

Estrategias didácticas para fomentar una cultura de emprendimiento en las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento de la Universidad Autónoma de Bucaramanga

Maribel Velasco Abril

Director:

Manuel José Acebedo Afanador

Universidad Autónoma de Bucaramanga
Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y
Artes
Maestría en Educación
Bucaramanga

2018



VIGILADA MINEDUCACIÓN

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles estrategias didácticas contribuirían al desarrollo de una cultura del emprendimiento en las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento?

OBJETIVO GENERAL

Proponer estrategias didácticas para el fomento de una cultura del emprendimiento en las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento de la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Diagnosticar a través de una metodología mixta las estrategias realizadas en la cátedra de Identidad e Identidad y Emprendimiento para la promoción de la cultura emprendedora.
- ✓ Analizar los referentes teóricos sobre la educación, didáctica y pedagogía de la cultura emprendedora.
- ✓ Diseñar estrategias y recursos didácticos que permitan el desarrollo crítico de una cultura del emprendimiento en las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento del DESH
– UNAB

MARCO REFERENCIAL ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Como parte de antecedentes se valoraron algunos proyectos significativos de emprendimiento teniendo en cuenta los trabajos previos sobre estrategias didácticas para fomentar una cultura del emprendimiento en la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Desarrollo del espíritu empresarial y medición del nivel de emprendimiento de los estudiantes de los programas de administración de Empresas del departamento de Quindío (Vélez Mejía, 2013).

Mujeres y emprendimiento en Bucaramanga, una salida a la exclusión social: estudio de casos y propuesta de formación (Acebedo Afanador & Velasco Abril, 2015).

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Es necesario que las Instituciones de Educación den cumplimiento a la Ley 1014 del 2006 (de fomento a la cultura del emprendimiento).

Proyecto Educativo de la UNAB; a través del desarrollo de la capacidad emprendedora los estudiantes y la sociedad en general tendrán una mejor calidad de vida y un aporte al desarrollo de la ciencia y la tecnología.

“Lo más importante es crear una mentalidad emprendedora. Esta expresión es el eje de la mayor parte de los esfuerzos de la Unión Europea para promover la educación emprendedora. Es importante porque apunta al desarrollo emprendedor en un sentido más amplio que el de la creación de una empresa. Se enfatiza la importancia de una persona emprendedora y de una organización emprendedora en todos los contextos, personales, sociales, comunales, y también en términos laborales” Gibb (2011).

MARCO TEÓRICO

En el artículo “La fenomenología y el emprendimiento” (Orrego Correa, 2009)

Dimensiones Humanas, mentalidad transformadora

Capacidad de generar nuevas ideas

MARCO TEÓRICO

➤ **CREATIVIDAD:**

- ✓ JOY PAUL GUILFORD
- ✓ EDWARD DE BONO

➤ **INNOVACIÓN:**

- ✓ E. PAUL TORRANCE
- ✓ ROBERT STENBERG
- ✓ JOSEPH SCHUMPETER
- ✓ MANUAL DE OSLO

MARCO TEÓRICO

- **MOTIVACIÓN:**
 - ✓ FREDERICK HERZBERG

- **EMPRENDIMIENTO:**
 - ✓ GIFFORD PINCHOT
 - ✓ PETER DRUCKER

EL CONTEXTO DE LA DIDÁCTICA: LOS MODELOS PEDAGÓGICOS

La didáctica se puede entender como técnica (saber aplicado) y la pedagogía como la teoría básica de la educación.

Modelo Pedagógico Clásico o Tradicionalista

El Modelo Romántico - Liberal o Naturalista

La Pedagogía Conductista

La Pedagogía Cognitivo-Constructivista (o desarrollista)

El Modelo Social-Cognitivo

METODOLOGÍA

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

El análisis se realizó mediante la valoración y contrastación de las categorías de análisis que se definan.

➤ **Categoría central:**

- ✓ Estrategias didácticas para fomentar una cultura de emprendimiento en las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento de la Universidad Autónoma de Bucaramanga.

METODOLOGÍA

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

➤ CATEGORÍAS ESPECÍFICAS:

- ✓ Estrategias didácticas más frecuentes.
- ✓ Recursos didácticos más utilizados.
- ✓ Impacto de las estrategias didácticas.
- ✓ Relación con la realidad (actividades extra-pensum y aplicaciones).

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO POBLACIÓN:

Estudiantes de primero y segundo semestre de pregrado de la Universidad Autónoma de Bucaramanga que cursaron las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento durante el primer semestre del 2017.

