son los empresarios y específicamente los jóvenes empresarios, quienes conforman el recurso principal en la creación de empleo resultado de la innovación...” (OCDE, 2010), así mismo, la OCDE, considera el emprendimiento como una combinación de actitudes, cualidades personales, conocimiento formal y competencias

Bajo este panorama, el desarrollo del espíritu emprendedor combina conocimientos y características individuales (fortaleza y debilidades), y de acuerdo a las ideas de Piaget, este espíritu humano se va construyendo progresivamente en la medida que el individuo entra en contacto con el mundo y va generando sus propios conceptos que poco a poco va modificando, complementando y descartando.

En esta concepción de emprendimiento, hay tres elementos base del modelo de competencia: el individuo, los conocimientos y la capacidad. Los conocimientos más allá de la cantidad almacenada por la persona, son el resultado de la capacidad de comprender lo visto (experiencias de momentos anteriores y presentes) e integrarlo a las circunstancias vividas por la persona (Gardner, Piaget), es decir como comprende la realidad, actúa en ella y la transforma. Adicionando, a esto, los estudios de Vygotsky, la interacción social produce las experiencias que forman el aprendizaje y la construcción del conocimiento (Fayolle & Verzat, 2009).

La capacidad se define, por la aptitud y la movilización de los conocimientos necesarios para encontrar y desarrollar nuevas ideas de oportunidad de negocio. Los esquemas o estructuras son de esta manera producidos a partir de la combinación de recursos internos (conocimientos, el saber hacer, cultura...) y externos (redes...).

A medida que el individuo construye su fuente de esquemas, puede anticipar e ir más rápido en situaciones similares a su experiencia, o de construir nuevas combinaciones de recursos con el fin de poder responder, de la manera más pertinente posible a los problemas que se le presenten.

Los individuos evolucionan y se adaptan a las situaciones por la movilización de sus esquemas cognitivos. Esta actividad representa los fundamentos para actuar. La fabricación de esquemas se apoya entonces en la capacidad del individuo a aplicar un saber combinatorio, es decir, en la capacidad de combinar los conocimientos que él posee para hacer frente a los problemas que debe solucionar en una situación dada. Esto se puede definir a partir de una inteligencia práctica, no para aplicar conocimientos de manera determinada, pero si para saber movilizarlos y adaptarse a la particularidad de la situación encontrada.

A partir de la reflexión de la capacidad de los emprendedores para construir situaciones en futuros de incertidumbre y de las oportunidades que ellos encuentran en su ambiente personal y profesional, los emprendedores perciben el futuro como un elemento clave en su actuar donde los procesos complejos hacen parte del día a día.

El rol del emprendedor en la sociedad es el de modificar situaciones, dándoles un sentido particular a partir de esas oportunidades y siempre con miras hacia un futuro próspero y de bienestar general. El emprendedor identifica que las

oportunidades sean construidas o no en un tiempo presente, las obras que él realice a partir de ellas se proyectan en un tiempo futuro.

El común de nuestros líderes es el de construir futuro *con relación* al pasado o el presente limitando las ideas y los recursos, bajo el esquema errado de la linealidad y la certeza; por ejemplo, haciendo planes de negocio y estudios de mercado cuyos datos numéricos probablemente aseguren el éxito de un producto o servicio en el mercado, pero que en la realidad puede suceder todo lo contrario.

Este tipo de herramientas generan la idea de que “el mañana está hecho” o conducen a llevar hacia el futuro elementos, conocimientos, estrategias... que en un pasado o presente fueron viables. A menudo, las personas contemplan los proyectos construyéndolos a partir de lo que se tiene en el presente o de lo que sucedió en el pasado, donde lo mismo que se hizo en algún momento teniendo resultados positivos, probablemente va funcionar de nuevo (sin tener en cuenta los cambios y las variables de las nuevas circunstancias que rodean este nuevo proyecto).

A diferencia del proceso de transportación, el emprendimiento parte de la construcción en el presente del futuro que se desea, este proceso (siempre ligado a las características de la persona) corresponde a la manera como las cosas podrían ser para el mismo como emprendedor, para su proyecto y para su sociedad, es decir, la concepción de su visión (como se ve en el futuro) y las dificultades para el logro de los objetivos, están relacionadas con la construcción de la situación, identificación de problemas y definición del entorno más que con la misma solución que debe dar a estos problemas (Schmitt , Julien, & Lanchance, 2002).

La concepción es la interface que se hace entre el saber-hacer (aspecto interno) y la representación de la necesidades (aspecto externo), en este sentido, no se

puede predecir el porvenir para controlarlo, pero se puede controlar para predecirlo mejor. El emprendedor y el mundo evolucionan en conjunto y de maneras distintas, la diferencia está en el aspecto personal que el emprendedor le da a este mundo a través de sus competencias, demostrando que sabe *cómo* pero también *qué* hacer. El emprendimiento contribuye a construir un modelo del mundo, alrededor de una visión con imaginación, de la orientación de esfuerzos individuales e intenciones adaptadas a los distintos contextos que hacen parte de un sistema interdependiente.

El emprendimiento permite “extrapolar” las consecuencias a partir de la experiencia y la intuición. La sociedad ha demostrado que necesita del *saber-hacer* para enfrentar la realidad, los conflictos, la carencia de recursos, los desafíos que la misma sociedad impone, el emprendimiento juega su rol a partir de la concepción de proyectos y la generación de cambios para responder a estas necesidades, el emprendiendo que se impulsa de manera individual (por el emprendedor) logra su cometido con el impacto positivo a su alrededor.

A partir de la definición y la comprensión de los problemas sociales, el emprendimiento permite reconocer oportunidades de acción, define una visión, construye los escenarios adecuados y se apoya en las personas expertas que ayuden a construir dichos escenarios.

Las oportunidades no solamente se descubren (existen y se apropian) sino que se construyen y se transforman en el curso del tiempo (DeGeorge & Magakian, 2008), la importancia de este “casting” de oportunidades, como la primera y más importante competencia y como el punto de partida de un proyecto emprendedor conduce a reflexionar sobre el método de formación en emprendimiento. Pocas prácticas proyectan el emprendimiento como mecanismo de progreso y convergencia de intereses y esfuerzos, con actores locales y regionales que pueden contribuir a su desarrollo, no se trata de apuntar a tener empresas a nivel

internacional ni pensar que solo mientras una empresa exporte o importe tiene futuro. Se trata de hacer surgir el emprendimiento a partir de recursos y ambientes locales y de estimular la reflexión sobre nuevas herramientas para la creación de empresa.

El proceso de construcción y transformación de oportunidades, se enriquece con el uso y apropiación de las metodologías activas de aprendizaje por problemas y de la metodología de casos, donde la resolución de problemas conduce los aprendizajes, ya que obliga a la búsqueda clasificación y organización de la información. Las *metodologías activas* favorecen la construcción de los escenarios. La forma más común es la de construir escenarios bajo la relación pasado-presente o sobre la transposición, donde el individuo trabaja con base a la aritmética exacta con hipótesis del presente y con la idea de innovación incremental reflejada en adiciones a los productos y servicios ya existentes.

En este trabajo, nos basamos en la construcción de los escenarios a partir de la relación futuro-presente, donde el emprendedor trabaja con base a las hipótesis posibles y bajo el lema de la innovación radical haciendo una ruptura con relación al presente. El equipo de expertos que participa en la construcción de escenarios, es el grupo de personas que tiene los conocimientos necesarios y relacionados con la oportunidad a aprovechar.

La integración de las oportunidades, los escenarios y los expertos es posible a través de la participación de la coherencia, las hipótesis viables y la intuición. Los emprendedores ven la oportunidad como el punto de partida y su intuición como

una reflexión inicial, pero más allá de la certeza y la necesidad de coherencia entre oportunidades, escenarios y expertos, está la coherencia del futuro con relación al presente, donde las hipótesis posibles fomentan el conocimiento del proyecto, ayudan a percibir y construir una realidad y a superar los límites de la intuición individual.

La acción emprendedora es producto de una intención, una oportunidad o porque el contexto conduce a actuar. En la medida que el proyecto se va desarrollando, surge la necesidad de trabajar en conjunto, sea con las mismas personas de inicio o nuevas expertas, en un tema especial e importante para el proyecto, y que también deben comprender las ideas y objetivos del mismo. Es aquí donde el lenguaje juega un rol importante para el éxito emprendedor y donde el emprendimiento ese presenta como un medio para generar acuerdos y construir en comunidad.

John Dewey, hace énfasis sobre el hecho de que el lenguaje es una herramienta para ordenar pensamientos, considerando que la educación conduce al desarrollo, el progreso y siendo el camino hacia el cambio. El emprendiendo al igual que el lenguaje se construye en un ambiente de imaginación donde la observación permite tener alternativas, identificar recursos y contribuir a la generación de ideas, que tienen coherencia de acuerdo al contexto y al análisis razonable. El lenguaje emprendedor se construye con el tiempo y con los aportes de los dirigentes que influyen en el proyecto, siendo que estos emprendedores ejercen la ideación donde, además de generar ideas, reflexionan sobre ellas para generar hipótesis que posteriormente son examinadas a luz de sus argumentos antes de tomar una decisión.

La ideación o el management de las ideas consiste en la activación de procesos mentales para poner en marcha la activación de un cambio cognitivo en una situación de acción (DeGeorge & Magakian, 2008). En otras palabras, la ideación

comprende el proceso mental (influenciado por las percepciones e interpretaciones), la generación de ideas que son relativas a la imaginación (diversidad de pensamientos y opiniones) y las representaciones que se hacen en la mente (fruto de una historia personal y de un ambiente activo o de un contexto) y que cambian de acuerdo a los cambios del ambiente del emprendimiento.

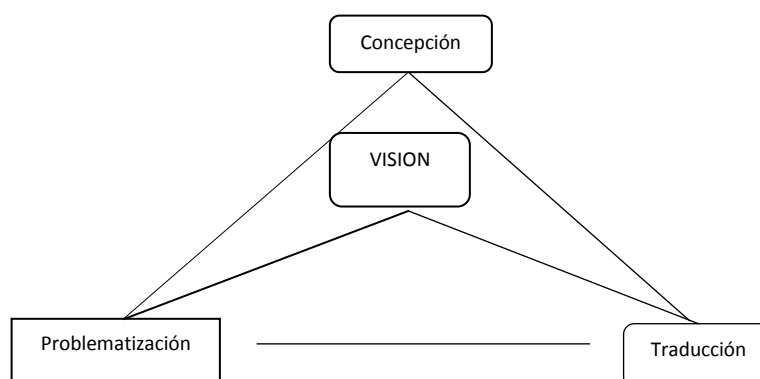
El lenguaje, en el emprendimiento, permite la convergencia de propósitos hacia un mismo fin, la creación de un ambiente ida-vuelta de conocimientos, de retroalimentación y así mismo, un territorio de diálogo en medio del cual los integrantes del proyecto emprendedor toman los conocimientos que les conviene para su trabajo. En el sentido de Piaget, la formación de estructuras de conocimiento permite pasar de un estado a otro y activar conocimientos anteriores para generar nuevos conocimientos. Es en la comunicación con un lenguaje definido y comprendido por todos, donde se puede construir un verdadero proceso de ideación y pasar del diseño o dibujo a la acción con miras al alcance de los objetivos (Piaget, 1999).

La Visión en el Emprendimiento

En el emprendimiento, el trabajo del emprendedor se proyecta a partir de la definición que hace de la visión bajo la orientación de la acción cognitiva. La noción de visión requiere de una construcción profunda donde se le da coherencia desde el punto organizacional y del contexto, en este punto el emprendedor encuentra límites a nivel de conocimientos y habilidades. Para el logro de la construcción profunda de la visión, proponemos el modelo de la triada integrado por la concepción, la problematización y la traducción.

Gráfico 1.

Componentes de la visión (Schmitt, Husson, Majdouline et Bouslikhane 2009)



La Concepción

Este concepto, parte de que el emprendedor construya su proyecto en su mente antes de realizarlo. El emprendedor resuelve situaciones, pero estas soluciones deben estar fundamentadas en la innovación, siendo que el emprendimiento, más que una actividad por realizar es una actividad de concepción como parte esencial de la orientación y el éxito de los proyectos empresariales.

La concepción de la visión corresponde a la manera como las cosas deberían ser en el porvenir y a la invención de los mecanismos que contribuyan al alcance de los objetivos propuestos, de esta manera, la visión como acción cognitiva está ligada a los mecanismos de la acción humana. En la lógica de las estructuras de Piaget, a nivel cognitivo, la acción humana parte de la interacción con lo real y de la inteligencia en el uso de los esquemas básicos de conocimiento en conjunto con la percepción y la reflexión, en el marco de la incertidumbre. La concepción debe ser vista más allá de lo lineal y divisarse como la interface entre el saber-hacer y la representación de las necesidades de una sociedad. El saber-hacer supone un conocimiento sobre algún tema, la capacidad para hacer algo contemplando la posibilidad de éxito o fracaso y, lo más importante para el emprendimiento, supone tener el valor para retomar todo en la situación de fracaso, es decir ser persistente.

En la concepción de la visión el futuro y el presente son interdependientes, el futuro deseado condiciona el presente que se vive, así el futuro potencial expresa la visión y el presente expresa la acción. Actuar en el presente con miras al futuro que se quiere tener.

La problematización

Una situación o problematización es « una construcción labrada por el hombre, que es el fruto de una relación que el sujeto mantiene con el mundo a través de sus actos » (Schmitt; Husson, 2009). Es a través de esta relación que dicho sujeto, en nuestro caso el emprendedor, construye los mecanismos y participa en la construcción; por lo tanto, el emprendedor no puede dissociarse de sí mismo, ni de la situación ni de su actuar. La situación hace emerger el espíritu emprendedor y el proyecto del emprendedor, gracias a la concentración de sus esfuerzos y acciones, adaptándolas a los diferentes ambientes.

A partir de sus percepciones, el individuo construye la situación (problematización) y resuelve los problemas a través del ensayo de las distintas alternativas creadas por el mismo o que fueron éxito en situaciones anteriores. En el sentido de Bruner, la percepción está basada en la formulación de hipótesis y está influenciada por las necesidades, los valores y los deseos de la persona, es por esto que no puede ser el único factor para la toma de decisiones. La percepción se inicia con la expectativa sobre un evento, continua con la recepción de información y finaliza con la evaluación de dicha información de cara a la ya existente en la mente (Bruner, 1983).

De esta manera, la situación como espacio de problematización, permite que el emprendedor focalice sus acciones en la creación, la innovación y la aplicación de sus sentidos. La situación al igual que la visión, está influenciada por la relación presente-futuro.

