

CAPÍTULO 11. DESARROLLO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DE NIVEL SECUNDARIA.

“Resultados de investigación”

Javier Damián Simón⁵

Edgar Esteban Copto Lucio⁶

Universidad del Papaloapan

Resumen

La investigación se realizó en la Escuela Secundaria Áncora, de carácter privada y con un enfoque religioso. La finalidad del proyecto es fomentar en los estudiantes las competencias emprendedoras mediante la creación, desarrollo y ejecución de una miniempresa a fin de que conozcan y entiendan cómo se administra una empresa y, generar el sentido de colaboración, generación de dinero y el fomento de la cultura emprendedora. La investigación fue descriptiva con un enfoque cuantitativo en la cual se evaluaron los conocimientos previos sobre emprendimiento de los estudiantes y el grado de satisfacción por el cumplimiento de los objetivos del proyecto. Participaron 22 estudiantes a los cuales se les aplicó un cuestionario de 12 ítems, sobre aspectos básicos de finanzas, mercadotecnia, producción y administración, para conocer su nivel de conocimientos sobre estos temas. Los resultados muestran que los estudiantes de secundaria son capaces de adquirir y aplicar conocimientos de emprendimiento.

Palabras clave: Estudiantes de secundaria, emprendimiento, competencias, empresa

Introducción

Para que un país se vea fortalecido en aspectos sociales, ambientales y económicos es necesario que la parte académica y el gobierno se vean inmiscuidos en asuntos que fortalezcan el carácter de los estudiantes de nivel básico. Para ello no basta solo con dotarlos de conocimientos teóricos, además deben de aportarles conocimientos prácticos que les ayuden en sus primeros años escolares a desarrollar habilidades que le aporten valor a su propia vida y a su entorno. Esto generaría un cambio radical en la ciudadanía,

⁵ Profesor investigador de la Universidad del Papaloapan adscrito al Departamento de Ciencias empresariales.

⁶ Estudiante del noveno semestre de la Licenciatura en Ciencias Empresariales de la Universidad del Papaloapan.

tendríamos buenos líderes, mejores empresarios, burócratas más honestos y ciudadanos más participativos. Esta investigación se originó a partir de una necesidad que se detectó en los planes de estudios de nivel secundario, el cual no carece, pero requiere de un acompañamiento de materias que aporten valor y competencias a los estudiantes tales como liderazgo, administración, finanzas, producción y mercadotecnia.

Debido a que estos jóvenes estudiantes serán los tomadores de decisiones en el futuro, deben de contar con las mejores habilidades para ser eficaces en un mundo que cada vez exige más. Es por eso que el objetivo de este proyecto es fomentar en la población estudiantil competencias emprendedoras mediante la creación, desarrollo y ejecución de una mini empresa a fin de que conozcan y entiendan cómo se administra una empresa y, generar el sentido de colaboración, generación de dinero y el fomento de la cultura emprendedora. Los objetivos específicos que se plantearon fueron tres: 1) evaluar los conocimientos previos que los jóvenes de secundaria tienen sobre temas de emprendimiento, 2) poner en práctica los conocimientos teóricos que se adquirieron en el curso en actividades de elaboración y comercialización de productos y 3) evaluar los resultados obtenidos de los jóvenes después de haber puesto en práctica los conocimientos adquiridos.

Historia y generalidades de la Educación Básica (Secundaria).

México tuvo una época de bonanza y prosperidad, en los aspectos político, económico, educativo y social, esto fue a principio de los años 50 y hasta principios de los años 70 y fue gracias a que existía un proteccionismo económico. La mayoría de las empresas que existían dentro del territorio nacional le pertenecían al sector público, eran del gobierno. En este contexto el conseguir un trabajo era una tarea fácil, con prestaciones seguras y muy cómodas, además de que la competencia laboral era poca y no exigía tanta preparación académica.

Por su parte, las escuelas secundarias brindaban cursos-talleres a los alumnos para que se insertaran rápidamente al mercado laboral con herramientas que cubrieran las necesidades de la época, así se les ofertaban a los estudiantes de este nivel los talleres de electricidad, carpintería, mecánica, mecanografía, corte y confección, belleza, entre otros, originado que para estas generaciones lo ideal era estudiar en una secundaria técnica porque implicaba una preparación mejor en habilidades para el campo laboral (Ramírez, 2018)

Entrando en los años 80 y hasta finales de los años 90, en México ocurrió la llamada “apertura económica”, caracterizada por permitir a empresas extranjeras desarrollar sus actividades económicas dentro del territorio nacional para generar mayor empleo y riqueza para el país. Así, el Estado dejaría de ser benefactor para muchos empleados del sector

público y, una de las estrategias del Estado fue el subastar grandes empresas públicas, pasando a ser empresas privadas; lo anterior implicaba que el inversionista o comprador realizara una reestructuración de cada una de las empresas, sobre todo en las plazas de trabajo ocupadas y disponibles. Para muchos trabajadores del sector público al igual que para los jóvenes que se insertarían en el ámbito laboral, les tomó por sorpresa esta nueva dinámica, porque las políticas de contratación de personal habían cambiado, ahora se exigía más años de preparación académica, tener como mínimo la preparatoria técnica concluida y, aunado a eso la competencia laboral era mayor que años anteriores, las leyes de trabajo cambiaron y las prestaciones que se le brindaba al trabajador eran menores.

Como lo explicó la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL (2006), en América Latina, como en el resto del mundo, las políticas de mercado de trabajo adquieren impulso en los años noventa. El cambio en el modelo de desarrollo de la región y su apertura a la competencia internacional significó transformaciones en su estructura productiva y ajustes masivos de trabajadores del sector formal. Ante esta nueva dinámica y desde el ámbito de las políticas públicas de carácter educativo, el Estado Nacional a principios de los años 80, para abatir el índice de déficit de empleo, creó el Colegio Nacional de Educación Técnica Profesional (CONALEP), cuyo objetivo principal se orientó a la formación de profesionales técnicos, egresados de secundaria. Aunque se implementaban nuevas tendencias en la enseñanza de nivel medio superior. La educación básica, como la secundaria, se quedó rezagada respecto a su plan de estudio.

