



CAPACIDADES EMPRENDEDORAS EN ADOLESCENTES DE UN COLEGIO DISTRITAL DE BOGOTÁ

AUTORAS:

Sandra Marcela Rodríguez Gaitán. Enfermera Universidad Nacional de Colombia. Especialista en Aseguramiento de la Calidad, Candidata Magister en Gerencia de la Innovación Empresarial. Docente de la Facultad de Ciencias Sociales, Administrativas y Económicas en la Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud, FUCS. Bogotá, Colombia. Correo electrónico: smrodriguez1@fucsalud.edu.co

Luz Angélica Nieto Cortés. Psicóloga Universidad Católica de Colombia. Magister en Psicología Clínica Transcultural de la Universidad Paris 13 de Francia. Docente programa de Psicología Universidad El Bosque. Bogotá, Colombia. Correo electrónico: angelnc30@gmail.com



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

RESUMEN

El emprendimiento es un tema de gran interés en la educación actual pues los cambios rápidos y constantes tanto sociales como económicos y culturales obligan de alguna manera a plantearse estrategias para adaptarse a estos cambios, es allí donde el emprendimiento surge como una alternativa para nuevas propuestas y visiones del entorno y la sociedad. El presente estudio hace parte de la investigación realizada por las autoras y tiene como objetivo evaluar las capacidades emprendedoras y el concepto de emprendimiento de un grupo de estudiantes de octavo a undécimo de un colegio distrital de la ciudad de Bogotá en el marco de las acciones de proyección social de la Fundación Universitaria de Ciencias de la salud FUCS.

El emprendimiento es definido en Colombia, según la ley 1014 de 2006 de fomento al emprendimiento, como 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”. Esta definición hace que surja un interés especial por la evaluación de las capacidades emprendedoras en adolescentes, pues muchas de las investigaciones en emprendimiento se realizan con individuos que ya son emprendedores o que cursan estudios universitarios, cuando por definición esta manera de pensar centrada en las oportunidades se debe desarrollar desde edades más tempranas.

Es así como a través de este estudio descriptivo se busca abordar el tema del emprendimiento en la adolescencia, evaluando las capacidades emprendedoras en estos jóvenes con el fin de proponer actividades para trabajar a futuro con ellos; actividades que puedan reforzar las capacidades presentes e incentivar aquellas que aún no están presentes. De igual manera, conocer el concepto que tienen de emprendimiento e identificar sus relaciones.

Palabras clave: adolescencia, capacidades emprendedoras, concepto de emprendimiento.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

INTRODUCCIÓN

En la actualidad se observa como la educación está más centrada en adquirir capacidades intelectuales y menos en desarrollar las cualidades del carácter ligadas a la inteligencia emocional, de esta manera la sociedad se encuentra ante una situación como la describe Zuleta (2002) en la que la escuela actual se concibe como “intelectualista” de modo que los estudiantes son vistos como individuo-memoria y por tanto, se los prepara para ser efectivos dentro del aula, pero no por fuera de ella.

Es por esto, que el permitir espacios donde se promueva el desarrollo de capacidades y habilidades que promuevan en las nuevas generaciones una manera mejor de abordar la vida y poder salir adelante en un corto o mediano plazo adquiere gran importancia, ya que los estudiantes de colegios distritales en su gran mayoría poseen un estilo de vida y unos imaginarios que no les permiten visualizarse en un futuro y manejando más la inmediatez, por tanto, la noción de proyecto de vida en la gran mayoría no hace parte de su cotidianidad.

Se espera a futuro que a partir de la identificación de las capacidades emprendedoras se pueda trabajar por medio de diferentes estrategias que redunden en la transformación social de estos sujetos, al hacerlos partícipes de su propio proyecto de vida, visualizado en un proyecto que implique poner en práctica dichas capacidades emprendedoras. De otra parte, es importante el conocimiento de las capacidades emprendedoras del grupo objetivo, a fin de hacer una propuesta de modificación o inclusión de variables en los currículos de formación.

REVISIÓN DE LITERATURA

G. Stanley Hall en 1904, fue el primero en describir la adolescencia como un período de “tormenta y estrés” decía que esto se debía a los cambios fisiológicos que aparecían con la pubertad. Para Hall, la pubertad es un período de trastorno e



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

incapacidad emocional en el que el estado de ánimo del adolescente oscila entre el letargo, la alegría y la depresión o entre el egocentrismo y la auto-depreciación (Rice, 1997, págs. 395- 396).

Desde la psicología actual, ya no se asume la adolescencia como un período tormentoso y estresante, a pesar que dentro de la cultura popular y los medios de comunicación se sigue manejando la idea de la adolescencia como un período tumultuoso. Actualmente se reconoce que la adolescencia no es un período fácil pero diversos factores pueden ayudar o empeorar el proceso de madurez de los jóvenes.

Evidentemente existe una confusión psicológica normal en los adolescentes durante este período, lo cual hace parte de su adaptación, de su proceso de crecimiento y es un paso necesario para llegar a una madurez psicológica en la adultez.

Los adolescentes no son simplemente un grupo que está en plena “búsqueda de identidad” sino que tienen ideas propias que manejadas adecuadamente pueden permitir llevar sus ideas a la realidad y ser generadores de conocimientos.

Según Acuña, Castillo, Bechara, y Godoy (2013) dentro de los cambios cognitivos que se dan durante la adolescencia uno de los más importantes es el dominio de las funciones ejecutivas. Dichas funciones incluyen variadas actividades cognitivas superiores que se han desarrollado respondiendo a la adaptación al medio de los seres humanos durante la evolución. Estas funciones estarían enfocadas a

La anticipación y el establecimiento de metas, el diseño de planes, la inhibición de respuestas inapropiadas, la adecuada selección de conductas y su organización en el espacio y en el tiempo, la flexibilidad cognitiva en la monitorización de estrategias, la supervisión de las conductas en función de los estados motivacionales y afectivos, y la toma de decisiones. Verdejo, Aguilar De Arcos y Pérez-García (2004:1109)

Los adolescentes desarrollan en esta etapa la posibilidad de tener pensamiento reflexivo y les permite distinguir lo ideal de lo real. Esta característica hace que los jóvenes tengan una tendencia en la adolescencia a imaginarse un mundo ideal en el que ellos pueden influir, como afirma White (1980) citado por Rice (1997) los



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

adolescentes se convierten en rebeldes idealistas. Esta “rebeldía” los lleva a pensar que ellos podrán con sus ideas renovar al mundo y solucionar problemas que los aquejan llevándolos inclusive a incluirse en causas grupales de algún tipo aunque la mayoría suele quedarse en las discusiones verbales sin pasar a la acción (Rice, 1997)

De otra parte, para la concreción de ideas derivadas de procesos creativos es importante tener en cuenta el proceso de pensamiento y el funcionamiento cerebral. Verdejo, Aguilar de Arcos y Pérez-García (2004) plantean que dentro del campo de Neurociencias existe una hipótesis sobre el marcador somático que propone que los estados corporales inducidos por experiencias pasadas de recompensa y castigo guían los procesos de toma de decisiones de un modo adaptativo para el organismo, lo que hace que cuando el individuo se enfrente a situaciones que implican incertidumbre o riesgo, estas señales somáticas guiarán la toma de decisiones y marcarán positiva o negativamente los distintos cursos de acción posibles, en función de objetivos socialmente adaptativos a largo plazo.

