

AÑO 30 No. 109, 2025
ENERO-MARZO



No. 109, 2025
ENERO-MARZO



Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES



Promoción del emprendimiento en estudiantes de educación media en Colombia

Parada Camargo, Jenny Edith*
Zambrano Vargas, Sandra Milena**
Zambrano Vargas, Yaneth***

Resumen

En la presente investigación, se busca comprender las percepciones de actores clave en los procesos de enseñanza del emprendimiento en los estudiantes de educación media. El estudio es no experimental, se utiliza una metodología cualitativa con enfoque fenomenológico en donde se pretende entender las expectativas de los jóvenes frente a la enseñanza del emprendimiento. Para este propósito, se diseña y aplica un cuestionario de preguntas abiertas a 257 estudiantes de colegios públicos y privados de la ciudad de Tunja, departamento de Boyacá-Colombia. Se aplica una entrevista semiestructurada a expertos en emprendimiento del departamento de Boyacá-Colombia y se hace un análisis de las políticas públicas en la enseñanza del emprendimiento. Se encuentran diferencias en las percepciones de los jóvenes de colegios públicos y privados. Además, se reconoce, que a pesar de existir acciones para formar en emprendimiento y de haber esfuerzos de parte del gobierno nacional, aún persisten muchas falencias desde la educación Media, en la formación para el emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento juvenil; educación media; enseñanza del emprendimiento.

Recibido: 16.09.24

Aceptado: 28.11.24

* Doctora en Pensamiento Complejo de la Multiversidad Mundo Real Edgar Morin. Docente Investigadora de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia jenny.parada@uptc.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0015-0346>

** Doctora en Administración de la Universidad Autónoma de Querétaro (Mex). Docente Investigadora de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. sandra.zambrano01@uptc.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3492-6971>

*** Magíster en Administración de las Organizaciones de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Investigadora del Grupo de Investigación IDEAS. yaneth.zambrano01@uptc.edu.co, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5793-4053>

Promotion of Entrepreneurship in Secondary Education Students in Colombia

Abstract

In the present research, the aim is to understand the perceptions of key actors in the processes of teaching entrepreneurship to high school students. The study is non-experimental, is used a qualitative methodology with a phenomenological approach to understand the expectations of young people regarding entrepreneurship education, for this purpose, was designed and applied a questionnaire with open questions to 257 students from public and private schools in the city of Tunja, department of Boyacá-Colombia, was applied a semi-structured interview to experts in entrepreneurship in the department of Boyacá-Colombia and was made an analysis of public policies in the teaching of entrepreneurship. Are found differences in the perceptions of young people from public and private schools, and it is also recognized that despite the existence of actions to promote entrepreneurship education and efforts by the national government, many shortcomings still persist in entrepreneurship education.

Keywords: Youth entrepreneurship; secondary education; entrepreneurship teaching.

1. Introducción

La juventud en la mayoría de los países desarrollados juzga el emprendimiento como una opción viable y deseable, observándolo como un catalizador del crecimiento económico y como una vía para la formación laboral. Sin embargo, la definición conductista del emprendimiento juvenil se fundamenta más en las acciones y métodos que reconocen en el emprendedor, rasgos y características intrínsecas e innatas, desestimando la idea de que los emprendedores se pueden formar a través de procesos educativos (Pompa, 2016).

En una mirada crítica a la situación de Colombia, se encuentran deficiencias significativas en el sistema educativo, falta de oportunidades laborales estables y un escaso conocimiento de

las políticas públicas que fomentan la creación de negocios. Resulta imperativo analizar características económicas, psicológicas, sociales y culturales que propicien el surgimiento de emprendimientos juveniles, los cuales deben ser examinados y planificados con apoyo administrativo y financiero, considerando también las implicaciones y riesgos del entorno (Henao, 2020).

En concordancia con lo anterior, se reconocen barreras en los ecosistemas regionales, como la falta de acceso a financiamiento y preparación administrativa adecuada. Según el estudio del Observatorio Estratégico de la Alianza del Pacífico, el 53% de los emprendedores declaró no contar con subsidios gubernamentales, mientras que el 49% afirmó una falta de apoyo del sector privado (Velasco et al, 2021). Tal contexto subraya el importante

papel de la administración pública en el fomento del emprendimiento a través de políticas que faciliten el acceso a recursos financieros y que impulsen la cultura emprendedora en los jóvenes. El objetivo de las políticas públicas debe encaminarse en la creación de estrategias empresariales efectivas que evalúen planes, proyectos y programas existentes para determinar su efectividad. Igualmente, es esencial que las instituciones educativas desempeñen un papel activo en la formación de emprendedores, nutriéndolos de habilidades gerenciales necesarias para enfrentar desafíos e incertidumbres (Ruano y Rivera, 2023). Esto incluye minimizar impactos negativos y generar seguridad y confianza para que sus ideas innovadoras y creativas puedan sostenerse en el mercado (Buitrago, 2014).

La implementación de políticas como la Ley 2069 de 2020 y el documento CONPES 4011 busca crear un entorno favorable para iniciativas empresariales mediante el fortalecimiento de redes comerciales, acceso a financiamiento y desarrollo de habilidades blandas. De este modo, se busca construir un ecosistema emprendedor robusto que impulse tanto el crecimiento económico como el bienestar social en Colombia.