La traducción

Muy a menudo, quien desea poner en marcha un proyecto comparte sus ideas con las personas más cercanas; en el caso de una empresa un director con sus colaboradores. En función de la influencia de las personas que deben participar de dicho proyecto, el emprendedor debe saber cómo y cuándo compartir su visión con aquellos que hacen parte de la concepción y la puesta en marcha. El objetivo de la traducción es el de permitir que las partes participantes, que tienen ideas diferentes y trabajan de maneras diferentes, puedan comprenderse entre ellas y trabajar en conjunto.

Compartir la visión exige de diálogo y coherencia entre la actividad de concepción y la puesta en marcha de dicha concepción, y entre la situación de problematización y la visión establecida. Como herramienta para ello, está el desarrollo de un lenguaje común y la selección de un líder-traductor que contribuya a la difusión clara de la información y conduzca el equipo hacia el logro

de los objetivos propuestos. Tal y como lo plantea Dewey, el lenguaje se construye con imaginación, mirando alternativas e identificando fuentes de apoyo para comunicar lo que se desea (Dewey, 2004).

El lenguaje utilizado en la traducción permite converger propósitos, crear un ambiente de retroalimentación tanto de conocimientos como de ideas. Es en estos espacios de comunicación, con un lenguaje definido y comprendido, que se pueden construir procesos de ideación (generación de ideas) y se puede pasar de un diseño o propósito a la puesta en marcha de los proyectos. Teniendo en cuenta que en un proyecto la noción de visión está ligada a la concepción, la problematización y la traducción, el emprendimiento reflexiona sobre:

- Qué es el proyecto: formalizar la visión proyectada en el futuro deseado y poderla explicar.
- Para qué es el proyecto: tener claro los objetivos y la finalidad del proyecto
- Qué hace el proyecto: corresponde a las actividades relacionadas con el proyecto y su coherencia entre ellas. Estas actividades son claves para el cumplimiento de la visión.
- Cuál es el contexto del proyecto: los ambientes que impactan el proyecto (políticos, económicos, jurídicos...)
- Qué hay de historia relacionada con el proyecto: indagar sobre proyectos o experiencias anteriores que puedan estar relacionados y sean referencia.

El Emprendimiento y la Sociedad

En el reporte para la UNESCO, hecho por la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI, Jacques Delors (1999) y el conjunto de participantes de dicha comisión, analiza la educación como la base del progreso mundial, de la paz, la libertad y la justicia social. La educación tomada como la vía hacia el desarrollo de la persona, con miras a disminuir la exclusión social, con políticas que generen procesos permanentes de enriquecimiento de conocimientos, de

saber-hacer, pero también como una construcción de la persona y de las relaciones entre los individuos, entre los grupos y entre las naciones (Delors, 1999).

Sin embargo, más allá de las políticas gubernamentales y de los compromisos de las entidades públicas y privadas, está el compromiso de cada uno de los individuos por generar programas que permitan construir la sociedad justa. Programas emprendedores que a través del fruto de los talentos, canalicen la potencialidad de la imaginación y la capacidad de realizar proyectos personales, jalonando conocimientos y habilidades.

El emprendimiento si bien inicia con la generación de ideas, en una o varias personas, adquiere vida y tiene sentido a partir del momento en que promueve la concepción de proyectos cuya visión cubija el bienestar y el impacto positivo alrededor. Es por esto que, consideramos que el emprendimiento exige *Aprender a vivir*¹ en comunidad, comprendiendo las diferencias, realizando proyectos en grupo y respetando los valores; *Aprender a conocer* las culturas, la historia y a generar metodologías individuales para generar conocimiento propio a lo largo de la vida (aprender a aprender), *Aprender a hacer*, donde los títulos no sean lo único importante, sino que se generen competencias que permitan construir porvenir en el marco de las situaciones y las restricciones del presente y, por último, *Aprender a ser*, explotando la personalidad y actuando con capacidad autónoma, de juicio y responsabilidad personal por los actos.

El emprendimiento, es un proceso que se construye en el curso del tiempo y que es el resultado del proyecto como tal y del individuo creador, por lo tanto, el proceso emprendedor comprende tanto de la acción como de la ideación y la participación de los colaboradores o integrantes del grupo. En este sentido, un

¹ Ibid. Traducción de las expresiones: Apprendre à vivre, Apprendre à connaître, Apprendre à faire et Apprendre à être.

proceso de ideación involucra el proceso mental (influenciado por las percepciones y las interpretaciones), la generación de ideas que son relativas a la imaginación (diversidad de pensamientos u de opciones) y las representación que se hace en la mente (y que son fruto de de la historia individual y del contexto) y que cambian de acuerdo a los cambios en el ambiente del emprendedor.

El emprendimiento es un proceso de aprendizaje personal y profesional alto, los estudiantes deben verlo como la oportunidad de contribuir al desarrollo de otras personas, tal y como lo plantea Juan Pablo Correales, Director Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad de la Sabana. "...una de las grandes tareas que deben asumir las universidades es la de mostrar a sus estudiantes el potencial que hay en el espíritu emprendedor..." (Correales, 2011).

CAPÍTULO 2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR

Retomando los trabajos de Kolb (1984), la teoría del aprendizaje experiencial muestra que la adquisición y la transformación de experiencia son el centro en el proceso de aprendizaje. Este aprendizaje se basa en la combinación y la utilización de los conocimientos anteriores, de la percepción, de la cognición y la experiencia. A pesar de los conocimientos profesionales, el individuo está cada vez más animado a inventar procedimientos para resolver problemas en un contexto y un tiempo, así construye sus propias respuestas (Kolb, 1984). Tal como lo plantea Howard Gardner, en su teoría de las Inteligencias Múltiples, la inteligencia debe considerarse no como algo independiente que agrupa distintas capacidades con distinto nivel, sino como un conjunto de inteligencias múltiples, distintas e independientes. Gardner define la inteligencia como la "*capacidad de resolver problemas o elaborar productos que sean valiosos en una o más culturas*". Por ejemplo, Einstein no es más ni menos inteligente que Pete Sampras, simplemente sus inteligencias pertenecen a campos diferentes y requieren capacidades diferentes (Gardner, 1997)

El emprendedor y el mundo evolucionan en conjunto y de maneras distintas, la cuestión está en el aspecto personal que el emprendedor le da a este mundo a través de sus competencias demostrando que sabe *cómo* pero también *qué* hacer. Este saber *que* comprende por ejemplo las decisiones que debe tomar y alrededor de ellas las reflexiones que debe hacer, las hipótesis...el *cómo*, puede ser la manera de compartir sus proyectos y convencer a otros para que sigan sus ideas, esto lo hace a través de la construcción de un lenguaje claro y preciso que le permita dar fluidez a sus argumentos y generar credibilidad.

La Identificación de Oportunidades

El emprendedor requiere de la percepción que le conduzca a identificar los problemas sobre los cuales actuar. Esta percepción se inicia por la expectativa que él tiene de un acontecimiento, le sigue la recolección de información y finalmente la evaluación de lo que ha percibido, a partir de la ya existente (estructura mental). La percepción está basada en la formulación de hipótesis y la toma de decisiones, y está influenciada por las necesidades, los valores y los deseos de la persona. A partir de la percepción, el individuo construye la situación (problematización) y da solución a los problemas probando distintas alternativas creadas por el mismo o ya existentes.

En el marco de acción del emprendedor, a partir de la definición y comprensión del problema y bajo la construcción de la situación, las oportunidades no solo se descubren (existen y solo falta apropiarse de ellas) sino que también se construyen y se transforman en el curso de un proceso, por ejemplo la creación de empresa.

El « casting » de oportunidades es la primera y más importante competencia a dominar por el emprendedor, los emprendedores tienen mayor dificultad para detectar la oportunidad para aprovechar, pudiendo ser a causa de la falta de creatividad o la ausencia de apoyo (que generalmente se concibe solo en la ayuda para construir un plan de negocios o ayuda para encontrar financiación) (Tremblay, 2008). Pocas prácticas ayudan al emprendedor en la búsqueda de oportunidades de negocios, por la falta de la participación de actores que orienten. No se trata de apuntar a empresas internacionales, se trata más que todo de que el emprendimiento surja con recursos locales y que se estimule la reflexión en torno a nuevas metodologías para que favorezcan su desarrollo.

A menudo el emprendedor, de manera individual, busca las oportunidades a partir de lo que él conoce o le gusta hacer. Sin embargo, la gestión colectiva, el trabajo en comunidad que favorece el acceso a la información, la creación de redes para el intercambio de conocimiento y de experiencias, son un apoyo en ese proceso de identificación de oportunidades y, a su vez, para compartir los distintos estilos de aprendizaje (Kolb, 1984).

La importancia de la identificación de oportunidades (en la naturaleza o a partir de su construcción) como punto de partida de un proyecto emprendedor, conduce a reflexionar sobre los métodos de formación en emprendimiento. Existe la necesidad de desarrollar medios que estimulen a que el emprendedor identifique las oportunidades, algo así como a “salir de la sombra”, a desarrollar su creatividad y a la construcción del puente que relacione emprendedor-oportunidad. Estos procesos de construcción y transformación de oportunidades, pueden desarrollarse a través de la metodología de aprendizaje por problemas y a la metodología de casos, donde la resolución de problemas orienta el aprendizaje, ya que obliga a la búsqueda, selección, clasificación y asimilación de la información.

El Emprendedor y la Generación de Estructuras de Aprendizaje

Jean Piaget (1999), plantea que las estructuras de conocimiento que construye el individuo, comprenden esquemas definidos por el mismo individuo a partir de su interacción con lo real. El emprendedor a medida que va enfrentando sus problemas hace uso de estructuras elementales de conocimiento que va construyendo a lo largo de su vida. El proceso consiste en apropiar conocimientos que son resultado de sus experiencias, e ir acumulándolas de acuerdo a un orden y una lógica mental. Es importante resaltar que no se trata de memorizar, el objetivo está en construir sus propios esquemas de acción y conocimiento que combinados con la percepción y la reflexión de los nuevos problemas rodeados de incertidumbre, puedan seguir nutriendo estas estructuras y al mismo tiempo dar

solución a las dificultades. El equilibrio de estas estructuras es posible en la medida que el emprendedor actúe de cara a las perturbaciones del medio exterior en un sentido de compensación, es decir, las acciones del emprendedor de cara a los contextos.

Este desplazamiento de conocimientos y habilidades (cambio en las estructuras en la medida que adquiere nuevos conocimientos), es una de las herramientas a través de la cual el emprendedor selecciona los instrumentos y construye las situaciones en las cuales actúa (recordemos que la situación involucra los actores que intervienen en la solución de un problema y las relaciones entre ellos). El emprendedor se apropia de ellas dando curso al proceso durante el cual toma algo que viene de otro sujeto o lugar y extrae lo necesario para aplicarlo a la necesidad que tiene. De esta manera el emprendedor reorganiza sus estructuras cognitivas y las relaciona, se adapta al ambiente asimilando las experiencias de la vida real y participando activamente en la construcción de su propio aprendizaje, el emprendedor de saber *aprender a aprehender*.

Las Competencias del Emprendedor

Más allá de la importancia cuantitativa de las empresas, las cifras revelan que un gran número de pequeñas empresas cierran sus puertas en el curso de los primeros años de existencia. Esto es comprensible notablemente por el hecho que los jefes de estas empresas a menudo poseen competencias técnicas directamente relacionadas con su trabajo, pero escasamente, competencias vinculadas con el emprendimiento y el ejercicio gerencial. Desde este punto de vista, se puede considerar la tarea del emprendedor como una tarea global, que conduce a considerar competencias (financieras, técnicas, comerciales....) cuya puesta en marcha y coordinación permiten operar sobre uno o varios segmentos estratégicos (Boyer en Boughattas & Benedic, 2008).

El trabajo del emprendedor, no importa en qué campo, exige la adquisición, dominio y movilización de competencias. La formación es proyectada como un medio para desarrollar las competencias de los emprendedores con miras a la evolución exitosa de un proyecto. De esta manera, la formación de competencias apunta a indagar las necesidades y a adaptar dicha formación al desarrollo de las competencias ligadas a esas necesidades identificadas.

A nivel empresarial, quien toma las decisiones a la cabeza de la organización está capacitado a nivel funcional y gerencial para desempeñar su trabajo, así mismo, influencia el curso de la organización a través de sus características individuales, conocimientos y movilización de competencias. Trabajo poco fácil para quien no conoce en su totalidad las variables que le rigen. La tarea del emprendedor se fundamenta en “una competencia individual de dominio técnico o artístico, sostenida por conocimientos o por el saber-hacer. Esas competencias son capacidades para efectuar un conjunto de tareas precisas, observables y medibles” (Boyer, 2002). Por otro lado, Bruner plantea que “...la competencia supone tanto la acción y la modificación del ambiente, como la adaptación a este ambiente...” (Bruner, 1983), de esta manera la competencia supone así la elección de los elementos del ambiente que den la información suficiente y pertinente para definir la ruta de acción. Ruta de acción que tiene unos objetivos y actividades predefinidas y que, además, provee de logros y fracasos como aprendizaje para el futuro.

En el dominio del emprendimiento, las competencias son definidas como “...comportamientos intencionales e informados, de un individuo o de un equipo, apoyándose sobre una gama de recursos y sobre una voluntad explícita de utilizarlos, y que tienen por resultado final el logro de una iniciativa emprendedora...” (Per Davison, 2006). De esta manera tiende a confundirse la tarea del emprendedor con el emprendimiento en sí, porque de costumbre el emprendedor en la empresa asume tareas de planear, organizar, dirigir, controlar

e interviene directamente en todas sino en la mayoría de las funciones. El emprendedor ejerce su tarea representando su saber-hacer y además confunde este saber-hacer con su empresa, mientras que exista una visión general sobre la gestión de la empresa en materia de contabilidad, ventas, compras.

Con base en lo anterior, podríamos anticipar que la adquisición y desarrollo de competencias de los dirigentes son factores claves para la perdurabilidad de la empresa. La identificación y evaluación de competencias en el emprendedor adquieren gran importancia, así como el auto diagnóstico, logran que el contenido de las formaciones esté vinculado con las necesidades de los emprendedores. La falta de sincronización entre los contenidos de las formaciones en emprendimiento y las necesidades reales de las empresas y la sociedad, hacen ver que las formaciones no son prioritarias y que, en cierta medida, se delega al emprendedor el desarrollo de características claves para su desempeño. Así como es importante desarrollar competencias técnicas con miras a la puesta en marcha de un proyecto, así mismo deben ser la importancia del desarrollo de competencias necesarias para la globalidad y perdurabilidad del proyecto que se pretende.

El papel que desempeñan las competencias del emprendedor en el proceso empresarial y más específicamente en el curso de la pequeña empresa, nos lleva a concluir que la formación en emprendimiento requiere de un programa diseñado de acuerdo a las particularidades y experiencias de los mismos emprendedores, es decir, pensado de manera que sean ellos mismos quienes con la orientación de otros expertos reorganicen sus ideas, conocimientos y aprendizajes, y poco a poco construyan sus estructuras de conocimiento como marco personal para la toma de decisiones según la situación que se les presente.