También se encuentran estudios relacionados con la obtención de logros académicos y deportivos en los adolescentes, los cuales plantean su significado hacia la orientación a la tarea y orientación al ego. Una orientación hacia la tarea supone basar las creencias sobre la práctica deportiva en el esfuerzo (trabajar duro) y la cooperación (trabajar juntos) lo cual a su vez supone una participación en la práctica deportiva o escolar más entusiasta y más satisfactoria. Como resultado de todo ello se obtendrá un mayor compromiso con la práctica deportiva o escolar. Por otra parte una orientación hacia el ego supone que el fin perseguido consiste en demostrar ser el mejor y que la evaluación de la propia ejecución depende de la comparación con los otros, lo que supone una participación menos entusiasta y una mayor tendencia a desvincularse de la práctica deportiva o de los estudios. Balaguer, Castillo, Tomás y Duda (1997)

La probabilidad de utilizar un estado de implicación hacia la tarea o hacia el ego depende tanto de factores disposicionales (orientaciones disposicionales a la tarea y al ego), como de factores situacionales (clima motivacional) (Dweck & Leggett, 1988). Las diferencias disposicionales se refieren a lo que se conoce en la



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

perspectiva de las metas de logro como orientaciones de meta. Jiménez, Cervelló, García, Santos-Rosa, y Villar (2006)

Emprendimiento

El emprendimiento es definido en Colombia a través de la Ley 1014 de 2006 de fomento al emprendimiento, como 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”.

Frente a este concepto es importante definir también al emprendedor, como “una persona con capacidad de innovar; entendida ésta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva” (Ley 1014/2006). De acuerdo a estos conceptos es relevante reconocer el valor de generar en los individuos el espíritu emprendedor de manera que le permita analizar la información del entorno, identificar los problemas y estar atento a desarrollar alternativas prácticas para su solución.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), red de investigación a nivel mundial que monitorea el desarrollo del emprendimiento en más de 60 países, refiere que las actitudes frente al emprendimiento pueden variar de país a país y afectan de una forma directa la orientación de las personas hacia el proceso de desarrollo de actividades emprendedoras. GEM (2012. Pág. 10).

Por ejemplo, el grado en el cual se cree que pueden existir oportunidades buenas para empezar una empresa, el reconocimiento social que se le dé al ser emprendedor, la percepción y la actitud frente al riesgo que las personas tengan, la noción que se dispone de las competencias emprendedoras (habilidades, conocimientos y experiencias) para desarrollar una empresa, el conocer personas que han desarrollado



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

empresas, el creer que existe la posibilidad de acceder a los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad emprendedora, o el pensar que existe un ambiente general favorable hacia la actividad emprendedora. GEM (2012. Pág. 10).

Por tanto, los individuos expuestos a los entornos donde se fomenta e incuba el emprendimiento, pueden modificar sus percepciones y desarrollar de manera más natural proyectos y actividades emprendedoras.

Los procesos enseñanza – aprendizaje son definidos como procesos en los cuales se logra la transformación sistemática de la personalidad de los estudiantes, mediante un conjunto dinámico, complejo, de actividades con un fin determinado y dirigidas por un personal (Papert, 1995), De acuerdo con este concepto, es importante reestructurar los procesos de enseñanza aprendizaje, lo que implica que más allá de un entorno con oportunidades, el emprendimiento puede ser estimulado desde la formación que fortalezca estas competencias en el individuo.

Frente al comportamiento y la personalidad y los factores extra psicológicos que pueden influir en el desarrollo del ser emprendedor Roth y Lacoa (2009) plantean que:

La controversia reside en que para los que asumen la representatividad de la teoría de los rasgos (características más o menos estables de la personalidad), la determinación de correlatos entre ser o no emprendedor y estas características individuales (motivación, necesidad de logro, manejo de la incertidumbre, locus de control, tenacidad, etc.), constituye la base de la investigación acerca de la predicción del emprendimiento. Para quienes sustentan el enfoque comportamental, por otra parte, la



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

indagación de los rasgos del emprendedor sólo conduce a la confusión y oscurece la comprensión de la conducta emprendedora.

Para entender al emprendedor, debe estudiarse de qué manera éste se involucra en el proceso del emprendimiento (qué competencias posee y pone en práctica, cómo encara las oportunidades que se le presentan, de qué manera sortea los obstáculos que se oponen a su tarea, cómo interactúa con la novedad, etc. *Ibíd.* (Pág. 5)

De otra parte y complementaria a la visión psicológica es importante revisar percepciones básicas como son la de deseabilidad y la de factibilidad planteados por Shapiro y Sokol, (1982) citado por Varela R. (2008), “las cuales son afectadas por la cultura que posee el empresario potencial, o sea por sus valores, creencias, actitudes, aptitudes, habilidades, conocimientos, formas de actuar, etc.”; de otra parte y con estos elementos de base Gasse y Tremblay, desarrollan un modelo conceptual que mantiene la idea de Shapiro de que el proceso empresarial es un proceso multivariado afectado por “deseabilidad” y “factibilidad”, pero le añaden la “creación”, que hace relación a la acumulación de recursos que permiten llevar a la realidad y a hechos concretos el sueño. (*Ibíd.* 2008)

El espíritu emprendedor no puede entenderse sólo desde el concepto de la oportunidad es decir que “las oportunidades existen independiente de las personas o emprendedores” Shane y Venkataraman (2000); tampoco desde las características del individuo emprendedor, es decir “esta oportunidad no dará frutos sin la percepción, las perspectivas y las interpretaciones de los emprendedores y sin la capacidad de organizar e implementar una organización para explotar esta oportunidad” Buzenitz, West III, Sheperd, Nelson, Chandler, y Zacharakis. (2003). “El espíritu emprendedor no puede entenderse sólo desde el concepto de la oportunidad; tampoco desde las características del individuo emprendedor, y tampoco a partir de sus capacidades de organizar efectivamente. El espíritu emprendedor se entiende en la intersección de estos elementos planteados”. Pereira (2007)



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

McClelland (1976) de otra parte indica que:

Si a un niño lo formamos para que desarrolle una alta motivación al logro, ese niño tendrá una alta probabilidad de que cuando sea adulto, sea empresario. Y si en una comunidad llegamos a tener en un momento dado un buen número de empresarios, obviamente vamos a tener un buen nivel de desarrollo. Las actitudes y capacidades asociadas a la mentalidad emprendedora deben y pueden ser aprendidas desde las edades más tempranas y a lo largo de toda la vida, adaptando el proceso de enseñanza aprendizaje a las características del estudiante en los diferentes niveles educativos.

El término competencia viene del latín *competere* que originalmente significaba ir una cosa al encuentro de otra (Corominas, 1987). Posteriormente, empezó a adquirir el sentido de responder a, corresponder a, ser propio de (Levy-Leboyer, 1996 y 2002). En el siglo XV *competere* vino a significar pertenecer a, incumbir, dando lugar al significado competencia que en griego significa suficiencia, capacidad y al adjetivo *apto*, adecuado, evolucionando hacia el concepto de saber hacer. Por tanto, la definición de competencias corresponde a

Las características innatas y adquiridas de una persona que incluyen valores, rasgos de personalidad, carácter, conocimientos y habilidades, las cuales se fundamentan en los motivos más internos de la persona, que en un conjunto demuestran excelencia, según el criterio definido para una situación o actividad dada, y se reflejan en sus comportamientos, que a su vez pueden ser medidos y mejorados a través de procesos formativos. Gabriunas, González, Enciso, Perilla y Martínez. (2012).