En el año 2000 se da un fenómeno a nivel mundial llamado globalización, donde se esperaba que los países y personas estuvieran mejor conectadas mediante el uso del internet. Esto mejoraría la calidad de vida y las relaciones de las personas, según expertos. Pero los más beneficiados fueron las grandes empresas y algunos emprendedores visionarios, que vieron al internet como una oportunidad de negocio. Algunas de las acciones que lograron hacer más rentable los negocios fueron: llegar a un mayor número de clientes, realizar ventas a nivel mundial, subcontratar personal, prescindir de mano de obra y adquirir mayor tecnología, hacer video llamas de junta de negocios y realizar transacciones de dinero de manera online (Becerra, 2010). Estas fueron algunas actividades que dieron paso a la creación de nuevos modelos de negocios. Muchos gobiernos, incluyendo al de México, no previeron que este fenómeno fuera impactar a la economía y sobretodo las prácticas empresariales. Las empresas comenzaron a sistematizar sus procesos productivos, subcontratar personal y a registrar sus ventas mediante computadoras, tan solo esto provocó que se prescindiera de muchos puestos de trabajo y que se exigiera un grado más alto de especialización, como tener una licenciatura, o conocer de computación y paquetería office.

Para el gobierno mexicano esto generó un gran reto, porque ahora tenía un mayor número de desempleados. Bajo esta situación los jóvenes que se querían postular a un puesto de trabajo, se les hacía más complicado debido a que las competencias con las que contaban de poco les servían para ingresar al mercado laboral. Era un hecho que el mundo, la forma de hacer negocio y de conseguir un trabajo había cambiado radicalmente. Los conocimientos que le funcionaban a un joven para desempeñar un trabajo a principios de los años 70, no le funcionaría a un joven para buscar un trabajo en el año 2000. Según el Ministerio de Educación Nacional para el apoyo a la definición de lineamientos de políticas para la educación media (Corpoeducacion, 2003), en América Latina y el Caribe se estimaba que el 16% de los jóvenes en edad de trabajar se encontraba desempleados para el año 2001, aumentando 4 puntos porcentuales con respecto al mismo dato en 1997.

El problema del desempleo y la educación en emprendimiento

Antes de la globalización y la apertura comercial, al gobierno y a las instituciones educativas no le era tan preocupante generar emprendedores o empresarios. En parte, porque el gobierno era el benefactor de pueblo gracias a que contaba con el capital suficiente para combatir el déficit de empleos. Entre sus estrategias estuvo la creación de más puestos de trabajo en entidades gubernamentales o, bien, se creaban nuevas entidades de gobiernos con un número mayor de puestos, sin embargo, esto no fue suficiente y fue una estrategia que terminó por fracasar. Para combatir este problema, el gobierno de México empezó a desarrollar programas para el apoyo al autoempleo, o como el presidente en turno le llamó: apoyo para la generación de “changarros”, como alternativa para abatir el déficit de fuentes de trabajo (Pérez y Madriz, 2003).

Uno de los ejes prioritarios en materia educativa que implementó el gobierno del año 2000, fue la vinculación productiva, que consistía en enlazar a universidades e institutos tecnológicos con el aparato productivo formado por micro, pequeñas y medianas empresas (Rojas, 2000). Es a partir de aquí que el gobierno empieza a apostar por la educación superior por competencias laborales y, aunque los planes de estudios mejoraron gradualmente en los otros niveles educativos, en las instituciones educativas de nivel básico como las escuelas secundarias, ha sido escasa o nula en el desarrollo de planes de estudios acorde a la demanda del nuevo mercado empresarial. No obstante, hay que mencionar que actualmente las escuelas secundarias del país en sus planes de estudios, siguen impartiendo talleres de corte y confección, electricidad, mecanografía o mecánica como únicas opciones académicas y, que como se ha mencionado en poco ayudan a los estudiantes a insertarse en un empleo pues las empresas ya no son flexibles como hace tres décadas cuando ofertaban puestos para personal que contara solo con secundaria concluida o que supieran lo suficiente para desempeñar sus actividades de manera correcta.

Ante esta problemática en el sexenio que inició en el año 2012, se impulsó con mucha fuerza el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), con el objetivo de que los adolescentes y jóvenes con espíritu emprendedor recibieran formación educativa empresarial para arrancar una empresa o bien apoyarlos con financiamiento para la consolidación y fortalecimiento de su pequeña empresa (SE, 2016). Sin embargo, debido a que la labor del INADEM era desarrollar incubadoras y aceleradoras de negocios, el impacto en niveles educativos básicos no ha permeado como se esperaba. Por otro lado, si se considera que en México gran cantidad de estudiantes venden dulces y golosinas como primera incursión empresarial, sería necesario que tuvieran conocimientos de conceptos básicos de administración del dinero, negociación y ventas.

Algunos estudios muestran los beneficios que derivan de que los niños de educación básica tengan sus primeras experiencias de emprendimiento en edades tempranas (Damián y Cobos, 2019; Damián, 2015), se generan improntas en la mente de los estudiantes sobre negocios, es decir, un primer recuerdo que se genera en la mente y que sirve como herramienta como futura experiencia. Por ejemplo, cuando se empieza a aprender a andar en bicicleta, el niño se puede tropezar, caer, lastimar y sentir miedo, pero como niño, tiene el ímpetu de aprender por lo tanto se levanta y lo sigue intentando hasta lograrlo. Así debería de ser el fomento al emprendimiento en edades tempranas: generar un pequeño negocio, sin que importe el fracaso, siempre se debe de tener ese ímpetu de seguir intentándolo, porque tarde o temprano se conseguirá el objetivo, pues según el Centro para la Investigación y la Innovación Educativa (CERY) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2002), los niños desarrollan teorías acerca del mundo en etapas extremadamente tempranas y las modifican a la luz de la experiencia. Cabe mencionar que el gobierno mexicano no ha generado políticas ni estrategias en el ámbito educativo que refuerce o apoye el tema del emprendimiento en la educación básica, por lo tanto es necesario cubrir esa demanda de conocimientos, de habilidades, de competencias empresariales en las escuelas secundarias públicas para que los estudiantes puedan continuar con sus estudios en la educación media superior y en la educación superior, ya que esto les va a permitir a los adolescentes tener un bagaje más amplio y solido de cómo ser un emprendedor y, en aquellos menos favorecidos y no poder cursar estudios universitarios tener la posibilidad de generar su propio emprendimiento.