En este sentido, la presente investigación, se busca comprender las percepciones de actores clave en los procesos de enseñanza del emprendimiento en los estudiantes de educación media.

2. El Emprendimiento y su Enseñanza

El emprendimiento desde su ideación conlleva gran cantidad de decisiones a tomar. Así como diversas

variables que implican misión, visión y un gran conjunto de estrategias en el corto, mediano y largo plazo. En esta aventura empresarial surgen incógnitas, temor al fracaso, altos grados de incertidumbre. Por ello, el emprendedor se concibe como el individuo que día a día enfrenta desafíos, en los que asume riesgos y soluciona problemas de manera creativa. En este entendido, el concepto de emprender transporta hacia detallados planes de negocio, por laberintos administrativos, sin dejar de lado el incansable viaje en la obtención de recursos económicos (García e Inieta, 2024). Emprender no resulta una tarea fácil; los negocios nacientes deben lidiar con peligros económicos, tendencias cambiantes de los consumidores, condiciones fluctuantes del mercado, acceso limitado a información (Mora et al, 2025).

Considerando lo anterior, el éxito dentro de un emprendimiento no únicamente depende de encontrar una idea innovadora que sea bien recibida en el mercado; también es necesaria la existencia de un espíritu empresarial que conozca y oriente el negocio. Es decir, dicho negocio debe ser dirigido por una persona que posea actitudes y aptitudes empresariales y que lleve a cabo una correcta gestión empresarial, la cual se conoce como gerente (Pinargote et al, 2023). Autores como Moya y Santana (2016) consideran que un emprendedor puede tener algunas características que lo hacen único y lo impulsan a emprender, tales como: aquellas propias del individuo, conocimiento específico del negocio, motivación hacia el logro, autopercepción, roles sociales y habilidades para conocer el contexto, entre otras.

Asimismo, estos autores también enfatizan que se deben desarrollar

en las personas varias competencias impulsadas desde las instituciones educativas, con el fin de que los

emprendimientos logren resultados favorables (cuadro 1).

Cuadro 1 Competencias para el Emprendimiento

Competencia	Definición
Motivación	La motivación es “el conjunto de razones por las que las personas sé comportan de la forma en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido”. La motivación es “el conjunto de razones por las que las personas sé comportan de la forma en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido”. La motivación es “el conjunto de razones por las que las personas se comportan de la forma en que lo hacen. El comportamiento motivado es vigoroso, dirigido y sostenido”. Es el conjunto de razones por las cuales las personas se comportan de determinada forma. Es un elemento central que conduce a la persona hacia sus objetivos.
Autoeficacia	Es el juicio personal del individuo sobre sus propias capacidades para hacer frente a determinadas situaciones y las habilidades para reponerse al riesgo que cada una conlleva.
Reconocimiento de Oportunidades	Es un proceso cognitivo que representa la posibilidad de identificar una situación que lleve a la persona a comprender que existan necesidades no satisfechas en el mercado.
Explotación de Oportunidades	Incluye la existencia de una disponibilidad organizativa que lleva la idea emprendedora a su materialización y validación en el mercado.
Toma de decisiones bajo incertidumbre	Ocurre cuando no se tiene información sobre los diferentes escenarios de desarrollo de la idea emprendedora y la persona debe decidir más allá de los criterios racionales que están a su alcance.

Fuente: Moya y Santana (2016).

Se han diseñado distintos paradigmas de educación emprendedora, a través de currículos y programas que buscan motivar intenciones y habilidades en distintos niveles de educación. Los estudiantes participantes en programas de educación emprendedora lograron tres veces más probabilidades de comenzar una empresa, a diferencia de quienes no lo hicieron (Olivos et al, 2013). El mundo entero reconoce el valor de la educación como factor clave en el progreso de las naciones. En particular, en aquellos países, en los que predomina la pobreza y las brechas sociales son aún más latentes. En medio de tales diferencias, la educación de calidad se convierte en un factor preponderante, a través de la formación de seres humanos, ciudadanos con

valores éticos, respetuosos de sus tradiciones y capaces de lidiar con la complejidad y el riesgo (MEN, 2023).

A lo largo de la permanencia y promoción del sistema educativo, se deben crear técnicas de aprendizaje basadas en habilidades. Haciendo uso no solo del conocimiento científico, sino de la promoción de la creatividad de pensamiento, cultura del esfuerzo, emprendimiento, trabajo en equipo, toma de decisiones, análisis de problemas y su solución, comunicación, innovación y riesgos de mercado (Sánchez et al, 2017; Hinestroza et al, 2018).

Algunos estudios, como el de Segura et al, (2019); González y Vieira (2021), dan cuenta del interés de las instituciones educativas para impulsar el emprendimiento, en donde se explica

el modelo de enseñanza y preparación para emprender en una universidad colombiana. En donde se enfatiza en la creación de una estructura organizativa de soporte y además crean un esquema funcional que incluye: el fomento a la cultura emprendedora, la identificación de ideas innovadoras, la formulación de proyectos, la puesta en marcha y operación y finalmente, la consolidación y fortalecimiento.