Varela y Bedoya (2006:149) indican que las competencias empresariales son el conjunto de atributos (motivaciones, actitudes, valores, conocimientos, habilidades,



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

etc.) de una persona, que se manifiestan en comportamientos definibles, observables y medibles, que están vinculados, en forma casual, con un desempeño superior en la acción empresarial.

Con estos conceptos planteados es importante concluir que existen elementos psicológicos, del entorno y adquiridos que influyen en el emprendedor potencial, y que las competencias hacia el ser emprendedor pueden ser influenciadas desde la enseñanza. De otra parte, es necesario diferenciar las competencias empresariales de las capacidades emprendedoras dado que las primeras están orientadas a la generación de empresa, como lo han definido diversos estudios; así mismo, existe una relación entre ellas.

Krauss (2011) plantea que el estudio del emprendedor puede hacerse desde diferentes puntos de vista. Desde el punto de vista psicológico, en relación a la motivación, a los rasgos de la personalidad y a la teoría cognitiva; desde el punto de vista demográfico, analizando las características relacionadas con antecedentes personales y familiares que influyen en el desarrollo del emprendedor; y actitudinal, en relación con una predisposición a responder hacia el emprendimiento o no, incluyendo reacciones de tipo afectiva, cognitiva y comportamental.

Adicional a los enfoques anteriores es importante revisar la relación del entorno en el desarrollo de las capacidades emprendedoras, y en este sentido existen otros modelos que estudian conjuntamente las variables psicológicas y las variables sociológicas denominado enfoque gerencial o conductual, que analiza el proceso de toma de decisiones del empresario y que comprende las funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de oportunidades y la creación de organizaciones que las exploten, teniendo en cuenta que la conducta del emprendedor es una respuesta a su entorno. Diez (2012)

De otra parte, la OCDE a través del programa PISA (Programme for International Student Assessment), define los conocimientos y habilidades esenciales que debe tener una persona al finalizar su actividad escolar, en una evaluación comparativa de diferentes países. De este programa se deriva el proyecto DESECO, "Definition and Selection of Key Competences", que define tres grandes categorías: 1) Manejo



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

interactivo de herramientas, como el lenguaje o la tecnología, 2) Interacción en grupos heterogéneos, 3) Actuar con autonomía. Cada una de estas categorías implican el desarrollo de unas competencias claves, entre las cuales se encuentran: el desarrollo de la autonomía, la orientación hacia el futuro, definir y llevar a cabo planes y proyectos, comprender los intereses y sugerir acuerdos y soluciones. Marina (2010)

Dentro de las categorías definidas para el presente estudio es importante relacionar los elementos de creatividad, toma de decisiones y orientación al logro que se integran en un pensamiento innovador.

Zabalza (2003:70) indica que las competencias referidas a capacidades creativas hacen referencia a cómo los sujetos hacen frente al trabajo en su conjunto con la búsqueda de soluciones nuevas, generación de ideas, asunción de riesgos, innovación, originalidad, conexión de ideas, etc. Torrance (1969, 1974) conceptualizó la creatividad como el proceso que comprende la sensibilidad a los problemas, la identificación de una dificultad, la búsqueda de soluciones y la formulación de hipótesis, la comprobación de las mismas y su modificación si fuera necesario y, por último, la comunicación de los resultados. Para Torrance (1990), la creatividad como habilidad exige producir diversas ideas (fluidez), cambiarlas cuando no son efectivas (flexibilidad), organizarlas, elaborarlas y enriquecerlas cuando se requiere establecer grados de creatividad (elaboración).

Finalmente, frente al pensamiento innovador, Ponti (2009) define que innovar es técnica, método, proceso y control; ganas, empuje, trabajo en equipo, pasión, arte, diseño, meditación, intuición; por lo tanto, implica relacionar un pensamiento creativo, el desarrollo de un trabajo, la toma de decisiones y la orientación al logro, no solo procesos mentales sino un pensamiento capaz de proyectarlo en algo tangible o concreto.

Marco normativo

El proyecto de investigación se apoya en documentos internacionales, nacionales, y locales que complementan su desarrollo, como son:



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

El Decreto 520 de 2011 que establece La adopción de la Política Pública de Infancia y Adolescencia de Bogotá en el Distrito Capital y está constituida como el conjunto de principios, decisiones y acciones estratégicas lideradas por el Estado, en corresponsabilidad con las familias y la sociedad, que busca reconocer, garantizar las condiciones, prevenir situaciones que amenacen el ejercicio de los derechos y realizar acciones que restablezcan el ejercicio de los mismos, generando transformaciones sociales que incidan positivamente en la calidad de vida de los niños, las niñas y los/las adolescentes del Distrito Capital.

La Ley 1098 de 2006, establece el Código de la Infancia y la Adolescencia, que tiene por finalidad garantizar a los niños, a las niñas y a los adolescentes su pleno y armonioso desarrollo para que crezcan en el seno de la familia y de la comunidad, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión. En este código se establecen normas sustantivas y procesales para la protección integral de los niños, las niñas y los adolescentes, los derechos que tienen niños y niñas, las obligaciones de la familia, la sociedad y el estado, en especial en el artículo 39, numeral 5, que manifiesta: Proporcionarles las condiciones necesarias para que alcancen una nutrición y una salud adecuadas, que les permita un óptimo desarrollo físico, psicomotor, mental, intelectual, emocional y afectivo y educarles en la salud preventiva y en la higiene. En adición a la Ley 1098/2006, en el artículo 94 de la Ley 1453 de 2011, establece la estructuración de un modelo articulado al PEI de las instituciones educativas para mejorar las capacidades de padres y custodios en relación con orientaciones de crianza que disminuyan las causas de violencia, deserción, agresividad, embarazos en adolescentes y consumo de sustancias.

Ley 1014 de 2006, de fomento al emprendimiento plantea que

La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo... y propone crear un vínculo del



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento 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.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar el concepto de emprendimiento y las capacidades emprendedoras de estudiantes de octavo, noveno y décimo de un Colegio Distrital de Bogotá.

Objetivos específicos

Caracterizar la población de adolescentes de los cursos octavo, noveno y décimo, objeto de estudio.

Determinar las capacidades que deben ser fortalecidas de acuerdo a la percepción de los estudiantes.

METODOLOGÍA

El estudio es descriptivo y busca identificar las capacidades emprendedoras de la población objeto constituida por estudiantes de octavo, noveno y décimo de la jornada diurna de un Colegio Distrital de Bogotá, cuyas edades oscilan entre los 13 a 18 años de edad.

El muestreo fue aleatorio estratificado y se aplicó a los estudiantes que quisieran acceder a participar en el estudio.

Se realizó la aplicación de un instrumento de auto-diligenciamiento, creado por las investigadoras con 50 preguntas clasificadas en 8 categorías, entre ellas: creatividad, flexibilidad, sensibilidad social, toma de decisiones, orientación al logro, construcción de redes, autoconfianza y pensamiento innovador.