El emprendimiento en educación básica puede ser en un puente para promover el autoempleo y la movilidad económica entre personas, generando bienestar social en el país. La educación empresarial desarrolla habilidades para que el estudiante logre identificar oportunidades de negocio, partiendo de las necesidades que existan en su entorno más cercano, aprovechando los recursos con los que cuenta su comunidad, para transformarlos y convertirlos en un productos o servicio que supla las necesidades más

básicas. Además, mediante el emprendimiento, los adolescentes después de su vida de estudiantes pueden mejorar su capacidad para incorporarse en el mediano plazo en los mercados laborales.

Respecto al concepto de Educación en Emprendimiento (EE), no existe un acuerdo a la fecha para una definición única, sin embargo, el *Global Entrepreneurship Monitor* la define como:

[...] la disciplina que engloba los conocimientos y habilidades “sobre” o “con el fin de que” el emprendimiento, en general, sea reconocido como parte de los programas educativos correspondientes a las enseñanzas primaria, secundaria o terciaria en las instituciones educativas oficiales de cualquier país (Conduras et al; 2010:13)

Por su parte Gibb (2005), considera que son el conjunto de acciones que requieren y exigen la integración del conocimiento de varias disciplinas, mayores oportunidades de espacios de aprendizaje a través de la experiencia que permitan evaluar conocimientos específicos en la práctica, con mayor tiempo para la reflexión, aprender haciendo más que escuchando o leyendo, pues el proceso de fortalecimiento se da desde la praxis y desde la necesidad de articular cuidadosamente los insumos cognitivos de los estudiantes con una pedagogía idónea. Por todo lo anterior, se comprende que la enseñanza del emprendimiento se debe introducir en los sistemas educativos desde la educación elemental como un nuevo enfoque de la formación y como competencia básica; en algunos niveles se puede considerar como un aspecto transversal y horizontal y atendido con una metodología de educación acorde con los objetivos que se pretendan lograr (Damián y Cobos, 2019) y, en otros debe establecerse como una asignatura concreta (CC-MEYC, 2007).

En muchos países –sobre todo en Europa- se ha comprendido la importancia de impulsar la EE en la educación secundaria, evidencia de ello es la existencia de diversos lineamientos, ordenanzas y programas sobre la EE en todos los niveles educativos (Diego y Vega, 2015). Por mencionar solo algunos casos tenemos a Martínez (2017), quien señala que en el año 2015 empezó a funcionar la Red Europea de Educación para el Emprendimiento (*European Entrepreneurship Education Network*) quienes se dieron a la tarea de diseñar y publicar donde diferentes pautas para fomentar la cultura del emprendimiento en los sistemas educativos y, que en el año 2000 se publicó la Carta Europea de la Pequeña Empresa, que contiene un conjunto de documentos oficiales relacionados con la EE que elaboró la Comisión Europea, junto al Consejo y al Parlamento Europeo. Por su parte Nieto (2012), menciona que en Europa en la Educación Secundaria Obligatoria la EE es una asignatura obligatoria en las dos terceras partes de los países (figura 1) y, en su mayoría de los casos se trabaja en las aulas de manera transversal apoyándose en otras asignaturas del currículo.

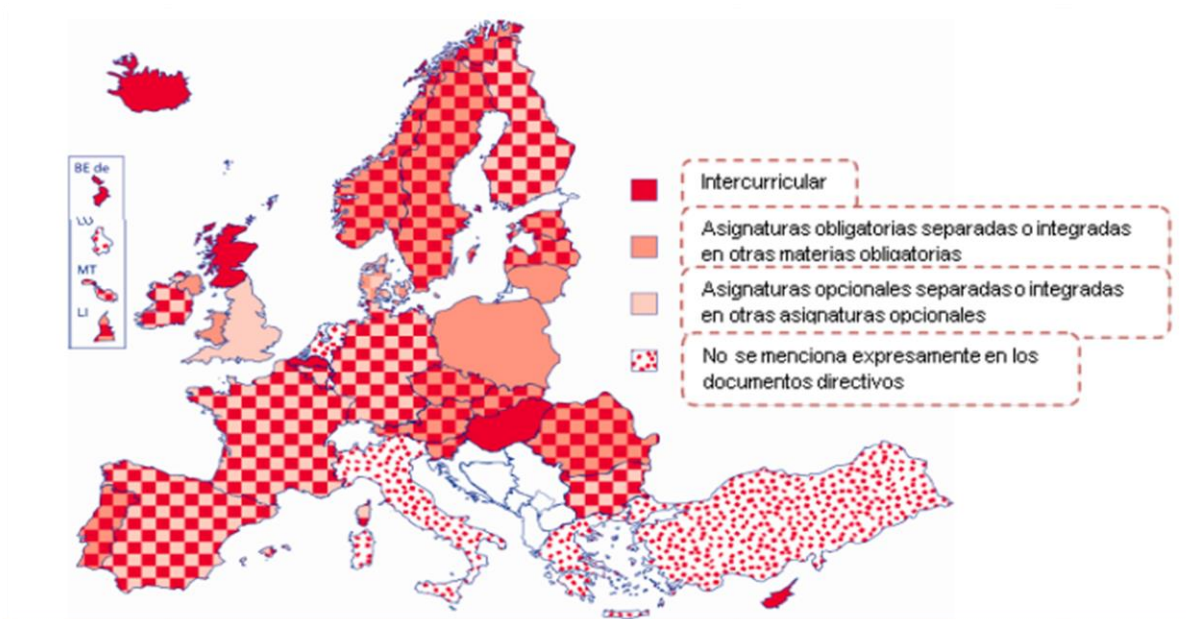


Figura 1. Formas de abordar la EE en la Educación Secundaria en Europa

Fuente: Nieto (2012).

En tanto la Comisión Europea (CE, 2014), con la ayuda de diversos expertos en temas de EE preparó una “Guía del educador” que contiene las mejores prácticas existentes para abordar este tema a fin de apoyar a los docentes de los países miembros, en la introducción de proyectos y métodos de emprendimiento en el aula y, más recientemente la EC/EACEA/Eurydice (2016), en un informe detallan los logros, avances y retos de la EE en la educación primaria y secundaria en los países europeos. Lamentablemente en México no se ha avanzado en esta temática en la educación básica y, solo algunos investigadores de manera aislada están trabajando en ella, por lo cual se considera de importancia el que se compartan las actividades que se están llevando a cabo a fin de socializarlos y empezar a generar conocimiento en esta línea emergente de la investigación educativa, sobra decir que éste también es uno de los propósitos de este escrito.

Materiales y métodos.

Para generar la información de este trabajo se desarrolló un taller de emprendimiento juvenil en un grupo único multigrado de educación secundaria del Centro Educativo Áncora, de carácter privado y con enfoque religioso (pertenece a una casa hogar), ubicado en la ciudad de San Juan Bautista Tuxtepec, Oaxaca. Participaron 22 estudiantes (12 mujeres y 10 hombres), cuyas edades estuvieron comprendidas entre los 12 a los 17 años.

El taller duró cinco meses (octubre 2018-febrero 2019), con sesiones de 2 horas cada sábado, para desarrollar las actividades del taller se utilizó la metodología y los materiales

desarrollados por la Fundación Educación Superior Empresa (FESE, 2019), para el programa "Mi primera empresa: emprender jugando", que busca desarrollar nueve competencias transversales: comunicación, liderazgo, trabajo en equipo, inteligencia emocional, eficiencia personal, innovación, emprendimiento, actualidad y uso de tecnologías.

Cabe aclarar que debido a las condiciones del contexto del centro escolar se decidió hacer algunas adaptaciones a la metodología de la FESE, incluyendo algunas actividades prácticas distintas, pero sin descuidar el objetivo principal. La intervención educativa estuvo compuesta de cinco unidades de trabajo en las cuales se desarrollaron diversas actividades, en este documento se presentan los resultados de dos actividades: la primera tuvo como propósito identificar mediante un cuestionario diseñado *ex profeso*, los conocimientos previos sobre emprendimiento de los estudiantes cuya información serviría como punto de partida para planear, organizar y adaptar los contenidos del taller.

Para obtener la información se utilizaron dos instrumentos diseñados y proporcionados por la FESE, mismos que fueron complementados con diversas fotografías que fueron tomadas para documentar las actividades que llevaron a cabo los estudiantes a lo largo de la duración del taller. El primer instrumento "Cuestionario de conocimientos específicos" incluye 12 términos básicos de emprendimiento que los estudiantes deberían definir, para ello se utilizó la escala en tres puntos: 0 (No conoce), 1 (conoce medianamente) y 2 (conoce bien). El segundo instrumento "Cuestionario evaluación Mi Primera Empresa" tuvo como finalidad evaluar desde la opinión de los estudiantes participantes el nivel de cumplimiento del taller, así como aquellos aspectos que fueron de su agrado o no. En ambos casos, se elaboró una base de datos en MS Excel, a fin de obtener tablas de doble entrada y algunos gráficos para facilitar el análisis e interpretación de la información.

Resultados.

A continuación, se presentan los resultados organizados en tres apartados de acuerdo a la información captada en los cuestionarios antes descritos y en algunas actividades que los estudiantes llevaron a cabo a lo largo del taller.

1. Evaluación de conocimientos previos en temas de Emprendimiento.

En términos generales la tabla 1 muestra que el 55% de los estudiantes tienen conocimientos previos sobre temas de emprendimiento en la escala de "conoce medianamente" a "conoce bien", sin embargo, llama la atención que el 20% no haya contestado indicativo de que no existe en sus estadios de desarrollo cognitivo referentes sobre estos temas y en tanto el 25% se esforzó por proporcionar una definición de estos conceptos pero lo hizo de manera equivocada; lo anterior quizás producto de que nunca han tenido una asignatura o un curso con temas específicos lo que ha originado un poco acercamiento y conocimiento sobre estos temas. Se encontraron tres términos donde los

estudiantes presentan mejores niveles de conocimiento: mercadotecnia (100%), libro de cuentas (87%) y capital semilla (86%) en la escala de “conoce medianamente” a “conoce bien”; de igual manera, fueron tres términos donde se encontraron niveles de desconocimiento total o erróneos sobre el tema: captación (100%), línea de negocios (86%) y difusión (73%). La información anterior fue de gran utilidad para ajustar las actividades a lo largo del taller, cuidando que se incluyeran el manejo de éstos conceptos en la terminología y vocabulario utilizado, con la finalidad de que los estudiantes se apropiaran de ellos tanto en sentido teórico como en su significado, pues cabe recordar que el estudiante construye o reconstruye un significado sobre su conocimiento previo y, gracias a esto puede seguir generando nuevos conocimientos significativos (López, 2009).

Términos	No contestó	0	1	2
Capital semilla	1 (5%)	2 (9%)	6 (27%)	13 (59%)
Libro de cuentas	1(5%)	3 (12%)	11 (50%)	8 (37%)
Mercadotecnia	---	---	5 (23%)	17 (77%)
Difusión	9 (41%)	7 (32%)	6(27%)	---
Organigrama	7 (32%)	2 (9%)	4 (18%)	9 (41%)
Captación	8 (37%)	14 (63%)	---	---
Público objetivo	2 (9%)	4 (18%)	4 (18%)	12 (55%)
Ganancia	---	6 (27%)	10 (46%)	6 (27%)
Inversión	1 (5%)	5 (23%)	11 (50%)	5 (23%)
Costo marginal	7 (32%)	8 (36%)	7 (32%)	---
Beneficios	5 (23%)	8 (36%)	2 (9%)	7 (32%)
Línea de negocios	11 (50%)	8 (36%)	3 (14%)	---
Total:	20%	25%	26%	29%

Tabla 1. Nivel de conocimientos previos de términos básicos de emprendimiento

0 (No conoce), 1 (conoce medianamente), 2 (conoce bien).

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta

Por su parte la tabla 2 muestra el nivel de descripción que los estudiantes proporcionaron en cuanto a los 12 términos básicos de emprendimiento, como el lector podrá darse cuenta en la columna “no conoce” aparecen definiciones legas o concepciones erróneas⁷ sobre la situación que bien pueden considerarse de carácter ingenuo o inadecuadas (Vázquez, Acevedo y Manssero, 2004) o como marcos conceptuales alternativos tal como lo proponen Wandersee, Mintzes y Novak (1994), al decir que los estudiantes llegan a las aulas con diversas concepciones alternativas sobre los fenómenos o situaciones y que por tanto,

⁷ Al respecto Sánchez (2002: 1), menciona que “no estamos seguros si las diferentes acepciones empleadas para designar ese conocimiento lego (concepciones erradas, preconceptos, ideas previas, representaciones, concepciones alternativas, teorías implícitas) refieren el mismo significado”.

pueden proporcionar su visión, explicarlos e interpretarlos sobre la base de dichas concepciones. Lo anterior, proporcionó suficiente información para los coordinadores del taller a fin de hacer los ajustes correspondientes en el proceso de enseñanza aprendizaje.

En la columna “conoce medianamente”, los estudiantes muestran un nivel de conocimiento que se aproxima a una definición más acertada del caso, aunque no es del todo completa, indicativo de no tener un dominio total del mismo y que es necesario fortalecer este tipo de conocimientos; en tanto la tercera columna contiene las frases que si bien se reconoce no están exactamente estructuradas, si reflejan un conocimiento completo del término de emprendimiento respectivo. No fue posible identificar como se apropiaron de dichos conceptos, sin embargo, de manera informal escuchábamos que en la medida que los estudiantes proporcionaban las definiciones hacían alusión a diversas circunstancias de su contexto, lo cual es coincidente con los que mencionan Wandersee, Mintzes y Novak (1994), quienes afirman que las concepciones alternativas se gestan a partir de las experiencias cotidianas del individuo, a través de sus observaciones directas del mundo que le rodea, la convivencia con sus semejantes, y la influencia de los medios masivos de comunicación como la televisión, la internet y las redes sociales.

No conoce (0)	Conoce medianamente (1)	Conoce bien (2)
Capital semilla		
La primera ganancia; la primera venta.	Dinero (5); materiales.	El dinero con el que empiezas (6); lo que cada integrante aportó para iniciar el negocio (5); préstamo que se consigue para iniciar una empresa; es el que se invierte.
Libro de cuentas		
Matemáticas; total de todo; registros.	Facturas y notas (2); donde anotamos las ganancias y los gastos (5); cuanto has ganado; todo lo que gastaste; es donde se registran los cálculos; contar el dinero conseguido.	Comprobantes de gastos y de ventas (4); Tikets o cuentas de los gastos; donde tenemos las cuentas; un libro en donde se lleva a cabo las cuentas de los gastos y ganancias; donde se llevó a cabo las ganancias y gastos.
Mercadotecnia		
---	Ventas o vender (4), lo que se utiliza para mayor venta.	Vender y hacer publicidad (8); cuando promocionan y difunden el producto (6);

		atraer a los compradores; logo y slogan; checar como vender el producto.
Difusión		
Planificar el producto (2); difundir algo (3); contar el dinero; realizar.	Difundir el producto (5); promoción de la empresa.	---
Organigrama		
La música y el local; la misión de la empresa.	Control de producción; organización de la empresa; organizar los días de trabajo; organizar las tareas.	Dibujo o diagrama que se ocupa para organizar todo (5); papel en donde vienen los puestos de cada persona con información de los integrantes (4).
Captación		
Escuchar algo, poner atención y entender (4); lo que captamos (3); captar la información (2); captar sobre la venta o cómo va la empresa (2); como se hará el producto; ver como se hacen las cosas; lo que se nos queda.	---	---
Público objetivo		
Vender todo; hacer que el público se acerque; a cuanto se vende; para decirle a la gente.	A quien nos dirigimos (4).	Al público o personas que les quieres vender el producto o quien va dirigido (12).
Ganancia		
Es el dinero que se obtiene o se consigue de las ventas (3); la suma de todo; lo que juntaste; de lo que teníamos cuanto ganamos más.	Lo que ganamos u obtuvimos por el producto (10).	Lo que se espera que nos quede al terminar todo (2); lo que se gana al final (2); el dinero obtenido restándole la inversión; total del dinero ganado.
Inversión		

Material; dinero que usamos; gasto; lo que diste; lo que nos dieron	Lo que invertimos para el funcionamiento de la empresa (4); el gasto o inversión para hacer el producto (5); lo que vas a invertir o invertiste (2).	Dinero para iniciar una empresa y compras las cosas necesarias para ello (4); juntar el dinero para ver que se comprará.
Costo marginal		
Ni idea (2); stand; lo que gastamos; costo de todo en cuanto lo diste; el originario del producto; la ganancia que tenemos; el precio del producto	Costo de producto (5); lo que cueste los ingredientes (2).	---
Beneficios		
Lo bueno (4); hacer lo mejor para los clientes; a ganar; no recuerdo; lo que nos benefició cada producto.	En que beneficia o los ingresos; el beneficio de la empresa.	Las Ganancia o lo que ganamos por las ventas (7).
Línea de negocios		
Clientes (2); negociar con los clientes y encontrar la manera de ganar más (3); a quien se lo vas a vender o dirigir el producto (2); no sé.	Lo que hacemos; el producto; lo que se está vendiendo.	---

Tabla 2. Nivel de descripción de los términos básicos de emprendimiento

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta

2. Evaluación de nivel de expectativas del taller de emprendimiento.

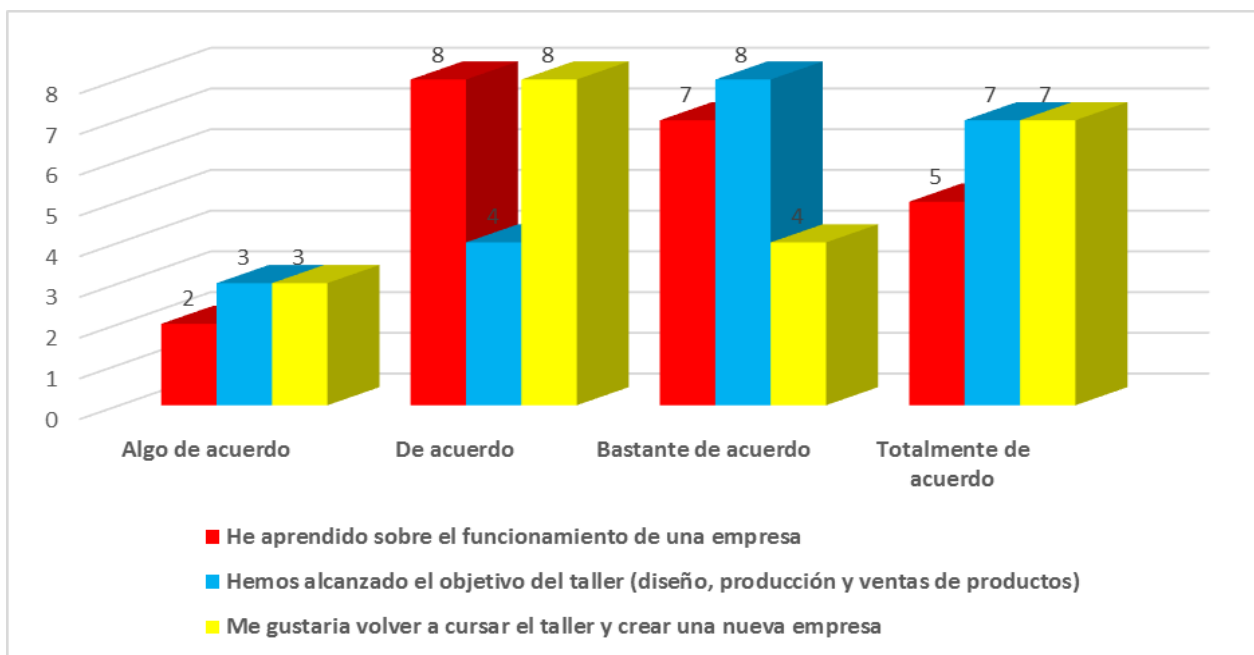
Una vez transcurrido el tiempo de seis meses y terminadas las actividades del taller, mismo que concluyó con una práctica real que consistió en la elaboración y venta de diversos productos estableciendo un stand de exposición y ventas en un parque de la ciudad (fotografía 1 y 2), se procedió a evaluar desde la opinión de los estudiantes el logro de los objetivos del taller de emprendimiento.



Fotografía 1 y 2. Actividad práctica al concluir el taller de emprendimiento

Fuente: Fotografías tomadas desde el archivo de los investigadores

En cuanto a la evaluación de los objetivos del taller, la gráfica 1 muestra niveles altos de satisfacción por parte de los estudiantes pues el 91% de los participantes afirmó estar entre “de acuerdo” a “totalmente de acuerdo” en haber aprendido cómo funciona una empresa, el 86% en la misma escala, mencionó haber alcanzado los objetivos del taller en cuanto a las actividades de diseño, producción y venta de artículos o productos e igualmente el 86% refiere que volvería a tomar el taller y crear otra empresa. En muy pocos casos (9% al 12%), mencionaron estar algo de acuerdo en el cumplimiento de los objetivos del taller y ningún estudiante mencionó la opción “Nada de acuerdo”, evidenciando una vez más el alto nivel de satisfacción desde el imaginario de los estudiantes.



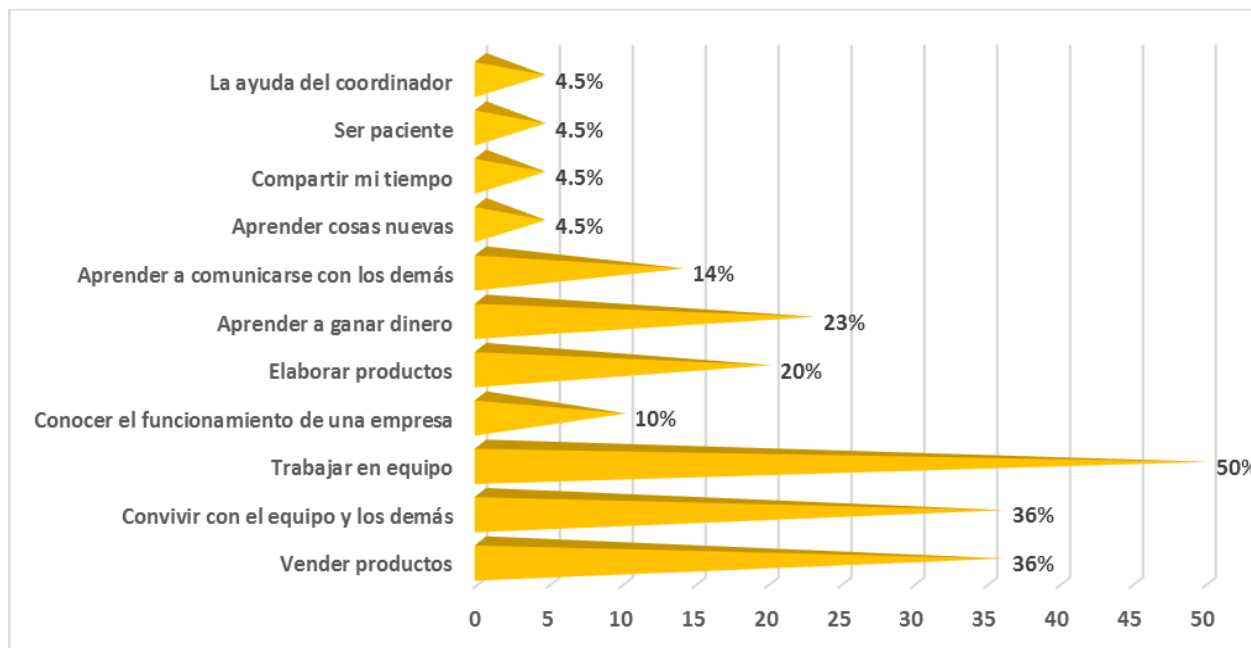
Gráfica 1. Evaluación de los objetivos del taller de emprendimiento

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Lo positivo del taller

Para evaluar este aspecto el cuestionario utilizó preguntas abiertas a las cuales los estudiantes deberían responder que aspectos del taller les fueron agradables o que les gustó de él, una vez obtenida esta información se empleó la técnica del análisis de contenido mediante el conteo de frases y su agrupación por la frecuencia de menciones, al respecto se encontraron 11 aspectos que los estudiantes consideraron positivos o de utilidad (gráfica 2). Destaca el hecho que los estudiantes mencionen que aprendieron competencia blandas o transversales (Gelvez et al, 2013), tales como el saber trabajar en equipo, convivir y socializar con los integrantes de su equipo y los demás, aprender a comunicarse, aprender cosas nuevas, compartir su tiempo y ser pacientes; los resultados obtenidos son una prueba clara que la EE fomenta y enseña habilidades en los jóvenes tales como el trabajo en equipo, el liderazgo, el reconocimiento a las actitudes innovadoras y la comunicación (Bacus, 1994), mismas que son muy demandadas en la actualidad en las organizacionales y muy útiles para la vida social y personal. En cuanto a conocimientos y competencias específicas de emprendimiento los estudiantes dicen que les agradó elaborar y vender productos, aprender a ganar dinero y conocer el funcionamiento de una empresa, indicativo que los trabajos y actividades llevadas a cabo de manera sistematizadas permitieron alcanzar los objetivos del taller y muestran que los estudiantes son capaces de

aprender e incorporar en sus conocimientos temas de emprendimiento y sobre la forma en la que funcionan los negocios, situación que concuerda con lo reportado por Damián (2013).

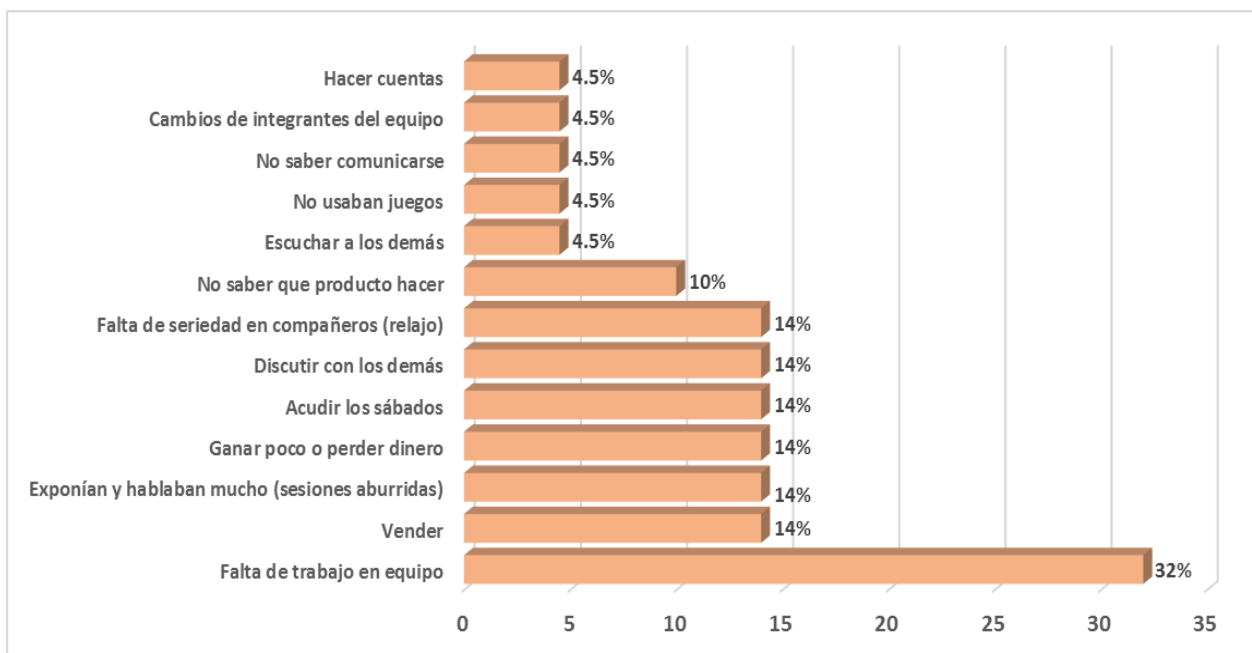


Gráfica 2. Aspectos del taller de emprendimiento que agradaron a los estudiantes

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Lo negativo del taller

Puesto que toda actividad de enseñanza aprendizaje presenta fortalezas y debilidades, el taller de emprendimiento sin lugar a dudas no fue la excepción, así al preguntar a los estudiantes cuáles fueron los aspectos que no les agradaron y cuáles deberían ser mejorados se encontraron 13 situaciones (gráfica 3), destacando la falta de trabajo en equipo (32%), originados según lo que observamos durante el desarrollo de las actividades, por la falta de seriedad de algunos estudiantes quienes se dedicaban a hacer relajo y platicar otros asuntos (14%), presentándose discusiones y altercados entre ellos (14%), no ponerse de acuerdo acerca del tipo de producto o servicios que deberían elaborar y vender como producto final del taller (10%) y, por lo tanto no saber comunicarse eficazmente para organizarse y llevar a cabo las actividades (4.5%). En cuanto a la forma de trabajo, se obtuvo información para hacer ajustes en sesiones o talleres futuros, pues los estudiantes mencionaron que los coordinadores exponían y hablaban mucho (14%) y que no usaban juegos o dinámicas grupales para desarrollar los contenidos del taller (4.5%), lo anterior aunado a que hubo descontento de algunos por tener que acudir al taller los días sábados, es decir, fuera de su horario de la jornada escolar.



Gráfica 3. Aspectos del taller de emprendimiento que desagradaron a los estudiantes

Fuente: elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Comentarios y sugerencias.

Algunos estudiantes que opinaron que se cumplieron los objetivos del taller y que mostraron altos niveles de satisfacción por el mismo, de manera voluntaria expresaron frases de agradecimiento con los que se corrobora su interés y los beneficios que consideran obtuvieron de la EE, entre los comentarios más representativos destacan los que se enlistan a continuación:

1. Hacerlo más frecuentemente
2. Gracias por todo lo que nos enseñaron, porque con su apoyo podemos saber cómo se forma una empresa o como se hace, gracias por todo.
3. Pues muchas gracias por su tiempo
4. Gracias por su apoyo y enseñanzas
5. La verdad, me encantaron las clases, muchas gracias por el tiempo prestado, que no sea la primera ni la última que trabajemos, quisiera más.
6. Hagan más divertidas las clases.
7. Me gustó trabajar con ustedes, gracias

Conclusiones.

La Educación en Emprendimiento resulta ser un mecanismo de gran importancia en la formación de individuos pues a través de las diversas actividades que se incluyen en ésta es posible que los estudiantes de educación secundaria puedan apropiarse de contenidos teóricos y prácticos específicos de emprendimiento y a su vez desarrollen y utilicen otros tipo de competencias blandas o transversales que les son de utilidad en otros aspectos de su vida personal, social y escolar entre las que destacan el poder comunicarse eficazmente en forma verbal y escrita, mostrar liderazgo para influir y convencer a los demás, ser capaz de trabajar en equipo ya sea mediante coordinar un grupo o seguir instrucciones de otros, mostrar inteligencia emocional y eficiencia personal al enfrentarse a situaciones en las cuales debe ejercer responsabilidad, criterio y buen juicio para la toma de decisiones, mostrar innovación y actualidad para el diseño y fabricación de productos y espíritu de emprendimiento para llevar a cabo el proceso de compra de materiales y venta de sus productos terminados.

Además, la EE también puede considerarse como un factor que contribuye a la movilidad social pues proporciona las bases para que los individuos en condiciones de precariedad económica, (como es el caso de estos estudiantes de secundaria de un centro escolar perteneciente a una Casa Hogar), puedan en edades tempranas empezar a visualizarse como potenciales agentes que pueden identificar formas de aprovechar diversos recursos y generar algunos emprendimientos en forma de negocios que les permitan obtener ingresos para su sustento personal y familiar. De allí que todos los centros escolares deben preocuparse por implementar e institucionalizar diversas estrategias para fomentar una cultura emprendedora entre la comunidad estudiantil y, sobre todo evaluar el impacto de la misma en el desarrollo de competencias emprendedoras específicas y de tipo transversales.

Sobre la base de los resultados obtenidos se concluye que los estudiantes de nivel secundaria en este estudio de caso en particular, presentaron en términos generales conocimientos previos sobre temas de emprendimiento obtenidos quizás desde su experiencia en las diversas situaciones que han experimentado de su contexto cercano o de los medios de comunicación, ya que nunca habían tenido la oportunidad de cursar o tomar un taller sobre el tema y, mostraron que son capaces de seguir aprendiendo y aplicando otras competencias emprendedoras que los llevaron a la elaboración y venta de diversos productos como producto de una actividad de cierre del taller, sin embargo, se coincide que al igual que en otros trabajos de intervención educativa sobre la EE, queda pendiente para trabajos futuros el diseño de instrumentos que permitan hacer una valoración profunda sobre el impacto a mediano y largo plazo de los talleres de emprendimiento y corroborar

su aporte para la generación de negocios o para la movilidad social de los estudiantes que cursan de manera transversal o mediante asignaturas específicas temas de emprendimiento.

Referencias.

- Bacus, A. (1994). *Creatividad: como desarrollarla*. Editorial Iberia. España.
- Becerra, D. (2010). “La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización”. *Revista digital Pensamiento & Gestión*, Núm. 28, 171-195.
- CC-MEYC. (2007). *Fomento del espíritu emprendedor en la escuela*, Madrid: Cámaras de Comercio-Ministerio de Educación y Ciencia.
- CE. (2014). *Educación en emprendimiento: Guía del educador*. Bélgica. Unión Europea.
- CEPAL. (2006). *Los jóvenes y el empleo en América Latina. Desafíos y perspectivas ante el nuevo escenario laboral*. Bogotá. Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- Conduras, A.; Levie, J.; Kelley, D.; Saemundsson, R. y Schott, T. (2010). *Global entrepreneurship monitor special report: Una perspectiva global sobre la educación y formación emprendedora*, Global Entrepreneurship Research Association. Disponible en http://www.gemconsortium.org/download/1301958008720/gem%20Ed%20and%20Training%2009_Espanol%201.pdf
- Corpoeducacion (2003). *Tendencias del mundo productivo y sus implicaciones en el perfil esperado en los trabajadores*, disponible en http://mineducacion.gov.co/1621/articles-85777_archivo_pdf1_pdf.
- Damián, J. y Cobos, L. (2019). *Educación en emprendimiento infantil para desarrollar competencias transversales*. Ponencia presentada en el Foro Regional de Intervención Educativa: Estrategias, retos y experiencias. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Villahermosa. Tab.
- Damián, J. (2015). “¿Pueden los niños adquirir y aplicar conocimientos de emprendimiento? El caso del subprograma, mi primer empresa: “emprender jugando”. *Nova scientia*, 7(15), 389-415.
- Damián, J. (2013). “Sistematizando experiencias sobre educación en emprendimiento en escuelas de nivel primaria”. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 18(56), 159-190.

- Diego, I. y Vega, J. (2015). *La educación para el emprendimiento en el sistema educativo español. Año 2015*. Colección EURYDICE ESPAÑA-REDIE, Asturias. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- EC/EACEA/Eurydice (2016). *La educación para el emprendimiento en los centros educativos en Europa. Informe de Eurydice*. Luxemburgo. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.
- FESE (2012). *Competencias FESE*. Fundación Educación Superior Empresa. Disponible en <http://www.fese.org.mx/>
- Gelvez, C; Pérez, Á; López, J. y Brigard, B. (2013). *Marco teórico y herramientas de análisis de intervención psicosocial y desarrollo de habilidades blandas en el marco de la política pública de Generación de Ingresos para población en situación de pobreza extrema y desplazamiento*, Departamento Nacional De Planeación, Grupo de Proyectos Especiales.
- Gibb, A. (2005). *Creating the entrepreneurial university worldwide. ¿Do we need a wholly different model of Entrepreneurship?*, Ponencia presentada en la Cuarta Conferencia de Investigación en Entrepreneurship en Latinoamérica, realizada en Cali, Colombia.
- López. J. (2009). “La importancia de los conocimientos previos para el aprendizaje de nuevos contenidos”. *Revista digital: Innovación y experiencias educativas*, Núm. 16, 01-14.
- Martínez. A. (2017). *Plan de fomento del emprendimiento en el aula: Educación para el emprendimiento*. Tesis de licenciatura en Administración y Dirección de Empresas. Universidad Politécnica de Valencia.
- Nieto, Y. (2012). *Educación para el emprendimiento*. Tesis de grado. Universidad de Cantabria.
- Pérez, D. y Madriz, I. (2003). *Privilegio Fox el autoempleo y el desarrollo de changarros*, disponible en <http://www.cronica.com.mx/notas/2003/80292.html>
- Ramírez, A. (2018). *Desaparecen talleres, nacen los clubes en educación básica*, disponible en <https://www.milenio.com/politica/comunidad/desaparecen-talleres-nacen-clubes-educacion-basica>
- Rojas, J. (2000). “Vicente Fox y la educación”. *Revista ESTE PAIS*, Núm. 144, 14-44.
- Sánchez, L. (2002). “Diversos términos sobre el conocimiento lego del alumno: ¿uno o varios significados?” *Perfiles educativos*, 24 (97-98), 26-37.
- SE. (2016). *Diagnostico 2016 del Fondo Nacional Emprendedor*. México. Instituto Nacional del Emprendedor-Secretaría de Economía

Vázquez, A; Acevedo, A. y Manssero, M. (2004). “Consensos sobre la naturaleza de la ciencia: evidencias e implicaciones para su enseñanza”. *Revista Iberoamericana de Educación*, disponible en <http://www.campus-oei.org/revista/deloslectores/702Vazquez.PDF>.

Wandersee, H., Mintzes, J. y Novak, J. (1994). “Research on alternative conceptions in science”, en: D. L. Gabel (ed.), *Handbook of research on science teaching and learning*, Nueva York, MacMillan Publishing.