3. Consideraciones Metodológicas

El presente estudio es no experimental; según Hernández et al, (2010), se observa la realidad sin manipular las variables que componen el fenómeno. Se definió una estrategia metodológica cualitativa, ya que de acuerdo con Blasco y Pérez (2007), esta investigación se estudia, se interpreta y se evidencia como sucede la situación, la realidad y los diferentes fenómenos en su contexto actual. Para este caso del emprendimiento en un entorno educativo, se busca entender al ser humano emprendedor dentro de un contexto cultural específico, sin dejar de lado aspectos cruciales como la ubicación, las individualidades y el papel de la educación (Fierro, 2013). El método elegido fue el de la fenomenología, ya que se buscó comprender y capturar las experiencias vividas por los actores ante el fenómeno del emprendimiento (Husserl, 2008).

Los instrumentos utilizados fueron: un cuestionario con preguntas abiertas aplicado a una muestra de 257 estudiantes de grados 10 y 11 de los colegios de Tunja (207 corresponden a colegios públicos y 50 a colegios privados), los cuales surgieron después de un proceso de definición de tamaño

de muestra sobre la totalidad de estudiantes de esos grados en la ciudad. A las unidades de observación definidas en el presente estudio, se les realizó una entrevista semiestructurada, la cual fue aplicada a cuatro expertos en el tema del emprendimiento a nivel regional (funcionaria de la Secretaría de Desarrollo Empresarial del departamento de Boyacá, líder de calidad de la ciudad de Tunja, directora de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UPTC y experto nacional e internacional en emprendimiento). Finalmente, se realizó una revisión bibliográfica sobre las políticas públicas para el emprendimiento en Colombia.

Las categorías para el análisis de la información recolectada emergen como resultado de la revisión bibliográfica y a partir del surgimiento de convergencias simbólicas que se observaron en las respuestas de estudiantes y expertos entrevistados, las cuales fueron trianguladas con los diferentes actores. En el caso de los estudiantes, se analizan sus rutinas en escenarios escolares y se indaga sobre aspectos de su vida familiar y social alrededor del emprendimiento. Para el caso de los expertos, se indaga en su posición como funcionarios del Estado sobre los avances del mismo en esta materia, en relación con las políticas públicas existentes en el tema del emprendimiento escolar.

4. Formación para el emprendimiento en Boyacá, Colombia

El emprendimiento ha sido definido en las instituciones educativas desde un enfoque del desarrollo humano integral, en donde el estudiante debe pensar,

sentir y actuar para la creación de valor en el entorno empresarial. En estudios como el de Pacheco et al, (2022) se resalta la importancia de asumir la enseñanza del emprendimiento en entornos educativos que se encuentren vinculados con el entorno a través de las políticas públicas, las cuales emanan desde las necesidades y demandas de la sociedad. Así, la comunidad educativa debe proponer escenarios que construyan conocimiento y desarrollen hábitos, actitudes y valores que conduzcan al mejoramiento personal, a la transformación del entorno y de la sociedad (Campo, 2012).

A continuación, se muestran aspectos generales encontrados en las respuestas de los estudiantes y que se agrupan de acuerdo con las convergencias halladas en las mismas.

4.1. Conceptos de emprendimiento en los jóvenes de educación media de Tunja Boyacá

El emprendimiento juvenil se ha convertido en un reto difícil de afrontar por parte de las naciones, que intentan descubrir cuál debe ser la receta ideal para lograr éxito. Las políticas públicas tienen la responsabilidad de desplegar todas sus capacidades en la búsqueda y obtención del mayor potencial emprendedor de los jóvenes. La educación es sin duda alguna un factor determinante, pero debe estar acompañada de habilidades que fomenten el pensamiento crítico, la capacidad para tomar decisiones, el liderazgo, el trabajo en equipo y la innovación; sin dejar de lado el aporte de compañeros, de la comunidad y de la cultura como parte de un buen desarrollo

comunitario (Pompa, 2016).

Para el caso del presente estudio, los resultados derivados del cuestionario aplicado a una muestra de estudiantes de grados décimo y undécimo de la ciudad de Tunja y a entrevistas semiestructuradas a expertos en emprendimiento, muestran, en lo relacionado con las Instituciones de Educación Media del sector público, una percepción del emprendimiento inclinada principalmente hacia la obtención de ingresos. Los jóvenes perciben el emprendimiento desde la generación de ideas innovadoras, lo conciben como una manera de lograr rentabilidad a través de la creación de negocios, en los que se ofrezcan un producto o servicio y se satisfagan necesidades presentes en el mercado. Algunas de las respuestas en colegios públicos nos dicen: “Motivar la economía personal e innovar con ideas”, “creación de un negocio para obtener una fuente de ingresos”, “ofrecer productos que cubran necesidades en las personas”, “es una forma de invertir y ganar”, “oportunidad y capacidad para demostrarnos a nosotros mismos y a la sociedad que podemos ser buenos”.