A partir de los aportes de Peterson y Jacob (Boughattas & Benedic, 2008), la competencia se define como la capacidad de los actores para aprender y ejecutar tareas, y está constituida por aptitudes, habilidades y conocimientos. Esta

definición fue la base del estudio (Boughattas & Benedic, 2008) que tomamos como referencia para dar a conocer las competencias que consideramos debe tener el emprendedor. Los autores a partir del estudio y trabajo en el año 2006 con empresarios de pequeñas empresas, investigadores, expertos y representantes de instituciones, construyen un referencial que da como resultado la selección de ocho competencias, cada una con distintas capacidades necesarias para el logro de la competencia, y cada capacidad integrada por distintas aptitudes.

Tabla 1.

El referencial de las competencias del emprendedor. (Boughattas et al, 2008)

Competencias /capacidades /aptitudes
1. <i>Competencias para la concepción del proyecto de empresa:</i> elaborar una estrategia simple permitiendo definir el objeto, objetivos y medios para realizar su proyecto y compartirlo con su equipo (ambiente, redes...)
<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para preparar el objeto de la empresa Capacidad para establecer la viabilidad del proyecto /comercial, financiera y técnica) Capacidad para preparar el plan operacional Capacidad para comprender y evaluar los ciclos económicos Capacidad para identificar las necesidades del mercado Capacidad para elegir las estrategias exitosas Capacidad para adelantarse a la competencia Capacidad para definir los parámetros del proyecto de empresa Capacidad para evaluar las posibilidades de negocio Capacidad para hacer lanzamientos de nuevos productos o servicios
2. <i>Competencias en comercialización, ventas y servicios:</i> identificar los clientes, proveedores y competidores; definir y conocer las necesidades; vender

<p>eficazmente y ofrecer un servicio adaptado a las expectativas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para buscar y seleccionar correctos canales de distribución Capacidad para diseñar una estrategia de venta Capacidad para establecer una política de precio (venta y compra) Capacidad para comercializar y vender Capacidad para establecer relaciones con los clientes.
<p>3. <i>Competencias para la gestión financiera</i>: saber leer y comprender los resultados financieros.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para interpretar datos contables Capacidad para elaborar presupuestos Capacidad para evaluar y controlar los costos (producción, facturas, contratos...) Capacidad para establecer y mantener buenas relaciones con las instituciones financieras y tributarias.
<p>4. <i>Competencias para la gestión de personal</i>: saber reclutar y animar el personal en función de las necesidades</p>
<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para definir las necesidades y los perfiles de cada cargo Capacidad para reclutar el personal Capacidad para capacitar el personal Capacidad para dirigir el personal Capacidad para administrar los sistemas de pagos y seguridad social (salarios, contratos de trabajo, incapacidades, las huelgas...)
<p>5. <i>Competencias para la organización de la empresa</i>: organizar y hacer el seguimiento a las tareas técnicas y administrativas cotidianas y que comprenden la compra, la negociación y consenso de productos con relación a los pedidos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> Capacidad para organizar y hacer seguimiento a las tareas administrativas Capacidad para evaluar y prevenir riesgos Capacidad para organizar y hacer seguimiento a los procesos de producción

Capacidad para negociar
6. <i>Competencias para dirigir:</i> tener buenas relaciones con terceros, profesionalismo, manejo del tiempo, gestión de tareas
Capacidad para gerenciar Capacidad para comunicar eficazmente Capacidad para interactuar con terceros Capacidad para manejar las dificultades Capacidad para formarse
7. <i>Competencias en el dominio de la información:</i> recolectar, velar y utilizar la información para esclarecer la evolución de la empresa
Capacidad para buscar, analizar y clasificar información Capacidad para utilizar herramientas informáticas Capacidad para conocer el sector de su actividad Capacidad para identificar oportunidades
8. <i>Competencias para gerenciar las relaciones de la empresa:</i> crear, mantener y desarrollar redes útiles de manera formal e informal
Capacidad para establecer y mantener contactos útiles (integrar redes) Capacidad para organizar relaciones publicas

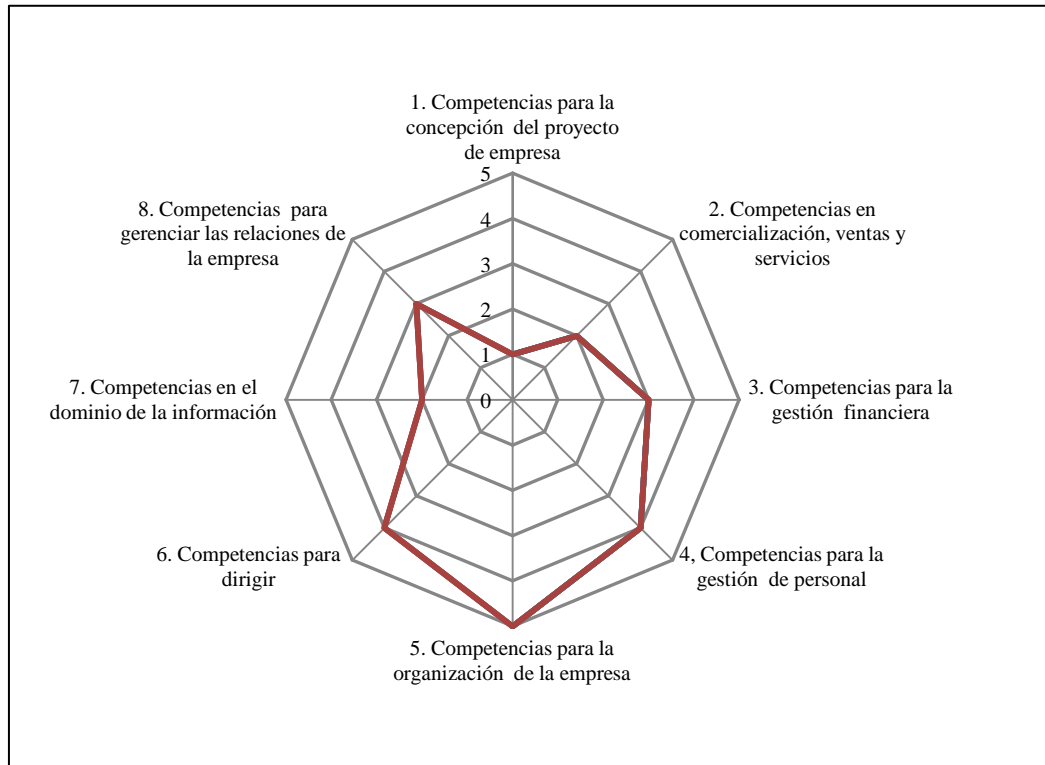
A cada una de las aptitudes se le asignó un puntaje cuyo rango va de 1 a 5, siendo 1 el punto más débil y 5 el máximo dominio. Este puntaje permite conocer el nivel de cada una de las aptitudes que tiene el emprendedor y que finalmente determinan las capacidades y competencias que tiene.

5	4	3	2	1
Dominio total	Buen dominio	Dominio medio	Bajo dominio	Dominio nulo

Finalmente se ponderan las aptitudes y capacidades para presentar los resultados en una escala estilo Likert.

Gráfico No. 2

Ejemplo del esquema de evaluación de competencias (Boughattas et al, 2008)



La presentación permite ver el nivel de dominio de cada competencia y así mismo identificar aquellas que requieren refuerzo, lo que los autores del modelo denominan “lagunas”. Este esquema ofrece las ventajas de ser una herramienta de autoevaluación, para que el emprendedor tenga un mayor panorama de su situación personal, para identificar por un lado las competencias relevantes y que debe aprovechar al máximo, y por otro lado las competencias más débiles para trabajar en su desarrollo. Así mismo, los resultados permiten el diseño de programas personalizados de formación a mediano y largo plazo, con base a las exigencias y necesidades no solo de la persona sino de la empresa.

El Rol de la Tutoría, el Coaching y el Mentoring

En la medida que pasa el tiempo, se han desarrollado distintos mecanismos para la enseñanza con resultados positivos o negativos según los objetivos de los programas educativos. Tomando en cuenta que el objetivo es la formación de emprendedores, consideramos importante destacar que este proceso requiere de un acompañamiento. A continuación damos a conocer las metodologías de la tutoría, el coaching y el mentoring y cual consideramos más apropiada.

La tutoría, como término clásico, comprende « los medios gracias a los cuales un adulto o un « especialista », viene en ayuda de alguien que es menos adulto o especialista que él (Bruner, 1983, pág. 261). Aquí, las capacidades para aprender y enseñar deben ser desarrolladas a partir de las relaciones interactivas entre tutor-alumno, del desarrollo del saber-hacer y de la resolución de problemas definidos. Se considera que el tutor debe adaptar su comportamiento a las necesidades de cada uno de los estudiantes, pero conservando ciertos comportamientos y procedimientos generales para todos, por ejemplo aplicación de reglas. El tutor da órdenes verbalmente y su objetivo es que el alumno las siga, en la medida que el alumno avance y haga las tareas de acuerdo a las indicaciones, el tutor da una nueva orden. El alumno hace solo lo que él le diga, pareciera que el rol del tutor fuera estimular y lograr que el estudiante tenga presente un objetivo en la cabeza, y no es fácil porque de costumbre el estudiante tiene presente una idea diferente en su mente.

Este tutor es el abogado que de costumbre da un ejemplo sobre cómo hacer una cosa, en el momento que el estudiante hace algo diferente (sin seguir las indicaciones precisas), el tutor le corrige y lo conduce según lo que está escrito.

Este es el caso de rol tradicional del *reparador*² que da una respuesta adecuada pero que no permite reflexionar sobre el problema, y también es el clásico acompañamiento que utiliza como lema “clave en mano” y aporta la solución concreta. Aunque el contexto social influencia las acciones, no podemos olvidar que ese contexto también puede ser un modelo que conduce a imitar comportamientos (se hacen las mismas cosas, productos, servicios....sin valor agregado). En nuestro caso, los emprendedores se adaptan a las situaciones. Por lo tanto, surge el coaching emprendedor como “...un acompañamiento individual a los emprendedores en la fase de inicio o de crecimiento, que comprende la adquisición o desarrollo de competencias para el aprendizaje en uno o varios dominios particulares según la necesidad...” (Couteret & Audet , 2008). El objetivo es que el coach emprendedor, sea un experto en la gestión, tenga una gran experiencia en los negocios, experticia en el dominio requerido por el emprendedor y sepa crear un ambiente de aprendizaje abierto al cambio.

La relación coach/emprendedor está bajo el marco de la honestidad donde hay un modo de aprendizaje ensayo-error, el coach supervisa y el estudiante aprende. Sin embargo, está por encima el binomio mentoring/emprendedor fundamentado en las relaciones interpersonales (que comprende dimensiones afectivas) más que simplemente las competencias técnicas para el aprendizaje (dimensiones cognitivas y la espera de resultados tangibles).

El objetivo del mentoring emprendedor es, contrario al coaching, la adquisición por el dirigente de una competencia precisa relativa a una necesidad definida, ejerce una función más global donde el aprendizaje de una tarea comprende en un sentido general: capacidades de decisión, gestión de cambio, anticipación... el emprendedor guiado bajo la modalidad del mentoring se convierte en una persona autónoma.

² Traducción de la palabra “*reparateur*”. (Schmitt, Julien et Lachance 2002)

A diferencia de la tutoría, los procesos de coaching y de mentoring comparten que son antes que todo procesos de orientación en el aprendizaje para la vida, es decir, quien actúa como coach o como mentor se convierte en un *facilitador*³ de ese aprendizaje, quien no aporta soluciones pero quien ayuda a que el estudiante reflexione sobre sí mismo, a que construya la situación y encuentre respuestas a sus inquietudes. La participación del mentor aporta procesos de crecimiento que vuelven al estudiante capaz de identificar el problema, construir las relaciones (situación), conducir un proyecto o alcanzar un objetivo. También, la ayuda del mentor aumenta la confianza, conduce esfuerzos, desarrolla competencias en el aprendizaje y fortalece debilidades. Aunque la solución de un problema es importante, más importante puede ser aun la comprensión dicho problema en todo un contexto. El mentor contribuye a que el estudiante descubra y no asimile su aprendizaje.

³ Traducción de la palabra "*faciliteur*". (Schmitt, Julien et Lachance 2002)

CAPÍTULO 3. EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

La mayoría de autores reconocen la importancia del emprendimiento sobre el desarrollo económico, casi podría hacerse la afirmación de que el motor del desarrollo es el emprendimiento. Si se entiende por emprendimiento, el proceso de organización de actividades económicas llevadas a cabo por agentes pertenecientes al sector privado, en el que necesariamente se incurre en riesgos cuyo pago esperado es tener utilidades, podría asociarse el termino con la esencia misma del sistema capitalista.

Para el caso colombiano, el tema de emprendimiento se ha convertido en un tema fundamental sobre el cual hay enorme interés por parte de los distintos agentes privados y estatales de la sociedad, tanto del sector macro como micro en el país. Es por esta razón que, hoy por hoy, hay un sinnúmero de programas, proyectos de ley, políticas públicas, debates, foros y demás espacios que integran a la sociedad entera, dedicados a diagnosticar los elementos claves para fomentar una sociedad emprendedora en el país. (Cámara de Comercio, 2011)

Un elemento clave es que el tema del emprendimiento es de carácter transversal, es decir, nos concierne a todos como colombianos y se requiere de todos para avanzar en él. De hecho, como veremos, no es suficiente la implementación de sólidas políticas públicas, ni tampoco proyectos de ley, ni iniciativas de instituciones y organizaciones que incentiven el emprendimiento de individuos cerrados a la idea de convertir a Colombia en una nación abierta, arriesgada, aterrizada, creativa, autónoma entre muchas otras características relacionadas al emprendedor.

De acuerdo con Rafael Vesga, profesor de la Facultad de Administración de la Universidad de Los Andes, el emprendimiento tiene varios elementos: un primer

elemento, tiene que ver con el hecho de que existen tres niveles de análisis: nivel macro y del entorno, nivel intermedio de las empresas y el nivel básico de los individuos. Aclara que, si bien estos niveles comprenden elementos diferentes, interactúan siempre y en todo momento. El desarrollo de cada uno de ellos requiere, necesariamente del avance en los otros.

Las empresas no van a mejorar su condición innovadora y emprendedora si no hay garantías en el entorno y en la política pública, que permitan que los retornos privados de la acción que éstas lleven a cabo, se correspondan con los niveles de inversión que tal acción supuso. Las políticas públicas no podrán ser eficientes de ninguna manera, en la medida en que no haya respuestas positivas a ellas por parte de los agentes micro (empresas e individuos). Un individuo no puede decidir ser emprendedor, si no existe una serie de condiciones relacionadas con la calidad y cobertura de la educación, procesos de capacitación, información, acceso a tecnologías de la información y comunicación entre otros. (Vesga, s.f),

El problema de definición sobre lo que es emprendimiento

La palabra emprendimiento ha dado lugar a confusiones en Colombia. Existe la idea equivocada de que por emprendimiento se hace referencia a creación de empresa, o a organización de empresa en etapas tempranas de crecimiento. De ser así, Colombia tendría todos los motivos para estar conforme y probablemente sería candidata a futura potencia mundial, teniendo en cuenta las consideraciones de expertos que ven en el emprendimiento el núcleo del desarrollo sostenible. El emprendimiento es mucho más que eso. Se trata más bien de la concepción de una idea que pueda ser materializada y que efectivamente se materialice a través de un accionar.

