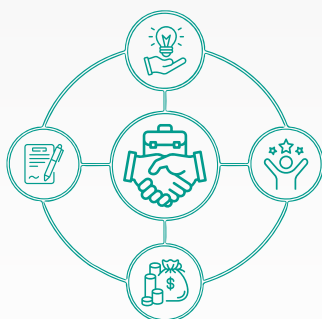




Percepción del
EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO
*en Aprendices SENA: Análisis de conocimientos,
espacios y competencias.*

PERCEPTION OF ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS DEVELOPMENT AMONG
SENA APPRENTICES: ANALYSIS OF KNOWLEDGE, SPACES, AND COMPETENCIES.

SENN@VA

Sistema de Investigación,
Desarrollo Tecnológico e Innovación

Mg. Alfonso Julio Arrieta Solano

Servicio Nacional de Aprendizaje - Nodo TIC Barranquilla
ajarrietas@sena.edu.co



Mg. Deiber Puello Cabarcas

Corporación Universitaria Americana
dpuello@americana.edu.co



Mg. Rodrigo Cienfuegos Molina

SENA - Centro Industrial y de aviación de Barranquilla
rcienfuegos@sena.edu.co



entrepreneurship law, the perception of existing spaces for the development of entrepreneurial skills and the importance attributed to entrepreneurship training. The results showed that students know the entrepreneurship law and value the importance of entrepreneurship courses. However, the need to improve communication about available resources and strengthen the visibility of successful entrepreneurial projects was identified. In addition, a high level of interest in developing business ideas and a positive perception of the dynamism and enthusiasm of teachers in entrepreneurship classes were found.

Keywords: Entrepreneurship, Higher education, Promotion, Entrepreneurial skills.

1. Resumen

El presente escrito identificó la percepción de los aprendices del SENA – Regional Atlántico sobre el emprendimiento y el empresarismo. El estudio es de tipo cuantitativo descriptivo, el instrumento utilizado fue una encuesta que se aplicó a 389 estudiantes de la institución en el primer trimestre de 2024. Se evaluó el conocimiento sobre la ley de emprendimiento, la percepción de los espacios existentes para el desarrollo de habilidades emprendedoras y la importancia atribuida a la formación en emprendimiento. Los resultados mostraron que los estudiantes conocen la ley de emprendimiento y valoran la importancia de las cátedras de emprendimiento. Sin embargo, se identificó la necesidad de mejorar la comunicación sobre los recursos disponibles y fortalecer la visibilidad de los proyectos emprendedores exitosos. Además, se encontró un alto nivel de interés en desarrollar ideas de negocio y una percepción positiva sobre el dinamismo y entusiasmo de los profesores en las clases de emprendimiento.

Palabras Claves: Emprendimiento, empresarismo, formación en competencias.

1.1. Abstract

This paper identified the perception of SENA – Atlantic Regional trainees about entrepreneurship and businessmanship. The study is of a quantitative descriptive type, the instrument used was a survey that was applied to 389 students of the institution in the first quarter of 2024. Knowledge about the

2. Introducción

Colombia ha experimentado importantes transformaciones socioculturales en las últimas décadas, impulsadas por la globalización y la apertura de mercados. Estos cambios han motivado la creación de leyes orientadas a la formación empresarial de los jóvenes, preparándolos para enfrentar los desafíos de un entorno globalizado (Aldana et al., 2019).

En este contexto, el Gobierno Nacional ha implementado políticas educativas que responden a este proceso, destacándose la Ley 1014 de 2006, un hito en la historia del emprendimiento en el país. Antes de esta ley, se reconocía la necesidad de una legislación que fomentara el desarrollo del emprendimiento a través de la educación (Otero, 2005). La Ley 1014 busca promover una cultura emprendedora en todos los niveles educativos, pero su implementación ha enfrentado dificultades, como la falta de recursos y personal capacitado, lo que ha limitado su efectividad (Rico y Cárdenas, 2021; Quintero y Aristizábal, 2017; Gualteros y Merchán, 2016).