En contraste con lo observado en los colegios privados de la ciudad de Tunja, existe similitud en sus apreciaciones. Sin embargo, se advierte en sus respuestas que incorporan al proceso de emprender ingredientes como la obtención de éxito a través del conocimiento y las habilidades adquiridas, trabajo en equipo, derechos de autor, apoyo que el emprendimiento produce en la economía, servir en la solución de problemas y un factor relevante es el hecho de sentir un gusto por desarrollar algo que se quiere hacer y que va a contribuir con la sociedad. “Trabajo individual o de equipo para lograr el éxito de un proyecto”, “personas

que producen algo de su autoría, con el fin de generar ganancias”, “acción de emprender para conseguir el éxito por medio de las habilidades adquiridas”, “crear empresa desde el conocimiento”, “solucionar un problema a partir de algo que nos gusta hacer”, “es un sistema que capacita personas, para que a través de sus innovaciones suplan necesidades y gustos presentes en la sociedad”.

Se aprecia que en los colegios públicos hay una mayor presencia de la respuesta “mejorar la calidad de vida”. Esto permite intuir que los jóvenes creen en esta posibilidad como un mecanismo para generar autoempleo. Se reconoce la falta de formación de los jóvenes en conocimientos de gestión empresarial, debido a que solo unos pocos colegios de la ciudad tienen algún tipo de formación académica, empresarial o administrativa.

4.2. Factores que fomentan el emprendimiento en la educación media

El Ministerio de Educación Nacional (MEN, 2023) reconoce que el emprendimiento debe ser fomentado mediante procesos pedagógicos que deben considerar el entorno social, cultural, económico y productivo, con un compromiso decidido de los estamentos de la comunidad educativa y del contexto.

Cuando se les pregunta por las actividades que impulsan en su colegio para la creación de emprendimientos, se puede analizar que un genio creativo necesita contar con espacios agradables que hagan del aprendizaje una experiencia única y productiva. “Debates que promuevan el aprendizaje”, “promover actividades que

ayuden a crear sus propios negocios”, “actividades que hagan al colegio más bonito, agradable y de buen aspecto”, “aprendizajes en los que no se les obligue a hacer lo que no les gusta”, “más presupuestos para actividades de ciencia, tecnología y recreativas”, “invertir en emprendimiento”, “ambientes de respeto”, “propiciar más eventos y proyectos deportivos”, “mejor pedagogía por parte de los profesores”, “innovación pedagógica”, “clases motivantes y no aburridas”, “educación con propósito”, “innovar a través de dinámicas que despierten el interés”, “actividades de enseñanza a través del juego”.

La percepción de los estudiantes de colegios privados no muestra inconformidad hacia la forma como luce su institución. Sin embargo, existen coincidencias en el rechazo por actividades que, a su manera de ver, son impuestas y sienten que no cuentan con un propósito para el desarrollo de su proyecto de vida. “Clases en las que se conozcan más a fondo sobre las condiciones en las que el gobierno debe mejorar las condiciones salariales y cómo frenar la caída del precio de la moneda”, “motivar a los estudiantes a través de trabajos interesantes y no obligatorios”, “generar actividades dinámicas que permitan mayor participación de los estudiantes”, “clases más vocacionales, que orienten sobre perfiles profesionales”, “trabajar más en proyectos”, “actividades lúdicas que motiven hacia el aprendizaje fácil y divertido”, “actividades que partan de las problemáticas que se presentan en el diario vivir, con el fin de estar preparados para asumir nuevos retos”, “desarrollar proyectos para la vida”, “nuevas metodologías que aborden aspectos que aporten para la vida”, “aplicación de problemáticas que se enfrentan en la actualidad”.

Es evidente que en los colegios públicos existe una inconformidad general en el aspecto deteriorado como luce su colegio. Los estudiantes poseen un sentimiento general en donde no es posible fomentar el emprendimiento si el ambiente en el que se genera el conocimiento no es el adecuado y reclaman una institución que motive al aprendizaje, lo que contrasta con Vera et al, (2023), quienes advierten de la importancia de enseñar el emprendimiento a través de un aprendizaje significativo. Su opinión se asemeja a la de autores como Pacheco et al, (2022) quienes enfatizan la necesidad de crear entornos que propician la creatividad e innovación en los jóvenes.

En contraste, el colegio privado presenta expectativas inclinadas hacia aprendizajes que se acerquen más a los problemas que atraviesa la sociedad actual. Coinciden con la necesidad de buscar clases más dinámicas y divertidas. Asignaturas que les muestren cuáles son los perfiles profesionales que requiere el mercado laboral y en la formación empresarial. Al igual que los colegios públicos, reclaman clases con propósito, en las que sean escuchados y puedan participar en la forma de enseñar.

4.3. Construcción del emprendimiento en los colegios de la ciudad de Tunja

La opción de abrir caminos para el emprendedor en la educación media del país puede trascender no solo desde motivaciones puramente económicas, sino como un impulsador de la acción social, en la que el emprendimiento cultural produce en el individuo una

transformación radical de su contexto (MEN, 2019). Reafirmando lo anterior, el permanente interés de incluir la educación para el emprendimiento, desde la perspectiva crítica, se expone como una tendencia educativa, que debe ser focalizada con fuerza desde las instituciones educativas. Su intención debe ser la de buscar las claves que potencien el valor de la educación emprendedora, contribuyendo al comportamiento del individuo y al crecimiento armónico de todas sus dimensiones (González et al, 2023).