Otro componente fundamental del emprendimiento es el riesgo que siempre debe estar presente en él. La acción que se lleva a cabo, producto de la concepción de

una idea, necesariamente debe incluir un riesgo; nótese entonces, que es difícil alejar el emprendimiento de la inversión. En un contexto económico, el emprendimiento supone, por supuesto, un riesgo monetario, y por lo tanto parece lógico pensar que incluye también, la visualización de un pago esperado (utilidad). Siguiendo a Vesga (s.f): “El emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en organizaciones de todos los tamaños”.

A estas alturas resulta interesante introducir un nuevo término, la innovación; entendida como el proceso premeditado que da lugar al desarrollo de nuevos bienes o servicios dentro de alguna organización (Vesga, s.f). En esa medida, la reflexión que el autor hace es muy pertinente: “puede haber emprendimiento sin innovación (por ejemplo con la creación de una empresa vendedora de los clásicos y tradicionales perros calientes, en donde se emprende una acción que incluye un riesgo, pero en la que no hay innovación ni en el servicio, ni en el plan de negocios ni tampoco en el producto, así lo suponemos para este caso)”. También puede haber innovación sin creación de empresa (un ejemplo es Apple, pionera en innovación), pero no puede haber innovación sin emprendimiento.

Para identificar otras aproximaciones a los términos anteriormente expuestos, recurrimos a la Ley 1014 del 2006⁴ en donde el emprendimiento se define 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, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad...”. En este orden de ideas, un emprendedor, según dicha norma es una persona con capacidad de innovar; entendida como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

⁴ Artículo 1o

La palabra creativa dentro de la definición de innovación, que a su vez define al emprendedor, genera un distanciamiento entre el emprendimiento y el emprendedor. La definición de emprendimiento, tal y como está escrita en la ley, no supone de ninguna manera innovación, sin embargo la de emprendedor sí. De ahí, que exista un primer elemento que podría llevar a confusiones a la hora de la formulación de proyectos y programas que impulsen el emprendimiento o la formación de emprendedores. Una primera conclusión basada en la Ley 1014 de 2006 es que puede haber emprendimiento sin emprendedores, lo cual no tiene sentido.

Según el Diccionario de la Real Academia Española, la creatividad es “facultad de crear”, crear es “producir algo de la nada”. Producir algo de la nada no incluye a la persona que lleva un acto de emprendimiento; por ejemplo; vendiendo Perros Calientes, utilizando un plan de negocios, productos y prestando servicios convencionales. Producir algo de la nada se entiende más como una concepción mental y producción de algo inexistente.

De cualquier manera, la confusión desde la Ley es un hecho que ha acompañado a las políticas públicas, las prácticas emprendedoras de las empresas, los programas de capacitación e impulso de la actividad emprendedora, la cultura de emprendimiento y demás escenarios en donde el emprendimiento o los emprendedores estén de moda. Por esa razón, no es de extrañarse que durante una entrevista con un asesor de la Cámara de Comercio de Bogotá (Reyes, 2011), este tuviera que reconocer que: “No hay una respuesta oficial sobre su pregunta ¿Qué es emprendimiento?”. Por tal motivo, la utilización de estos términos por parte de las distintas fuentes, intentarán ser comprendidos según sea el caso.

Algunos Datos Introductorios

Teniendo claro lo anterior, se puede proceder al análisis de algunas estadísticas para el caso colombiano. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Colombia es el tercer país más emprendedor dentro de una muestra de 43 países. Este dato es en apariencia muy alentador, sin embargo, debe anotarse que si los primeros lugares los ocupan países como Perú o Bolivia, debe tenerse en cuenta que los países emprendedores por excelencia fueron excluidos en la muestra. Y en cualquier caso, estos datos no tienen en cuenta ni el grado de informalidad de la economía en Colombia, ni tampoco niveles de innovación o valor agregado generados por esas acciones emprendedoras. Además, estos datos proporcionados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo no coinciden con la fuente directa del informe. El informe que realiza el GEM es muy completo, sin embargo, su interpretación se presta a confusiones en tanto que hay un número importante de índices y sub índices, así como también distintas agrupaciones por países.

Si el concepto de emprendimiento puede reducirse a la creación de empresas, entonces cerca de 7 millones de colombianos entre los 18 y los 64 años están iniciando una actividad emprendedora; no obstante, este dato no revela mucho. Más interesante es analizar ¿cuántos de esos proyectos perduran en el tiempo, cuántos logran consolidarse o al menos llegar a una etapa importante de crecimiento? ¿Cuántas de esas 7 millones de personas adultas pertenecen al sector formal y cuantas están llevando a cabo algún servicio, producto o modelo de negocio novedoso? ¿Cuántas de esas personas empiezan empresa sin analizar el entorno, sin buscar oportunidades, sin plantear previamente un modelo de ventas, producción, negociación o mercadeo? ¿Qué tantos de ellos empiezan empresa por necesidad? ¿Qué tanto interés tiene esa población por lograr que sus empresas crezcan?

En la misma entrevista mencionada unos párrafos atrás el señor Yeison Reyes comentó que uno de los principales objetivos de proyectos como Bogotá Emprende es crear incentivos para la formalización de las acciones emprendedoras que se llevan a cabo en la ciudad (Reyes, 2011), lo cual no es de extrañarse toda vez que se encuentran datos como el del mismo estudio de GEM en el que tan solo el 17% de las iniciativas empresariales pertenecen al sector formal.

Nivel macroeconómico y de entorno

Siguiendo la metodología planteada por Vesga (que se seguirá en el resto de este capítulo, pasando por los distintos niveles de emprendimiento en Colombia), hay una serie de elementos determinantes del emprendimiento a nivel macro y de entorno en el país: grado de desarrollo y tamaño de mercados; ciencia, tecnología e información; instituciones; mecanismos de financiación; corrupción y problemas de orden público; proyectos de ley; educación; indicadores e incentivos. (Vesga, s.f)

Desarrollo y tamaño de mercados

Colombia es un país contradictorio en tanto que presenta indicadores favorables de desarrollo (teniendo en cuenta que se trata de una economía emergente) y tamaño de mercado y sin embargo, los alcances de la innovación y uso de tecnologías es aún muy pobre. (Vesga, s.f)

El tamaño de mercado es un indicador importante desde el punto de vista del emprendimiento en tanto que a mayor tamaño, hay mayor número de oportunidades de emprendimiento. Además, economías grandes generalmente están relacionadas con elevados niveles de competitividad dentro de las empresas. Por su parte, elevados niveles de desarrollo generalmente implican

altos niveles de inversión en capital, inversión extranjera directa y altos niveles de consumo.

Desde el punto de vista de la percepción de inversionistas, consumidores y potenciales emprendedores, países con indicadores favorables en estos ámbitos tienden a ser países con altos niveles de emprendimiento. Según el Global Competitiveness Report (World Economic Forum, 2010) Colombia es la quinta economía de Latinoamérica y ocupa el puesto 30 en lo referente al tamaño de su PIB dentro de 131 de todo el mundo. Sin embargo, según el índice global de competitividad Colombia se sitúa en el puesto 68; en el tema de alistamiento tecnológico está en el puesto 63 y en innovación ocupa el puesto 61.

En un reporte realizado por la London Business School, en asociación con el Babson College (Global Entrepreneurship Monitor, 2007) , Colombia aparece en el tercer lugar de una lista de 43 países en materia de emprendimiento. Sin embargo, no más del 18% de esas iniciativas corresponden a acciones pertenecientes al sector formal.

Ligando las dos ideas anteriores, y haciendo un resumen de los reportes mencionados, el tema de la informalidad en Colombia es un tema característico y fundamental en relación con emprendimiento innovador. En un artículo sobre política de emprendimiento (World Economic Forum - Colombia, s.f) se hace especial énfasis en las desventajas que trae la informalidad. Por un lado, porque estas iniciativas no están cobijadas por los mecanismos de financiación que busca constantemente la política nacional de emprendimiento; por otro, porque presentan niveles de productividad mucho menores, lo que a su vez las lleva a escalas de operación inferiores a las óptimas.

Tampoco tienen un contacto cercano con los mercados de bienes y servicios, por ejemplo, a los que sí tienen acceso empresas formales a través de las redes de

emprendimiento. Los recursos destinados a política pública de emprendimiento no son captados por estos empresarios. En suma, lo que se tiene son iniciativas vulnerables con alta probabilidad de quiebra en etapas tempranas de formación.

Ciencia, tecnología e información

Los objetivos principales de la política de emprendimiento en Colombia, según como están especificados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en su página web, muestran el interés que existe a nivel de políticas públicas por relacionar las iniciativas emprendedoras con la ciencia y la tecnología, por medio de mecanismos de incentivos e información. En el quinto (y último) objetivo, publicado en la página del Ministerio, se lee: "...Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación..." (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Existen, sin embargo, grandes problemas en esta materia en Colombia. Para complementar los indeseados índices expuestos en el apartado anterior, el tema de infraestructura, que aunque no es propiamente un tema de ciencia y tecnología pero que para efectos de este trabajo introduciremos en este punto, es uno de los más preocupantes de todos. El puesto que le corresponde a Colombia en el escalafón del GCR es el 86. (World Economic Forum, 2010)

El tema de la infraestructura es fundamental porque incluye puertos, aeropuertos, autopistas, carreteras y demás medios de comunicación física. Un país en donde estos medios son deficientes tiene serios problemas. Por un lado, porque se dificulta la transmisión y difusión de tecnologías de un sector a otro. Por otro, porque las empresas con intenciones de crecer y expandirse a otras ciudades no encuentran un ambiente propicio para ello. Los costos de transporte se hacen costosos y, por lo tanto, los procesos de distribución se tornan ineficientes.

A pesar de lo anterior, no todo está mal. Según el artículo publicado por Juan Bautista Franco Clavijo titulado “Emprendimiento Colombiano: Potencial Creativo Para El Desarrollo Nacional” en 2010, hay evidencia de enormes mejoras a propósito de estos elementos. Un ejemplo importante de ello es Colciencias que desde principios de los 90’s y más adelante, con el apoyo de la Ley de Ciencia y Tecnología, adelanta importantes avances en la formación de incubadoras de empresas de base tecnológica. Este proyecto consiste, en términos muy generales, en el asesoramiento a empresas en etapas de crecimiento y consolidación a partir de herramientas tecnológicas relacionadas a los sectores respectivos en que cada una de ellas opera.

Por otro lado, son enormes los avances en términos de apoyo directo para el desarrollo de nuevas tecnologías, por parte de empresarios y universidades que se han unido en los últimos años para sacar adelante proyectos de altos alcances. El problema es que la falta de información, siempre presente en la transmisión de estas iniciativas de apoyo a la sociedad emprendedora, ha impedido que estos proyectos logren eco. Además, hoy por hoy se adelanta un proyecto de ley que busca nada más y nada menos que transformar a Colciencias en un departamento administrativo autónomo. Esto con el fin de lograr que como mínimo el 1% del PIB se invierta en ciencia y tecnología (C&T) anualmente. Actualmente, Colombia invierte el 0.37% de su PIB en C&T, mientras que Brasil casi que lo triplica con un 0.93%. Se calcula que un país debería invertir al menos el 2% de su producto interno en C&T (Vesga, s.f).

Dos normas recientes deberían mejorar esta situación:

1. Se reformó la Constitución Nacional en materia de Regalías⁵; por el cual un 10% del total, se dedicará a Investigación, Ciencia y Tecnología. Teniendo en cuenta las expectativas razonables de crecimiento de la explotación minera y los precios internacionales del petróleo, el

⁵ Aprobada el 14 de junio de 2011

carbón, el níquel y el oro, podrían recaudarse unos quinientos mil millones de pesos anuales por lo menos, en los próximos diez años.

2. Se aumentaron los beneficios tributarios para quienes inviertan en estas actividades en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014⁶

El tema de la barrera a la difusión de tecnología de unos sectores de la economía a otros, no es exclusivo de la infraestructura. Hay un tema de fondo en materia de tecnologías de la información y la comunicación. Los problemas de difusión de tecnología y conocimientos son característicos de las pequeñas y medianas empresas (Vesga, s.f). Es decir, aquellas empresas en etapas de nacimiento o crecimiento (en el mejor de los casos). Estas son etapas en donde la apropiación de tecnologías correspondientes al sector en que sean prácticas, pueden representar un elemento clave para pasar a una etapa de consolidación.

Para recalcar el tema del problema de información, Juan Bautista Franco dice: "...En los propósitos de difundir cultura emprendedora, teniendo en cuenta que en algunos países desarrollados los medios masivos de comunicación se convierten en fuente de motivación dando a conocer experiencias exitosas de emprendimientos, contribuyen así a que la sociedad en general se interese por estos temas, es loable en nuestro medio la iniciativa y labor...limitada por falta de recursos...de algunos medios como la TV, radio y prensa, especialmente del nivel local, así como el de algunas entidades, caso SENA..." (Franco, 2010, pág. 5).

Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC's

Finalmente, frente al tema concreto de las TIC's en Colombia, las tecnologías de la información y la comunicación en Colombia muestran serios problemas. Los costos de acceso Internet y a la telefonía móvil son demasiado altos por dos

⁶ Ley 1450 de junio 16 de 2011-07

razones: la presencia de oligopolios y el haberse cobrado a los primeros operadores unos pagos al Gobierno innecesarios. Los indicadores no son buenos (puesto 70^a nivel mundial). Este tema frena las posibilidades y oportunidades empresariales tanto en su funcionamiento como en la búsqueda de nuevas oportunidades. (Azüero, 2009).

En suma, el tema de la ciencia, tecnología e información es clave cuando se quiere hablar de emprendimiento innovador. Primero, porque es a través de la apropiación de las distintas tecnologías y manejo de los campos del conocimiento científico de donde se parte para generar ideas novedosas. Segundo, porque con deficiencias en el sistema de información es imposible pretender que se genere un espacio cubierto de oportunidades para potenciales emprendedores.

Infraestructura de Transporte

Existen sin embargo, grandes problemas en esta materia en Colombia. Para complementar los indeseados índices expuestos en el apartado anterior, el tema de infraestructura de transporte, es uno de los más preocupantes de todos. El puesto que le corresponde a Colombia en el escalafón del GCR es el 86 (World Economic Forum, 2010).