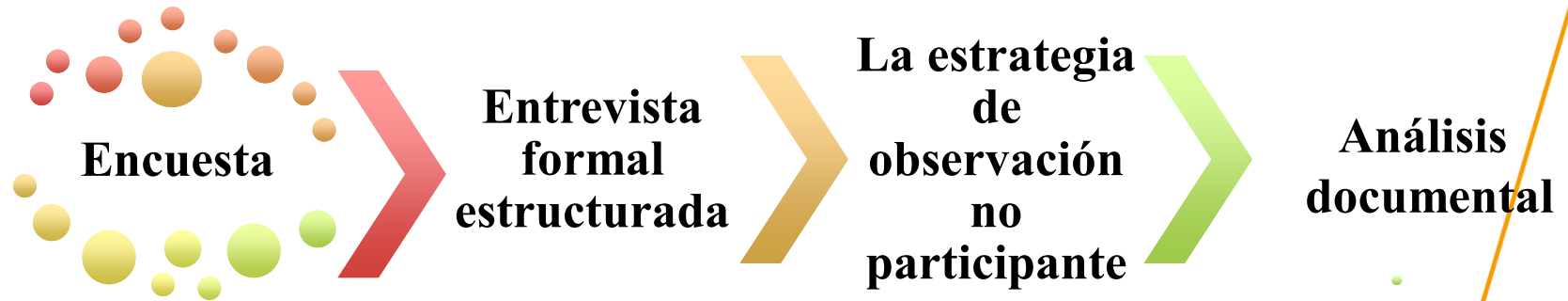
Docentes que desarrollan las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO INVESTIGATIVO MUESTRA:

Estudiantes que cursaron las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento con la autora del presente trabajo (121)

Tres docentes que desarrollan las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento.

INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN



INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Encuesta:

Aplicada a los estudiantes seleccionados en la muestra. Luego de diseñada, se aplicó una prueba piloto y se sometió a la validación de dos expertos para proceder luego a su aplicación en la totalidad de la muestra en febrero de 2017.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Entrevista formal estructurada:

Aplicada a los docentes que desarrollan las asignaturas de Identidad e Identidad y Emprendimiento.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La estrategia de observación no participante:

Mediante diario de campo pedagógico para hacer seguimiento al desarrollo del proceso planteado en el problema de investigación, se aplicó en el primer semestre de 2017.

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Análisis documental:

Revisión de documentos en la web, documentos institucionales, libros y revistas.

ANÁLISIS DE DATOS

El análisis se realizó mediante la valoración y contrastación de las categorías de análisis definidas.

RESULTADOS

ENCUESTAS:

En términos generales, los resultados de las encuestas sugieren que algunos estudiantes no distinguen los métodos (mesa redonda, debate, etc.) de los medios o recursos.

Como sujetos en formación son poco críticos frente a la enseñanza del docente y a sus propias posibilidades. Por tal motivo es vital la formación en una cultura de la creatividad y la innovación, que fomente en los alumnos su capacidad crítica, su imaginación, el pensamiento lateral y las formas propositivas del aprendizaje para el emprendimiento.

RESULTADOS

ENTREVISTAS:

Excelentes oportunidad para reconocer las diferentes estrategias aplicadas por los docentes de las cátedras de Identidad e Identidad y Emprendimiento.

La plataforma Tema y con ayudas audiovisuales como son las películas y documentales son un apoyo en el desarrollo de las clases.

Algunos profesores han realizado salidas como visitas empresariales, la Casa del Libro Total.

RESULTADOS

DIARIO DE CAMPO:

Ejercicio pedagógico que permitió analizar y hacer seguimiento al desarrollo del proceso planteado en el problema de investigación a través del desarrollo de las temáticas sobre emprendimiento y creatividad en las didácticas aplicadas en el aula de clase.

CONCLUSIONES

Diagnóstico de las estrategias realizadas en la cátedra de Identidad e Identidad y Emprendimiento para la promoción de la cultura emprendedora:

La formación permanente del docente, enfocada a formar profesionales para el trabajo o para desempeños altamente innovadores en el rol de empleados, debe estar encauzada a la aplicación de conocimientos referidos permanentemente al sector real y a las prácticas, donde la actitud emprendedora sea la meta formativa, lo que potencia el desarrollo creativo de cada estudiante.