Inicialmente se aplicó una prueba piloto y se ajustó el instrumento. Finalmente la encuesta con 4 opciones de respuesta (Muy en desacuerdo, de desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo), que fue respondido por 184 estudiantes.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Categorías definidas	Descripción
Creatividad	Proceso de presentar un problema a la mente con claridad (ya sea imaginándolo, visualizándolo, suponiéndolo, medítándolo, contemplando, etc.) y luego originar o inventar una idea, concepto, noción o esquema según líneas nuevas o no convencionales. Supone un estudio y reflexión más que acción. (Paredes 2005)
Flexibilidad	Disposición a cambiar de enfoque o de manera de concebir la realidad para dar lugar a otras opciones que permitan hacer bien las cosas. (Varela 2008)
Sensibilidad social	Es comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza; que éste debe beneficiar a todos los actores sociales. (Varela 2008)
Toma de decisiones	Es analizar las diversas alternativas que tengo para determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo la responsabilidad de los resultados logrados. (Varela 2008)
Orientación al logro	Es preocuparse por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes. (Varela 2008)
Construcción de redes	Entendida como la construcción de redes sociales en definida por Sanz, Menéndez (2003) como los patrones de vínculos que ligan a los miembros de una sociedad, en palabras del autor “la red es un constructo relacional, en el cual las descripciones se basan en los conceptos de vínculos (ties) que unen actores (nodes) que pueden ser personas, grupos, organizaciones o clusters de vínculos -así como de personas- en un sistema social”



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Autoconfianza	Es el optimismo para salir adelante en sus actividades, ya que asume tener los conocimientos, la capacidad humana y profesional, la actitud y la energía para lograr sus metas. (Varela 2008)
Pensamiento innovador	Facultad de plantearse y encontrar soluciones y respuestas más allá de las que se basan en reglas. (Davies, Fidler, y Gorbis, 2011)

RESULTADOS

La distribución por sexo no tiene mayor diferencia, siendo mayor el número de hombres. Se encuentran 87 mujeres, que corresponde al 47% y 96 hombres, que corresponde a un 52%.

En la distribución por edad en los estudiantes se presenta en la siguiente tabla.

Tabla 1. Distribución por edad estudiantes

EDAD	NRO. ESTUDIANTES	%
16 años	43	23%
15 años	42	23%
14 años	41	22%
17 años	26	14%
13 años	13	7%
18 años	12	6%
NS/NR	5	3%
20 años	1	1%
19 años	1	1%
Total	184	100%

Fuente: elaboración propia

Distribución por curso

Los cursos que correspondían al estudio son octavo, noveno y décimo. La distribución porcentual es de 35% octavo (64), 28% noveno (52), 37% décimo (68)

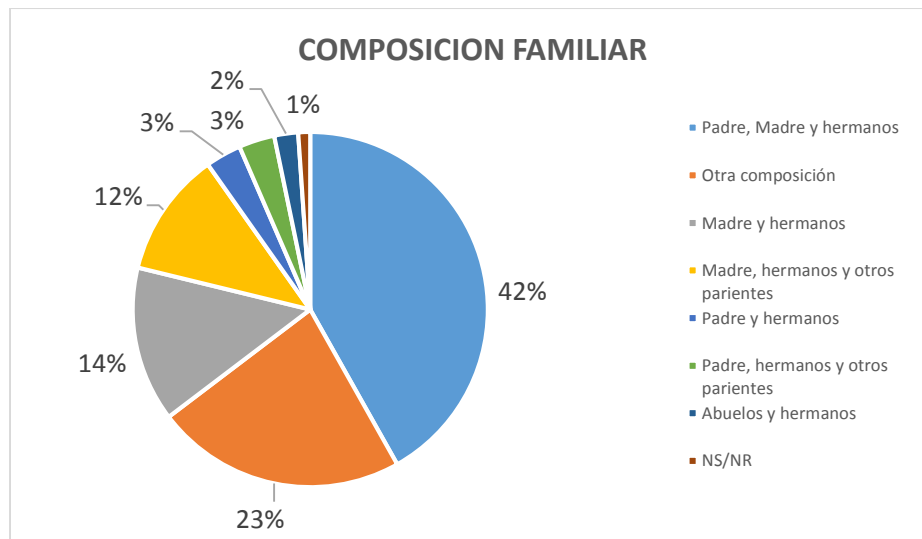
Composición familiar

Dentro de la composición familiar se encuentran diferencias, sin embargo se identifica claramente que la mayoría de las familias están conformadas por padre,

Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

madre y hermanos; seguido de otra composición, donde se encuentran familias con solo un padre (madre o padre), familias de hijos únicos donde solo viven con los padres y familias extensas donde conviven con tíos, primos, abuelos; también familias que viven con madrastra o padrastro.

Gráfico 1. Distribución de la población según composición familiar



Fuente: Elaboración propia

Escolaridad de los padres

Dentro de los resultados se encuentra que el 28% (51) de los estudiantes desconoce la escolaridad del padre. Los datos de secundaria completa e incompleta logran un 17% (31) cada uno, seguido de un 12% (22) con estudios universitarios. La primaria completa e incompleta son los datos que siguen en orden con 8% (15) y 7% (13) respectivamente.

Frente a la escolaridad de la madre se identifica que la mayor es el 27% (49) corresponde a secundaria incompleta, seguida de un 20% (36), solo el 17% (31) desconoce la escolaridad de la madre.

Ocupación de los padres

Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Las ocupaciones del padre se pueden observar en la siguiente tabla, donde se puede resaltar que la ocupación es independiente y la de las madres empleada. Se observa un 14% de desempleo en las madres.

Tabla 2. Ocupación de padre y madre

Ocupación	Actividad laboral padre	Porcentaje	Actividad laboral madre	Porcentaje
Independiente	81	44%	55	30%
Empleado	80	43%	96	52%
NS/NR	20	11%	8	4%
Desempleado	3	2%	25	14%
Total general	184	100%	184	100%