El tema de la infraestructura es fundamental porque incluye puertos, aeropuertos, autopistas, carreteras y demás medios de comunicación física. Un país en donde estos medios son deficientes tiene serios problemas. Por un lado, porque se dificulta la transmisión y difusión de tecnologías de un sector a otro; por otro, porque las empresas con intenciones de crecer y expandirse a otras ciudades por ejemplo, no encuentran un ambiente propicio para ello. Los costos de transporte se hacen caros y, por lo tanto los procesos de distribución se tornan ineficientes.

Instituciones

El tema de las instituciones es crucial a la hora de pensar en políticas públicas adecuadamente orientadas al fomento de emprendimiento en el país en tanto que solo en la medida en que se construya una red conjunta de las mismas se podrán observar respuestas en la sociedad. Otro elemento importante es que si no existe un marco de convergencia entre las distintas instituciones pertenecientes a los diversos campos, no será posible formar un sistema con objetivos universalmente definidos que impulse la iniciativa de emprendimiento. Los campos más relevantes en los que estas instituciones están ubicadas son el político, el económico, el de apoyo financiero, el de investigación y el de educación.

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo uno de los objetivos más importantes está relacionado con la articulación institucional en tanto que logre promover el emprendimiento a lo largo del territorio colombiano. En el documento sobre política de emprendimiento en Colombia, el Ministerio nombra los actores institucionales que conforman la Red Nacional de Emprendimiento: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, líder del proyecto, acompañado de los Ministerios de Educación y Protección Social, SENA, Bancoldex, Dirección Nacional de Planeación (DNP), Colciencias, instituciones de educación superior, fondos y el sector privado (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Dentro de las instituciones responsables de buscar mecanismos de financiación se destaca Bancoldex que ha aportado sumas importantes de dinero a la financiación de proyectos que promuevan el desarrollo de la industria de capital privado en el país. Los mecanismos de financiación son, en general, de largo plazo y su objetivo principal es atraer inversionistas locales y extranjeros. Cabe decir que este proyecto está diseñado para empresas con trayectoria que han alcanzado una

etapa avanzada de crecimiento. Hay otro tipo de proyectos de capital semilla y de riesgo enfocados en proyectos e ideas nuevas. El Fondo Monetario de Modernización y Desarrollo tecnológico es un claro ejemplo de ello.

Existen otro tipo de instituciones concentradas en crear incentivos de creación y, sobre todo, formalización de empresas. Sobre este punto es necesario hablar nuevamente de las Cámaras de Comercio, que son las aliadas por excelencia del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT). Estas cumplen papeles preponderantes tales como ejercer las secretarías técnicas de las Redes Regionales de emprendimiento. Hoy, hay constituidas 25 redes que cubren 21 departamentos del país. El objetivo, es llevar a todo el territorio nacional una propuesta con incentivos sólidos que resulten en la formalización de la mayoría sino la totalidad de las empresas en Colombia. Algunos de estos incentivos, cobijados por el régimen jurídico, incluyen beneficios parafiscales, asesoría permanente en las distintas etapas de crecimiento y cursos de emprendimiento (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Uno de los programas más destacados por los resultados que ha logrado es el de “Bogotá Emprende” que cuenta con el apoyo de la Cámara de Comercio de Bogotá en compañía con la Alcaldía Mayor (Cámara de comercio de Bogotá). Se acaba de crear, en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, un instrumento denominado “Ángeles Inversionistas”, que estimula a empresarios privados consolidados a dar apoyo tecnológico y financiero a nuevos emprendedores.

El tema de apoyo financiero es aún muy pobre. A pesar de que existen programas destinados a premiar a aquellas ideas, proyectos o empresas emprendedoras con potencial de crecimiento, la falta de información y los elevados estándares requeridos para acceder a estos créditos han impedido que pequeñas y medianas empresas se beneficien de ellos (Vesga, s.f)

Corrupción y problemas de orden público (conflicto armado y narcotráfico entre otros)

Aunque no es mucha la bibliografía que relaciona el tema del orden público y la corrupción con el emprendimiento, En este trabajo se considera un elemento importante que debería dar lugar a investigaciones futuras.

En primer lugar, el problema de la corrupción es en esencia que mientras que las instituciones diseñan programas e incentivos que lleven a la formalización, creación, búsqueda de crecimiento y consolidación en las empresas, los agentes microeconómicos de la sociedad (personas jurídicas y naturales) creen cada vez menos en ellos. Se trata de un desincentivo que incluso aleja a los potenciales emprendedores de los beneficios que el estado les quiere brindar.

Es un problema adicional al deficiente sistema de información, de hecho, podría pensarse como un determinante más del problema de información; los colombianos no solo no se enteran de los proyectos por problemas en las tecnologías de la información y los malos sistemas de difusión sino porque en ultimas no creen en ellos. No están interesados en informarse. Como está escrito en párrafos anteriores, este es tema de otro trabajo. Sin embargo, no sobra señalar que podría ser un aspecto importante a la hora de mercadear los proyectos y programas. Introduciendo un componente psicológico que permita a los empresarios informales confiar.

En lo referente al orden público, es evidente que los problemas que trae la pobre infraestructura se agudizan con el conflicto armado y el orden público. Hay lugares a los que a pesar de existir vías aún no se puede llegar, de esa manera, hay una externalidad negativa que elimina del plano del mercado una serie de posibles oportunidades.

Régimen Jurídico

En el proceso de investigación, se encontró legislación relacionada con emprendimiento en Colombia que describimos a continuación:

1. Ley 1014 de 2006 que promueve la cultura del emprendimiento.

En el artículo 1, se exponen las definiciones de cultura, emprendimiento y emprendedor. En los párrafos introductorios se comentó la posible confusión que podrían generar las definiciones de los dos últimos términos. Sin desconocer el hecho de que para hacer una crítica fundamentada sobre las definiciones de estos conceptos, es necesario ahondar mucho más en la finalidad que el legislador buscó y en la esencia misma de la ley, si cabe el comentario de que tales definiciones pueden dar lugar a confusiones dentro de los diseñadores de programas que se ajustan al régimen jurídico, de quienes ejecuten esos programas y de la sociedad misma. Esas confusiones pueden dar lugar a lo que se comentaba en el apartado referente a las instituciones. La confusión puede dar lugar a que unas instituciones pongan sus ojos en unos objetivos y otras en otros.

Además, si el mensaje que se le da a la nación es que el emprendimiento no requiere de innovación, el efecto es absolutamente distinto a si se le reitera que la innovación juega un componente importante.

En el artículo 2 cabe citar de forma textual el numeral relacionado a la educación: “...Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación

básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento” (Ley 1014 de 2006).

Lo anterior muestra como la Ley compromete a las instituciones educativas al fomento del espíritu emprendedor por medio de la enseñanza, en todas las etapas de formación.

El artículo 3 destaca un tema tratado en un capítulo anterior relacionado a las herramientas psicológicas que requiere un emprendedor: “Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente”.

El artículo 4 muestra el paternalismo del estado colombiano. En términos generales responsabiliza al estado de buscar acuerdos con entidades financieras para facilitar el acceso a créditos. Este tema es, por supuesto, muy debatible. Sin embargo, es importante tener en cuenta que las entidades financieras, dentro de un sistema de libre mercado, financiarán aquellos proyectos que les resulten interesantes desde el punto de vista económico. Es usual que cuando el estado interviene en asuntos de interés de agentes privados, las transacciones resultantes dan lugar a pérdidas de eficiencia para ambas partes. Por otro lado, si de emprendimiento se trata, vale la pena dejar que la creatividad con la que la ley se refiere a los emprendedores juegue una buena jugada. Aquellos que se caractericen por llevar a cabo proyectos originales y atractivos tendrán lugar a financiamiento. Se trata de una actividad natural del mercado. Lo mismo ocurre con el artículo 6, que se refiere a los inversionistas ángel. Siempre que exista una probabilidad importante de éxito las entidades financieras estarán dispuestas a apoyar proyectos. Sobre este tema es importante detenerse a pensar en cuales son en el fondo los resultados que busca la Ley. Pareciera que no hay discusiones

sobre el impulso al espíritu emprendedor. Pero cuando el estado entra a buscar solución a todos los escenarios de posible fracaso de un emprendedor, le impide, sin quererlo, poner en práctica su creatividad para encontrar mecanismos recursivos en los que la idea que tiene en la cabeza efectivamente logre materializarse.

2. Ley 590 de 2000

También conocida como Ley Mipyme, busca ante todo fomentar la creación y la formalización de las pequeñas y medianas empresas mediante la vía de beneficios parafiscales en las etapas tempranas de las mismas.

De manera concreta, la Ley hace exenciones de impuestos de la siguiente manera: el primer año, la empresa es exenta del 75% de los aportes tributarios, el segundo año se perdona el 50%, el tercer año el 25% y solo a partir del cuarto año deberá contribuir con el 100% de los impuestos (Senado de la República, 2000).

3. Ley 1314 de 2009

Esta ley busca la universalización de las normas de contabilidad en el país, para constituir un sistema homogéneo respecto al ámbito internacional. El propósito de esta ley es incrementar la disponibilidad de recursos de financiamiento vía un incremento en la inversión extranjera.

4. Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS)

Se trata de una nueva posibilidad de sociedad en la que los trámites son menores, los costos de constitución de la sociedad son inferiores a los que se incurren cuando se forma una sociedad anónima tradicional y las responsabilidades de los socios sólo incluyen los aportes de los mismos.

El objetivo de SAS es facilitar la constitución de sociedades, incentivar la innovación y el emprendimiento en Colombia. (Revista Dinero, s.f.)

Sin embargo, ¿el hecho de que sea relativamente más simple constituir una sociedad realmente incentiva la innovación? Está claro que la simplicidad y las menores cargas económicas para la constitución de sociedades impulsan la creación de nuevas empresas y el emprendimiento. A la fecha, más de 65.000 empresas nuevas han surgido a causa de SAS.

Sin embargo, no es claro que esto promueva la innovación, incluso podría ser lo contrario. Es necesario ahondar en las causas de la creación de estas empresas; una cosa es una empresa que entra al mercado porque identificó una oportunidad, investigó de qué manera podría aprovecharla, estudió posibles estrategias y las ejecuta, otra muy distinta es que unos individuos cansados de buscar empleo e ingresos, hayan decidido constituir una empresa por necesidad. Estos últimos no entran al mercado como resultado de un análisis de mercado y tampoco están dispuestos a asumir niveles significativos de riesgo y en este orden de ideas, no han pensado si quiera en crecer. Simplemente buscan un sustento para vivir el día a día, por supuesto, estas empresas no son innovadoras en principio.

Un elemento que sustenta lo anterior es de acuerdo con Vesga, (s.f., pág. 9): "...un instrumento como el balanced score card, que permite medir la implementación de la estrategia (en las empresas), solamente fue utilizado por el 24% de las empresas..."

La segunda encuesta de desarrollo e innovación tecnológica cubrió una muestra de 6172 empresas manufactureras en el país, las clasifiqué desde innovadoras radicales (el requisito para entrar en este grupo es simplemente haber desarrollado un nuevo producto) hasta no innovadoras, pasando por 6 grupos. Solo el 8.3% son innovadoras radicales. (Vesga, s.f)

Educación

El papel que juega la educación en el emprendimiento ha sido hasta el momento ante todo de difusión de conocimiento. El rol que juega es clave y necesario en una sociedad de emprendimiento innovador toda vez que se mantenga activa en la investigación, difusión y discusión de nuevos elementos de conocimiento.

En las etapas de formación básicas hay un elemento adicional relacionado con la formación de la personalidad de las personas, la adquisición de valores y cualidades son en gran parte el resultado de lo que se aprende en el preescolar, la primaria y el bachillerato.

Cuando se alza la mirada a los niveles de educación superior, se observa una importante relación que debe ser más y más estrecha entre los conocimientos adquiridos en la formación educativa y la canalización de los mismos a las empresas. Esa es una base importante del emprendimiento y así lo reconoce uno de los objetivos primordiales de la política pública según el MCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

En cuanto al sistema educativo, también hay una serie de sugerencias hechas por expertos como Topolansky (Arce, 2011) cuando dice: "...Si un maestro explica un problema y pregunta por la fórmula para resolverlo, se tiende a creer que sólo existe una manera de responderlo. Eso es lo que hay que evitar, por eso nosotros queremos que la gente busque alternativas...".

Este tema es de gran trascendencia porque enmarca gran parte de la cultura y estructura mental de los individuos de una sociedad.

Objetivos principales de las políticas públicas de emprendimiento

Para resumir todo lo que se ha mencionado y poder apreciar los objetivos principales de la Red Nacional de Emprendimiento que es liderada por MCIT, recurrimos a la página oficial de MCI (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009) y a continuación describimos los cinco objetivos estratégicos:

1. Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
2. Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
3. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
4. Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
5. Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

Solo uno habla de innovación. ¿Se quiere fomentar el emprendimiento de subsistencia sin garantías y de corto plazo o uno de oportunidades sostenible y duradero? Sobre este punto también cabe reflexionar en lo siguiente: se está buscando una simple transición del emprendimiento del sector informal a uno formal, o también se quiere una transformación del emprendimiento de subsistencia, en el que se vive el día a día, en el que no se piensa en grande por las cargas económicas que se sostienen sin cesar, a uno de oportunidad, en el que hay estudios previos, existe identificación de oportunidades, hay espacio para planeación de proyectos, entre otros.

Es aquí donde empieza a caracterizarse de una manera más cercana la forma que ha tomado el emprendimiento en Colombia. Surgen algunas preguntas. ¿Es en

realidad la falta de acceso a financiación lo que frena el emprendimiento o es más bien lo poco atractivos que son las iniciativas gobernadas por el emprendimiento de subsistencia en las que los socios no desean arriesgar demasiado, pues las obligaciones económicas no les permiten pensar en grande sino en cómo pagar la renta del apartamento del próximo mes?

Incentivos

Sobre el tema de incentivos simplemente se hará la explicación breve de uno de los proyectos del MCIT en el que se premia a aquella pequeña o mediana empresa que demuestre mayores niveles de innovación. Este distintivo lleva el nombre de Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial y otorga 1000 millones COP al ganador. No sobra decir lo obvio, el propósito de este premio es incentivar a la innovación (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009). Sin embargo, el incentivo para una empresa que incurre en el riesgo de innovar y emprender nuevos caminos está en el mercado mismo. Una empresa que decide innovar de antemano debe considerar que su fin último es lograr cifras incluso superiores a los 1000 millones de pesos a través de la interacción en el mercado. De otra manera la empresa no estará dispuesta a correr los riesgos que supone el desarrollo de una idea original.