En cuanto al emprendimiento científico y/o tecnológico, los estudiantes consideran que son los más llamativos, al requerir de una mayor apropiación de conocimiento; al respecto, opinan: “Son proyectos que producen más desarrollo”, “crean más impacto a nivel mundial”, “contribuyen en la evolución de la sociedad”, “generan avances alrededor del planeta”, “producen un alto grado de invenciones”, “el uso de la tecnología contribuye al mejoramiento de la sociedad”, “crean consciencia ambiental”.

Los emprendimientos culturales y/o artísticos dentro de los procesos de la educación media, tienen la intención de orientar hacia la creación, la participación y el liderazgo en proyectos de este tipo. Además de incrementar la capacidad innovadora y creativa en los estudiantes: “La vida gira en torno a la cultura y la sociedad”, “la cultura y las artes fomentan la creatividad”, “la cultura hace parte de la integridad de la persona y contribuye al desarrollo del país”, “promueve el acercamiento a nuestras raíces”.

Los estudiantes también consideran que el emprendedor es aquella persona que, a través de aprendizajes individuales y organizacionales, pone

en movimiento una idea de negocio, haciéndola poderosa y rentable. Entre las características más destacadas se encuentran el compromiso, motivación, obsesión por las oportunidades, tolerancia al riesgo, ambigüedad e incertidumbre, creatividad, autonomía y gran capacidad de adaptación (Orrego, 2014).

Al formar a los jóvenes en educación para el emprendimiento, se les aporta destrezas para desempeñarse efectivamente en cualquier momento de la vida. Mejora la productividad a partir de la planeación, la evaluación de oportunidades y la toma de decisiones, integrando conocimientos, habilidades y actitudes positivas hacia retos futuros, y a lidiar con las incertidumbres propias del medio (Morales, 2023). Al respecto, hacen las siguientes afirmaciones: “Esfuerzo, fe y dedicación”, “dinámico y positivo”, “empeño por lo que hace”, “liderazgo y riesgo”, “innovador”, “generador de empleo”, “poder de negociación y perseverancia”, “imaginación y voluntad”, “inversión, conocimiento y excelente decisor”, “malicia indígena”, “escuchar, liderar y ser positivo”, “fe y espíritu de lucha”, “liderazgo y creatividad”, “seguridad y perseverancia”, “conocimiento del mercado”, “honestidad, creatividad, perseverancia”, “creer en sí mismo y romper los límites”, “reconocer las problemáticas de la población y encontrar la solución”.

4.4. Tipos de emprendimientos juveniles más destacados en Tunja

Una de las iniciativas más destacadas a nivel del departamento es el programa *Innova Joven 2.0*, originado

del programa Boyacá Emprende de la Secretaría de Desarrollo Empresarial de la Gobernación de Boyacá, creado con el fin de impulsar los negocios de los jóvenes del departamento, buscando que incursionen con el mundo del comercio electrónico. Mediante la implementación de herramientas que logren la sostenibilidad y escalamiento de los negocios (Secretaría de Desarrollo Empresarial, 2022). Al respecto, uno de los expertos entrevistados afirma: “Los jóvenes desde los grados 10 y 11 manejan aún esquemas tradicionales ubicados dentro de los productos que se generan en sus especialidades técnicas, en donde existe una fuerte presencia en torno a la producción de muebles, de cosméticos y de productos amigables con el entorno”.

De igual manera, desde la Secretaría de Desarrollo Empresarial existen coincidencias con relación a los tipos de emprendimientos, pero adicionalmente se manejan otros frentes de acción. Otro de los expertos entrevistados nos comenta: “Desde esta Secretaría se han venido atendiendo a los diferentes emprendedores, en los sectores de agroindustria, alimentos procesados, servicios, la cosmética, aseo y belleza”. Se resaltan las iniciativas adelantadas por diferentes instituciones que han permitido impulsar el emprendimiento de sectores tradicionales, como aquellos novedosos y que en los últimos años llaman la atención por el cuidado de la naturaleza: “Igualmente, tenemos emprendedores que incursionan en ecoturismo, agroturismo, avistamiento de aves, cría, producción y comercialización de mariposas, glamping temáticos, entre otros”.

Con el creciente interés en la sostenibilidad y la energía renovable,

los jóvenes pueden considerar la creación de empresas en el campo de la energía solar, eólica u otras formas de energía limpia. La agricultura urbana está en aumento y los jóvenes pueden aprovechar esta tendencia creando empresas que producirán alimentos y cultivos en áreas urbanas. Así mismo, la industria audiovisual, cine y televisión es una excelente alternativa y el gusto es por las artes. Sin olvidar el turismo que está creciendo en el departamento y que puede ser aprovechado de diversas formas.

4.5. Educación media y su influencia en la formación de emprendedores

El emprendimiento en estudiantes de los grados 10 y 11 hace parte de la primera dimensión del presente estudio. Su relevancia se fundamenta en la necesidad de comprender las condiciones en las que se promueve el emprendimiento dentro del contexto tanto educativo como social. Teniendo en cuenta que el emprendedor requiere de un ambiente de formación en el que no solo se le enseñe habilidades empresariales, sino que además se le forme en pensamiento complejo. Con el fin de fortalecer aspectos como riesgos, incertidumbres, fracasos, dificultades y éxitos dentro de su proceso emprendedor.

El emprendimiento juvenil visto desde otra arista enriquece la experiencia en sectores que no aborda la educación tradicional, permitiendo cursar carreras alternas al modelo económico clásico, en donde se opta por recoger los aportes y el talento de compañeros, fomentando de esta manera una transformación comunitaria

(Centro Internacional de Educación y Formación Técnica y Profesional, 2016). La transición hacia economías más verdes y digitales exige un enfoque más robusto de alfabetización digital a los estudiantes de educación media, unido a la adquisición de competencias técnicas y digitales adecuadas para los jóvenes, con el ánimo de aprovechar las nuevas oportunidades que brinda el mercado (OIT, 2022).

La educación para el emprendimiento demanda cambios trascendentales, en donde se debe precisar explícita o implícitamente lo que sería calidad en la educación. Por tanto, la educación como parte de los sistemas sociales es compleja y su transformación implica modificación de las estructuras en términos de madurez, capacidad e interés de los estudiantes y el grado de dificultad apropiado que genere cambios, de ahí la necesidad de crear modelos de emprendimiento en una unión entre la educación y los empresarios en contextos más prácticos, con el uso de tecnologías que ayuden a fomentar y mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje (Molina et al, 2020).

4.6. Influencia gubernamental en el emprendimiento de Boyacá

Se demanda una educación flexible, que en primera instancia promueva la autoeducación, que rompa consigo misma y que libere, que deje de ser el resultado de la ortodoxia de reglas, normas, patrones y hábitos, y que, en segunda instancia, en lugar de ser una forma de orden, modalidad de docilidad y obediencia, se convierta en un medio de liberación, de autonomía y de soberanía individual (Vásquez, 2023).

El trabajo desarrollado dentro del marco de las políticas públicas ha sido el de brindar apoyo a los colegios, a través de la introducción de la tecnología en fases iniciales que posteriormente se acompaña con el asesoramiento del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) para consolidar la idea de negocio, tal como lo expresa otro de los expertos entrevistados: “Se han realizado alianzas, buscando incorporar tecnologías ágiles en pequeña escala y contando con el SENA para adelantar el proceso de generación de ideas de negocio”. Sin embargo, su divulgación se ha dado en mayor medida en colegios que poseen énfasis técnico, además de estar articulados con el SENA (Rico y Cárdenas, 2020).

La formación para el emprendimiento implica apropiar habilidades y conocimientos específicos en áreas como la gestión empresarial, la planificación estratégica, el marketing, la contabilidad y las finanzas que garanticen la sostenibilidad del negocio. Sin embargo, no necesariamente se ha contribuido a mejorar la calidad de vida de los jóvenes a partir de ampliar sus potencialidades, pues en su mayoría solo se hace un adiestramiento en competencias laborales específicas (Avendaño et al, 2020).

También debe tenerse en cuenta que hay entidades educativas que le dan mayor atención al emprendimiento que otras (Salamanca et al, 2021). Por su parte, la Secretaría de Educación de Tunja desarrolla estrategias para fomentar el espíritu emprendedor en los colegios a través de ejercicios en los que los estudiantes de los grados 10 y 11 pueden dar a conocer sus ideas a través de convocatorias internas que llevan a ferias, pero no se hace un seguimiento posterior.

Boyacá es uno de los departamentos de Colombia con una creciente actividad emprendedora en los últimos años. La región se destaca por tener una economía diversa, con un importante potencial en sectores como la agricultura, agroindustria, la minería sostenible, la manufactura, el turismo rural y la tecnología de la información y las comunicaciones; sin embargo, la recomendación siempre se enfoca en crear programas detallados que impulsen la educación en innovación tecnológica y el emprendimiento (Cavero y Ruíz, 2017).

El departamento cuenta con iniciativas y programas gubernamentales para apoyar y fomentar el emprendimiento y el desarrollo empresarial, como la creación de centros de innovación, la oferta de capacitación y asesoramiento empresarial, y la promoción de eventos y ferias empresariales. Al respecto, una entrevistada afirma: “Boyacá hoy cuenta con un ambiente propicio para desarrollar el emprendimiento. Hay una población que está dispuesta a recibir formación para crear negocios, con el fin de suplir todas las necesidades latentes en el mercado”.

Finalmente, se debe resaltar que, aunque se evidencian falencias en temas de financiamiento que disminuyen la probabilidad para que una parte de los emprendimientos logre consolidación, sí se reconoce la labor que cumplen los colegios en el fomento del emprendimiento en los estudiantes, pues son dichas instituciones quienes, a partir de la generación de condiciones de educación de calidad y como parte del ecosistema emprendedor, ayudan a los jóvenes a entender su realidad, a conocer su contexto y a encontrar sus motivaciones dentro de unas condiciones culturales de región y las características

propias de su territorio, tal como lo afirma Rodríguez (2023).