Fuente: elaboración propia

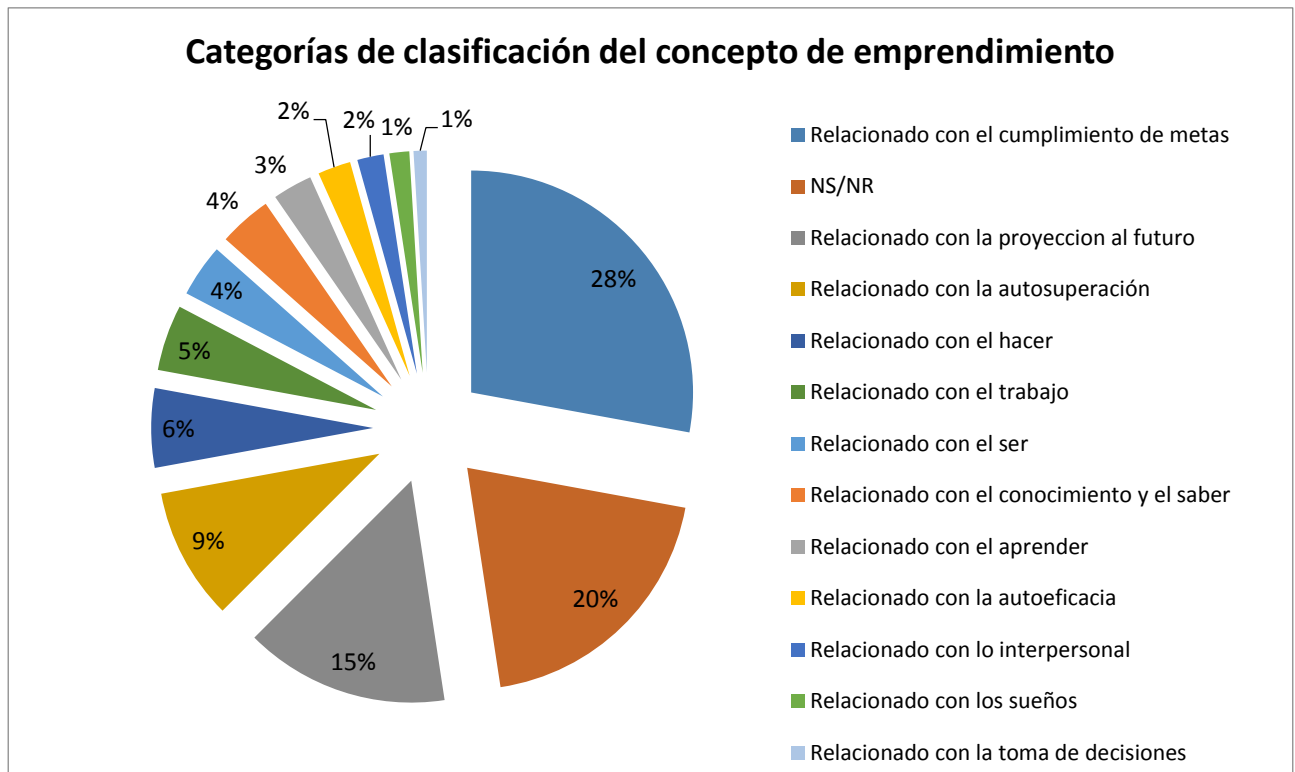
Concepto de emprendimiento

Con relación al concepto de emprendimiento se analizaron las respuestas a la pregunta abierta ¿Qué entiendes por emprendimiento?

En este caso de los 184 estudiantes 41 no respondieron la pregunta. Los 143 restantes respondieron de manera diversa a la pregunta por lo cual en una sola respuesta se encontraba más de una definición.

Las diferentes respuestas de los estudiantes se agruparon para conformar categorías generales según la similitud de las respuestas. Como se observa en la gráfica surgieron 12 categorías principales a saber:

Gráfico 2. Concepto de emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

Relacionado con el cumplimiento de metas: en esta categoría las respuestas de los estudiantes se referían de manera específica tanto al “cumplir metas” o “alcanzar metas” como también a expresiones como “luchar por algo que se quiere”.

Relacionado con la proyección al futuro: en esta categoría se ubicaron respuestas del tipo “tener ideas para el futuro”, “planear el futuro”, “proyectar una idea a futuro” o “progresar con sus ideales”. En general se agruparon las respuestas que estaban relacionadas con ideas futuras o planes a futuro.

Relacionado con la autosuperación: en esta categoría se agruparon respuestas que se relacionaban con superar obstáculos propios o superar situaciones, respuestas como “tener esfuerzo y dedicación”, “superar los problemas y salir adelante” y “sobreponerse a los obstáculos” son ejemplo de las respuestas agrupadas en esta categoría.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Relacionado con el hacer: “hacer cosas novedosas”, “hacer cosas interesantes” fueron algunas de los tipos de respuestas agrupadas en esta categoría. En general este grupo agrupa respuestas donde se relaciona el emprendimiento con ejecutar o hacer cosas.

Relacionado con el trabajo: en esta categoría se agrupan las respuestas donde se define el emprendimiento en términos de trabajo, respuestas como “ tener un trabajo interesante” , “tener una empresa o trabajo propio” o “buscar opciones de trabajo” son algunas de las respuestas pertenecientes a la presente categoría.

Relacionado con el ser: en esta categoría se agruparon las respuestas relacionadas con el hecho de ser mejores personas o de mejorar características personales, por ejemplo respuestas como “ser una mejor persona”, “ser alguien mejor” , “ser inteligente” o “ ser responsable y juicioso” son algunos ejemplos.

Relacionado con el conocimiento y el saber: esta categoría agrupa respuestas relacionadas con conocimientos académicos equiparables al concepto de emprendimiento , respuestas como “saber cosas”, “conocer e interpretar conceptos e ideas” fueron algunas de las respuestas.

Relacionado con el aprender: En esta categoría literalmente las respuestas eran semejantes y se relacionaban con “aprender algo” o “aprender algo nuevo”.

Relacionado con la autoeficacia: Esta categoría se relacionaron respuestas que aludían al desarrollo de capacidades propias; respuestas como “desarrollar las propias capacidades” y “desarrollar habilidades” fueron las más comunes.

Relacionado con lo interpersonal: en esta categoría el concepto de emprendimiento estaba enfocado más hacia las relaciones con otras personas , repuestas como “ convivir bien con los demás” o “entender a los demás” dan cuenta de esta categoría.

Relacionado con los sueños: esta categoría surgió gracias a respuestas como “tener un sueño y realizarlo” “poder realizar un sueño”, o “lograr lo que se ha querido” informan de la conceptualización de estos jóvenes del emprendimiento como un ideal.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Relacionado con la toma de decisiones: en esta categoría los jóvenes encuestados hicieron alusión al emprendimiento como la habilidad de tomar decisiones, lo más común fue la respuesta “tomar sus propias decisiones”.

No sabe / no responde: en esta categoría se agruparon tanto las encuestas donde la pregunta se encontraba sin diligenciar como aquellas donde los estudiantes contestaron directamente no saber a qué se refería el concepto.

Categoría Creatividad

Dentro de la categoría de creatividad el 58.70% de los encuestados considera que está de acuerdo y el 22.59% está muy de acuerdo, lo que nos lleva un 81.29% de estudiantes que consideran tener la capacidad de ser creativos. El 17.62% están en desacuerdo y muy en desacuerdo con esta capacidad.

Categoría flexibilidad

Con respecto a la categoría de flexibilidad el 23,59% considera estar muy de acuerdo y el 46,41% de acuerdo lo que nos da un total del 70% de estudiantes que consideran que tienen la capacidad de ser flexibles. Por el contrario el 28.91% reporta no estar de acuerdo con esta categoría.

Categoría sensibilidad social

En la categoría relacionada con la sensibilidad social se evidenció que el 45.79% de los encuestados se encuentra de acuerdo y el 27.58% muy de acuerdo, lo que nos da un total de 73.37% de estudiantes que reportan tener sensibilidad social como capacidad emprendedora. El 25.82% se considera en desacuerdo con esta capacidad.

Categoría toma de decisiones

En la categoría toma de decisiones, el 53.44% de los encuestados está de acuerdo y el 20.29% muy de acuerdo, lo que nos da un total del 73.73% que consideran tener la capacidad de tomar decisiones. En esta categoría el 25.18% no considera tener esta capacidad.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Categoría orientación al logro

En esta categoría el 43.27% está de acuerdo y el 21.94% está muy de acuerdo para un total de 65.22% de estudiantes que reportan tener esta capacidad. El 33.63% reporta no estar de acuerdo con esta capacidad.

Categoría construcción de redes

En esta categoría el 48.1% está de acuerdo y el 24.55% está muy de acuerdo lo que nos da un total de 72.64% de encuestados que están de acuerdo con esta categoría. El 26.45% está en desacuerdo con esta categoría.

Categoría autoconfianza

En esta categoría el 54.62% está de acuerdo y el 28.13% está muy de acuerdo, lo que nos da un total del 82.74% de estudiantes que consideran que poseen la capacidad de tener autoconfianza. El 16.1% está de acuerdo con esta categoría.

Categoría pensamiento innovador

En esta categoría el 49.25% de los estudiantes está de acuerdo y el 34.31% muy de acuerdo, para un total de 83.56% que reportan tener esta capacidad. El 15% reporta no estar de acuerdo en esta categoría.

Resultados generales

De manera general el 75,32% de los estudiantes encuestados percibe que tiene capacidades emprendedoras; el 23,59% considera que no tiene capacidades emprendedoras. El 1,24% no sabe o no responde.

Tabla 3. Totales numéricos resultados de la encuesta

	CREATIVIDAD	FLEXIBILIDAD	SENSIBILIDAD SOCIAL	TOMA DE DECISIONES	ORIENTACION AL LOGRO	CONSTRUCCION DE REDES	AUTO CONFIANZA	PENSAMIENTO INNOVADOR	TOTAL
De acuerdo	58,70	46,41	45,79	53,44	43,27	48,10	54,62	49,25	49,95
Muy de acuerdo	22,59	23,59	27,58	20,29	21,94	24,55	28,13	34,31	25,37
En desacuerdo	15,61	23,91	22,15	22,46	24,86	21,65	13,86	12,91	19,68
Muy en desacuerdo	2,02	5,00	3,67	2,72	8,76	4,80	2,24	2,11	3,91



4to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,
Administrativas y Contables - *Sociedad y Desarrollo*



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

NS/NR	1,27	1,09	1,09	1,09	1,32	1,09	1,32	1,63	1,24
Total general	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

DISCUSIÓN

Aunque no se realiza discusión de los datos de descripción de la población, si se identifica que un 14% de las madres fueron identificadas como desempleadas, sin embargo este dato no se toma literal dado que los adolescentes pueden catalogarlas así por ser amas de casa.

Dentro de las categorías analizadas la discusión se centra en la relación de cada una de ellas con el pensamiento del adolescente y su percepción de tener o no la capacidad.

Creatividad: Los adolescentes de la muestra perciben en un 81.29% que tienen la capacidad creativa, entendida como desarrollar sus tareas buscando nuevas soluciones, generando nuevas ideas, sin bloqueos frente a ella. Es importante reconocer que aunque a esta edad se han proporcionado una serie de condicionamientos dados a través de la educación, el adolescente percibe la capacidad de lograr de manera original la identificación y solución de problemas. Para el 17.62% que se encuentran en desacuerdo o muy en desacuerdo, es importante entonces proyectar la realización de acciones que desarrollen la creatividad.

Flexibilidad: Teniendo en cuenta la definición de Varela (2008) de la flexibilidad como la manera de ver la realidad y concebir otras oportunidades para asumirla y hacer las cosas adecuadamente se evidencia dentro de los resultados que un 46.41% consideran que dentro de sus capacidades emprendedoras está la flexibilidad. Esto podría deberse al hecho de que en la adolescencia como lo afirmó Piaget el adolescente supera la etapa de las operaciones concretas y puede plantearse situaciones hipotéticas y diferentes soluciones a los problemas (Papalia, 2011) lo que contribuye efectivamente a que el adolescente tenga la percepción de ser flexible mentalmente. El hecho de que su maduración cognitiva le permita plantearse diversas situaciones, soluciones y opciones le permite al adolescente tener un punto de vista más amplio del que tenía en la niñez donde se es más concreto.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Es importante tener en cuenta que esta flexibilidad percibida es muy relativa a la etapa de desarrollo. Teniendo en cuenta que según Erikson la principal tarea de la adolescencia es la búsqueda de identidad implicaría un nivel de “egocentrismo” para cumplir esta tarea.

El querer ser importante o de renombre y sentirse especiales es una característica típica de la etapa adolescente (Aprendizaje y desarrollo en la adolescencia), pero el hecho de que estén buscando su propia identidad los puede llevar a exagerar sus logros o sus fracasos. Esto último hace pensar críticamente en esta flexibilidad mental que afirman tener ya que siendo una etapa de egocentrismo, es difícil definir si realmente el adolescente tiene una claridad de lo que es la flexibilidad y si las alternativas de solución que propone ante diversas situaciones son productos de un proceso de flexibilidad u de un proceso de búsqueda de identidad tomando sus opciones como las mejores sin mirar otras, por ejemplo las de los padres u otros adultos.

Sensibilidad social: El idealismo que caracteriza la adolescencia y que ha sido ampliamente documentado y aunque el egocentrismo propio de la etapa los lleva a considerar que pueden cambiar el mundo con sus ideas, se ha encontrado que ese egocentrismo al final de la adolescencia se va convirtiendo poco a poco en sociocentrismo, esto quiere decir que las causas y valores con los que los jóvenes se sienten identificados están relacionados más con beneficios a largo plazo y que redunden en el bienestar de otros y no solamente en lo que sea positivo o conveniente para ellos mismos (Rice, 1997)

Teniendo en cuenta este idealismo y preocupación por los problemas sociales se podría pensar que este 45.79% de estudiantes que afirman estar de acuerdo con el hecho de tener la capacidad de ser sensibles socialmente y el 27.58% que está muy de acuerdo con lo mismo es muy coherente con la etapa de desarrollo cognitivo por la que están atravesando estos jóvenes. Difícilmente podemos separar las respuestas según la edad (teniendo en cuenta que el rango de edad de los encuestados está dentro de los 13-20 años), es decir no podemos saber con las respuestas si los jóvenes evalúan su sensibilidad social desde un punto de vista



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

egocéntrico pensando desde su idealismo o desde una posición más socio-centrada como se planteó más arriba.

Igual es importante retomar también el tema de los grupos de pares como referentes sociales de los adolescentes. Los grupos de amigos se convierten en una parte muy importante de la vida del joven, en ocasiones, mucho más que sus propias familias por lo cual su sensibilidad social también podría estar más definida pues el hecho de compartir con otros aumentaría la probabilidad de que se preocupara por estos “otros” y por el bienestar del grupo y no sólo de ellos mismos.

Toma de decisiones: Frente a la toma de decisiones, los resultados de la percepción de estar de acuerdo son inferiores a los obtenidos por ejemplo en creatividad. Se identifica que los adolescentes analizan alternativas de acuerdo a experiencias pasadas antes de definir un camino a seguir, y en la acción no asumen las responsabilidades, consecuencias y riesgos que esto implica; de otra parte, se ven enfrentados a situaciones en las cuales no tienen una experiencia previa, tales como el consumo de drogas o las relaciones sexuales. El pensamiento del adolescente está orientado a lograr todo lo que se proponga, es así que se desarrollan grandes habilidades en este periodo de la vida, a la vez, se ven enfrentados a situaciones en las que una vez realizada la acción, se toma conciencia de los impactos generados en sí y en otros. Aunque están de acuerdo y muy de acuerdo un total de 73.73%, es una de las categorías donde es necesario trabajar, sobre todo en la asunción de las responsabilidades sobre los impactos generados.

Orientación al logro: Según Varela (2008) la orientación al logro es preocuparse por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes. De esta forma la orientación al logro implica no solamente la decisión, sino alcanzar estándares superiores a los existentes, incluso conocer y definir una meta, y trabajar para cumplirla. Esta categoría está muy asociada a la toma de decisiones, dado que implica el análisis de la situación y la acción. Esta es una de las categorías con calificación inferior, el 33.63% reporta no estar de acuerdo con esta capacidad, así que implica el desarrollo de acciones para trabajar para el mejoramiento de esta capacidad.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Creación de redes: En esta etapa el adolescente empieza a crear relaciones fuera de su familia, la importancia que adquiere la relación con los pares es fundamental para fomentar la autonomía del adolescente. Como afirma Chacón (2009) el grupo de pares llega en ocasiones a desplazar a los familiares pues se convierten en el primer referente de socialización, el hecho de crecer y buscar su identidad hace que el adolescente se vaya desprendiendo poco a poco de su núcleo familiar y necesita un grupo de soporte que los ayude a superar esta etapa de transición.

Frente a este panorama los adolescentes de la investigación reportan estar de acuerdo el 48.10% y muy de acuerdo el 24.55% con tener la capacidad emprendedora de crear redes. Este resultado no es de extrañar pues evidentemente el adolescente está creando sus propios grupos de referencia, jóvenes con lo que tiene pensamientos en común y con quienes empieza a compartir actividades fuera del hogar.

Autoconfianza: La categoría de autoconfianza fue una de las que obtuvo un puntaje más alto, 54.82% de los encuestados están de acuerdo con que tiene esta actitud emprendedora y el 28.13% están totalmente de acuerdo, lo que nos daría un total de 82.95% de jóvenes que reportan poseer autoconfianza.

La autoconfianza como auto esquema permitiría organizar el mundo de adolescente relacionado con su yo, es decir con su identidad según la teoría cognitiva, de hecho la teoría afirma que el auto esquema permite responder a la pregunta ¿quién soy yo? basándose en la información fisiológica, afectiva y motivacional que surge de la relación del yo con el mundo (Riso, 2006).

Teniendo en cuenta este aspecto es interesante que los adolescentes consideren que poseen autoconfianza pues no se podría afirmar que este auto esquema esté del todo establecido ya que depende directamente de la formación de la identidad y del autoconcepto, procesos ambos en desarrollo durante la adolescencia.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Según Luna y Laca (2014) mencionando el modelo de Janis y Mann (1977) la confianza en los sujetos está directamente relacionada con la toma de decisiones efectivas ya que según se juzgue la elección como acertada o errónea la confianza en sí mismo se verá afectada.

Retomando lo encontrado en la categoría de toma de decisiones, es importante resaltar que aunque el proceso de toma de decisiones se da adecuadamente los adolescentes no hacen este proceso teniendo en cuenta las consecuencias de su decisión o lo que esta pueda acarrear, por lo cual las decisiones sin estar planeadas podrían llevar a consecuencias no deseables que finalmente minarían la autoconfianza de los jóvenes. Por lo tanto se podría sugerir que esta autoconfianza no sea algo estable sino más bien temporal según la situación e inclusive influida por la evaluación del instrumento.

Ciertamente los autoesquemas en los adolescentes es un tema en el que merece la pena profundizar pues al ser esta etapa de desarrollo de la identidad estos no estarían probablemente tan definidos.

Pensamiento innovador: El pensamiento innovador está relacionado con la capacidad de creatividad y la capacidad de concretar el pensamiento en productos o servicios. En los adolescentes, la concreción en productos se observa a través de los productos o tareas que entregan con atributos de calidad, originalidad y sofisticación. Esta categoría encierra una gran parte de las precedentes. Un 83.56% de estudiantes de la muestra percibe que tiene un pensamiento innovador, lo que implica integrar el pensamiento creativo, el pensamiento lateral, la orientación a un logro definido, la toma de decisiones para ejecutar la tarea y finalmente lograr la concreción en un producto.

De manera general el 75,32% de los estudiantes encuestados percibe que tiene capacidades emprendedoras; el 23,59% considera que no tiene capacidades emprendedoras. El 1,24% no sabe o no responde.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

CONCLUSIONES

- El desarrollo de esta investigación permite un acercamiento interesante a un tema poco explorado, que generalmente en la literatura se ha trabajado en estudiantes universitarios. El avance que se pueda realizar en la intervención en la comunidad de acuerdo a estos primeros resultados se constituirá en el primer paso para fortalecer la formación en emprendimiento en educación media.
- Es difícil afirmar que realmente los adolescentes tengan todas las capacidades emprendedoras desarrolladas, teniendo en cuenta que las variables incluidas parten de una percepción y se necesita un nivel de desarrollo cognitivo. Algunas por el proceso de desarrollo en el que están los adolescentes como lo son toma de decisiones y autoconfianza no son claramente establecidas. Valdría la pena entonces explorar algunas de las categorías, como la creatividad, flexibilidad, pensamiento innovador, orientación al logro, sensibilidad social y redes sociales que son más fácilmente manejables desde la formación.
- Los resultados parten de un auto informe, por lo tanto es difícil identificar si son una realidad o no en la práctica. Se propone entonces que estos resultados puedan orientar una posterior investigación e intervención que pueda hacer la universidad desde el área de proyección social.
- Los conceptos de los adolescentes frente al emprendimiento son disimiles frente a la literatura y al concepto de la Ley misma (1014/2006) “como una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades” muchas de las respuestas están orientadas a hacer lo que ellos quieren hacer, lograr sus metas, ser ellos mismos, proyectarse hacia el futuro, incluso, auto superarse, es decir lograr una identificación; de otra parte, un 20% refiere no conocer el concepto. En ninguna respuesta se encuentran elementos como visión global, liderazgo equilibrado o gestión de un riesgo calculado, ni la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad, de manera concreta, aunque se encontraron respuestas relacionadas con el trabajo,



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

tales como “tener una empresa o trabajo propio” o “buscar opciones de trabajo” y con el ser una mejor persona y ayudar a otros.

- Teniendo en cuenta que el colegio donde se aplicó el instrumento no tiene un énfasis comercial, se sugiere aplicar el instrumento en colegios que tengan esta orientación de manera que se pueda comparar si el concepto frente al emprendimiento es diferente.
- No se observó un interés por parte del Colegio y por las respuestas de los estudiantes, no se ve claramente un conocimiento frente al tema, por parte de los estudiantes.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acuña, I., Castillo, D., Bechara, A., & Godoy, J. C. (2013). *Toma de decisiones en adolescentes: rendimiento bajo diferentes condiciones de información e intoxicación alcohólica*. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 13(2), 195-214.
2. Balaguer, I., Castillo, I., Tomás, I., y Duda, J. (1997). *Las orientaciones de metas de logro como predictoras de las conductas de salud en los adolescentes*. Documento web. Departamento de Metodología, Psicología y Psicología Social Facultad de Psicología. Universidad de Valencia Avda. Blasco Ibáñez, 21. 46010 Valencia-España.
3. Busenitz, L., West III, G., Sheperd, D., Nelson, T., Chandler, G., Zacharakis, A. (2003). *Entrepreneurship research in emergence: past, trends and the future directions*. *Journal of management*, 29 (3), 285-308
4. Castillo de Matheus, M. E. (2010). *Empresarios exitosos: cómo toman decisiones*. *Revista venezolana de gerencia*. (RVG). Año 15, No 52. Pp. 548-569.
5. Corominas, J. (1987). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.
6. Cruz, C. B. (2009). *Desarrollo de la adolescencia y la juventud*. *Revista digital Innovación y Experiencias Educativas* (25), 1-16.
7. Davies, Fidler, y Gorbis. 2011. *Future Work Skills 2020*. Institute for the Future for the University of Phoenix Research Institute. Retrieved from http://cdnstatic.phoenix.edu/content/dam/altcloud/doc/research-institute/future-skills-2020-research-report.pdf?cm_sp=Research+Institute-_-PDFs-_-Future+Work+Skills+2020+--Report
8. Decreto 520 de 2011. *Adopción de la Política Pública de Infancia y Adolescencia de Bogotá en el Distrito*. República de Colombia.
9. Diez, C. (2012). *Influencia de los rasgos culturales de la personalidad del individuo en sus actitudes emprendedoras*. Tesis universidad de León.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

Disponible

en:

<http://buleria.unileon.es/xmlui/bitstream/handle/10612/1901/Trabajo.pdf?sequence=1>. Consultado el 26 de mayo de 2014.

10. Dweck, C. S., & Leggett, E. L. (1988). *A social-cognitive approach to motivation and personality*. *Psychological Review*, 95, 256-273.
11. Gabriunas I., González A., Enciso E., Perilla L. & Martínez M. (2012). *Diez competencias del dirigente líder. Un marco conceptual desde el enfoque del liderazgo transformacional*. Universidad Externado de Colombia. Bogotá.
12. Gibb A. (1987) *Enterprise Culture? its Meaning and Implications for Education and Training*. *Journal of European Industrial Training (Monograph)* Vol. 11, No. 2, págs. 4 - 5.
13. Global Entrepreneurship Monitor España 2012. Informe GEM.
14. Goleman, D (1999). *La inteligencia emocional en la empresa*. México: Vergara.
15. Guarinos M. y Montiel I. (2011). *Aprendizaje y desarrollo en la adolescencia*. Teoría y práctica. Obtenido de Universitas Miguel Hernández: www.umh.es
16. Jiménez, R.; Cervelló, E., García, T., Santos-Rosa, F., Villar, F. (2006) *Relaciones entre las metas de logro, la percepción del clima motivacional, la valoración de la educación física, la práctica deportiva extraescolar y el consumo de drogas en estudiantes de educación física*. *Revista Mexicana de Psicología*, vol. 23, núm. 2, diciembre. pp. 253-265. Distrito Federal, México.
17. Krauss C. (2011). *Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica del Uruguay*. 2011. Disponible en oaister, ebscohost. Consultado el 26 mayo 2014.
18. Lanzas V, Lanzas F. & Lanzas A. (2009). *Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica*. *Revista Scientia et technica*. Año XV nro. 43. Diciembre. Universidad Tecnológica de Pereira.
19. Lévy-Leboyer, C (1996-2002). *Gestión de las competencias ¿cómo analizarlas?, ¿cómo evaluarlas?, ¿cómo desarrollarlas?* Barcelona: Ediciones Gestión 2000 S.A.
20. Ley 1014 de 2006. De fomento al emprendimiento. República de Colombia.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

21. Ley 1098 de 2006. Código de la Infancia y la Adolescencia. República de Colombia.
22. Ley 1453 de 2011, por medio de la cual se reforma el Código Penal, el Código de Procedimiento Penal, el Código de Infancia y Adolescencia, las reglas sobre extinción de dominio y se dictan otras disposiciones en materia de seguridad. República de Colombia.
23. López L. (2012). *Robótica educativa como estrategia metodológica para la formación de capacidades emprendedoras en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato. Ponencia presentada en el XXII congreso latinoamericano sobre espíritu empresarial. Universidad Icesi.*
24. Luna Bernal, A. C. A., & Laca Arocena, F. A. V. (2014). *Patrones de toma de decisiones y autoconfianza en adolescentes bachilleres. Revista de Psicología (PUCP), 32(1), 39-66.*
25. Marina J. 2010. *La competencia de emprender. Revista de Educación OEI, 351.* Enero-Abril 2010, pp. 49-71. Consultado el 25 de julio de 2014. Disponible en: <http://www.oei.es/noticias/spip.php?article6211>
26. McClelland D. & Burnham, D.H. (1976) *Power is the great motivator, Harvard Business Review*, March-April. Pág. 6.
27. Menéndez, L. S. (2003). *Análisis de Redes Sociales: o como representar. Apuntes de Ciencia y Tecnología, N° 7 , 21-29.*
28. Objetivos del milenio. (2010). Cumbre mundial objetivos del milenio. Disponible en: <http://www.un.org/es/millenniumgoals/>
29. Palmer, B, y Stough, C. (2001). *Swinburne University Emotional Intelligence Test, Interim Technical Manual.* Australia: Organizational Psychology Research Unit.
30. Papalia, D. E., Olds, S. W., Mariño, G. R., & Rodríguez, Y. G. (1997). *Psicología del desarrollo: de la infancia a la adolescencia.* McGraw-Hill Interamericana.



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

31. Papert, S. (1995). *Las máquinas de los niños, replantearse la educación en la era de los ordenadores*. Ediciones Paidós Iberica, S.A., Nueva York. Disponible en <http://hdr.undp.org/en/>
32. Pereira, F. (2007) *La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. Cuadernos de Administración*. Bogotá (Colombia), 20 (34): 11-37, julio-diciembre.
33. Ponti, F. (2009) *Los siete movimientos de la innovación*. 1ra edición. Colombia. Editorial Norma.
34. Reporte GEM Colombia 2011 -2012/ Fernando Pereira L, et al. Ediciones Sello Javeriano. Otras entidades participantes: Universidad de los Andes, Universidad del Norte, Universidad ICESI. 2012. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2518>
35. Rice P. (1997) *Desarrollo Humano. Estudio del ciclo vital*. Segunda edición. Pearson Educación. México.
36. Riso, W. (2006). *Terapia cognitiva. Fundamentos teóricos y conceptualización del caso clínico*. Bogotá: Editorial Norma.
37. Rodrigo V. et al. (2010). *Intención de los estudiantes de la universidad Icesi hacia la creación de empresa*. Ponencia presentada en el XX Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial universidad Icesi.
38. Roth, E & Lacoa, D. (2009). *Análisis psicológico de la conducta emprendedora en estudiantes universitarios: medición, relaciones y predicción*. RAP [online]. Vol.7, n.1, pp. 113-150.
39. Shane y Venkataraman (2000) *The Promise of Entrepreneurship as a field of research*. *Academy of Management Review*. Vol. 25. Pp. 217-226
40. Shapiro, L. (1997). *La Inteligencia Emocional de los Niños. Una Guía para Padres y Maestros*. Buenos Aires, Argentina: Javier Vergara Edit.
41. Tee Suan Chin, Susan et al. (2012). *Relationship Between Emotional Intelligence And Spiritual Intelligence In Nurturing Creativity And Innovation Among Successful Entrepreneurs: A Conceptual Framework*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 57 (2012), pp. 261 – 267. Disponible en: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812046460>



Bogotá, 17, 18 y 19 de septiembre de 2015

42. Torrance, P. (1969). *Orientación del talento creativo*. Buenos Aires: Troquel.
43. Torrance, P. (1974). *Torrance Test of Creative Thinking: Norms-technical manual*. Bensenville: Scholastic Testing Service.
44. Torrance, P. (1990). *Torrance Test of Creative Thinking*. Bensenville: Scholastic Testing Service. Alfonso Paredes Aguirre. Blog. <http://alfpa.upeu.edu.pe/creatividad/creatividad.htm>
45. Varela R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Prentice hall – Bogotá. Págs.149-151.
46. Varela, R., y Bedoya, O. (2006). Desarrollo de empresarios basado en competencias empresariales: el caso de jóvenes con empresa. Memorias del XVII Congreso Latinoamericano sobre espíritu empresarial. Octubre 2006.
47. Verdejo, A., Aguilar de Arcos, F., & Pérez-García, M. (2004). *Alteraciones de los procesos de toma de decisiones vinculados al córtex prefrontal ventromedial en pacientes drogodependientes*. *Rev Neurol*, 38(7), 601-6.
48. Yitshaki-Hagai, R y Rothstein, M. (2010). *Does entrepreneurs' emotional intelligence impact performance? The mediating role of managerial style and social capital (interactive paper)*. *Frontiers of Entrepreneurship Research: Vol. 30: Iss. 4, Article 15*. Disponible en: <http://digitalknowledge.babson.edu/fer/vol30/iss4/15>
49. Zabalza, M. A. (2003). *Competencias docentes del profesorado universitario*. Madrid: Narcea.
50. Zuleta E., (2002). *Una Docencia Enjuiciada: La Docencia Superior (Bases Andragógicas)*. Mérida. Universidad de Los Andes.