El punto es que el incentivo propuesto por el MCIT no es adecuado, la participación en el concurso para ganarse el premio representa un riesgo; el riesgo de no ganar. Por tal motivo, una empresa que entre en el mundo de la innovación debería sentirse motivada por aumentar las ventas, incrementar utilidades, no por ganar un premio que otorga dinero. Esto muestra el paternalismo al que nos tiene acostumbrada la política colombiana y en general el estado. Muy distinto al caso de Inglaterra durante la revolución industrial donde con simple protección intelectual y ley de patentes se logró incentivar la acción decidida por parte de los agentes privados por el camino de la innovación.

Nivel intermedio de empresas

El nivel intermedio relacionado a las empresas es indispensable toda vez que se quieran identificar los intereses de las empresas, las estrategias que se siguen para responder a esos intereses, los aspectos relacionados a la cultura de emprendimiento que tienen efectivamente lugar en las mismas, las reacciones de éstas frente a las políticas públicas, los recursos destinados a unos u otros proyectos, las capacidades existentes al interior de las empresas, las peticiones que las empresas hacen al gobierno, la estructura administrativa que las organiza, y la cultura de toma de riesgos entre otros.

Retomando a Vesga (s.f.), todo el esfuerzo que se hace a nivel macro es útil únicamente en la medida en que las empresas respondan adecuadamente a los programas e incentivos en los que tanto se ha trabajado. Entre otras cosas porque la razón de ser de los incentivos es orientar el camino de agentes económicos. Cuando el incentivo busca un resultado en el cual el agente no está interesado, sencillamente no existe incentivo; un incentivo debe responder a necesidades sentidas de los actores sociales.

Según el Vesga (s.f.), en las últimas décadas ha ocurrido una transformación en la dinámica de la economía a nivel mundial. Ha habido una transición de lo que se ha denominado capitalismo administrativo a un capitalismo emprendedor (Acs & Armington, 2006; Audrestch et al, 2006; Baumol et al, 2007). Siendo este un argumento más desde el cual se puede afirmar que definitivamente las rutas que conducen al desarrollo, necesariamente tendrán que ver con el emprendimiento, Vesga explica que este se ha convertido en las nuevas reglas de juego que rigen la dinámica de los mercados. En ese sentido, las instituciones burocráticas y los regímenes paternalistas del estado son reemplazados por iniciativas

emprendedoras del sector privado, en las que prevalece la originalidad y la eficiencia del mismo.

Lo interesante del punto anterior es que eso, tiene importantes implicaciones sobre las políticas públicas en tanto que carece de todo sentido pensar en política pública para el emprendimiento y la innovación. Más bien debe hablarse de cómo se toman decisiones de política pública en una economía del emprendimiento y la innovación (Vesga, s.f, pág. 2).

El tema para el caso de Colombia, es que el emprendimiento ha sido asociado más que nada a la creación de empresa. El número de microempresas que son creadas al año es muy importante. Con los nuevos proyectos de ley y la creación del nuevo tipo de sociedad SAS, más de 65.000 empresas han sido creadas en un período muy corto (Revista Dinero, s.f.).

Los programas de fomento de emprendimiento dan facilidades en la creación y formalización de empresas, sin embargo, no son muchos los proyectos destinados a promover la capacidad innovadora dentro de ellas. Algunas instituciones como las Cámaras de Comercio, prestan servicios de acompañamiento no solo en las etapas de creación y formalización, sino también de crecimiento y consolidación de las empresas, incluso se brindan cursos en los que se exponen mecanismos que facilitan el espíritu innovador. El problema de estos programas no está en la intensidad que tienen sino en que no logran hacer una lectura adecuada de los intereses de una proporción importante de empresas. Sobre todo, cuando se hace referencia al tema de formalización de las mismas, no se ha comprendido que se trata de empresas que no están interesadas en alcanzar niveles de crecimiento importantes. Se trata de empresarios micro, que presionados por el valor de la canasta familiar, buscan (de manera emprendedora pero no con la visión de pensar en grande) la manera de obtener ingresos apenas suficientes para subsistir.

El problema de empresas que llevan a cabo actividades de emprendimiento de subsistencia, que para el caso colombiano puede ligarse de forma muy estrecha al emprendimiento informal, es que tienen altas probabilidades de quebrar en cualquier momento; se trata de empresas cuya actividad emprendedora no es sostenible en el tiempo.

Siguiendo a Marcelo Berestein (Revista Dinero, 2009), Colombia es el tercer país más emprendedor (de una lista de 43 países, después de Tailandia y Perú), según un estudio realizado por GEM (nótese que según MCIT la lista la encabezaba Bolivia en vez de Tailandia, hay confusiones respecto a la interpretación de este informe). Sin embargo, se trata de emprendimientos de subsistencia (o porque lo despidieron o porque no tiene nada más que hacer).

Se trata de emprendimientos que, por lo general, implican bajos niveles de ingresos, alta probabilidad de salir del mercado, dificultad de apoyo financiero y en general están relacionados a la idea de empresa sin ambiciones, ni planteamientos a futuro, ni cultura de riesgos. Algunas causas directas del emprendimiento por necesidad o de subsistencia tienen que ver con aspectos culturales, falta de acceso a financiación, falta de visión a largo plazo, falta de información (y falta de educación). (Revista Dinero, 2009).

Algunos datos sobre emprendimiento de subsistencia muestran que hubo un incremento del 9.28% en el 2007 al 10.15% en 2008. En Colombia hay mucho emprendimiento de subsistencia y poco emprendimiento dinámico. Las empresas (cuya mayoría se encuentra en el sector informal) son creadas y existen para lograr ingresos (bajos por definición) pero no están diseñadas para crecer ni mucho menos para innovar (emprendimiento dinámico), (Cámara de comercio de Bogotá).

Por su parte Vesga (s.f.), señala que la novedad de un producto está ligada a factores tales como las expectativas que tienen los emprendedores sobre el crecimiento de su empresa, y el número de trabajadores que cree tendrá en cinco años. Argumenta que en el estudio realizado por GCR, estas expectativas dinamizan el mercado y dicen mucho de la actitud con que los empresarios pequeños asumen el rumbo a seguir de sus empresas.

Sobre el tema de acceso a financiación, falta por mencionar a los inversionistas ángel que son agentes informales (no institucionales) que invierten en proyectos nuevos de emprendimiento con innovación tecnológica. Se caracterizan por comprometer sumas moderadas de dinero en iniciativas que se encuentren en etapas tempranas. En el caso colombiano, la ausencia de estos personajes parece tener efectos sobre el bajo desempeño de la innovación a nivel de microempresas (Vesga, s.f.).

Con relación a los mecanismos de financiación en el presente, Vesga (s.f.) dice: "...un cuello de botella básico está en la ausencia de mecanismos de salida para los inversionistas y en la escasa cultura de evaluación de proyectos..." que tienen altos niveles de riesgo (Cultura de riesgo). Es necesario crear mecanismos de educación de los inversionistas para que el perfil de riesgo de los mismos sea compatible con los proyectos más novedosos" (y por lo tanto más riesgosos pero en donde hay mayores oportunidades en el mercado).

Cabe la aclaración de que la propuesta de Vesga (s.f.) no está direccionada en el mismo sentido paternalista de algunos de los programas de política pública de emprendimiento, se enfatiza en la importancia de que los inversionistas conozcan más de cerca los proyectos emprendedores de empresas nacientes o en tempranas etapas de crecimiento y además, que los emprendedores se enteren mejor de cuáles son los proyectos en los que los inversionistas ángel están interesados.

Es un problema ante todo de información, no existe una intervención directa en la que el estado sirva de juez entre ambas partes sino más bien, hay una intervención del estado en materia de infraestructura, TIC's y sistemas de información en general.

Cultura de emprendimiento

El problema tiene un componente cultural muy importante, el espíritu innovador al interior de las empresas es muy pobre (Vesga, s.f), los intereses de corto plazo se anteponen con frecuencia a la visión de largo plazo. Una forma de verlo es que en la mayoría de microempresas, pertenecientes al sector informal que no cuentan con administradores o gerentes, son los mismos socios quienes administran la empresa.

Dentro de la teoría de la administración de empresa, se enfatiza en la importancia que tiene la diferenciación de las labores del socio y el administrador, los socios piensan siempre en utilidades. El gerente, en cambio, recibe un salario correspondiente a sus labores de elaboración de estrategias con miras a maximizar utilidades; nótese que el gerente quisiera lograr estrategias innovadoras, pues es su trabajo encontrar mecanismos cada vez más eficientes. Si se trata de socios de empresas pequeñas, es de esperarse que las utilidades no sean muy altas, y si a ello se le suma el hecho de que posiblemente la única fuente de ingresos de estas personas sean las utilidades de la empresa, el resultado es que las labores de planeación de estrategias, visión a futuro, inversión, cultura de toma de riesgos, e innovación, que deben ser dirigidas por el administrador no tienen lugar; en consecuencia, los intereses de corto plazo son los únicos que obtienen respuesta.

Este es un tema recurrente en la microempresa colombiana, de ahí que el implemento de políticas con miras a fomentar el emprendimiento tiene sus

limitaciones en la frontera de la innovación. El mensaje final es que si bien la política pública ha identificado de manera satisfactoria el tema de la informalidad como un aspecto que limita el desarrollo del emprendimiento, sus políticas no podrán cruzar la frontera del emprendimiento de subsistencia para generalizar el emprendimiento de oportunidad, a no ser que se dé un cambio en la actitud del colombiano, que permita que florezca un elemento todavía muy ausente en la sociedad, la cultura de riesgos (Revista Dinero, 2009).

Si el estado sigue acostumbrando a los colombianos a ese paternalismo en el que se premia con dinero el buen funcionamiento de una empresa (como en el caso del Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial), cuando ese buen funcionamiento tiene garantizado el éxito de una cuota incluso superior a la que dona el estado en el mundo de la competencia de mercado, los colombianos seguirán con miedo de apostarle a ideas creativas que aunque muchos poseen, no tienen idea de cómo hacerlas realidad.

El colombiano es experto rebuscando la comida de cada día, la prueba de ello es el altísimo nivel de emprendimiento de subsistencia que le basta a Colombia para ocupar el tercer lugar en emprendimiento (Vicepresidencia de competitividad empresarial, s.f.). El problema del colombiano es que se conforma con ello porque los proyectos y programas de emprendimiento están empeñados en la creación de empresa y no hay suficiente decisión o, por lo menos no a la hora de hablar de emprendimiento, a la hora de fomentar la confianza para arriesgarse, por ejemplo a través de la formación de recursos psicológicos como la autonomía, la creatividad, el liderazgo entre otros.

Aún no hay soluciones satisfactorias en materia de sistemas de información, tampoco en infraestructura, el tema de las tecnologías de la información y la comunicación sigue siendo demasiado débil, la población que tiene acceso a una educación superior de calidad es mínima, no hay difusión de tecnologías entre

empresas ni tampoco entre distintos sectores de la economía. El colombiano ante todo necesita garantías, recursos psicológicos e información sobre las oportunidades que existen no solo al interior del país sino en todo el mundo, necesita dejar el paternalismo del estado a un lado y arriesgarse.

A propósito de la identificación de barreras que la cultura le impone al emprendimiento en Colombia y América Latina, Daniela Acre escribe: "...también existe un enorme temor al fracaso y en eso mucho tiene que ver la sociedad, que no lo considera un aprendizaje sino que una muestra de incapacidad..." (Arce, 2011).

Es difícil pedirle a un colombiano sin fuente estable de ingresos, que se permita el error como mecanismo de fortalecimiento y aprendizaje. Sin embargo, es ese proceso de aprendizaje el que permite soñar con niveles cada vez más altos, debería verse como una inversión.

Ensayar el emprender una actividad riesgosa y equivocarse es una inversión en donde se pierde tiempo, posiblemente dinero, pero en donde se gana experiencia y enseñanzas, que de ser recibidas con optimismo y madurez se pueden transformar en un importante recurso de capital humano que puede servir como base para alcanzar metas muy altas.

Una observación que explica gran parte de las ideas de ésta última parte son: "...están los que crean pequeñas empresas con la intención de subsistir y también aquellos que llevan a cabo proyectos con los cuales innovan y dan empleo..." (Arce, 2011). De esto último se trata, explican los entendidos en el tema, la verdadera misión de emprender y para finalizar, la gran mayoría de emprendimiento es subsistencia, auto empleo y socialmente es bueno porque funciona como una válvula de escape. Pero hay que dar el siguiente paso.

Debería haber más emprendedores creando más empleo, incorporando mejor tecnología y proporcionado mayor valor agregado a productos. Es decir, hay muchos emprendedores en términos absolutos, pero en el detalle, uno se da cuenta que les falta en términos de innovación y en la aplicación de un óptimo modelo de negocios (Arce, 2011).

Sobre estos temas es muy poca la investigación que se ha hecho en Colombia. En particular, en lo que se refiere a cultura de riesgos, Vesga (s.f.) señala: "...en lo que se refiere al cambio de cultura para la toma de riesgos, el mejoramiento de los flujos de información sobre oportunidades y la construcción de redes, es muy poca la investigación que se ha desarrollado en el país..."

CAPÍTULO 4. PROPUESTA PARA LA FORMACION DE EMPRENDEDORES

A partir de lo descrito en los anteriores capítulos, pareciera que el emprendimiento en Colombia es un tema incomprensible, que hay una incapacidad aparente para caracterizar y definir el emprendedor y para desarrollar un conjunto adecuado de la “teoría” del emprendimiento. El emprendedor como generador no solo de capital sino de bienestar, requiere de una formación que combine temas técnicos, conocimientos pero también prácticas que le acerquen a la realidad de la empresa, de su entorno y de la sociedad en general. Estos factores conforman el marco bajo el cual se identifican, construyen y transforman las oportunidades (que como dijimos su identificación es la primera y más importante competencia), con el apoyo de las metodologías activas donde la resolución de problemas conduce los aprendizajes.

Laurent Lapierre (2007), plantea que el espíritu emprendedor así como el liderazgo no se enseña. Se puede desarrollar el potencial que existe en la persona, se puede favorecer el aprendizaje, pero una enseñanza no proporciona el espíritu de emprendedor o de liderazgo (Lapierre, 2007). La propuesta que hacemos a través de este trabajo parte del análisis de dos posiciones para la formación de emprendedores:

Modo 1: El método común para la formación en emprendimiento es impartiendo conocimientos en función de las disciplinas de orden académico, que por la experiencia dejan vacíos y se parecen a otras disciplinas restando autonomía al mismo emprendimiento. Su forma más tradicional de enseñanza es mediante la clase magistral, donde el profesor dicta el tema, el alumno memoriza y la evaluación compara lo que el profesor dio a conocer y lo que el alumno memorizo. Aquí podemos aplicar la expresión de Montaigne, es mejor tener la

cabeza bien hecha, que tener la cabeza bien llena⁷, en términos más precisos significa saber menos pero de manera más organizada y apropiada a las necesidades.

Modo 2: orientada a la producción de conocimiento donde hay un flujo permanente ir-venir entre lo fundamental y lo aplicado y, entre lo teórico y lo práctico.