5. Conclusiones

La mentalidad y la cultura emprendedora se deben formar desde las primeras etapas de la educación del niño, construyendo bases firmes que cultiven el espíritu emprendedor. Debe contar con cualidades tales como: intención, conocimientos empresariales, manejo del riesgo y de incertidumbre, resolución de problemas, liderazgo, trabajo en equipo y conocimiento de políticas públicas. La educación es esencial para la formación de los jóvenes emprendedores, ya que proporciona las habilidades, conocimientos y recursos necesarios para iniciar y administrar un negocio con éxito. En Colombia se ha avanzado en la definición de políticas públicas, pero se hace necesario explorar otras oportunidades orientadas a las instituciones educativas que propicien el desarrollo de iniciativas que busquen el favorecimiento del emprendimiento.

La educación en Colombia debe sufrir una transformación profunda, en la que no solo se capacite al estudiante en conocimientos básicos, sino que se integren aprendizajes multidisciplinares, interdisciplinares y multidimensionales. Adicionalmente, la educación debe lograr una incorporación efectiva del individuo que contribuya al desarrollo social, cultural, político y económico. Por tanto, deben contar con las mejores calidades, con capacitaciones continuas y adaptadas a las nuevas tecnologías, de manera que formen integralmente, involucrando las ciencias y las humanidades.

Se hace necesario promover una revolución en la educación para el emprendimiento adaptado a las

nuevas realidades del mercado. Esto incluye la incorporación de tecnologías innovadoras y técnicas pedagógicas modernas que permitan a los estudiantes desarrollar habilidades en aras de lograr un pensamiento crítico, la resolución de problemas, la creatividad, el trabajo en equipo y el amor por su cultura. Sin dejar de lado el aprendizaje práctico, fundamentado en experiencias reales para desarrollar y probar sus habilidades.

Referencias bibliográficas

- Avendaño, W., Luna, H. y Camacho, L. (2020). La política colombiana de emprendimiento en educación y su impacto en el acceso al empleo de jóvenes. *El Ágora USB*, 20(2), 158-171. <https://doi.org/10.21500/16578031.5137>
- Blasco, J. y Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en educación física y deporte: Ampliando horizontes*. Editorial Club Universitario. Imprenta Gamma.
- Buitrago, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 43(59), 7-21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403431>
- Campo, M. (2012). La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. *Bogotá: Ministerio de Educación Nacional*. Recuperado de La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-307150_archivo_pdf_guia39
- Cavero, J. y Ruíz, D. (2017). *Educación para la innovación y el emprendimiento: una educación para el futuro. Recomendaciones para su impulso*. Real Academia de Ingeniería.

- Centro Internacional de Educación y Formación Técnica y Profesional-UNESCO-UNEVOC (2016). *Hacer del emprendimiento juvenil una opción viable ¿Cómo pueden ayudar los centros de EFTP a promover el emprendimiento?* https://unevoc.unesco.org/up/VC_YE_BN_es
- Departamento Nacional de Planeación. (2020). *Documento CONPES 4011: Política nacional de emprendimiento*. Consejo Nacional de Política Económica y Social. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4011>
- Fierro, F. (2013). Una visión integral del emprendedor, desde un contexto regional cultural, originado por la fenomenología. *Revista Entornos*, 26(2), 275-285. <https://journalusco.edu.co/index.php/entornos/article/view/492/927>
- García, H. y Iniesta, I. (2024). La comunicación de marca en el emprendimiento. En: *Economía, derecho y empresa ante una nueva era: digitalización, IA y competitividad en un entorno global*. Publisher: Dykinson. <https://www.dykinson.com/libros/economia-derecho-y-empresa-ante-una-nueva-era-digitalizacion-ia-y-competitividad-en-un-entorno-global/9788411709354/>
- González, J., Corrales, G. y Morquecho, R. (2023). Educación para el emprendimiento: una propuesta para el desarrollo humano. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 10333-10343. <https://doi.org/10.22550/REP77-3-2019-03>
- González, S., Vieira, M. (2021). La formación en emprendimiento en Educación Primaria y Secundaria: una revisión sistemática. *Revista Complutense de Educación*, 32(1), 99-111. <https://doi.org/10.5209/rced.68073>
- Henao, S. (2020). *Emprendimiento en Colombia, principales dificultades y consideraciones para sortearlas*. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/18448?show=full>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5a ed.). McGraw Hill /Interamericana Editores
- Hinestroza, D., Tobar, J. y Bermúdez, B. (2018). El área emprendimiento en el proceso de enseñanza aprendizaje. Una perspectiva desde la integración y transversalización en Básica Primaria. *Revista Conrado*, 14(65), 211-216. <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>
- Husserl, E. (2008). *La crisis de las ciencias europeas y la fenomenología trascendental* (p. 304). Prometeo.
- Ley 2069 de 2020. *Por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia*. Diario Oficial No. 51.521. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>
- Ministerio de Educación Nacional - MEN, (2019). *Guía Anexa para el emprendimiento. El poder transformador del emprendimiento desde las aulas*. <https://edusitios.colombiaaprende.edu.co/sites/default/files/edusitiospublic/2020>
- Ministerio de Educación Nacional - MEN, (2023). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos*. Panamericana Formas e Impresos S.A. Bogotá D.C. – Colombia. https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf
- Molina, A., Rubio, G., Bonilla, V. y Medina, J. (2020). Modelo de educación en emprendimiento. Un análisis desde la perspectiva de la

- comunidad educativa y empresarial. *Revista Boletín Redipe*, 9(2), 145-162. <https://doi.org/10.36260/rbr.v9i2.917>
- Mora, J., Sandoval, M. Coello, V. y Morales, S. (2025). Evolución de los emprendimientos por oportunidad en la ciudad de Babahoyo. *Revista Colón Ciencias, Tecnología y Negocios*, 10(2), 145-158. <https://doi.org/10.48204/j.colonciencias.v10n2.a4145>
- Morales, H. (2023). Emprendimiento en la Educación Media Vocacional: una revisión sistemática. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 950-974. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.309>
- Moya, P. y Santana, S. (2016). *Sobre el concepto de emprendimiento*. Santiago de Chile: Laboratorio de Innovación y Emprendimiento. [https://www.studocu.com/cl/document/universidad-de-las-americanas-](https://www.studocu.com/cl/document/universidad-de-las-americanas)
- Niebles, W., Niebles, L. y Barrios, I. (2020). El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo. *Justicia*, 25(38), 35-52. <https://doi.org/10.17081/just.25.38.4390>
- Olivos, F., Álvarez, I. y Díaz, F. (2013). Impacto de la educación para el emprendimiento en la creatividad: Una experiencia en Chile con Propensity Score Matching. *Revista electrónica Educare*, 17(3), 259-276. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/ree/v17n3/a12v17n3>
- Organización Internacional del Trabajo-OIT (2022). *Tendencias mundiales del empleo juvenil 2022. Invertir en la transformación de futuros para los jóvenes*. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_853332
- Orrego, C. (2014). La voluntad de emprender: un estudio Fenomenológico. *Estrategias*, 12(22), 17-28. <http://dx.doi.org/10.16925/es.v12i22.959>
- Pacheco, C., Rojas, C., Niebles, W. y Hernández, H. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación Universitaria*, 15(1), 135-143 <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Pinargote, E., Sánchez, V. y Piloso, K. (2023). Construcción de trayectorias teóricas desde el emprendimiento hacia la gerencia y el desarrollo local. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(2), 9341-9357. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6817
- Pompa, C. (2016). *Hacer del emprendimiento juvenil una opción viable ¿Cómo pueden ayudar los centros de IFTP a promover el emprendimiento?* Conferencia de Unesco-Unevoc, Naciones Unidas. https://unevoc.unesco.org/up/VC_YE_BN_es
- Rico, A. y Cárdenas, A. (2020). El emprendimiento en la educación media en Bogotá: una mirada crítica de los docentes. *Voces y Silencios: Revista Latinoamericana de Educación*, 12(1), 109-129. <http://dx.doi.org/10.18175/VyS12.1.2021.5>
- Rodríguez, Z. (2023). Caracterización de los proyectos de emprendimiento de los estudiantes de educación media rural del grado 1002 del IED Mariano Santamaría para el año 2020. [Tesis pregrado. Universidad de La Salle, Bogotá]. https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_agronegocios/842
- Ruano, E. y Rivera, W. (2023). Cátedra de emprendimiento en Colombia:

- obligatoriedad e improvisación pedagógica-conceptual. *Interações*, 24(2), 537–553. <https://doi.org/10.20435/inter.v24i2.3444>
- Salamanca, C. Quintero, V. y Cano, V. (2021). Formación en Emprendimiento en Instituciones de educación secundaria Oficiales del Municipio de La Plata Ubicadas en la Zona Urbana. *Revista Proyección Social Universidad Surcolombiana*, 5(1), 28-43. <https://journalusco.edu.co/index.php/rps/article/view/3357>
- Sánchez, J., Ward, A., Hernández, B., y Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Secretaría de Desarrollo Empresarial, (2022). Proyecto Innova Joven 2.0 “Siempre un paso adelante”. Comercio electrónico de impulso a la economía y competitividad de las mipymes en el Departamento de Boyacá. <https://www.boyaca.gov.co/secretariadesarrolloempresarial/wp-content/uploads/sites/76/2022/09/Terminos-de-referencia-Innova-Joven-2.0>.
- Segura, U., Novoa, H. y Burbano, M. (2019). Hacia un modelo educativo para el emprendimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (87), 173-191. Doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n87.2019.2420>
- Vásquez, L. (2023). Currículo, Gobierno y Sociedad: la educación media y la formación de sujetos sociales en Colombia (1956-2015). *Educar em Revista*, 38. <http://dx.doi.org/10.1590/1984-0411.85574>
- Velasco, R., Ordóñez, C., Restrepo, M. y Coronel, J. (2021). *Ley de emprendimiento en Colombia. Construcción de una política pública en materia de emprendimiento*. INNpuls Colombia. https://www.innpulsacolombia.com/wp-content/uploads/2024/01/Emprendimiento_dinamico_y_supervivencia_empresarial1
- Vera, A., Constenla, J. y Jara, P. (2023). Emprendimiento, innovación y gamificación en la Educación Media Técnico Profesional (EMTP). *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 14(27). <https://doi.org/10.23913/ride.v14i27.1598>