CONCLUSIONES

Algunas de las estrategias utilizadas por los docentes:

- El estudio de casos como una herramienta fundamental.
- Las ayudas audiovisuales como películas, videos, documentales, etc. permiten conocer la vida y obra de grandes emprendedores.
- Las exposiciones que realizan los estudiantes sobre temas asignados.
- Se resalta el trabajo colaborativo en la línea de Identidad y Emprendimiento reflejados en los seminarios pedagógicos.
- La motivación como conductora del comportamiento, no sólo en el estudiante sino también en los profesores.

CONCLUSIONES

Análisis de los distintos referentes teóricos sobre la educación, didáctica y pedagogía de la cultura emprendedora:

En este siglo es evidente que hay una convergencia entre lo digital, el aprendizaje socioafectivo, las aptitudes y las actitudes, los conocimientos disciplinares, las redes sociales y las comunidades de aprendizaje, que, en suma, son el núcleo central de la formación de los universitarios, esto con el fin de responder a las transformaciones que requiere la sociedad actual.

CONCLUSIONES

La tarea docente como mediador favorece la creatividad en los estudiantes, se presentan algunas conceptualizaciones de autores que relacionan las tareas con los conocimientos y habilidades para la búsqueda de soluciones creativas en un contexto determinado.

La educación en emprendimiento fomentará que los jóvenes sean más creativos y también más aptos para el empleo y más autónomos, con un claro sentido de la automotivación (intraemprendimiento) en su trabajo dentro de las organizaciones ya existentes en los sectores social, público y privado.

CONCLUSIONES

Diseño de estrategias y recursos didácticos:

La creatividad, la innovación y el espíritu emprendedor son conceptos que están profundamente ligados.

La tarea del docente mediador se enmarca en la estructuración de ambientes de aprendizaje creativos en donde se favorezca la creatividad, la sensibilidad estética y el aprendizaje con didácticas flexibles, además de superar las evaluaciones mecánicas memorísticas.

CONCLUSIONES

Diseño de estrategias y recursos didácticos:

El ejercicio pedagógico no puede darse por satisfecho con transmitir conocimientos si no desarrolla profundamente la habilidad en que el estudiante aprenda a relacionar la creatividad, el emprendimiento, la innovación y un claro sentido ético de la responsabilidad social.

Quien se educa en y para el siglo XXI, se compromete y emprende la tarea de hacerse autor y actor de las dinámicas sociales, económicas, políticas y culturales y no un simple espectador pasivo al vaivén de los tiempos.

RECOMENDACIONES

Estrategias y recursos didácticos:

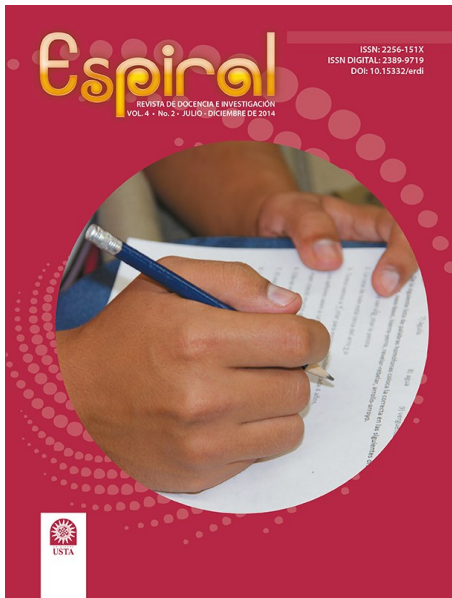


- Blog: <http://ahoraemprendetu.blogspot.com.co/>
- Aulas TEMA
- Salidas de campo
- Eventos académicos (conferencias y talleres)
- Adaptación del PEI creativo
- Fortalecimiento del Semillero en Responsabilidad Social y Derechos Humanos “EMPRENDER”

DOCENCIA: Cátedras Identidad e Identidad y Emprendimiento.

INVESTIGACIÓN: Formación para el emprendimiento con Responsabilidad Social en el área de Identidad del DESH de la UNAB – Semillero.

EXTENSIÓN: Conferencias sobre emprendimiento Semillero EMPRENDER – Salidas de campo.



VI Encuentro Internacional de Investigación y Espíritu Empresarial

"La academia y la investigación generando crítica e inclusión"

Los ejes temáticos del encuentro son:

13 y 14
de septiembre
2017

- El papel de la mujer en la construcción de la empresa
- Integración económica y social
- Perspectiva Empresarial
- El post acuerdo y la economía
- Pedagogía para el emprendimiento
- Gerencia del futuro

Motivación y proyección pendiente:

Unab
creative

Centro de creatividad, innovación y emprendimiento.



VIGILADA MINEDUCACIÓN

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acebedo Afanador, M. J., & Velasco Abril, M. (2015). *Mujeres y Emprendimiento: una salida a la exclusión social. Estudio de caso*. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.
- Álvarez de Sayas, C. M., & González Agudelo, E. M. (2002). *Lecciones de Didáctica General*. Bogotá: Magisterio.
- Andreiva, G. M. (1984). *Psicología Social*. La Habana (Cuba): 1984.
- Barrera Malpica, S. P. (2011). *Investigación en emprendimiento: Estudio de casos en el Departamento de Casanare*. Recuperado el 1 de noviembre de 2016, de Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas, Maestría en Administración. Tesis de Grado: http://www.bdigital.unal.edu.co/4553/1/940793_2011.pdf
- Betancourt y Chibas (1994). *La Creatividad y sus Implicaciones*. La Habana: Academia.
- Bisquerra, R. (1988). *Métodos de investigación educativa. Guía Práctica*. Barcelona: CEAC.
- Bouby Tolentino, F. (enero - junio de 2015). La importancia del emprendimiento social frente al proceso de globalización de la economía y los mercados. (E. Vigo Sánchez, N. Cruz González, & E. Bautista Flórez, Edits.) *Gestión en el Tercer Milenio* (De: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/11703>), 18-I(35), 39 - 49.
- Briascó, I. (2014). *El desafío de emprender en el siglo XXI: herramientas para desarrollar la competencia emprendedora*. Madrid: Narcea Ediciones. Recuperado el 1 de Diciembre de 2016, de <http://site.ebrary.com.aure.unab.edu.co/lib/unabsp/detail.action?docID=11245418&p00=irma+briascó>
- Bruna Quintas, F. (2010). *Emprendiendo un proyecto de empresa Bogotá*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Bono, E. (1986). *Seis sombreros para pensar*. Barcelona : Juan Granica, 1986.
- Campos Campos, Y. (2000). *Estrategias didácticas apoyadas en tecnología*. México.
- Campos, O. R., & Méndez, G. C. (2013). *Amazonia Investiga*. Obtenido de <http://www.udla.edu.co/revistas/index.php/amazonia-investiga/article/view/15>
- Cobley, D. (Julio de 2010). *Dan Cobley: Lo que la física me enseñó sobre mercadotecnia*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2014, de <http://www.ted.com>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Freire, A. (2005). Pasión por Emprender. En A. Freire, *Pasión por Emprender* (pág. 188). Bogotá: Norma.

Gibb, A. (2011). *Las universidades enseñan lo que saben, no lo que se necesita*. Recuperado el 29 de junio de 2016, de Prodem: <http://www.prodem.ungs.edu.ar/blog/2011/06/%E2%80%9Cpara-un-emprendedor-no-hay-nada-mejor-que-otro-emprendedor%E2%80%9D/>

Gibb, A. (2011). *Prodem*. Recuperado el 29 de Junio de 2016, de Las universidades enseñan lo que saben, no lo que se necesita: <http://www.prodem.ungs.edu.ar/blog/2011/06/%E2%80%9Cpara-un-emprendedor-no-hay-nada-mejor-que-otro-emprendedor%E2%80%9D/>

Guilford, J.P. (1980). *El análisis de la inteligencia*. New York: McGraw Hill, 1971

Gimeno Lorente, P. (2009). *Didáctica crítica y Comunicación*. Barcelona.

Gómez, H. J., & Mitchell, D. (2014). *Innovación y emprendimiento en Colombia: Balance, perspectivas y recomendaciones de política: 2014 - 2018*. Recuperado el 12 de enero de 2015, de Fedesarrollo: http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2014/04/debate_pres_2014_cuad50.pdf

Herzberg, F.; Mausner, B., Snyderman, B. (1959). *The Motivation to Work*. New York: Wiley

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, L., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (5 ed.). México: McGraw Hill.

Iregui V., L. A. (2012). *¿Qué es el emprendimiento dinámico y cómo va en Colombia?* Recuperado el 10 de enero de 2014, de Emprendimiento: <http://www.enter.co/emtech2012/que-es-el-emprendimiento-dinamico-y-como-va-en-colombia/>

Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento.

Martínez Rodríguez, F. M. (2009). Obtenido de <http://0-hera.ugr.es.adrastea.ugr.es/tesisugr/17705824.pdf>

GRACIAS



unab

Universidad Autónoma de Bucaramanga

de puertas abiertas

VIGILADA MINEDUCACIÓN