Los dos modos son importantes pero destacamos el modo 2 como la forma adecuada de formación por:

- Dejar de ser puesto en marcha solo al interior de las instituciones de educación, es decir pretende también que los aprendices tengan contacto con el medio exterior a la institucional la cual pertenecen.
- A partir del contacto con el exterior, se desarrollan vínculos estrechos con personas e instituciones cercanas al emprendimiento y la gestión, que de una u otra manera contribuyen a la formación.
- La producción de conocimientos va más allá de la contribución a una ciencia como tal, la producción de conocimientos es cada vez más reflexiva y profunda según las circunstancias y necesidades del emprendedor.
- En el modo 1 de enseñanza, los problemas son planteados y resueltos en un contexto regido por el interés teórico de una comunidad científica, siendo disciplinario y homogéneo. El modo 2 plantea los problemas en un contexto de aplicación, convirtiéndose en interdisciplinario y heterogéneo.

A nivel organizacional, el modo 1 es jerárquico y tiende a preservar su forma, mientras que el modo 2 comprende jerarquías distintas y transitorias.

⁷ MONTAIGNE Michel, Les essais, 1572-1592. Traducción de la expresión: « Une tête bien faite va mieux qu'une tête bien pleine ».

Las Pedagogías Activas

Las pedagogías activas surgen en el siglo XIX en la corriente de la nueva escuela fundada por Dewey quien manifiesta que el aprendizaje es posible gracias a las experiencias progresivas que dan sentido a la vida de la persona. Estas metodologías llegan a la vida universitaria a finales de los años 1920 a Harvard (con el método de caso) como una formación práctica buscando el equilibrio entre el pensamiento y la acción. Sin embargo, el aumento de la población estudiantil, de la población en los países, de los cambios sociales, económicos, políticos y sobre todo de los grandes problemas que aquejan a esta misma sociedad (hambre, delincuencia, crisis económicas...) provocan un cuestionamiento en torno al éxito de los modelos de enseñanza en las universidades.

La teoría constructivista de Piaget (1999) y la teoría socio constructivista de Vygotsky (Fayolle & Verzat, 2009) que se apoyan en el desarrollo en conjunto de ciencias cognitivas (haciendo un cambio en el paradigma educativo), también plantean la mirada al estudiante más que como un destino de conocimientos impartidos en la escuela, como direccionador de su propio aprendizaje.

A nivel de las instituciones educativas, este tipo de metodologías pueden generar diferencias especialmente a nivel de los costos que implica la capacitación de profesores, materiales y en cierta medida los cambios de pensamiento en la sociedad. Es por esto que, si bien el estudiante cambia su forma de pensar orientada a una nueva forma de aprendizaje, la institución educativa debe pensar orientándose a un cambio de ideal, de infraestructura y probablemente de liderazgo con el fin de facilitar la dinámica de estas nuevas formas de aprendizaje y formación más que de enseñanza.

Nuestra propuesta está orientada a la formación de emprendedores más que a la enseñanza del emprendimiento. Formación que parte del sumergimiento del

estudiante en su proceso de aprendizaje, buscando que individualmente explote sus fortalezas y oportunidades, y trabaje en contrarrestar sus debilidades y amenazas. Estas últimas, siempre presentes en la medida que el estudiante explore nuevas situaciones y esté en contacto con su medio exterior, que finalmente es característico de todo emprendedor.

La propuesta tiene en cuenta la integración de 3 tipos de metodologías activas que son: el método de caso; aprendizaje por problemas y la pedagogía por proyecto. Las metodologías activas en general se caracterizan por dar una perspectiva de una situación profesional movilizando competencias individuales y favoreciendo la adquisición de conocimientos a partir de la formulación de hipótesis y el intercambio de ideas.

El método del caso es originario en Harvard en los años 20 y, posteriormente, en Francia en los años 30 en el marco de la formación de los dirigentes, siendo su objetivo el de introducir al estudiante en las situaciones problemáticas que el caso expone con el fin de “favorecer...el aprendizaje... por ensayo y error” (Fayolle & Verzat, 2009)⁸. El caso es la descripción escrita de una situación real, que permite identificar problemas, generar ideas y dar soluciones. Cuando se utiliza esta metodología, el aprendizaje se concentra en el estudiante y es también una manera de apoyar la clase magistral (Rosker, 2006).

Esta metodología contribuye a un cambio de roles donde el profesor se convierte en un animador-mentor de grupo y los estudiantes toman el rol más activo en su aprendizaje. Sin embargo, aunque la metodología de caso es un ejercicio de trabajo dirigido por un experto en el tema y que además domine la didáctica del caso, también tiene sus límites. El caso no podrá transmitir por completo toda la complejidad de las situaciones de la empresa en medio de la incertidumbre que conlleva riesgos y consecuencias. Es por esto que es eficaz para la formación

⁸ Laflamme, 2005 en Fayolle y Verzat, 2009.

empresarial pero que se debe elegir cuidadosamente para saber hasta donde ser utilizado. Para que temas, bajo qué condiciones y teniendo en cuenta que se haga bajo la dirección de un experto. Experto que provoque inquietudes y preguntas sobre la misma situación expuesta, que no proporcione toda la información desde un comienzo de manera que el estudiante tenga la necesidad de buscarla, de indagar y manifestar nuevas ideas.

El aprendizaje por problema-APP tuvo sus inicios en la universidad de Mc Máster, en Canadá, en la Facultad de Química y posteriormente aplicado con fuerza en la Facultad de Medicina de esta misma institución. Su debut en los estudios de medicina se hizo con el fin de comprender el problema manifestado por los pacientes, el proceso incluía que el médico (estudiante de medicina) hacía preguntas con el fin de recopilar información de la situación del paciente, analizarla e identificar el problema que padecía la persona. En la medida que el estudiante estaba cerca de los pacientes e identificaba malestares y enfermedades, iba poco a poco acumulando conocimientos que comparaba o alimentaba a partir de los análisis que hacía a cada paciente. Esto representa la principal característica del APP y es la activación de saberes anteriores en un contexto nuevo y apropiado para contribuir al aprendizaje. El papel del profesor además de orientar es también el de ofrecer conocimientos pertinentes a medida que avanzan las actividades prácticas, es decir, no hay un curso magistral completo ni previo ni después a la práctica. Los temas del curso se van dictando de acuerdo al proceso de aprendizaje que manifieste el estudiante y sus necesidades de nuevos conceptos para atender la problematización de cada paciente.

El aprendizaje por problema es un método inductivo para el aprendizaje a partir del descubrimiento y la construcción, donde el estudiante es el actor de su propio aprendizaje y el profesor el orientador. (Restrepo, 2005). Aunque existen varios modelos (como los de la Universidad de Maastrich, la Universidad de Lindinburg,

el Journal de PBL, la Universidad de Illinois...) en todos los casos, los problemas son una motivación para aprender y deben caracterizarse por:

Relevancia: Qué tan importante o no es para la formación del emprendedor.

Cobertura: El problema debe contribuir a la enseñanza de los temas que se busca que el emprendedor aprenda.

Complejidad: que el problema permita que el estudiante ensaye varias hipótesis y así mismo, conlleve a la búsqueda de información. Que promueva la interdisciplinariedad.

En la medida que el estudiante se enfrenta a nuevos problemas por identificar y resolver, va activando conocimientos adquiridos y se va interesando por adquirir y generar nuevos conocimientos. El APP activa conocimientos adquiridos aumentando su retención y contribuyendo a su transformación (de acuerdo al caso de aplicación y a la nueva información analizada) para dar solución a los problemas.

La pedagogía por proyecto surge en los años 70 en la universidad de Roskilde y se caracteriza por escoger un tema e identificar un problema a solucionar, buscar información, hacer enlaces entre teoría y práctica porque, a partir de la identificación de problemas, se organiza el proyecto para solucionarlos. Este proyecto incluye análisis, planificación y control del avance del proyecto. El plan de negocios como ejemplo, es un documento que describe el estado corriente y proyectado a futuro de una organización (Honig 2004, p.259, en Fayolle y Verzat 2009), y que puede hacer que los estudiantes vean la empresa como un proceso lineal, alejado de las variables influyentes y de la realidad del entorno de empresarial. Es por esto que se convierte en una herramienta de apoyo ya que permite plasmar la ruta que se pretende seguir, el cálculo de costos, factores,

actores, mercado, competencias... Pero que por sí sola no conduce al objetivo de formación que pretendemos. Por lo tanto se complementa con la metodología de caso y la APP.

En torno a la gestión como producción de conocimientos, que son resultado de la interacción entre las disciplinas y entre la teoría y la práctica, el emprendimiento, como dominio de estudio, no solo trabaja a partir de la identificación de los problemas y la creación de la situación sino que, los problemas surgen a partir de un contexto de aplicación directa y no de en un laboratorio. La formación en emprendimiento, puede ser exitosa y mejor hecha, sobre un contexto robusto cuya base de aplicación sean los problemas identificados más que la integración de teorías en un paradigma.

Es por esto que nuestra propuesta está ligada a la innovación en el uso de metodologías de formación y no de enseñanza del emprendimiento, y a pensar en el capital humano fortaleciendo los valores y cualidades, como principios para también fomentar la cultura del emprendimiento.

Si hablamos de contextos, se deben tomar las experiencias anteriores como ejemplo para que los estudiantes identifiquen los problemas, se familiaricen con los sucesos, los actores, circunstancias, con los motivos de fracaso, de éxito, y en general con todo lo que las experiencias empresariales y emprendedores produce.

El uso de la metodología de caso, plantea situaciones del mismo entorno del estudiante (misma nación, empresas conocidas..) pero también debe reflejar la experiencia de empresas de varios sectores económicos y de otros países de alto o bajo crecimiento económico. Esto favorece tener conciencia de las posibles variables que influyen el quehacer empresarial (económicas, políticas, culturales, naturales, geográficas...).

Si bien el aprendizaje por problema es un método válido, también hay que tener presente que no solo es importante tener casos y experiencias de alto valor agregado, sino también que la formación de los profesores, como mentores en la formación de los emprendedores, juega un papel muy importante, de manera que estén al margen de la situación. Es decir, que conduzcan el trabajo sin cometer el error de enmarcar el pensamiento del estudiante bajo un único modo operador para dar una solución y que, así mismo, oriente el intercambio de ideas, opiniones y trabajo de grupo, alentando el debate pero de manera organizada y productiva.

El aprendizaje es el producto de la interacción estudiante, mentor y situación, por lo tanto no es una opción. El aprendizaje es el centro del proceso emprendedor y los emprendedores eficaces son aprendices únicos. El emprendedor aprende de los clientes, de los proveedores, de la competencia, de la misma sociedad, de sus compañeros. Aprenden de otros emprendedores, de otras disciplinas y sobretodo, aprenden haciendo y experimentando. La práctica, como espacio donde el estudiante tiene contacto directo con una empresa y con otros profesionales, permite también que el emprendedor se auto-evalúe como personas para que así mismo diseñe estrategias individuales autocontrol de sus emociones y desarrollo de sus conocimientos. La formación de emprendedores no debe ser solo pensada hacia el crecimiento económico, también debe estar orientada hacia el desarrollo de personas auténticas, honestas consigo mismas y con la sociedad. Por lo tanto, lo que van aprendiendo a partir de las situaciones de los demás contribuye también a su crecimiento personal, brindando nuevas oportunidades de crecimiento que integren a otros en sus proyectos para que el éxito y bienestar sea compartido. El emprendedor aprende que no siempre se gana, también del fracaso se aprende.

Conocimiento y Aprendizaje

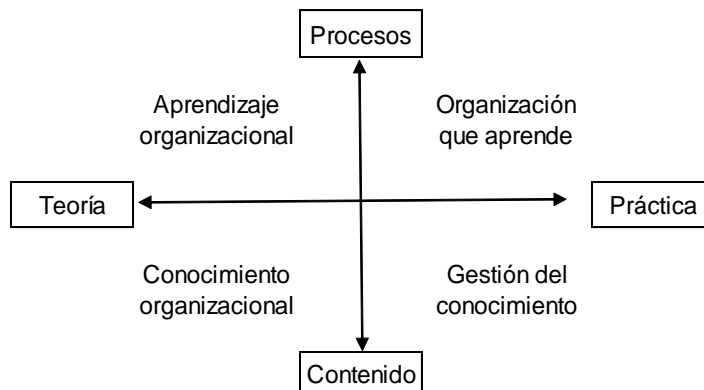
En el proceso de formación de emprendedores es importante tener en cuenta la diferencia entre conocimiento (lo que se conoce o se sabe) y

aprendizaje (proceso mediante el cual se genera el conocimiento). El aprendizaje es un proceso que conduce a la producción de conocimientos, y el conocimiento es efímero, por lo tanto debe ser permanentemente revisado y actualizado. El emprendedor es formado en la escuela durante el tiempo que así lo defina el programa de una institución. Si bien, al interior de la escuela el emprendedor demuestra que ha cumplido con los objetivos propuestos de aprendizaje, la mayor demostración de ello sucede al salir de la escuela.

En la discusión sobre los cambios en torno a la manera como los conocimientos son producidos, vale la pena resaltar que lo que caracteriza a la revolución tecnológica actual no es la centralización ni mucho menos la acumulación del conocimiento y de la información. Sin embargo, retomando la innovación como un factor clave de la gestión emprendedora, es la aplicación de esos conocimientos e información en la generación de soluciones y alternativas innovadoras. Todo en el ámbito de un feed-back.

Gráfico 3.

Cartografía del paisaje del aprendizaje organizacional (Harrisson, 2005, pág. 458)



Mirando el gráfico 3, el cuadrante superior izquierdo se refiere a la comprensión del proceso de aprendizaje en el contexto de empresa. Es así como desde allí se genera información útil que en el momento que se desconecte de alguno de los otros cuadrantes altera el funcionamiento de la empresa. Este es un buen ejemplo para analizar la realidad en Colombia y ver como el aprendizaje emprendedor esta

desalineado del aprendizaje organizacional y de la práctica. Esta es una razón más de nuestra propuesta que no solo propone alternativas de formación sino propone examinar como los conocimientos existentes son compartidos, utilizados y acumulados en las organizaciones. Valdría la pena preguntarse: ¿De qué manera nuestras empresas colombianas son participes de la formación de los emprendedores? ¿Será suficiente con los espacios de práctica que destinan para nuestros estudiantes y que en algunos casos son solo para cubrir tareas operativas?