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) en la Regional Atlántico, que acoge a cientos de jóvenes en su etapa de educación media, desempeña un papel clave en el fomento del emprendimiento. Con el apoyo de un equipo interdisciplinar de docentes,

los estudiantes reciben formación no solo en conocimientos académicos, sino también en valores y competencias laborales, promoviendo un espíritu emprendedor similar al de países desarrollados. A partir de lo anterior, se plantea este estudio que se enfoca en la Regional Atlántico del SENA, un área con una gran relevancia económica y social. A través de un análisis detallado, se examina cómo los aprendices perciben y adoptan los valores y habilidades del emprendimiento, así como los desafíos y oportunidades en la implementación de estos programas. El objetivo es ofrecer una visión crítica del impacto de la educación emprendedora en la región y proponer mejoras que optimicen la efectividad de estos programas.

3. Referentes teóricos

Las investigaciones sobre emprendimiento se nutren de múltiples disciplinas. La administración provee herramientas para analizar estructuras organizacionales y estrategias empresariales emergentes. La economía examina los incentivos económicos y las condiciones de mercado que facilitan la creación de empresas. La psicología explora las motivaciones y habilidades individuales del emprendedor, mientras que la sociología estudia cómo el entorno social y cultural influye en el comportamiento y las oportunidades de emprendimiento.

Drucker (1984) desafió la visión del emprendedor innato, argumentando que el éxito empresarial depende del conocimiento sistemático y la aplicación de teorías aprendidas. Según Drucker (2007), el emprendimiento es un proceso disciplinado que requiere aprendizaje continuo e innovación constante y la falta de estas capacidades, puede conducir al fracaso empresarial. También resalta el papel clave de las redes y las instituciones, y atribuye el fracaso a la codicia y la incompetencia.

El emprendimiento ha sido ampliamente estudiado desde diversas perspectivas.

Adie-Villafañe y Cárdenas (2021) identificaron una disminución en competencias

blandas como la negociación, el liderazgo y la resolución de problemas, lo que subraya la importancia de analizar estas habilidades en diferentes contextos para comprender su impacto en el éxito empresarial. Desde la economía, Gámez (2013) destaca el rol del emprendedor en la identificación de oportunidades, manejo de riesgos y optimización de recursos. Este enfoque resalta la influencia del emprendedor en la innovación y la creación de empleo, aunque la microeconomía tradicional subestima su papel. Schumpeter y Kirzner también reconocen al emprendedor como un agente activo en los cambios económicos.

En el ámbito psicológico, las motivaciones del emprendedor combinan factores innatos y adquiridos. Gallego (2014) y MacClelland resaltan que, más allá de las recompensas económicas, la motivación impulsa la conducta emprendedora. La creatividad y el liderazgo son rasgos clave, lo que sugiere que la educación emprendedora debe centrarse en desarrollar estas habilidades. Desde la sociología, Gámez (2013) argumenta que el emprendimiento está profundamente influenciado por el contexto social y las estructuras económicas. Las redes sociales y las presiones externas impactan la creación de nuevas organizaciones, mientras que las diferencias en crecimiento económico se atribuyen a factores culturales.

Por otro lado, en el camino del emprendimiento, diversos componentes del ecosistema emprendedor trabajan en conjunto para garantizar el éxito y la consolidación de los proyectos empresariales, así como para facilitar el cumplimiento de los objetivos propuestos por los emprendedores (Valdiviezo y Gallardo). En este contexto, los programas y agencias de apoyo al emprendimiento desempeñan un papel clave al proporcionar acceso a recursos esenciales como formación, asesoramiento y financiación, los cuales son elementos fundamentales para la creación de nuevas empresas y su capacidad de mantenerse en el tiempo (Castellano et al., 2024).

4. Aspectos metodológicos

Esta investigación tuvo como objetivo analizar las prácticas implementadas por una institución educativa para fortalecer el emprendimiento entre sus estudiantes. Se empleó un enfoque cuantitativo, mediante la recolección de datos a través de una encuesta estructurada que identificó los espacios ofrecidos por la institución para desarrollar competencias emprendedoras. El diseño de investigación fue descriptivo, orientado a caracterizar las prácticas educativas relacionadas con el emprendimiento. La encuesta recolectó información sobre la frecuencia y tipo de actividades, como charlas, cursos, talleres, concursos y ferias, enfocadas en promover el emprendimiento. La población objetivo incluyó a estudiantes del primer trimestre de 2024 de los programas académicos del SENA Regional Atlántico, que estuvieran participando activamente en actividades emprendedoras.

Para la selección de la muestra, se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia debido a la facilidad de acceso a los participantes y a las características prácticas del estudio. Se definió un tamaño muestral de 389 participantes con base en la capacidad de la institución para garantizar la aplicación efectiva de la encuesta en el periodo establecido y en la variabilidad esperada de las respuestas, considerando la diversidad de programas académicos involucrados. Asimismo, el tamaño de la muestra se encuentra en línea con estudios similares, lo que asegura su validez como referencia dentro del contexto investigado.

Los participantes completaron voluntariamente la encuesta estructurada de preguntas cerradas, contribuyendo a una recolección de datos representativa del entorno académico evaluado. La recolección de datos se realizó durante tres semanas a través de medios electrónicos. Los datos fueron procesados y analizados mediante herramientas estadísticas descriptivas, calculando la frecuencia y porcentaje de respuestas para cada tipo de actividad. La participación fue voluntaria y

anónima, garantizando la confidencialidad de los datos, y los participantes otorgaron su consentimiento informado antes de participar.

5. Resultados Encontrados

A continuación, se muestran los resultados de la presente investigación donde participaron un total de 389 aprendices de diferentes programas de nivel técnico y tecnólogo del SENA - Regional Atlántico. La muestra estuvo compuesta por una mayoría significativa de participantes del género masculino, quienes representaron el 77% del total de encuestados, mientras que las participantes del género femenino constituyeron el 33%. Esta distribución de género es reflejo de la diversidad existente en los programas académicos de la región, y permite un análisis diferenciado de la participación y percepción de las actividades de fortalecimiento del emprendimiento en la institución educativa. Los resultados obtenidos proporcionan una visión clara sobre las prácticas institucionales en torno al emprendimiento y su impacto en la formación de los aprendices de la Regional Atlántico.

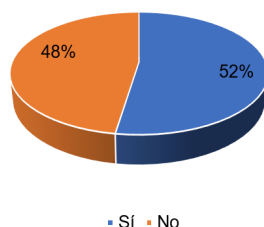
La Figura 1 presenta un panorama equilibrado sobre el conocimiento de la ley que promueve el emprendimiento en Colombia entre los aprendices. De los 389 encuestados, el 52% (204 aprendices) afirmó estar familiarizado con la legislación, mientras que el 48% (185 aprendices) indicó desconocerla. Aunque más de la mitad de los encuestados conoce la ley de emprendimiento, la falta de conocimiento en una proporción considerable podría limitar la efectividad de las políticas de emprendimiento, ya que el desconocimiento de los recursos y oportunidades que ofrece la ley puede reducir el aprovechamiento de estas iniciativas.

Por su parte, la Figura 2 refleja la distribución de los diferentes espacios utilizados por el SENA Regional Atlántico para promover el emprendimiento. Las charlas ocupan el primer lugar con el 34,4% de las respuestas, siendo vistas como una herramienta efectiva para transmitir conocimientos y experiencias, permitiendo

a los estudiantes recibir orientación directa de expertos. Los cursos se ubican en segundo lugar con el 24,4%, lo que destaca la importancia de la formación estructurada para que los estudiantes adquieran habilidades prácticas y teóricas. En tercer lugar, los talleres alcanzan un 22,6%, proporcionando un enfoque práctico e interactivo que fortalece las competencias emprendedoras mediante la aplicación de conocimientos en situaciones simuladas o reales.

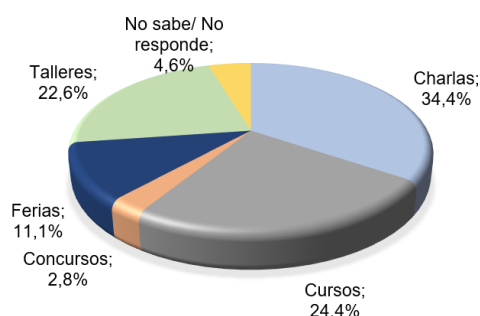
Las ferias representan el 11,1% de las respuestas, ofreciendo una plataforma valiosa para que los estudiantes presenten sus proyectos y reciban retroalimentación del mercado, aunque son menos comunes que las charlas, cursos y talleres. Finalmente, los concursos, con un 2,8%, se sitúan como los espacios menos utilizados, sugiriendo que, aunque motivadores y con oportunidades de reconocimiento, no tienen tanta frecuencia de uso dentro de la institución.

Figura 1.
Conocimiento sobre la Ley de Emprendimiento



Nota. Elaboración propia.

Figura 2.
Espacios para el fortalecimiento del emprendimiento.

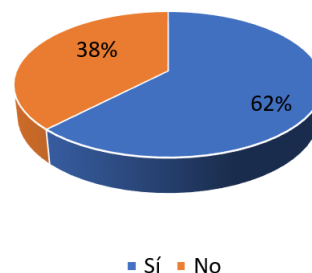


Nota. Elaboración propia.

La Figura 3 muestra los resultados sobre el conocimiento de los aprendices acerca de las entidades que ofrecen apoyo al emprendimiento juvenil, más allá del SENA. Una mayoría del 62% (242 personas) afirmó conocer estas entidades, mientras que el 38% (147 personas) indicó no estar informado sobre ellas. Esta falta de conocimiento evidencia una brecha en la difusión de información relevante, lo cual podría representar un obstáculo para los jóvenes interesados en iniciar sus propios negocios. Esto subraya la necesidad de fortalecer los canales de comunicación y la educación sobre los recursos disponibles para emprendedores en Colombia.

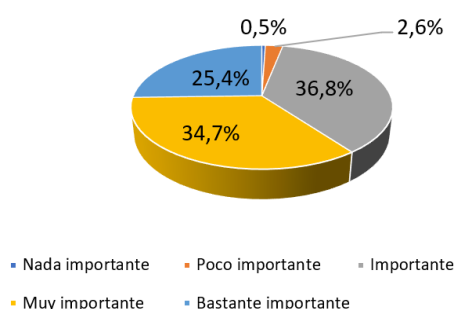
Por otro lado, la Figura 4 refleja que la mayoría de los encuestados considera el emprendimiento como un aspecto importante dentro de su formación académica. El 36,8% (143 personas) lo considera importante, el 34,7% (135 personas) lo valora como muy importante, y el 25,4% (99 personas) lo percibe como bastante importante. En conjunto, el 96,9% de los encuestados reconoce al emprendimiento como un componente clave en su formación. En contraste, solo un pequeño porcentaje lo percibe como poco relevante: el 2,6% (10 personas) lo considera poco importante y el 0,5% (2 personas) no lo ve como relevante. Estos resultados sugieren que la institución ha logrado inculcar en gran medida la relevancia del emprendimiento, aunque existe una pequeña franja de estudiantes que podría beneficiarse de una mayor sensibilización o enfoque integral hacia este tema.

Figura 3.
Apoyo al emprendimiento empresarial de los jóvenes en Colombia



Nota. Elaboración propia.

Figura 4.
Importancia que recibe el emprendimiento en la Institución



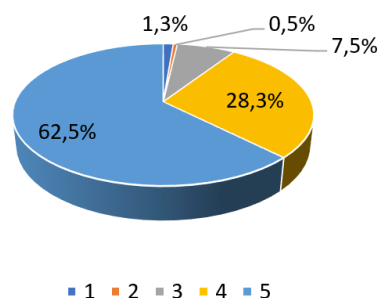
Nota. Elaboración propia.

Los resultados a la pregunta que se muestran en la Figura 5 describe la percepción de los aprendices sobre el dinamismo y entusiasmo de los profesores en las clases de emprendimiento es muy positiva, debido a que la mayoría de los encuestados, un 62,5% (243 personas), calificaron el dinamismo y entusiasmo de los profesores con un 5, lo que indica un nivel muy alto de satisfacción, le sigue un 28,3% (110 personas) que le otorgó una calificación de 4, lo que también refleja una percepción favorable, aunque ligeramente inferior a la máxima, el 7,5% (29 personas) consideró que el dinamismo y entusiasmo es moderado, con una calificación de 3, el 0,5% (2 personas) evaluó el dinamismo y entusiasmo de los profesores con un 2, lo que sugiere una percepción baja y por último, un 1,3% (5 personas) calificó con un 1, indicando una experiencia negativa.

Los resultados también revelan una positiva valoración entre los aprendices del SENA en la Regional Atlántico sobre la importancia de contar con una cátedra de emprendimiento como base para la creación de su propio negocio, ya que como se puede observar en la Figura 6, el 59,6% (232 personas) consideran que es de máxima importancia que se imparta una cátedra de emprendimiento, lo que indica un alto reconocimiento del valor que esta formación puede aportar al desarrollo de sus propios negocios, seguido de un 27,0% (105 personas) que otorgan una calificación de 4, lo que también refleja una percepción positiva, aunque un poco menos

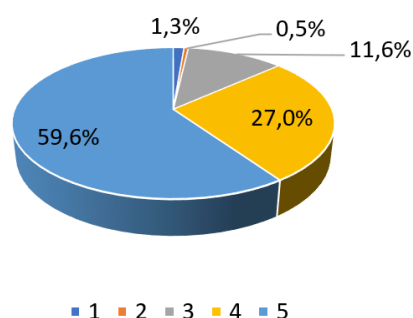
intensa, el 11,6% (45 personas) califica con un 3, lo que sugiere que, si bien consideran la cátedra importante, su percepción es más moderada, un 0,5% (2 personas) cree que la cátedra tiene poca importancia y por último, un 1,3% (5 personas) que considera que la cátedra no es importante.

Figura 5.
Dinamismo y entusiasmo por parte de los profesores en las clases de emprendimiento



Nota. Elaboración propia.

Figura 6.
Valoración de la cátedra de emprendimiento como base para crear su propio negocio



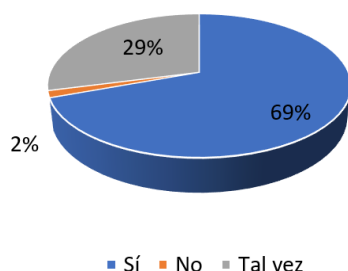
Nota. Elaboración propia.

En la Figura 7, se pueden observar los resultados al nivel de interés entre los aprendices del SENA en la Regional Atlántico por desarrollar una idea de negocio, destacado que el 83% (324 personas) encuestadas expresan su deseo de desarrollar una idea de negocio, lo que demuestra un fuerte espíritu emprendedor y una motivación considerable hacia la creación de empresas o iniciativas propias, a diferencia del restante 17% (65 personas) que no están interesados en desarrollar una idea de negocio, lo que podría indicar otras prioridades profesionales o una falta de interés en el emprendimiento. Así, estos resultados resaltan una

inclinación marcada hacia el emprendimiento entre la mayoría de los aprendices, lo que podría ser un indicativo positivo para futuras iniciativas de apoyo y formación en este ámbito dentro de la institución.

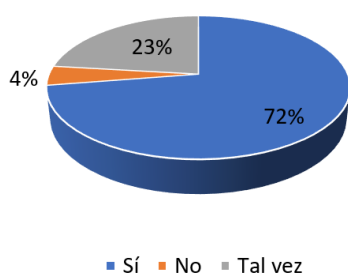
Los resultados de la encuesta sobre si la institución educativa ha fortalecido las competencias en emprendimiento y empresarismo se observan en la Figura 8. En esta se puede analizar que el 72% (282 personas) considera que la institución ha fortalecido sus competencias en emprendimiento y empresarismo. Este dato da indicios que la mayoría de los aprendices perciben un impacto positivo en su formación en estos campos, lo que refleja el esfuerzo de la institución en brindar herramientas y conocimientos relevantes. A diferencia de lo anterior, el 4% (17 personas) no siente que sus competencias en emprendimiento y empresarismo hayan sido fortalecidas por la institución.

Figura 7.
Interés en la generación de negocios propios



Nota. Elaboración propia.

Figura 8.
Fortalecimiento de competencias en emprendimiento



Nota. Elaboración propia.

6. Discusión de los resultados

El análisis de la encuesta realizada a los aprendices del SENA - Regional Atlántico ofrece un panorama positivo sobre la percepción y el desarrollo del emprendimiento en esta institución. Un aspecto destacado es el conocimiento que los estudiantes tienen sobre las entidades que brindan apoyo al emprendimiento en Colombia. La mayor parte de los encuestados afirmó estar informado acerca de estas entidades, lo que evidencia una base sólida para que los estudiantes exploren oportunidades emprendedoras fuera del entorno educativo. Otro aspecto relevante es el compromiso demostrado por la institución en la enseñanza del emprendimiento y otro es que la mayoría de los encuestados confirma la existencia de una cátedra específica de cultura y emprendimiento empresarial en sus programas académicos, lo cual resalta el esfuerzo por integrar el emprendimiento como parte clave de la formación profesional.

Este enfoque permite que los estudiantes desarrollen competencias emprendedoras desde una etapa temprana, preparándolos mejor para enfrentar los desafíos del entorno empresarial. Esta valoración positiva del emprendimiento como parte esencial de la formación académica es clave, ya que no solo motiva a los estudiantes a considerar el emprendimiento como una opción profesional viable, sino que también les brinda herramientas para abordar problemas del mundo real con una mentalidad creativa e innovadora.

Además, el entusiasmo y la energía de los profesores en las clases de emprendimiento fueron factores que los estudiantes valoraron altamente. Este dinamismo por parte del cuerpo docente refuerza la percepción positiva de los estudiantes hacia la educación emprendedora, destacando la importancia de contar con docentes motivadores que puedan inspirar y guiar los proyectos emprendedores de los jóvenes.

El papel de los docentes es crucial para generar un ambiente propicio para la creatividad y la innovación, lo que contribuye significativamente al éxito de las iniciativas

emprendedoras dentro de la institución. De igual manera, los resultados muestran que los estudiantes reconocen la importancia de la formación en emprendimiento para la creación de negocios propios. Este reconocimiento subraya la necesidad de seguir fortaleciendo y actualizando los contenidos y enfoques metodológicos relacionados con el emprendimiento, para garantizar que los estudiantes cuenten con las competencias necesarias para gestionar sus propios negocios y enfrentar los desafíos del mercado global.

Este estudio reviste gran importancia al proporcionar un panorama claro sobre las percepciones, conocimientos y necesidades de los aprendices del SENA en torno al emprendimiento y el empresarismo. Los hallazgos obtenidos pueden servir como base para diseñar estrategias más efectivas que faciliten el acceso de los estudiantes a iniciativas de capital semilla, como las convocatorias del Fondo Empezar.

Al identificar brechas en el conocimiento sobre la legislación y los recursos disponibles, así como al destacar el interés y la motivación de los aprendices por desarrollar ideas de negocio, este estudio ofrece información clave para que la institución implemente acciones orientadas a fortalecer la formación, mejorar la comunicación de oportunidades y aumentar la visibilidad de los proyectos emprendedores exitosos. Estas estrategias no solo contribuirán a incrementar la participación en programas de financiación, sino que también potenciarán el impacto del emprendimiento como motor de desarrollo social y económico en la región.

7. Conclusiones

Las conclusiones del estudio reflejan una percepción favorable sobre el emprendimiento entre los aprendices del SENA - Regional Atlántico. Los datos revelan que una mayoría significativa de estudiantes está informada sobre las entidades que ofrecen apoyo al emprendimiento, lo que proporciona una base sólida para la exploración de oportunidades en este campo. Sin embargo, la brecha de conocimiento identificada en resalta la

necesidad de mejorar la comunicación y difusión de información sobre estos recursos, lo cual podría incrementar la participación de los jóvenes en iniciativas emprendedoras.

El compromiso de la institución con la enseñanza del emprendimiento es evidente, ya que la mayoría de los encuestados reconocen la presencia de una cátedra de emprendimiento en sus programas. Este enfoque proactivo en la integración de habilidades emprendedoras en la educación temprana permite preparar a los estudiantes para que enfrenten los retos empresariales del futuro.

El dinamismo de los docentes en las clases de emprendimiento refuerza la percepción positiva de los estudiantes, destacando la importancia de un ambiente de aprendizaje inspirador y motivador. Sin embargo, se identifican oportunidades para mejorar la visibilidad de los logros de emprendimiento generados en la institución. Incrementar la promoción de casos de éxito dentro y fuera del entorno académico podría potenciar el impacto de la educación emprendedora.

8. Referencias Bibliográficas

Aldana-Rivera, E. E., Tafur-Castillo, J., Gil, I., & Mejía, C. (2019). Práctica pedagógica de emprendimiento en docentes de educación superior en Institución Educativa Universitaria de Barranquilla. Archivos venezolanos de farmacología y terapéutica, 38(2), 9-18.

Castellanos, O., Barrera, N., Gamba, C. y Gómez, F. Fortalecimiento de agencias y programas de apoyo al emprendimiento. En Castellanos, O. (Ed.), Fundamentos y perspectivas del emprendimiento (233-266), Editorial Universidad Nacional de Colombia.

Coase, R. H. (1998): The New Institutional Economics. The American Economic Review, Papers and Proceedings, Vol. 88, N. 2, 72-74.

- Drucker, P. (1970).** Technology, management & society. Routledge
- Drucker, P. (1984).** The New Meaning of Corporate Social Responsibility, California Management Review, 26, pp. 53-63.
- Drucker, P. (1998).** Su visión sobre La Administración, la Organización Basada en la Información, la Economía y la Sociedad. Bogotá: Editorial Norma.
- Drucker, P. (2007)** The Practice of Management. Butterworth-Heinemann, Cambridge.
- Drucker, P. F. (1984).** Beyond the Bell breakup. The Public Interest, 77, 3.
- Gualteros, D., y Merchán, L. (2016).** Perfil emprendedor de los estudiantes de grado once de los colegios oficiales del municipio de Chiquinquirá, Boyacá. [Monografía para optar el título de administrador de empresas, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia]. <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/2302>
- North, D. C. (1993):** Institutions and Credible Commitment. Journal of Institutional and Theoretical Economics, Vol. 149, N. 1, 11-23.
- Otero, A. (2005).** Diseño de un modelo para promover emprendimiento en estudiantes de secundaria en Grados 10º Y 11º de estratos 1, 2 y 3 en Colombia. Trabajo de grado para optar el título de magister en ingeniería industrial. Universidad de los Andes.
- Quintero, S. y Aristizabal J. (2017).** Emprendimiento agrícola en la educación media, oportunidad para el desarrollo rural. [Trabajo de investigación para optar al título de Magister en Educación, Universidad Sergio Arboleda].
- Rico, A. y Cárdenas, A. (2021).** El emprendimiento en la educación media en Bogotá: una mirada crítica de los docentes. Voces y Silencios. Revista Latinoamericana de Educación, 12(1), 109-129.
- Schumpeter, J. A. (1934).** The theory of economic development. Cambridge: Harvard University Press.
- Valdiviezo, M. A. V., & Gallardo, R. U. (2020).** Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. Revista Venezolana de Gerencia, 25(90), 709-720.

Fecha de recepción: 13/11/2024
Fecha de aceptación: 17/02/2025