

Desarrollo del Espíritu Empresarial en los colegios del Valle del Cauca

El modelo ICESI

Melquicedec Lozano Posso

Asistente Investigador del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial

INTRODUCCION

El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial es una unidad académica del ICESI cuyo propósito fundamental es motivar y formar a la comunidad bajo el área de influencia del ICESI en el desarrollo de acciones creativas que permitan originar nuevas organizaciones que ayuden a solucionar el problema de desempleo que se vive en el país y que, además, den a las personas que las organizan un sentimiento de realización profesional.

El Centro establece su acción en cuatro grandes frentes: Docencia, Investigación, Extensión y Servicios, pues considera que como unidad académica universitaria debe cubrir los diversos ámbitos de ella, de manera tal que se refuercen tanto individual como colectivamente todos los frentes. Dentro del área de extensión el objetivo es difundir las ideas fundamentales del concepto de desarrollo basado en el espíritu empresarial, motivar a la comunidad educativa colombiana a integrar este concepto en sus procesos educacionales y crear una cultura que aprecie y apoye el espíritu empresarial.

El objetivo debe lograr que la acción de formación del espíritu empresarial se conozca suficientemente y que muchas instituciones en el país repliquen con éxito las actividades que el Centro realiza.

Dentro del área de extensión, una de las actividades que se ha venido realizando es el **Seminario sobre Formación de Negocios dirigido a Estudiantes de Enseñanza Media**, cuyo objetivo es proveer a los estudiantes de los grados décimo y undécimo de una visión básica del sistema económico de libre empresa y del proceso de formación y realización de negocios.

Estos seminarios han requerido un gran esfuerzo de recursos para llevarlos a cabo, lo cual, obviamente, ha implicado una gran entrega y una motivación continua para orientarlos cada vez mejor, buscando nuevas metodologías, utilizando diversos elementos didácticos, creando ambientes más propicios e impulsando al estudiante a que haga uso de una alta participación; tratando con esto de llegar a los objetivos establecidos.

1 DESARROLLO DEL PROGRAMA

El programa dio inicio en los colegios del departamento del Valle hacia mediados del año 1986 y desde ese momento hasta la fecha se han beneficiado de él más de seiscientos estudiantes de enseñanza media, quienes lo han recibido con mucha expectativa y entusiasmo. Algunos profesores, inclusive, se han interesado en estos seminarios y han participado en ellos con el fin de hacerlos extensivos a otros estudiantes de sus colegios.

Los seminarios han sido brindados a colegios oficiales y privados, algunos de formación tecnológica y otros de formación académica. La intensidad es de aproximadamente treinta horas y en ellas se trata de fomentar un ambiente de motivación e interés al estudiante introduciendo algunos elementos didácticos que permiten entregarle importantes conceptos empresariales.

A medida que hemos ido incursionando en los diferentes colegios, nuestra preocupación máxima ha sido el lograr que los participantes perciban una opción clara de trabajo en la creación de nuevas empresas, lo cual ha hecho que continuamente busquemos la manera de llegar a ellos con la mejor calidad y claridad de comunicación posibles. Esto nos impulsó desde un principio a evaluar el pensamiento y actitud de los estudiantes antes de tomar el seminario y el pensamiento y actitud de los estudiantes después de tomar el seminario para determinar realmente el efecto producido en ellos; lo cual generó la investigación tema de este trabajo.

Toda esta experiencia en este campo con los estudiantes de enseñanza media nos ha permitido avanzar en otros logros que han de complementar la labor que se está realizando. Uno de estos logros es la elaboración de un texto guía sobre Formación de Negocios dirigido a estudiantes de bachillerato, en el cual se trabaja en este momento y que podrá ser utilizado a partir del año entrante. Para este texto se ha tomado

como base la bibliografía utilizada en los seminarios brindados hasta la fecha, además de los conocimientos adquiridos producto de la experiencia en los mismos.

2. MARCO TEORICO

2.1. Distintas formas y procedimientos mediante los cuales se da el evento empresarial según Shapero.

El citado autor analiza históricamente por qué ciertos grupos, ciertos tipos de cultura, ciertas sociedades de alguna forma u otra tienen unas características empresariales más altas que otras. Al profundizar en sus estudios ve claramente que el fenómeno de la formación del empresario o el porqué una comunidad presenta cierta orientación empresarial, es un fenómeno mucho más complejo que el tratar de explicarlos por un solo factor; un factor de raza, un factor religioso o un factor de comunidad.

Dice Shapero que la toma de iniciativa en el evento empresarial depende fundamentalmente de la toma de una decisión que tiene que ver con un cambio en el estilo de vida. Que el individuo que va a ser empresario está sujeto a una serie de circunstancias internas y externas que de alguna manera actúan sobre él y que llega un momento en que estas fuerzas positivas, negativas o neutras, hacen que la persona tome la decisión de cambio de estilo de vida; que mientras estas fuerzas no logren generar una composición de fuerzas tal que produzca en la persona un "desplazamiento", ella no llegará a ser un empresario.

Shapero dice que en el lado negativo hay varias fuerzas que se han identificado:

a) Se ha encontrado que en general en los refugiados hay una altísima proporción que son empresarios, y este ha sido el ejemplo clásico en toda la historia de los Estados Unidos, no necesariamente con el matiz de refugiado político, pero sí de pronto con la connotación de refugiado económico y muchos de

ellos han llegado a crear nuevos negocios, nuevas empresas y a desarrollar las.

b) Otro factor negativo muy frecuente es el despido del trabajo; y de tanto pensar la persona qué se va a poner a hacer de allí en adelante, en esa búsqueda de un camino de sostenimiento de vida, lo encuentra muchas veces a través del proceso de creación de un negocio.

c) El tercer fenómeno que se puede dar, especialmente con las personas que están empleadas, es el hecho de sentirse menospreciada en alguna idea o que sienta que no le están teniendo en cuenta. Entonces la persona se va e inicia su negocio apoyado en la idea que había estado conciliando y en la cual no había encontrado el respaldo respectivo.

d) Otros casos que se pueden dar son los estados de desmotivación en el trabajo. Eventualmente las personas pueden estar en un cargo y no sentirle sabor a ese cargo, no sentir realización en él. En esos momentos muchas personas han tomado la decisión y han saltado hacia la vida empresarial.

e) Otro fenómeno negativo para saltar a la vida empresarial es lo que se llama "Crisis de las Edades". Hay estudios que muestran claramente que las edades más frecuentes de creación de negocios son los 25, los 30, los 35 y los 40 años. La explicación única que se puede dar es que esos años en particular son grandes años de cuestionamiento, son momentos de la vida en que uno se pregunta qué está pasando con uno, qué he hecho, qué tengo, qué he producido; y esto obviamente origina ciertas decisiones que pueden llevarnos al ámbito empresarial.

f) Otro factor que puede tomarse en términos de desplazamiento negativo son los problemas de compañía, divorcios, separaciones, viudez; muchas veces estos casos mueven a la gente de su modo de ser, le cambian fundamentalmente su estilo de vida y en ese momento la gente se siente desplazada y

encuentra la necesidad de hacer algo en aspectos distintos a los que antes manejaba y a veces allí resultan negocios.

Hay algunas situaciones que se pueden calificar en el orden de neutras y que las clasifica Shapero como tales: Una de ellas es lo llamado "Tiempos Intermedios". Cuando la gente sale del colegio y de pronto tiene tiempo siente que allí hay un espacio para pensar si sigue con la vida que ha venido llevando o cambia su estilo de vida.

Hay otras situaciones que se pueden clasificar como positivas.

a) El hecho de que alguien le proponga a uno hacer un negocio juntos, ese es de pronto el momento que muchos de nosotros estamos esperando.

b) En algunos casos existe lo que se llama un mentor o padrino, o sea la persona que lo estimula, que le da ánimo, que lo impulsa a iniciar un negocio y a raíz de esto puede resultar que este mentor o padrino se presente como inversionista de la idea de negocio que uno tenga en un momento dado.

Estos fenómenos positivos son fenómenos que vienen del exterior, de personas externas a nosotros. Cuando cualquier muchacho, por ejemplo, se nos acerca a pedirnos un consejo y se lo damos, indudablemente en ese momento uno está generando información que puede producir completamente un cambio en el estilo de vida del muchacho. Aquí de pronto no es necesariamente un desplazamiento hacia un evento empresarial pero de todas maneras un proceso de desplazamiento, de cambio.

La conclusión de Shapero

Según Shapero lo que hay que encontrar es cómo producir este desplazamiento en la gente y, por supuesto, lo ideal es que ese desplazamiento no sea por causas negativas. Debemos tratar de buscar un desplazamiento ordenado en el que efectivamente esos muchachos se vayan preparando a lo largo de

su vida para que un día de estos, a los 25, a los 30, a los 40 años, estén listos para dar el salto a la carrera empresarial, pero no un salto improvisado, no un salto dado de un momento a otro, sino fruto de un proceso educativo que la persona tiene que acometer.

Sin embargo, dice Shapero, si queremos que efectivamente la gente a los 20, 30 ó 40 años dé ese brinco, tenemos que lograr en ellos dos percepciones:

a) **La percepción de deseabilidad.** O sea que la persona tenga ganas de hacer eso, que lo vea como algo bueno, como algo que es útil y atractivo para él. Es ver que el camino empresarial es interesante.

Por ser una percepción cualitativa ella está relacionada con valores. Shapero manifiesta que la deseabilidad es fundamentalmente cultural. Por ejemplo, cuando un muchacho tiene la oportunidad de conocer varios empresarios eso genera una conducta muy peculiar en él porque empieza a vivir en un mundo de negocios y esto en algunos colegios y universidades donde se educa con espíritu empresarial es una gran ventaja, porque los muchachos tienen relaciones sociales con una gran cantidad de personas que son empresarios y que le sirven de modelo. Sin embargo sólo le servirán de modelo en la medida en que se logren comunicar con ellos y les parezca interesante, de tal manera que los motive a nuevas acciones.

En este fenómeno de cultura juega un papel central la conducta de la familia y la educación. Si a un niño de siete años le transmiten el mensaje de que ser empresario es malo, de que para ser empresario hay que actuar con deslealtad y deshonestidad, de que ser empresario es malo porque hay que trabajar mucho, o que eso es para gente que tiene grandes capitales, obviamente la zona de deseabilidad se acaba. Pero si por otro lado la familia y la institución educativa donde está vinculado le refuerzan algunos valores particulares, el muchacho va a tener esta zona como algo que él quisiera vivir.

b) **La percepción de factibilidad.** Que logre identificar un negocio que sea bueno. Esta percepción es de tipo cuantitativo. En esta parte las cosas son más simples. Son herramientas de administración que la gente va a necesitar. La gente que quiere ser empresaria de alguna manera debe tener noción de contabilidad, economía, mercadeo, finanzas, producción, para saber cómo puede entrar a manejar el negocio.

2.2 El efecto de la motivación al logro en las personas según McClelland

Dice McClelland que la gente se mueve según los niveles de motivación que tenga, los países se mueven según los niveles de motivación que tengan. Formuló una teoría donde indica que hay fundamentalmente tres tipos de motivaciones: la motivación al logro, la motivación de tipo afectivo y la motivación tipo poder.

McClelland encontró que había una relación muy grande entre la gente que en su investigación manifestaba alto nivel de logro y la gente que presentaba características empresariales, y empezó a analizar caso tras caso y observaba que siempre que las personas manifestaban un alto nivel de logro, eran personas que estaban fundamentalmente en el sector empresarial. No estaban en otro sector. Se notaba muchísimo nivel de logro en el sector de empresarios.

Entonces McClelland dijo: si uno quiere producir empresarios lo que tiene que entender es cómo es el proceso de motivación al logro, cómo es que ese proceso funciona. Empezó a estudiar a las personas que tenían alta motivación al logro y encontró para estas personas una serie de características que bien pudieran llamarse las características de los logradores:

- Personas con confianza en sí mismas, en su capacidad; personas que se entusiasman enormemente cuando logran algo por sí mismas y no como consecuencia de la casualidad.
- Se establecen metas moderadas. No se lanzan a buscar algo muy difícil

de alcanzar. Se establecen metas y a medida que llegan a ellas se van trazando otras un poco más difíciles y las van alcanzando. Es una de las cosas interesantes que a los muchachos hay que hacerles ver. Que las facilidades que posiblemente ellos tienen con su familia no se lograron de la noche a la mañana, sino que hubo un proceso paulatino hacia el logro de esas aspiraciones.

- Lo anterior implica por lo tanto que las personas con alta motivación al logro son tomadoras de riesgos. Pero riesgos que también son moderados, riesgos medidos.
- Son personas que necesitan re-entrenamiento. Les gusta hacer las cosas y saber lo más pronto posible cómo les fue.

McClelland se formuló una investigación más amplia. Miró las zonas de desarrollo de ciertos países y trató de ver qué fue lo que se hizo en esos países antes de originarse desarrollo en ellos. Se puso entonces a estudiar la historia y el proceso de desarrollo de naciones como Grecia, Francia, España, Inglaterra, Estados Unidos, etc., y se le ocurrió que estos desarrollos podían tener alguna relación con la educación recibida por la gente. Y lanzó una hipótesis: si a un niño lo entrenamos y 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 nivel de empresarios, obviamente vamos a tener un buen nivel de desarrollo.

McClelland, entonces, determinó que había que mirar la educación en la niñez de aquellas personas que en un momento dado estaban propiciando desarrollo para un país, y se puso a investigar cuáles fueron los tipos de lectura infantil que habían existido en esos países 30, 40 ó 50 años antes de que presentaran desarrollo. Encontró algo muy interesante, y es que cuando los niveles de coeficientes de logro en las lecturas eran altos, 40 ó 50 años después se

presentaban altos niveles de desarrollo económico.

McClelland le hizo a esto todas las pruebas correspondientes a una investigación y demostró que se cumplía para una gran cantidad de culturas.

Si eso es así, nos plantearía a todos que si queremos tener un significativo crecimiento en el desarrollo económico, sólo lo vamos a lograr en la medida en que logremos crear en nuestros hijos o en nuestros discípulos un alto nivel temario con lecturas y enseñanzas que propicien la motivación al logro.

3. METODOLOGIA

La metodología utilizada en estos seminarios comprende lo siguiente:

a. **Pre-test.** Inicialmente se entrega a los participantes un test para su diligenciamiento. Este test contiene preguntas que pretenden medir los conocimientos, criterios y opiniones iniciales de los estudiantes en conceptos económicos fundamentales como: utilidad, competencia, riesgo, empresa, empresario, sistema económico, etc., así como en otras inquietudes académicas que tienen que ver con la parte formativa del seminario.

b. **Presentación.** Una vez diligenciado el pre-test, el estudiante recibe el programa de contenido del seminario al que se le da además la explicación y presentación necesarias a fin de que el estudiante se entere de lo que va a recibir y de los objetivos que se pretenden con ello.

c. **Contenido.** El estudiante recibe todo el contenido del seminario aproximadamente en treinta horas. En él se dan a conocer los siguientes temas:

- Sistema de libre empresa.
- Espíritu empresarial.
- Consideraciones políticas y sociales: el papel del Gobierno, la inversión extranjera, el desempleo, el subdesarrollo y problemas del subdesarrollo.

- Inicio y desarrollo de una empresa privada.
- Conceptos económicos básicos de una empresa: escasez, ahorro, capital, dinero, inversión, empresario, riesgo, rendimiento, etc.
- Recursos físicos, humanos, tecnológicos y financieros.
- El proceso administrativo: planeación, organización, dirección, control.
- Las áreas funcionales: producción, ventas, personal, contabilidad y finanzas, sistemas.
- Gerencia general.

- El proceso de formación de nuevas empresas: importancia, generación e identificación de ideas, alternativas para comenzar una empresa, el plan de negocio, consecución de recursos, aspectos legales y tributarios, la formación del empresario y sus características principales.

d. **Participación.** Gran parte del seminario tiene tendencia magistral pero siempre tratando de interactuar con los estudiantes buscando su continua participación. De esa forma ellos son elementos activos dentro del proceso de realización de las charlas.

e. Elementos Didácticos.

- Se hace uso del *retroproyector* de acetatos en la presentación del tema correspondiente al inicio y desarrollo de una empresa.
- Los estudiantes leen, analizan y discuten algunas *lecturas* breves en aspectos importantes como trabajo, desarrollo, innovación, creatividad.
- Se muestran algunas *películas* que refuerzan los conceptos de adaptación al cambio y creatividad.

f. **Post-test.** Al culminar el seminario los estudiantes diligencian un test que fundamentalmente contiene las mismas preguntas planteadas en el pre-test. Esto, obviamente, nos permite hacer un paralelo entre las respuestas antes de

participar en el seminario y las respuestas consignadas una vez han participado en el.

g. **Refinamiento de los test.** Tanto el pre-test como el post-test han gozado de flexibilidad desde el inicio del programa y aunque se ha mantenido su esquema inicial, esta flexibilidad obedece a cambios que se requieren en ellos con el fin de refinarlos al máximo, encontrando, de esa manera, aspectos cada vez más cercanos a la realidad en los efectos producidos en los jóvenes que pertenecen a la población de enseñanza media del departamento.

h. **Preguntas.** Las preguntas tanto del pre-test como del post-test están enfocadas a los dos aspectos básicos que se brindan en el seminario: a) Una zona formativa o de comportamiento del muchacho frente a ciertas opciones económicas y sociales y b) una zona académica o de conocimientos.

4.

MUESTRA

Desde 1986, cuando el ICESI inició su programa de desarrollo del espíritu empresarial en los colegios del departamento, hasta la fecha, hemos llegado a más de seiscientos estudiantes de diferentes colegios mediante la conducción de 27 seminarios sobre formación de negocios. Los datos se manifiestan de la siguiente manera:

Número de cursos dictados a diciembre de 1989 27
Total de estudiantes participantes 607
Promedio de estudiantes por curso o seminario 23
Número de colegios cubiertos 17

Para la realización del presente trabajo se tomó una **muestra** de 9 seminarios ofrecidos en distintos colegios con una participación de 245 estudiantes distribuidos así:

Número de cursos 9
Total estudiantes participantes 245
Número de colegios representados 9

CUADRO 1
Distribución total por modalidad

Modalidad del Colegio	Cantidad de Seminarios		Estudiantes Participantes		Total Colegios	
	No.	%	No.	%	No.	%
Técnicos	7	26	189	41	7	41
Académicos	20	74	418	69	10	59
TOTAL	27	100	607	100	17	100

CUADRO 2
Distribución total por sector

Sector de Pertenencia	Cantidad de Seminarios		Estudiantes Participantes		Total Colegios	
	No.	%	No.	%	No.	%
Público	12	44,4	304	50	8	47
Privado	15	55,6	303	50	9	53
TOTAL	27	100,0	607	100	17	100

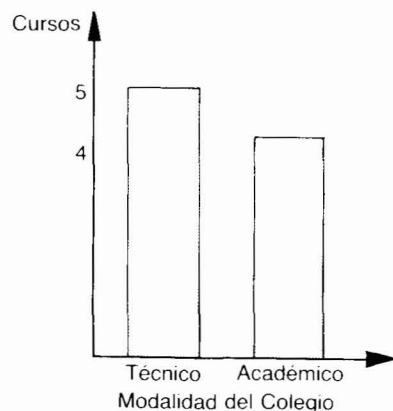
CUADRO 3
Distribución muestral por modalidad

Modalidad	Cantidad de Seminarios		Estudiantes Participantes		Total Colegios	
	No.	%	No.	%	No.	%
Técnicos	5	55,6	129	52,6	5	55,6
Académicos	4	44,4	116	47,4	4	44,4
TOTAL	9	100,0	245	100,0	9	100,0

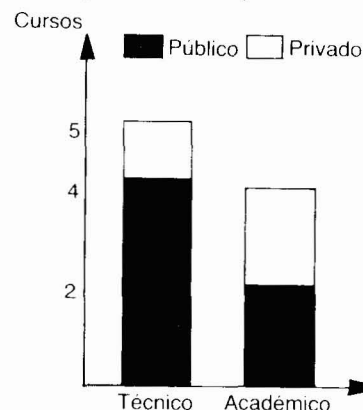
CUADRO 4
Distribución muestral por sector

Sector	Cantidad de Seminarios		Estudiantes Participantes		Total Colegios	
	No.	%	No.	%	No.	%
Públicos	6	66,6	160	65,3	6	66,6
Privados	3	33,4	85	34,7	3	33,4
TOTAL	9	100,0	245	100,0	9	100,0

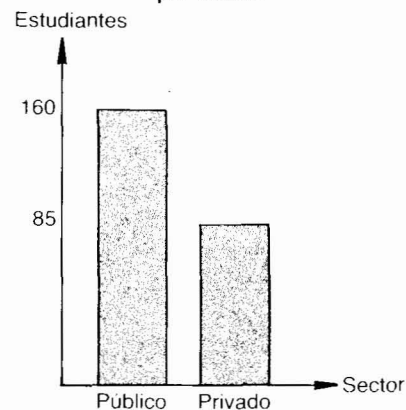
Distribución muestral de cursos por modalidad



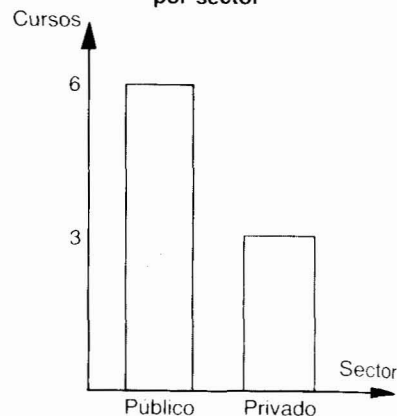
Distribución muestral de cursos por modalidad y sector



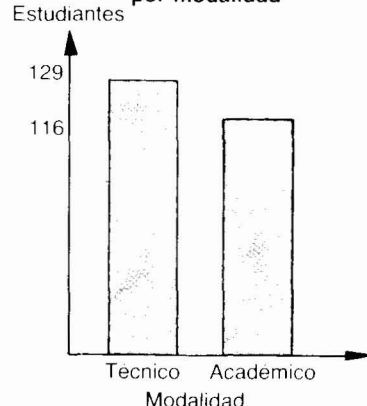
Distribución muestral de estudiantes por sector



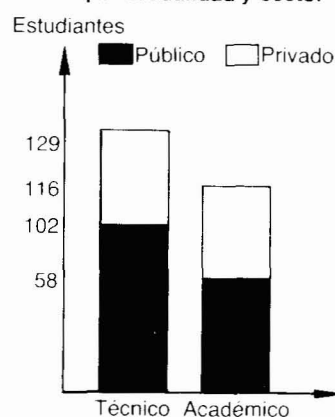
Distribución muestral de cursos por sector



Distribución muestral de estudiantes por modalidad



Distribución muestral de estudiantes por modalidad y sector



5. CONCURSO COLEGIOS

Una de las actividades complementarias que desde 1987 el ICESI viene efectuando anualmente es el Concurso "Mejor Negocio Estudiantil", el cual tiene como objetivo estimular a todos aquellos estudiantes de bachillerato del Valle del Cauca que ya desarrollan de manera independiente algún tipo de actividad comercial, industrial o de servicio, y motivar al resto de estudiantes para que consideren seriamente la posibilidad de trabajar, ahora o en un futuro, en organizaciones creadas por ellos.

En el concurso pueden participar todos los estudiantes de bachillerato del Valle del Cauca que tengan su negocio y no existen restricciones de tamaño, complejidad, número de propietarios, ni registro en Cámara de Comercio. Solo se exige constancia de matrícula del colegio al cual pertenecen y el diligenciamiento del formato de inscripción diseñado por el ICESI.

El ICESI determina los resultados del concurso con base en una evaluación donde se considera fundamentalmente el nivel de innovación, el potencial del negocio y al empresario en sí, sus características y sus valores.

Este tipo de eventos juegan un papel importante en el desarrollo de la conducta de jóvenes que ya están manejando por su propia cuenta algún tipo de negocio. Por un lado les hace sentir que lo que están haciendo es bueno para ellos y para la sociedad y, por otro lado, los impulsa a seguir adelante y a entusiasmar a otros a que también incursionen en actividades de negocio que permitan mejorar las condiciones económicas y sociales del país.

Este hecho respalda el concepto emitido por Albert Shapero cuando habla del fenómeno cultural que se produce al transmitirles o reforzarles a los muchachos ciertos valores particulares que los lleven a ver los eventos empresariales como parte de su realización personal.

De otra parte, para un joven es motivante y alentador saber que las metas que trata de alcanzar mediante su pequeño negocio, son estimuladas por la existencia de concursos de esta índole. David McClelland manifiesta que si formamos a un niño para que desarrolle una alta motivación al logro, se amplían en él las posibilidades de ser empresario cuando sea adulto.

Pero, además, McClelland hace énfasis en las consecuencias de una educación con alto nivel de motivación al logro y descubre la directa proporcionalidad que existe entre esa forma de educación y los altos niveles de desarrollo económico y social que se pueden alcanzar.

6. RESULTADOS

- Los estudiantes de enseñanza media, antes de participar en el seminario, consideraron en un 48.8% que nuestra economía es de libre empresa con control gubernamental, en tanto que después del seminario este porcentaje se incrementó al 73.2%. En la Tabla 2 se nota, además, que al iniciar el seminario la décima parte de los estudiantes consideraron nuestro sistema desde un concepto bastante desviado del real. Sin embargo este concepto estuvo por debajo del 1% después del seminario.

- La Tabla 3 muestra que casi el 60% de los participantes estaban a favor de establecer mayores controles a las empresas, pero una vez orientados por el seminario, casi la mitad de ellos cambia de opinión.

- Tanto al inicio como al final del seminario los estudiantes manifestaron casi en su totalidad que Colombia necesita más empresas.

- Al empezar el seminario, el 20% de los asistentes opinó que el empresario es una persona que administra una empresa, mientras que el 53.6% expresó su criterio a favor de que el empresario es una persona que crea una empresa. Estos resultados cambiaron respectivamente a 5.0% y 75.2% como lo muestra la Tabla 5.

- Nótese en la Tabla 6 que antes de recibir el seminario, un gran porcentaje de participantes (el 19%) piensa que el dinero y un local son suficientes para iniciar un negocio. El 67% cree que la idea tiene gran peso. Al culminar el seminario los primeros se reducen sólo al 2%, en tanto que los segundos se incrementaron a un 76%.

- Al iniciar el seminario los estudiantes opinan en un 26.4% que reduciendo los precios y aumentando los salarios se puede mejorar el nivel de vida de los colombianos, mientras que un 14.6% consideró que esta meta se puede alcanzar aumentando la inversión del gobierno. No obstante, al finalizar el seminario el 62% opinó que el nivel de vida de los colombianos se mejora produciendo más y con mejor calidad. Esto se puede confirmar en la Tabla 7.

- Antes de empezar el seminario el 30% de los participantes piensa que la creación de empresas beneficia a gran parte de la comunidad, mientras que el 65% opina que beneficia a toda la nación. Estos resultados cambiaron después del seminario al 18% y 82% respectivamente. Tabla 8.

- La Tabla 9 muestra que sólo el 18% de los estudiantes cree inicialmente que el sistema económico colombiano es tan bueno como los demás sistemas económicos. Sin embargo, una vez los estudiantes han sido partícipes del seminario, el 46% tiene esa firme creencia y el 7.3% expresa que es el mejor sistema económico.

- Ateniéndonos a las cifras de la Tabla 10 podemos evidenciar que los estudiantes de enseñanza media no están interesados, en general, en trabajar con el gobierno. Antes de ser influenciados por el seminario ellos prefieren hacerlo en una empresa grande (19.0%) o en un negocio propio (65.3). Al culminar su participación en el seminario, el 82% manifiesta que preferiría trabajar en un negocio propio.

- La Tabla 11 no muestra un cambio muy significativo en los resultados de

pre-test y pos-test que contestaron los estudiantes al ser interrogados sobre la concentración del poder económico en nuestro país. La gran mayoría están convencidos de que el poder económico está concentrado en unas pocas personas.

- Tanto antes de iniciar el seminario como al finalizar éste, los estudiantes de bachillerato opinan en un porcentaje muy alto que el tema de creación de empresas debe ser incluido en el programa académico de su colegio. Esto lo muestra claramente la Tabla 12.

- De acuerdo con las respuestas dadas por los bachilleres participantes en los seminarios sobre formación de negocios, el principal problema que tiene el país actualmente es el desempleo. Sólo que antes de iniciar el seminario este concepto lo emite el 60.7% y después de haber participado en el este porcentaje se incrementa al 72%. Tabla 13.

- En la Tabla 1 podemos observar que al iniciar el seminario un porcentaje considerable de los bachilleres de los colegios técnicos (13.6%) opinó que el sistema político colombiano es comunista, mientras que ninguno de los bachilleres académicos emitieron esa opinión. Afortunadamente los resultados del pos-test nos dicen que al culminar el seminario ya ninguno opinaba de esa manera.

- La misma tabla muestra que inicialmente los estudiantes de colegios académicos en un 30% aproximadamente, dan poca o ninguna importancia a la idea como elemento primario de un negocio para iniciarlo. Esto en el caso de los colegios técnicos también sucede pero sólo en un 10% de los estudiantes.

- Observando la misma tabla se encuentra que inicialmente los estudiantes académicos están más dispuestos a trabajar en un negocio propio (74%) que los bachilleres técnicos (57.5%). Sin embargo, se observa que una vez finalizado el seminario, son los bachilleres técnicos quienes tienen más disposición

a trabajar en un negocio propio (86%) que los bachilleres académicos (76%).

- Igualmente detectamos en la misma tabla que tanto bachilleres académicos como bachilleres técnicos casi en su totalidad consideran que el gobierno debe asignar recursos para apoyar la creación de empresas y no dejar que cada quien haga lo que pueda.

- Existe más tendencia en los estudiantes de bachillerato técnico que en los estudiantes de bachillerato académico a creer que el sistema económico colombiano es tan bueno como los demás. Esto se refleja tanto en el pre-test como en el post-test. Tabla 1.

7. CONCLUSIONES

- De los estudiantes de enseñanza media sólo una cifra cercana a la mitad tiene claro que el nuestro es un sistema económico de libre empresa. Esto nos muestra que definitivamente ellos no reciben la orientación debida en este sentido y esta es una de las razones por las cuales desconocen las verdaderas ventajas del sistema en el cual viven.

- Los estudiantes de bachillerato en su mayoría tienen el concepto de que las empresas son entes explotadores y que los empleados ganan sumas exiguas comparadas con las que las empresas obtienen como utilidad. Por eso ellos manifiestan que el gobierno debe establecer mayores controles que reduzcan la tendencia explotadora de las empresas.

Aunque esto en algunos casos puede ser cierto, el concepto de los jóvenes bachilleres es generalizado y esto, por supuesto, perjudica notablemente cualquier campaña en favor de la creación de empresas ya que ellos no las van a mirar como un elemento importante de desarrollo sino como un ente de sometimiento al trabajador.

- Aún sin dárseles ninguna orientación al respecto, casi todos los estudiantes de bachillerato entre grados 10 y 11 sienten la necesidad de más empresas.

Esto puede resultar contradictorio con la conclusión anterior. Pero no. Si por un lado ellos las ven como entes explotadores, por el otro también consideran que existe mucho desempleo y que ellas juegan un papel importante para propiciarlo.

- Aproximadamente la mitad de los jóvenes bachilleres de años superiores no conoce acertadamente lo que es un empresario. Esto se debe fundamentalmente a que nunca o en muy pocas ocasiones se les da a conocer ambientes empresariales que les permitan distinguir claramente entre administrador, empleado, empresario, etc. Esta conclusión se palpa fácilmente en la Tabla 5 donde se ve que después de recibir orientación empresarial, más del 75% de los estudiantes muestra tener claridad sobre lo que es un empresario.

- Existe una marcada resistencia de nuestra población de jóvenes estudiantes a creer que la idea es el primer y principal elemento para la iniciación de un negocio. Esto de pronto puede darse por el hecho de que hace falta más estímulo en los colegios que impulse a los estudiantes a tener iniciativa, a pensar en soluciones, a generar ideas.

- Todavía existen estudiantes de enseñanza media (aunque en un porcentaje bajo, no tan bajo) que piensan en el gobierno como solución para mejorar el nivel de vida de nuestro país y se descartan, de cierta manera, ellos como parte de la solución.

- Cuando los estudiantes no han recibido la orientación necesaria, sólo el 18% cree que el sistema económico colombiano le presenta a la gente las mismas oportunidades de desarrollo que otros sistemas económicos existentes. Cuando reciben orientación, casi la mitad lo cree así y, más aún, cerca de un 10% afirma que es el mejor sistema económico. Esto nos muestra que en aspectos tan importantes hoy en día como es éste de entender cuáles son las bondades de nuestro sistema económico de libre empresa, lo que necesitan los jóvenes es educación que les muestre

ampliamente que hay oportunidades latentes y que lo que se necesita es iniciativa, creatividad, esfuerzo para sacar provecho de ellas.

- Los resultados indican que los jóvenes bachilleres se muestran apáticos a trabajar con el gobierno. Ellos no quieren hacer parte de él. Ya están cansados de tantas promesas que no se cumplen. Ya no creen en los programas, en los planes, en las proyecciones que determinan teóricamente el accionar gubernamental. Ellos tienen más inclinación hacia el sector privado.

Obsérvese que este es un aspecto profundamente interesante porque esa inclinación que presentan los muchachos hacia el sector privado, favorece sustancialmente todo esfuerzo que se realice para que ellos sean propiciadores de nuevos negocios, de nuevas organizaciones en ese sector.

- El estudiante de bachillerato detecta fácilmente, aun sin recibir ningún curso o seminario, que relativamente pocas personas tienen el poder económico en nuestro país. Esta actitud es buena, por cuanto nos permite hacerle notar al muchacho que una de las formas de tratar de lograr una mejor repartición de los bienes económicos, es mediante la creación, desarrollo y manejo de nuestro propio negocio, de nuestra propia empresa, aunque ésta sea pequeña inicialmente.

- Los estudiantes de enseñanza media de los grados superiores están clamando para que el desarrollo del espíritu empresarial sea incluido en el pènsum académico de sus colegios. Existe una enorme aceptación por esta nueva estrategia de desarrollo y es algo que quienes estamos trabajando en esta zona debemos aprovechar en bien del país

- La mayoría de jóvenes bachilleres piensa que el principal problema que tiene el país es el desempleo y que de allí se derivan los demás problemas que afectan la nación; y esto es algo que obviamente nos da armas para hacerle

ver a estos jóvenes la creación de nuevas empresas como una alternativa de trabajo. No como una alternativa que está a la misma altura de emplearse. Sino como aquella que proporciona a la persona más independencia, más creatividad, más amor por lo que se está efectuando y, sobre todo, mayores retribuciones económicas y un sentimiento muy grande de realización.

- Los estudiantes de colegios técnicos dan más importancia a la idea de un negocio como elemento fundamental para su iniciación que la que le otorgan los estudiantes de colegios académicos. Esto se explica porque en los colegios técnicos los muchachos disponen de algunos recursos que plantean ambientes empresariales lo cual estimula su iniciativa y creatividad, aunque, desafortunadamente, ellos son orientados a ser empleados y no empleadores.

- Antes de recibir orientación, los bachilleres de colegios académicos creen más en la posibilidad de tener su propio negocio que los bachilleres de colegios técnicos. Sin embargo, después de recibir orientación los papeles se invierten.

Esto tiene una explicación muy simple y tiene mucho que ver con la conclusión anterior: Los bachilleres académicos, en general, provienen de familias con un relativo mejor nivel económico que los bachilleres técnicos. El joven que recibe preparación técnica cree y tiene confianza plena en sus habilidades para aplicar lo que ha aprendido, pero para aplicarlas como empleado, porque esa es la educación que ha recibido; lo cual, adicionado a su conciencia de poseer bajos recursos económicos, le cercena todas las posibilidades de convertirse en un empresario.

- Los estudiantes de enseñanza media de colegios técnicos creen más que los estudiantes de colegios académicos en las posibilidades que brinda nuestro sistema económico de libre empresa y esto se debe fundamentalmente a que los primeros obtienen una formación tal que les permite salir preparados en determinada especialidad, lo cual les da

más opción de empleo que a los estudiantes de colegios académicos.

- En el ambiente educativo, tanto familiar como institucional, en el cual se desenvuelven los niños y jóvenes, se propician pocas opciones formativas que les permitan desarrollar valores de espíritu empresarial.

- La educación en los colegios no se ha preocupado por mostrar a los jóvenes la verdadera situación económica y social del país y menos aún, de mostrarles algunas alternativas de solución a los problemas existentes en esas áreas.

- La educación en los colegios no enseña a los estudiantes los verdaderos beneficios y oportunidades que ofrece el sistema económico de libre empresa, e inclusive algún porcentaje de estudiantes ni siquiera tiene claridad sobre el tipo de sistema económico en el cual viven y se desempeñan.

- Los jóvenes bachilleres estarían dispuestos a cambiar de actitud si se les brinda la orientación y el apoyo necesario para realizarlo.

- Una vez han participado en los seminarios que ofrece el ICESI, los estudiantes de enseñanza media tienen una mentalidad diferente respecto de muchos criterios económicos, políticos y sociales adquiridos erróneamente dentro del proceso de su formación.

- Estos seminarios indudablemente son un medio para fomentar el pensamiento empresarial, el cambio de actitudes, el conocimiento verdadero de las bondades de nuestro sistema, el espíritu de esfuerzo hacia grandes objetivos, la búsqueda continua de oportunidades y la creencia en los alcances a los cuales se puede llegar si se desarrolla y emplea la iniciativa y la creatividad personal.

8.

RECOMENDACIONES

- Los estudiantes de colegios y universidades deben ser educados objetivamente respecto de las dificultades

que presenta el sistema económico de libre empresa, pero también es necesario hacerles notar las cosas buenas, los beneficios, las facilidades y oportunidades que ofrece este sistema económico.

- Las escuelas, colegios, instituciones estatales y las universidades, debemos emprender la tarea de propiciar a los niños y jóvenes, ambientes que les ayuden a formar valores empresariales en el proceso de su formación.

- Debemos hacerles ver a los muchachos, con ejemplos y razones reales, que la única forma de trabajo no es ser empleado. Que ser empresario es otra alternativa que debe ser considerada por ellos y que ésta tiene muchísimas más ventajas que la primera.

- Es nuestra tarea hacer que los jóvenes comprendan claramente qué es una empresa, cuáles deben ser sus objetivos, cuál es su incidencia social, en qué forma se benefician tanto su dueño como la comunidad, cómo debe ser administrada, por qué es actualmente un elemento importante de desarrollo. Esto hará que se estimule en ellos el desarrollo del espíritu empresarial, que dejen de lado muchos conceptos erróneos que tienen de las organizaciones y que puedan pensar y hablar de ellas con un fundamento más real.

- Tanto los colegios de enseñanza académica como los colegios de enseñanza técnica necesitan la inclusión del Espíritu Empresarial en sus respectivos programas. Los estudiantes solicitan con ansiedad que este tema sea considerado en su educación. Debemos hacer todo el esfuerzo posible para que ello se haga realidad a todos los niveles educativos, mediante la revisión y reestructuración de los respectivos currículos académicos.

- Los procesos educacionales deben plantear y brindar más actividades que fomenten en los niños y jóvenes la iniciativa y el desarrollo de la creatividad.

- El desarrollo del espíritu empresarial debe iniciarse, en lo posible, en los

primeros años de vida del niño para que el proceso sea más completo y eficaz. Por eso el ICESI está llevando los programas de desarrollo del espíritu empresarial a los maestros de primaria con el fin de que ellos sirvan como medio de enseñanza de esta estrategia moderna.

- Debemos hacerles ver a los jóvenes que el gobierno por sí solo no es la solución a los problemas del país y que ellos hacen parte integral de la solución y que, más aún, una forma de aportar a ella es mediante la actividad empresarial la cual, en un contexto ideal, debe desarrollarse en cada persona dentro de un proceso organizado.

- Tanto en el sector oficial como en el sector privado debemos buscar los mecanismos necesarios no sólo para educar a los jóvenes con un amplio conocimiento empresarial sino también para apoyar técnica y económicamente a los que muestren interés e iniciativa para crear negocios, para ser empresarios.

- Debemos hacer el esfuerzo de invitar a empresarios de la región para que interactúen con nuestros estudiantes presentándoles su acción, ya que este esquema de modelos y puntos de referencia es fundamental en el proceso de desarrollo del espíritu empresarial, pues origina en los jóvenes la creencia de que el evento empresarial es factible y que trae consigo muchas satisfacciones.

- La formación como empresario debe ser mostrada a los estudiantes como un camino hacia la realización personal, hacia el logro de muchos propósitos difíciles de alcanzar siendo empleado; debe ser mostrada como un recorrido pedregoso pero también lleno de muchas oportunidades y satisfacciones; debe ser mostrada como una forma de llegar a los objetivos personales y como una forma de aportar a los objetivos sociales de la humanidad.

- Los resultados y conclusiones obtenidos indican que es recomendable seguir brindándoles a los jóvenes la oportunidad de que mediante estos se-

minarios ellos conciban para su vida otras facetas diferentes a las que normalmente encuentran en el núcleo familiar y las instituciones educacionales.

- El Ministerio de Educación Nacional, las Secretarías de Educación Departamental y los Distritos Educativos deben reconocer que si tenemos más empresarios podemos aprovechar con mayor eficiencia no sólo los recursos físicos y financieros, sino toda nuestra capacidad humana para afrontar con más entusiasmo las dificultades por las que atraviesa actualmente el país.

- El Ministerio de Educación y las Secretarías de Educación deben entender que el que en una sociedad existan cierta cantidad de empresarios y/o cierta cantidad de empleados, depende fundamentalmente de la educación que esa sociedad está recibiendo.

- Debemos reconocer que seguimos teniendo currículos y metodologías educativas diseñados para formar solamente empleados.

- Es fundamental que comprendamos que en el currículo educativo colombiano se debe incluir la enseñanza del espíritu empresarial.

- El Ministerio de Educación Nacional debe reflexionar seriamente sobre renovación curricular que permita a las personas desde temprana edad una educación tal que mediante un proceso organizado les inculque valores formativos que originen en ellas el desarrollo y aplicación del espíritu empresarial.

- El Ministerio de Educación Nacional le hará un inmenso bien al país al revisar los programas curriculares colombianos e implementar la enseñanza del espíritu empresarial en todos los niveles educativos: básica primaria, enseñanza media, universidad.

- El Ministerio de Educación Nacional, las Secretarías Departamentales y todas las demás organizaciones públicas y privadas, debemos comprender de una vez por todas que sin ese ente visionario, creativo, innovativo que lla-

mamos empresario, no es posible dar un impulso significativo al desarrollo económico del país y que, más importante aún, nuestro sistema económico de libre empresa se mantendrá y desarrollará en la medida en que existan individuos con pensamiento empresarial quienes, en un momento determinado, podrán generar nuevas organizaciones, que lo fortalezcan y lo orienten con mejores perspectivas económicas y sociales.

AGRADECIMIENTO

El autor agradece al Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial del ICESI, al Center For International Enterprise (CIPE) y a la Fundación Antonio Restrepo Barco, por el apoyo intelectual y económico que ha permitido la realización de este trabajo.

BIBLIOGRAFIA

Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, 2^o, Cali. 1988, Memorias, ICESI, 1988, 207 p.

ICFES. *La investigación sobre el empresario colombiano*, Bogotá, 1987, Memorias, Editorial Corporación Editorial Universitaria de Colombia, 1988, 275 p.

MCCLELLAND DAVID C., *Business Drive and National Achievement*, artículo, 14 p.

ROSENAU MILTON D., *Innovación*, Editorial Legis Editores S.A., Bogotá, Colombia, 1988, 252 p.

SHAPERO ALBERT, *Los Profesionales Creativos en la Empresa*, Editorial Planeta, Barcelona, España, 1987, 274 p.

SHAPERO ALBERT, *Entrepreneurship in economic development*, Farr, C.C., (ed.) Shaping the Local Economy, Washington, D.C., International City Management Association, 1984.

VARELA V. RODRIGO, *Hacia una Educación con Perspectiva Empresarial*, III Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, mayo de 1988, México.

VARELA V. RODRIGO, Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, ICESI, febrero de 1985, Cali.

TABLA 1
RESULTADOS PORCENTUALES DE LAS RESPUESTAS DE LOS ESTUDIANTES
DE EDUCACION MEDIA A LAS PREGUNTAS FORMULADAS EN EL PRE-TEST Y EN EL POST-TEST

	COLEGIOS ACADEMICOS		COLEGIOS TECNICOS	
	Pre-test %	Post-test %	Pre-test %	Post-test %
¿En su opinión, el sistema político colombiano es?:				
a. Una economía capitalista	39,0	33,4	42,4	20,0
b. Una economía de libre empresa con control gubernamental	55,3	65,6	42,5	79,2
c. Una economía comunista	0,0	0,0	13,6	0,0
d. Una economía socialista	5,7	1,0	1,5	0,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
En cuanto a las utilidades que obtienen las empresas, ¿qué cree usted que debe hacer el gobierno?				
a. Permitir que las empresas logren el máximo de utilidades	87,0	85,3	60,0	93,7
b. Limitar las utilidades	13,0	14,7	40,0	6,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
¿Qué opina usted acerca de los controles que el gobierno ejerce sobre las empresas?				
a. El gobierno debe dejar los controles existentes	19,3	23,5	13,6	20,0
b. El gobierno debe establecer mayores controles	53,0	29,5	66,0	40,7
c. El gobierno debe reducir los controles	27,7	47,0	20,4	39,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

TABLA 1 (Continuación)

	COLEGIOS ACADEMICOS		COLEGIOS TECNICOS	
	Pre-test %	Post-test %	Pre-test %	Post-test %
¿Cuáles de las siguientes actividades considera usted que son empresas?				
a. Taller de mecánica	1,0	6,0	0,0	0,0
b. Una universidad	0,0	3,0	2,0	0,0
c. Una fábrica de papel	9,6	9,0	12,0	2,0
d. Una venta de arepas	1,0	1,0	0,0	0,0
e. Una tienda	0,0	1,0	0,0	0,0
f. Todas las anteriores	62,6	74,0	47,0	87,2
g. Ninguna de las anteriores	1,0	0,0	1,0	0,0
h. Unicamente los literales a, c	24,8	6,0	38,0	10,8
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
¿Sobre la creación de nuevas empresas qué opina?				
a. Hoy en día Colombia tiene un número suficiente de empresas	1,0	1,4	3,0	1,0
b. Hoy en día Colombia necesita más empresas	99,0	98,6	97,0	99,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
¿Qué debe hacer el gobierno frente a la creación de nuevas empresas?				
a. Dejar que cada quien haga lo que pueda	1,0	5,0	0,0	0,0
b. Asignar recursos para apoyar la creación de nuevas empresas	99,0	95,0	100,0	100,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

TABLA 1 (Continuación)

	COLEGIOS ACADEMICOS		COLEGIOS TECNICOS	
	Pre-test %	Post-test %	Pre-test %	Post-test %
En su opinión un empresario es:				
a. Una persona adulta que posee mucho dinero y grandes empresas	2,6	1,0	5,6	1,5
b. Una persona que administra una empresa	18,3	4,7	21,5	4,8
c. Una persona que crea una empresa	59,0	67,0	48,5	81,6
d. Una persona que trabaja en una empresa	3,4	3,0	1,5	1,5
e. Todas las anteriores	15,0	21,3	17,4	8,3
f. Ninguna de las anteriores	1,7	3,0	5,5	2,3
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
¿Cuál de los siguientes sucesos por sí sólo origina una empresa?				
a. Alguien se gana la lotería	0,8	0,0	0,0	0,0
b. Una persona hereda gran cantidad de dinero y un local comercial	29,8	3,0	10,0	1,5
c. Una persona tiene la idea de un negocio y consigue el dinero necesario para iniciarlo.	60,8	58,0	72,5	89,3
d. Todas las anteriores	8,6	34,0	13,7	8,5
e. Ninguna de las anteriores	0,0	5,0	3,8	0,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

TABLA 1 (Continuación)

	COLEGIOS ACADEMICOS		COLEGIOS TECNICOS	
	Pre-test %	Post-test %	Pre-test %	Post-test %
¿Cómo cree que se podría mejorar el nivel de vida de los colombianos?				
a. Reduciendo el precio de los artículos	3,5	3,0	3,7	1,0
b. Aumentando los salarios	6,0	2,0	7,0	3,0
c. Produciendo más y con mejor calidad	34,0	57,2	32,3	65,6
d. Aumentando la inversión del Gobierno	21,3	4,0	9,0	7,6
e. Solicitando ayuda extranjera	0,0	7,7	0,0	3,8
f. Todas las anteriores	13,2	18,4	11,2	13,0
g. Los literales a, b	19,4	7,7	32,3	3,0
h. Los literales d, e	2,6	0,0	4,5	3,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Cree que la creación de nuevas empresas en nuestra ciudad:				
a. Beneficiaría solamente a unas pocas personas	9,3	0,0	0,7	1,0
b. Beneficiaría a gran parte de la comunidad	34,4	24,3	26,3	13,0
c. Beneficiaría al país	56,3	75,7	73,0	86,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

TABLA 1 (Continuación)

	COLEGIOS ACADEMICOS		COLEGIOS TECNICOS	
	Pre-test %	Post-test %	Pre-test %	Post-test %
¿Cuál cree usted que es la diferencia entre los sistemas económicos de Colombia y Cuba?				
a. En Colombia existen empresas estatales y privadas mientras que en Cuba solamente privadas	1,0	1,2	0,0	0,0
b. En Colombia existe la propiedad privada mientras en Cuba escasamente empieza a existir	2,0	6,4	3,0	10,8
c. Colombia es un país exportador e importador en tanto que Cuba no exporta su producción	11,0	6,4	7,0	3,0
d. En Colombia toda persona tiene libertad de enriquecimiento, en Cuba no existe esa libertad	36,0	26,0	25,0	27,7
e. Los literales b, d	50,0	60,0	65,0	58,5
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
¿Cómo evalúa el sistema económico colombiano en comparación con otros sistemas?				
a. Mejor sistema económico	6,5	7,8	3,0	6,8
b. Tan bueno como los demás	14,2	35,5	21,3	54,0
c. No tan bueno como los otros	75,8	55,2	72,7	39,2
d. El más malo de los sistemas	3,5	1,5	3,0	0,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

TABLA 1 (Continuación)

	COLEGIOS ACADEMICOS		COLEGIOS TECNICOS	
	Pre-test %	Post-test %	Pre-test %	Post-test %
Si a usted le ofrecieran trabajar en los siguientes sitios, ¿cuál escogería?				
a. Una empresa grande	8,7	12,0	28,5	5,0
b. Una pequeña empresa	0,0	1,4	1,0	0,0
c. El Gobierno	2,0	0,0	9,0	3,0
d. Un negocio propio	74,0	76,0	57,5	86,0
e. Cualquier empresa que no sea del gobierno	6,5	2,6	0,0	2,0
f. Los literales a, e	5,4	6,6	2,0	2,0
g. Los literales b, e	3,4	1,4	2,0	2,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Cree usted que en nuestro país, el poder económico...				
a. Está concentrado en unas pocas personas	88,0	86,0	73,5	86,3
b. Está distribuido en muchas personas	12,0	14,0	26,5	13,7
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
Dentro de los objetivos a largo plazo que usted tiene para su vida, ¿cuál de los siguientes se acomoda más a los que usted pretende en términos de trabajo?				
a. No trabajar	5,3	0,0	0,0	0,0
b. Trabajar cuando resulte	1,0	0,0	0,0	0,0
c. Crear un negocio (o comprar otro ya establecido) y trabajar en él	88,4	98,6	82,0	98,2
d. Trabajar como empleado en una empresa establecida	5,3	1,4	18,0	2,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

TABLA 1 (Continuación)

	COLEGIOS ACADÉMICOS		COLEGIOS TÉCNICOS	
	Pre-test %	Post-test %	Pre-test %	Post-test %
Usted cree que el sistema educativo del país debería:				
a. No mencionar el tema de la creación de empresas en el programa académico de su colegio	0,0	0,0	0,0	0,0
b. Incluir el tema de creación de empresas como una materia dentro del programa académico de su colegio	88,0	91,7	89,0	93,0
c. Tocar tangencialmente el tema de creación de empresas en el programa académico de su colegio	12,0	8,3	11,0	7,0
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
¿Cuál considera usted que es el principal problema que tiene el país actualmente?				
a. La inseguridad	7,6	6,5	13,0	5,0
b. La deuda externa	8,6	13,0	24,5	11,6
c. El desempleo	70,6	62,0	51,5	79,4
d. La guerrilla	5,6	8,0	3,0	3,0
e. La falta de carreteras	2,0	4,0	0,0	0,0
f. Otro.....	5,6	6,5	8	1
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0

Algunas respuestas relevantes a preguntas de la Tabla 1 formuladas a los estudiantes, incluye colegios técnicos y cadémicos

TABLA 2
Pregunta: ¿El sistema político colombiano es?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Una economía de libre empresa	48,8	73,2
Una economía comunista o socialista	10,2	0,8

TABLA 3
Pregunta: ¿Qué opina usted acerca de los controles que el gobierno ejerce sobre las empresas?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
El gobierno debe establecer mayores controles	59,7	36,0
El gobierno debe reducir los controles	24,0	42,5

TABLA 4
Pregunta: ¿Sobre la creación de nuevas empresas qué opina?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Hoy en día Colombia tiene suficientes empresas	2,0	1,0
Hoy en día Colombia necesita más empresas	98,0	99,0

TABLA 5
Pregunta: En su opinión ¿qué es un empresario?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Una persona que administra una empresa	20,0	5,0
Una persona que crea una empresa	53,6	75,2
Una persona que trabaja en una empresa	2,4	2,0

TABLA 6

Pregunta: ¿Cuál de los siguientes sucesos por sí sólo origina una empresa?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
- Alguien se gana la lotería	0,4	0,0
- Una persona hereda dinero y un local comercial	19,0	2,0
- Una persona tiene una idea de negocio y consigue el dinero necesario para iniciarlo	67,0	76,0
- Todas las anteriores	11,4	19,2

TABLA 7

Pregunta: ¿Cómo cree que se podría mejorar el nivel de vida de los colombianos?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Produciendo más y con mejor calidad	34,0	62,0
Aumentando la inversión del gobierno	14,6	6,0
Reduciendo los precios y aumentando los salarios	26,4	5,0

TABLA 8

Pregunta: ¿A quién beneficiaría la creación de empresas?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Beneficiaría a gran parte de la comunidad	30,0	18,0
Beneficiaría al país	65,0	82,0

TABLA 9

Pregunta: ¿Cómo evalúa el sistema económico colombiano en comparación con otros sistemas?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Mejor sistema económico	5,0	7,3
Tan bueno como los demás	18,0	46,0
No tan bueno como los otros	74,2	46,0

TABLA 10

Pregunta: ¿Si a usted le ofrecieran trabajar en los siguientes sitios cuál escogería?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Una empresa grande	10,0	8,0
Una pequeña empresa	0,5	1,0
El gobierno	6,0	1,7
Un negocio propio	65,3	82,0

TABLA 11

Pregunta: ¿Cómo cree que está concentrado en nuestro país el poder económico?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Está concentrado en unas pocas personas	80,4	86,2
Está distribuido en muchas personas	19,6	13,8

TABLA 12
Pregunta: En cuanto al tema de creación de empresas usted cree que el sistema educativo del país debería:

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
Incluir el tema de creación de empresas		
en el programa académico de su colegio	88,5	92,6
Tocar tangencialmente el tema de creación de		
empresas en el programa académico de su colegio	11,4	7,4

TABLA 13
Pregunta: ¿Cuál considera usted que es el principal problema que tiene el país actualmente?

Respuestas	Antes Pre-test %	Después Post-test %
La inseguridad	10,5	6,0
La deuda externa	16,7	12,4
El desempleo	60,7	72,0
La guerrilla	4,2	5,0

PREGUNTAS Y RESPUESTAS

P: ¿Qué diferencia han percibido ustedes entre el accionar de los colegios públicos y el accionar de los colegios privados?

R: Bueno, sí hemos encontrado algunas diferencias, hay una fundamental, y es que el estudiante de colegio privado básicamente quiere una vez que termine su bachillerato iniciar en una universidad, o sea, quiere continuar sus estudios, en tanto que el estudiante de colegio público contempla la posibilidad de iniciar un negocio una vez terminado su bachillerato.

P: ¿O sea que el bachiller público presenta mejor disposición a ser empresario?

R: Correcto. Es lo que nosotros hemos visto en nuestra investigación, en nuestros estudios, que el estudiante de colegio público mira con mejores ojos el hecho de plantear su trabajo a través de su propio negocio, pero se presenta allí una dificultad, y es que el estudiante de colegio público tiene menos recursos en general que el estudiante de colegio privado.

P: Creo que ésa es una de las razones por las cuales el estudiante de colegio público tiene un poquito más de visión en ese sentido, porque los escasos recursos limitan un poco más sus posibilidades de ingreso a la universidad y debe salir a buscar su sustento a través de su propio negocio.

R: Por supuesto que sí, y esto plantea que allí podemos nosotros trabajar arduamente para mirar qué podemos hacer.

P: ¿Han encontrado rechazo a su programa por parte de algún colegio o de profesores en particular?

R: No, hasta ahora nosotros no hemos encontrado realmente ninguna objeción, no hemos encontrado obstáculos, y antes por el contrario ha sido receptivo el seminario, inclusive el sector de profesores de primaria con el cual

nosotros estamos trabajando es un sector bastante difícil, y sin embargo hasta ahora hemos tenido una aceptación muy alta, y nosotros realmente nos enorgullecemos de eso, porque ha sido muy satisfactorio trabajar con estos profesores. No hemos tenido obstáculos en ese sentido. Afortunadamente ellos han aceptado esta labor que nosotros venimos haciendo y se está trabajando ya con los niños.

P: ¿Ustedes han dirigido sus seminarios a colegios que poseen especialidades o vocacionales, como el INEM, por ejemplo?

R: Bueno, no sé si esto de pronto le responda su pregunta: lo cierto es que nosotros el seminario lo dirigimos básicamente a estudiantes de bachillerato, y hemos tenido asistencia de profesores, cuatro, cinco, seis profesores en cada seminario, que representan al colegio y que quieren de alguna manera ser difusores de lo que se aprende allí a los estudiantes que no están asistiendo. En el caso del INEM que usted mencionaba, yo acabo de dar un seminario allí hace aproximadamente un mes y están pidiendo más, al menos los que están trabajando en el área empresarial, pues están interesados en que nosotros sigamos llevando este tipo de seminarios y formar a la gente para que vean nuevas opciones de trabajo.

P: De acuerdo con la exposición que usted ha realizado, encuentro muy sano el que se empiece a incluir en el currículo de bachillerato una materia que tenga como objetivo el desarrollo del espíritu empresarial. Quisiera saber si dentro de su labor han encontrado algún colegio que ya la tenga.

R: Bueno, eso era lo que nosotros planteábamos, es lo que estamos recomendando realmente, que en el currículo educativo del país no sólo a nivel de bachillerato, sino de primaria y universidad, existan materias que desarrollen el espíritu empresarial en los jóvenes estudiantes. Dentro de los colegios que

nosotros hemos manejado a través de estos seminarios no hemos encontrado ningún colegio que esté trabajando con esto realmente, que tenga una materia específica que permita desarrollar el espíritu empresarial. Algunos tienen, por ejemplo, temas dentro de cursos específicos, pero como materia en sí no hemos encontrado ningún colegio que lo tenga.

P: ¿Qué diferencia sustancial se ha encontrado entre los estudiantes de Colegios Técnicos y los de Colegios Académicos?

R: Realmente, dentro de la muestra nosotros hemos ubicado una cierta cantidad de colegios públicos; dentro de esos colegios públicos hay varios colegios técnicos (casi que todos los colegios técnicos de Cali están en el sector público) y lo que hemos encontrado realmente es que el muchacho de colegio técnico vive un ambiente no del todo empresarial, pero sí un ambiente más cercano al empresarial que el de colegio privado, porque está vinculado a ciertas labores, a ciertos oficios, a ciertas manualidades, ciertas artes que le permiten de alguna manera vivir un ambiente empresarial, o por lo menos más cercano que el que vive el estudiante de colegio privado.

P: ¿Dentro del aspecto organizacional del plan de estudio para el desarrollo de la mentalidad empresarial se ha coordinado esto con ciertas acciones más concretas, especialmente de realizar un negocio, comentar con los profes-

sores y padres de familia para que de pronto el estudiante de bachillerato pueda hacer parte de la junta directiva de la tienda del colegio, por ejemplo? Sabemos que los colegios, a nivel de educación física, mandan a hacer uniformes dentro de las compras que el colegio proyecta...

R: Como les comentaba no sólo la parte académica es la que se entrega al estudiante, sino también una zona de tipo formativo, y dentro de esta zona nosotros le planteamos a ellos que hagan parte no solamente de la tienda del colegio, sino también en las actividades de tipo cultural, en teatro, en poesía... O sea, que eso permita ir despertando el espíritu empresarial o el espíritu emprendedor, y de ahí saltar a lo que es la formación de un negocio. Los motivamos a ello, por supuesto, y a los profesores que asisten les pedimos su apoyo para que sigan trabajando con estos muchachos y no los dejen a la deriva.

P: ¿Los test que utilizaron para la investigación fueron validados?

R: Inicialmente hicimos una validación, y por supuesto eso fue lo que nos llevó a que empezáramos a refinar el test. Se ha venido refinando de tal forma, que ya hoy en día creemos que ese test y el post-test son de bastante confianza. Pero realmente estos tests han tenido todo un proceso, todo un cambio, hasta que hemos logrado concretar uno muy cercano a lo que realmente se debe preguntar a los muchachos.

Creación de una base de datos sobre iniciativa empresarial

Orlando Salinas Gómez

Coordinador Área Humanística E.A.N.
Profesor Seminario de Iniciativa Empresarial E.A.N.

1 INTRODUCCION

Desde su fundación en 1967 la Escuela de Administración de Negocios ha tenido como objetivo central "Hacer del profesional un empresario". En aras de este propósito ha sido política de esta institución establecer la investigación como elemento básico para generar un clima favorecedor del desarrollo del espíritu empresarial y que coadyuve a superar la retórica pragmática mediante la profundización temática sobre aspectos como el diseño de marcos teóricos, historia empresarial, empresariado e iniciativa empresarial y desarrollo económico.

En este sentido el Centro de Investigación de la E.A.N. identifica claramente cuatro áreas: Formación, Capacitación, Investigación y de Apoyo y Servicios.

El área de Formación pretende dar a conocer las bases fundamentales de la economía de libre empresa, desde los presupuestos filosóficos que tiene la sustentación hasta los conceptos económicos, sociológicos, políticos e históricos en los cuales se enmarca la iniciativa empresarial.

Partiendo de la base de que el empresario se puede formar teniendo en cuenta sus factores psicológicos y sociológicos, la presente área de formación incluye la programación necesaria para impulsar los valores y actitudes que refuerzan en el individuo la motivación de crear empresas contribuyendo al desarrollo económico y social del país.

El área de Capacitación busca dar entrenamiento en las técnicas específicas de creación y administración de negocios, proporcionando elementos de tecnología administrativa para identificar oportunidades de negocios, realización de planes de negocios y aprovechamiento de las líneas de financiación.

Esta área está dirigida a los estudiantes que diseñan y ponen en marcha un negocio.

El área de Investigación posee como meta retroalimentar el proceso de desarrollo de la iniciativa empresarial, desde el análisis de la realidad empresarial colombiana, la cual es indagada desde la perspectiva del empresario como ser social cobijado por condiciones históricas, sociales, económicas y políticas de un momento histórico determinado.