Más allá de encontrar la fórmula mágica que active el espíritu emprendedor y el aprendizaje a partir de la gestión de las organizaciones, las practicas sobre formación en emprendimiento deben comprometerse con la gestión de conocimientos en contextos de empresa, lo que va directamente relacionado a la comprensión del vínculo TEORIA-PRACTICA y el vínculo CONTENIDO APRENDIZAJE. Esta comprensión facilita:

- El aprendizaje a partir de la resolución de problemas y la experimentación.
- Reconocimiento de oportunidades y explotación como proceso de aprendizaje.
- La relación entre aprendizaje como un proceso y los conocimientos como resultado de ese proceso.
- La aplicación de metodologías activas como ejemplo para el desarrollo de procesos de aprendizaje en contextos de empresa.
- La medida de los procesos de aprendizaje y resultado al interior de la organización y al interior de un grupo de organizaciones.
- El aprendizaje individual y grupal.
- La relación entre el aprendizaje y la eficacia organizacional en los contextos de empresa.
- El aprendizaje organizacional y el desarrollo emprendedor en redes empresariales.

Un elemento clave es que el tema del emprendimiento es de carácter transversal, es decir, nos concierne a todos como colombianos y se requiere de todos para avanzar en él. De hecho, como vimos en el capítulo anterior, no es suficiente la implementación de sólidas políticas públicas, ni tampoco proyectos de ley, ni iniciativas de instituciones y organizaciones que incentiven el emprendimiento de individuos cerrados a la idea de convertir a Colombia en una nación abierta, arriesgada, aterrizada, creativa, autónoma entre muchas otras características relacionadas al emprendedor.

Los objetivos principales de la política de emprendimiento en Colombia, según como están especificados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en su página web, muestran el interés que existe a nivel de políticas públicas por relacionar las iniciativas emprendedoras con la ciencia y la tecnología, por medio de mecanismos de incentivos e información. En el quinto (y último) objetivo, publicado en la página del Ministerio, se lee: "...Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación..." (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Existen, sin embargo, grandes problemas en esta materia en Colombia. Para complementar los indeseados índices expuestos en el apartado anterior, el tema de infraestructura, que aunque no es propiamente un tema de ciencia y tecnología pero que para efectos de este trabajo introduciremos en este punto, es uno de los más preocupantes de todos. El puesto que le corresponde a Colombia en el escalafón del GCR es el 86. (World Economic Forum, 2010)

El tema de la infraestructura es fundamental porque incluye puertos, aeropuertos, autopistas, carreteras y demás medios de comunicación física. Un país en donde estos medios son deficientes tiene serios problemas. Por un lado, porque se dificulta la transmisión y difusión de tecnologías de un sector a otro. Por otro, porque las empresas con intenciones de crecer y expandirse a otras ciudades no

encuentran un ambiente propicio para ello. Los costos de transporte se hacen costosos y, por lo tanto, los procesos de distribución se tornan ineficientes.

A pesar de lo anterior, no todo está mal. Según el artículo publicado por Juan Bautista Franco Clavijo titulado “Emprendimiento Colombiano: Potencial Creativo Para El Desarrollo Nacional” en 2010, hay evidencia de enormes mejoras a propósito de estos elementos. Un ejemplo importante de ello es Colciencias que desde principios de los 90’s y más adelante, con el apoyo de la Ley de Ciencia y Tecnología, adelanta importantes avances en la formación de incubadoras de empresas de base tecnológica. Este proyecto consiste, en términos muy generales, en el asesoramiento a empresas en etapas de crecimiento y consolidación a partir de herramientas tecnológicas relacionadas a los sectores respectivos en que cada una de ellas opera.

Por otro lado, son enormes los avances en términos de apoyo directo para el desarrollo de nuevas tecnologías, por parte de empresarios y universidades que se han unido en los últimos años para sacar adelante proyectos de altos alcances. El problema es que la falta de información, siempre presente en la transmisión de estas iniciativas de apoyo a la sociedad emprendedora, ha impedido que estos proyectos logren eco. Además, hoy por hoy se adelanta un proyecto de ley que busca nada más y nada menos que transformar a Colciencias en un departamento administrativo autónomo. Esto con el fin de lograr que como mínimo el 1% del PIB se invierta en ciencia y tecnología (*C&T*) anualmente. Actualmente, Colombia invierte el 0.37% de su PIB en *C&T*, mientras que Brasil casi que lo triplica con un 0.93%. Se calcula que un país debería invertir al menos el 2% de su producto interno en *C&T* (Vesga, s.f).

Dos normas recientes deberían mejorar esta situación:

1. Se reformó la Constitución Nacional en materia de Regalías⁹; por el cual un 10% del total, se dedicará a Investigación, Ciencia y Tecnología. Teniendo en cuenta las expectativas razonables de crecimiento de la explotación minera y los precios internacionales del petróleo, el carbón, el níquel y el oro, podrían recaudarse unos quinientos mil millones de pesos anuales por lo menos, en los próximos diez años.
2. Se aumentaron los beneficios tributarios para quienes inviertan en estas actividades en el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014¹⁰

El tema de la barrera a la difusión de tecnología de unos sectores de la economía a otros, no es exclusivo de la infraestructura. Hay un tema de fondo en materia de tecnologías de la información y la comunicación. Los problemas de difusión de tecnología y conocimientos son característicos de las pequeñas y medianas empresas (Vesga, s.f). Es decir, aquellas empresas en etapas de nacimiento o crecimiento (en el mejor de los casos). Estas son etapas en donde la apropiación de tecnologías correspondientes al sector en que sean prácticas, pueden representar un elemento clave para pasar a una etapa de consolidación.

Para recalcar el tema del problema de información, Juan Bautista Franco dice: "...En los propósitos de difundir cultura emprendedora, teniendo en cuenta que en algunos países desarrollados los medios masivos de comunicación se convierten en fuente de motivación dando a conocer experiencias exitosas de emprendimientos, contribuyen así a que la sociedad en general se interese por estos temas, es loable en nuestro medio la iniciativa y labor...limitada por falta de recursos...de algunos medios como la TV, radio y prensa, especialmente del nivel local, así como el de algunas entidades, caso SENA..." (Franco, 2010, pág. 5).

⁹ Aprobada el 14 de junio de 2011

¹⁰ Ley 1450 de junio 16 de 2011-07

CONCLUSIONES

El objetivo general de esta investigación fue plantear una alternativa metodológica para la formación de estudiantes con espíritu emprendedor como resultado de identificar las competencias necesarias que todo emprendedor debe desarrollar, e indagar cómo es el emprendimiento en Colombia; en el desarrollo de este trabajo pudimos profundizar en la situación actual del emprendimiento en Colombia, así como, en la ampliación de conocimientos sobre teorías y modelos a tener en cuenta con el fin de apoyar las iniciativas emprendedoras.

Este proyecto busco hacer una propuesta de formación para los estudiantes orientados al emprendimiento a partir del desarrollo de metodologías activas que permitan el auto cuestionamiento en cada estudiante, construcción de conocimientos y así mismo el descubrimiento de su potencial emprendedor. Las metodologías activas son una herramienta, que favorece el fortalecimiento de las competencias individuales de los emprendedores, a través de ellas no solo se contribuye al desarrollo de las personas sino que adicionalmente, se crea un hilo conductor, de conocimientos, habilidades, destrezas y demás características de la persona, que nutre el proyecto emprendedor garantizando no solo su perdurabilidad sino su impacto positivo en el ámbito que le rodea.

En Colombia existen iniciativas cuya viabilidad se mide en su mayoría por el impacto económico como fin inicial, sin embargo, su viabilidad debería estar más relacionada con los aportes que hace el emprendedor como líder a través de la puesta en marcha del proyecto y el marco bajo el cual puede desarrollarse (jurídico, político, geográfico...). Nos sorprendió encontrar que dentro de las políticas de emprendimiento en Colombia, solo uno menciona la innovación como eje fundamental para el emprendimiento y en ese orden de ideas la pregunta sobre la formación de emprendedores se amplía a la de desarrollar a través del

modelo educativo una propuesta que enseñe investigación, desarrollo, capacidad creativa a innovación y que desarrolle en los estudiantes la intención de trascender en la transición del emprendimiento del sector informal a uno formal y pensar que ser emprendedor va más allá de agregar razones sociales (NIT) a la economía y estadística de las cámaras de comercio del país, es cuestión de sostenibilidad y perdurabilidad.

REFERENCIAS

- Arce, D. (26 de abril de 2011). *Emprendt*. Recuperado el julio de 2011, de Elementos culturales que frenan el emprendimiento de oportunidades en América Latina:
http://www.emprendt.com/index.php?option=com_content&view=article&id=227:daniela-arce&catid=56:actualidad&Itemid=75.
- Azuero, F. (2009). *El alto costo de TICs en Colombia*. Recuperado el julio de 2011, de Portafolio: <http://www.portafolio.co/archivo/documento/CMS-6497108>
- Boughattas, Y., & Benedic, M. e. (2008). *Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales: Les compétences de l'entrepreneur : démarche d'identification et d'évaluation, en Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*. Québec: Presse de l'université du Québec. p. 159-174.
- Bruner, J. (1983). *Le développement de l'enfant : savoir faire, savoir dire*. Paris: Press universitaires de France, 311p.
- Cámara de comercio de Bogotá. (s.f.). *Bogotá emprende*. Recuperado el julio de 2011, de Cámara de comercio de Bogotá:
<http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=718&conID=6447>
)
- Correales, J. P. (marzo de 2011). *Revista Semana - Finanzas personales*. Recuperado el 2011, de Jóvenes: cuál es el miedo a crear empresa?:
<http://www.semana.com/lpad/noticias-economia/jovenes-cual-miedo-crear-empresa/152932.aspx>
- Couteret, P., & Audet, J. (2008). *Coaching et mentorat, de nouvelles formes d'accompagnement individualisé de l'entrepreneur, dans Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*. Québec: Presse de l'université du Québec, p.193-208.
- Degeorge, J. M., & Magakian, J.-L. (2008). *De l'influence du processus d'idéation au passage à l'action entrepreneuriale : étude exploratoire*. Bordeaux: Journée de recherche Entrepreneuriat et stratégie 22 p.
- Delors, J. (1999). *L'éducation: un trésor est caché dedans*. Paris: Rapport à l'UNESCO de la Commission internationale sur l'éducation pour le vingt et unième siècle, ISBN 92-3-203274-0.

- Dewey, J. (2004). *Comment nous pensons, Les empêcheurs de penser en rond*. France: 292 p.
- Europa. (2006). *Communication intitulée Mise en oeuvre du programme communautaire de Lisbonne : stimuler l'esprit d'entreprise par l'enseignement et l'apprentissage*. Bruxelles: Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité Economique et Social Européen et au Comité des Régions.
- Fayolle, A., & Verzat, C. (2009). *Pédagogies actives et entrepreneuriat : quelle place dans nos enseignements ?* France: Revue de l'entrepreneuriat, vol, 8, No.2 16 pages.
- Franco, J. B. (23 de abril de 2010). *Sena*. Recuperado el mayo de 2011, de <http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/8035B4DC-BEE5-4874-ACEF-FB8C9F303AC7/0/ART%C3%8DCULOREVISTAUADES.pdf>
- Gardner, H. (1997). *Les formes de l'intelligence Traducido del ingles por Jean-Paul Murlon cin la colaboracion de Sylvie Taussig*. Paris.
- Global Entrepreneurship Monitor. (julio de 2007). *Global Entrepreneurship Monitor*. Obtenido de <http://www.gemconsortium.org/download/1310236252349/GEM%20Colombia07.pdf>
- Harrison, R. &. (2005). Entrepreneurial learning: researching the interface between learning and the entrepreneurial context. *Revue Entrepreneurship : Theory & Practice*, 29(4), 451-472.
- Kolb. (1984). pie de la pagina 164, en Schmitt 2008. *SCHMITT Christophe, Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales, Presses de l'université du Québec, Canada 2008*.
- Kolb, D. (1984). *Experiential learning: experience as the source of experiential learning and development*. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Lapierre, L. (2007). *L'esprit d'entreprise ne s'enseigne pas : Casting, story telling et apprentissage de l'entrepreneurship et du leadership*. Belgique: Liège, 7 pages.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (5 de 10 de 2009). *Política de Emprendimiento en Colombia*. Recuperado el julio de 2011, de <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=7101&idcompany=23>

- OCDE. (2009). *Evaluation of programmes concerning education for entrepreneurship*. report by the OECD working Party on SMEs and Entrepreneurship.
- OCDE. (2010). *LLa stratégie de l'OCDE pour l'innovation. Pour prendre une longueur d'avance*.
- Per Davison. (enero de 2006). en la obra de Verstraete y Saporta . *Création d'entreprise et Entrepreneuriat*. ediciones de l'ADREG.
- Piaget, J. (1999). *Six études de psychologie*. France : Camedan imprimeries, p.191-210.
- Restrepo, B. (2005). Aprendizaje basado en problemas (ABP). *Educación y educadores vol. 8, Bogotá*, 9-19.
- Revista Dinero. (2009). *Emprendimiento de Alto Impacto*. Recuperado el julio de 2011, de <http://www.dinero.com/edicion-empresa/emprendedores/articulo/emprendimiento-alto-impacto/84381>
- Revista Dinero. (s.f.). *Finanzas Personales*. Recuperado el 2011, de Revista Dinero: <http://www.finanzaspersonales.com.co/la-cifra/articulo/el-modelo-sas-en-colombia/37918>
- Reyes, Y. (5 de julio de 2011). Emprendimiento en Colombia. *Asesor del Programa Bogotá Emprende*. (A. M. Escobar, Entrevistador)
- Rosker, E. (2006). El Método de Caso como Herramienta Transformadora de la Sociedad. *Universidad & Empresa*.
- Schmitt , C., Julien, P., & Lanchance, R. (2002). *Pour une lecture des problèmes complexes en PME : Approche conceptuelle et expérimentation*. dans revue internationale PME, vol 15, No.2, p.35-62.
- Schmitt; Husson. (2009). *La nécessité d'aider les entrepreneurs à concevoir leur vision : proposition d'une méthode*. Troyes: Colloque Entrepreneuriat.
- Senado de la República. (10 de julio de 2000). *Información legislativa Senado de la República*. Recuperado el julio de 2011, de Ley 590: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2000/ley_0590_2000.html
- Tremblay, M. (2008). *L'identification collective d'opportunités : Comment utiliser le milieu pour générer de nouvelles occasions d'affaires, dans Regards sur l'évolution des pratiques entrepreneuriales*. Québec: Presse de l'université du Québec p. 159-174.

Verzat, C. (2009). *Pourquoi parler d'accompagnement des étudiants aujourd'hui ? Un détour par l'histoire*. L'expansion Entrepreneuriat, n°2.

Vesga, R. (s.f). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta.

Vicepresidencia de competitividad empresarial. (s.f.). *Cámara de comercio de Bogotá*. Recuperado el julio de 2011, de <http://camara.ccb.org.co/contenido/contenido.aspx?catID=718&conID=6447>

Word Economic Forum - Colombia. (s.f). *Word Economic Forum Colombia*. Recuperado el junio de 2011, de <http://www.wefcolombia.com/pdfs/POLITICA%20DE%20EMPREDIMIENTO%20WEF.pdf>

World Economic Forum. (2010). *World Economic Forum*. Recuperado el julio de 2011, de The Global Competitiveness Report: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf