

**CAPACITACIÓN EN LA CREACIÓN Y EN EL FORTALECIMIENTO DE
EMPRESA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DEL COLEGIO “LOS
ALPES” DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ, LOCALIDAD DE SAN CRISTOBAL.
UNA ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN BASADA EN LA ENSEÑANZA PARA
LA COMPRENSIÓN.**

**DIEGO FERNANDO CARDENAS
JOSÉ GIOVANNY GONZALEZ BENITEZ
JULIA ADRIANA MOLINA BASTO**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA DE EXTENSIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C.
2008**

**CAPACITACIÓN EN LA CREACIÓN Y EN EL FORTALECIMIENTO DE
EMPRESA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DEL COLEGIO “LOS
ALPES” DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ, LOCALIDAD DE SAN CRISTOBAL.
UNA ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN BASADA EN LA ENSEÑANZA PARA
LA COMPRENSIÓN.**

**DIEGO FERNANDO CARDENAS
JOSÉ GIOVANNY GONZALEZ BENITEZ
JULIA ADRIANA MOLINA BASTO**

TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA DE EXTENSIÓN SOCIAL
BOGOTÁ D.C.
2008**

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá D.C. 24 de Noviembre de 2008

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
1. TÍTULO	10
2. TEMA	10
3. PROBLEMA	11
3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
4. OBJETIVOS	17
4.1 OBJETIVO GENERAL	17
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
5. JUSTIFICACIÓN	18
6. MARCO DE REFERENCIA.....	20
6.1 MARCO TEÓRICO	20
6.1.1 EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL.....	20
6.1.1.1 DIEZ CUALIDADES QUE DEBE TENER UN EMPRENDEDOR	22
6.1.1.2 EL EMPRENDEDOR HA DE SER SEGUIDO.....	24
6.1.2 CREACIÓN DE LA EMPRESA	25
6.1.3 EMPRESAS FAMILIARES Y EMPRESAS DE FAMILIA.....	30
6.1.4 INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CON IMPACTO SOCIAL.....	35
6.1.5 ENSEÑANZA PARA LA COMPRENSIÓN	36
6.2 MARCO CONCEPTUAL	40
6.3 MARCO GEOGRÁFICO	42
7. DISEÑO METODOLÓGICO	47
7.1 TIPO DE ESTUDIO: INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA (IAP)	47
7.2 FUENTES	49
7.2.1 FUENTES PRIMARIAS.....	49
7.2.2 FUENTES SECUNDARIAS	49

7.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	49
7.3.1 MÉTODO DE OBSERVACIÓN	50
7.3.2 ENCUESTAS	50
7.4 POBLACIÓN	51
7.5 MUESTRA	52
8. PROPUESTA METODOLÓGICA APLICADA EN EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DEL COLEGIO LOS ALPES	54
8.1 CONTENIDO DE LAS SESIONES DE LA INVESTIGACIÓN	54
8.1.1 SYLLABUS	54
8.1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL SYLLABUS.....	55
8.1.1.2 SESIONES.....	55
8.1.2 DESARROLLO DE LAS SESIONES	55
8.1.2.1 PRIMERA SESIÓN	56
8.1.2.2 SEGUNDA SESIÓN.....	56
8.1.2.3 TERCERA SESIÓN	57
8.1.2.4 CUARTA SESIÓN.....	58
8.1.2.5 QUINTA SESIÓN	58
8.1.2.6 SEXTA SESIÓN.....	59
8.1.2.7 SÉPTIMA SESIÓN.....	59
8.1.2.8 OCTAVA SESIÓN.....	60
8.1.2.9 NOVENA SESIÓN	60
8.1.2.10 DÉCIMA SESIÓN	61
8.1.2.11 DÉCIMA PRIMERA SESIÓN	61
8.1.2.12 DÉCIMA SEGUNDA SESIÓN	62
8.2. DESCRIPCIÓN DEL MODELO ENSEÑANZA PARA LA COMPRESIÓN....	62
8.3 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA	68
8.4 DISCUSIÓN	72

8.4.1 APORTES DE LOS INVESTIGADORES DESDE LA PERSPECTIVA ADMINISTRATIVA: LA EMPRESA FAMILIAR, UNA OPCIÓN DE VIDA.....	74
8.4.2 PILARES FUNDAMENTALES EN LOS QUE SE SUSTENTÓ EL PROCESO DE CAPACITACIÓN DESARROLLADO POR LOS INVESTIGADORES	77
9. LIMITACIONES.....	78
10. CONCLUSIONES	79
11. RECOMENDACIONES	83
12. BIBLIOGRAFIA	85
13. ANEXOS.....	88

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Distribución de participantes.....	52
Gráfica 2. Género.....	53
Gráfica 3. Porcentaje de ideas de negocio.....	68
Gráfica 4. Nivel de escolaridad.....	69
Gráfica 5. Conocimientos administrativos.....	69
Gráfica 6. Ingresos en pesos.....	70
Gráfica 7. Composición familiar.....	71

INTRODUCCIÓN

El administrador de empresas lasallista, a lo largo de su carrera, no sólo tiene un enfoque académico, sino que también evidencia tanto en su parte personal como profesional, una parte social hacia la cual está enfocada la Universidad, esto permite que los alumnos desarrollen cierta sensibilidad y un pensamiento para trabajar en pro de la comunidad; con el programa de extensión social que se está implementando actualmente en la Facultad de Administración y que nació gracias a que algunas comunidades solicitaron la prestación de un servicio para asesorías y capacitación, se ha venido desarrollando un trabajo social empresarial dirigido a estas comunidades junto con grupos de estudiantes que se encuentran terminando su último semestre académico.

Este trabajo con la comunidad permite prestar asesorías y capacitaciones donde se involucra un estilo de Investigación Acción Participativa en la cual las personas implicadas se convierten en los protagonistas de dicho proceso, de aquí la importancia de este tipo de investigación para lograr un acercamiento con la comunidad a partir de la observación hecha a las necesidades con las que cuenta la población objeto de estudio, de manera que con el plan de trabajo que se implemente se puedan solucionar sino todas, la gran mayoría de sus necesidades.

Es de saber que esta investigación pretende llegar hasta la puesta en práctica de un modelo de enseñanza – aprendizaje que va a permitir a otros grupos interactuar con la comunidad de forma sencilla y de fácil comprensión para ellos.

Este tipo de programa lo que permite es ayudar a la comunidad con la que se está trabajando para que logre no sólo aclarar sus dudas empresariales sino también

encontrar herramientas que conlleven al desarrollo de sus ideas de negocio y por ende, al mejoramiento de su calidad de vida, tanto individual como familiar.

Cabe resaltar la importancia que tiene para la Universidad el interactuar con la comunidad en busca de una equidad social, principio fundamental de la comunidad lasallista, y que para este caso se puede hacer evidente con el acercamiento que se logra con el grupo de personas del Colegio Los Alpes, ya que se les está brindando una alternativa de capacitación en aspectos tales como: creación y formalización de PYMES, control contable, mejoramiento de producción, manejo de mercados y determinación de la situación actual de sus PYMES.

Es así como este trabajo permite transmitir los conocimientos adquiridos en la Universidad a personas que no tienen los medios económicos o las posibilidades para asistir a un programa de capacitación donde se logren apropiarse de los conocimientos administrativos.

**PROGRAMA DE EXTENSION SOCIAL
COLEGIO LOS ALPES**

1. TÍTULO

**CAPACITACIÓN EN LA CREACIÓN Y EN EL FORTALECIMIENTO DE
EMPRESA DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DEL COLEGIO “LOS
ALPES” DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ, LOCALIDAD DE SAN CRISTOBAL.
UNA ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN BASADA EN LA ENSEÑANZA PARA
LA COMPRENSIÓN.**

2. TEMA

**CAPACITACIÓN EN CREACIÓN, FORTALECIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO
DE EMPRESAS**

Línea de investigación: PROCESOS GERENCIALES

**Sublínea de investigación: PROCESOS DE ENSEÑANZA EN EL CAMPO DE
LA FORMACIÓN DEL ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.**

3. PROBLEMA

3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en Colombia la difícil situación económica y social que se evidencia en algunos hogares es cada vez más deprimente, y en un futuro no se vislumbra mejoría o síntoma de cambio en donde se puedan proyectar mejores horizontes que dignifiquen esta tendencia.

Partiendo de este punto se da origen a la actividad social desarrollada por las universidades y dirigida a las personas menos favorecidas, en donde se tiene como fin, que el conocimiento salga de las aulas y sea aplicado a la comunidad por medio de prácticas, asesorías, trabajos de campo, y todas aquellas actividades con las que se pueda dar una ayuda a la sociedad.

Dada la convulsión que se vive actualmente, la sociedad se autocorrige y busca formas, planteamientos y técnicas que le ayuden a superar las dificultades que presenta; es así como a lo largo de la humanidad se han dado inicio a diversas teorías o metodologías que apoyan a las investigaciones, uno de los casos es el modelo de la Investigación Acción Participativa, más conocido como "IAP", modelo en el cual está basada esta investigación. La IAP consiste en un enfoque de la investigación en las ciencias sociales, que busca la plena participación de la comunidad en el análisis de su propia realidad, "con el objeto de promover la participación social para el beneficio de los integrantes de la investigación y para la apropiación del proceso y de los resultados por parte de la comunidad

involucrada, por lo tanto, es una actividad educativa, de investigación y de acción social”.¹

Basados en los argumentos y características de la IAP se realizó un primer acercamiento a la población objeto de estudio con el objetivo de conocer las necesidades inmediatas que presentaban los padres de familia del colegio “Los Alpes”, los cuales denominaremos COMUNIDAD. El resultado de este acercamiento fue la manifestación por parte de la comunidad, del deseo de aprender sobre herramientas administrativas tales como mercadeo, recursos financieros, producción, entre otros, pues comentaron no tener mayor conocimiento sobre estos. Además, expresaron querer saber las disposiciones legales, sobre temas empresariales, laborales y fiscales, de los que afirmaron no conocer nada.

La comunidad está compuesta por padres de familia y personal administrativo del colegio los Alpes. La población que hace parte de ésta, se encuentra concentrada en la Localidad de San Cristóbal, ubicada en los cerros al sur oriente de la ciudad de Bogotá.

Es evidente la difícil situación vivida en la Localidad de San Cristóbal que durante sus cuarenta años de existencia ha reflejado difíciles condiciones de seguridad, servicios, condiciones físicas, entre otras variables que afectan en gran medida el desarrollo económico de esta zona y de sus residentes. Dentro de esta Localidad, el colegio los Alpes se encuentra ubicado en el sector medio, zona enmarcada por el difícil acceso, un estrato económico entre 1 y 2, y gran concentración de población, ya que el 70% de sus habitantes se encuentran en esta zona; es allí donde pertenece la comunidad que asiste a la capacitación; específicamente,

¹ Plan de investigación del programa de administración de empresas 2006-2010, Facultad de Administración de Empresas, CIADE, Universidad De La Salle, Bogotá 2006.

pertenecen a los barrios los Alpes, Ramajal y San Cristóbal, Barrios caracterizados por ser de bajos recursos económicos, lugares donde no prospera fácilmente el comercio y las condiciones físicas de sus predios y vías de acceso no son óptimas, pues se encuentran en la falda de la montaña, factor que no facilita el tránsito de personas y hecho que afecta ostensiblemente la creación y el desarrollo de cualquier tipo de empresa.

Sumado a los pocos beneficios y ventajas que brinda la localidad en donde viven, se presenta un bajo nivel de escolaridad de la población participante que asiste al programa, sólo el 21% de ellos tiene estudios técnicos, el 58% estudios de media vocacional y el 21% estudios de primaria, situación que genera, en algunos casos, un incipiente manejo de sus negocios.

Las contrariedades que afectan a este grupo de personas que asisten al programa son muchas, tanto de orden económico como social. Además, dentro de ellos mismos, se presentan brechas demasiado amplias como las actividades que desempeñan y el nivel de aspiraciones en donde, sólo el 10% cuenta actualmente con negocio, el 40% ha tenido algún tipo de negocio, el 21% tiene una idea de negocio y el 29% no tiene ningún negocio en mente. Esto hace un grupo totalmente heterogéneo, lo que dificulta en algunos aspectos, el desarrollo del programa.

Además de los aspectos atrás mencionados, tienen grandes diferencias de edad, ya que las personas asistentes al programa oscilan en edades entre 18 y 65 años; esto tiene como consecuencia, la presencia de un margen generacional muy amplio, conformando diversas ideas y tipos de concepción frente a las temáticas administrativas, tópico que genera tanto ventajas como desventajas en el grupo, por esta razón, el margen generacional se dividió en tres segmentos, de 18 a 30 años, los cuales representan el 35% del grupo, de 31 a 50 años conforman el 40%

y más de 50 años el 25% restante de los asistentes al programa. Un aspecto sobresaliente es que el 80% de los asistentes son mujeres, en donde el 50% de ellas son madres cabeza de familia.

Los aspectos anteriormente mencionados hacen parte de numerosas variables, que conforman la problemática que afecta a esta comunidad. Motivo que permitió que el Colegio Los Alpes, presentara una solicitud a la Universidad de La Salle, donde se manifestó la urgente necesidad de un programa enfocado hacia la creación y el desarrollo de empresa que diera solución a la problemática expresada por los padres de familia.

A raíz de problemáticas sociales como la pobreza y la desigualdad, es de donde se desprenden actualmente, programas que buscan beneficiar y mejorar la calidad de vida de los sectores más deprimidos de la sociedad. Ésta es una corriente mundial que ha desarrollado diversas técnicas, en donde el objetivo principal es el desarrollo de las economías por medio de programas de capacitación empresarial, enfocada a que los beneficiarios puedan con esto, realizar tareas específicas en el campo de la creación o el fortalecimiento de empresas, con las cuales mejoren su calidad de vida.

Un claro ejemplo de ayuda mundial a los más necesitados es el que abandera la Unión Europea, por medio del programa ECHO, con el que trata de auxiliar a muchas comunidades.

La UE canaliza la financiación del auxilio a través de su Oficina de Ayuda Humanitaria (ECHO). Desde su creación en 1992, ECHO ha intervenido en crisis graves en más de 100 países en todo el mundo, haciendo llegar los equipos, material y personal de apoyo. Con un presupuesto de más de 500

millones de euros al año, ECHO también financia los equipos, las capacitaciones, el transporte y el apoyo logístico².

Programas como estos dan apoyo y una luz de esperanza a las comunidades más deprimidas del planeta, aunque es de suma importancia recalcar que, actualmente, según porcentajes presentados por la ONU, la pobreza a nivel mundial está alcanzando niveles inimaginables, motivo que ha ocasionado el desarrollo de programas como el realizado entre 1996 y el 2006, cuyo objetivo principal es el reducir los niveles de pobreza a nivel mundial, este programa se conoció como “El primer decenio de la ONU para la erradicación de la pobreza”, programa integrado por postulados y políticas gubernamentales para que fuesen adoptadas por los países miembros, aunque su manifiesto fue de gran relevancia, existen críticas en donde se proclama que este programa no sólo debe quedarse en buenas intenciones, y que además, no debe ser el único que se cree para este fin.

A nivel mundial se han originado diferentes posiciones, exigiendo una postura más crítica y responsable frente a las crisis mundiales, solicitando que no se limiten las recomendaciones que hacen organismos como el Banco Mundial y la OEA, sino que se creen políticas claras a nivel gubernamental y privado en cada país del hemisferio, dándole prelación al desarrollo de programas que direccionen a la sociedad hacia la creación y fortalecimiento económico por medio de las PYMES, la cual se considera una base sólida para el mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad.

² Los conceptos aquí mencionados fueron extraídos de: Programas de ayuda mundial. Unión Europea. <http://www.delper.ec.europa.eu>. [con acceso, 30 de julio de 2007, 3:50 p.m.]

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo desarrollar un programa de capacitación empresarial, basado en el modelo de enseñanza para la comprensión, que permita a los padres de familia del colegio Los Alpes adquirir los conocimientos teóricos, necesarios, a nivel administrativo, donde logren la creación y desarrollo de su propia microempresa?

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer un programa de capacitación para la creación de empresa, basado en la enseñanza para la comprensión, dirigido a los padres de familia del Colegio Los Alpes, con el fin de incentivar y promover la creación y el desarrollo de sus empresas.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer un diagnóstico relacionado con las herramientas básicas para la creación de empresa, tales como administrativas, de mercadeo, de finanzas y de talento humano.
- Elaborar un syllabus que permita especificar los temas y el desarrollo de las actividades para cada una de las sesiones.
- Definir una metodología de fácil comprensión para lograr que la población participante adquiriera conocimientos básicos administrativos y despeje las dudas que se puedan presentar en el transcurso de la capacitación.
- Plantear el modelo enseñanza para la comprensión, como un modelo metodológico que permita el manejo de grupos con diferencias en niveles educativos, edades y estratos.

5. JUSTIFICACIÓN

Por medio de esta propuesta de investigación, se pretende realizar una observación concreta a la comunidad objeto de estudio y plasmar los elementos esenciales que inciden en el comportamiento socioeconómico de la misma.

Realmente se necesita analizar el porqué no se crea empresa, y así mismo, el porqué no se formalizan las que se encuentran constituidas. Bajo este panorama, los sujetos que emprenden una idea de negocio no tiene en cuenta este proceso inicial, debido a la falta de conocimiento en materia de creación y formalización de empresa; Es necesario este proceso para un adecuado lanzamiento y desarrollo de la Empresa en formación.

Este fenómeno socioeconómico permite a los administradores de empresas cuestionarse en su ámbito profesional y tomar medidas para mejorar su representación en la sociedad.

En la propuesta de esta investigación es posible aplicar, además del proceso administrativo, una serie de habilidades y competencias interpersonales que permiten realizar un acercamiento minucioso a la comunidad protagonista, para que arroje, como resultado, la consecución de procesos lógicos que se destinen a la construcción de un pensamiento emprendedor y al surgimiento de un empresario capacitado. Durante la investigación se podrá establecer el grado de interés de los participantes y futuros microempresarios, gracias a la creación de un espacio académico y dinámico que permita realizar un complejo diagnóstico a la comunidad del colegio “Los Alpes” para la consolidación de un trabajo de grado con amplio énfasis de la acción participativa.

La creación y consolidación de empresas, siendo una actividad económica tan importante y teniendo en cuenta para su ejecución un plan de negocios, establece diseñar un proceso puntual que evitaría correr menos riesgo al momento de de ejecutar la idea de negocio.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1 MARCO TEÓRICO

6.1.1 EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

La vida de los administradores de empresas está siempre ligada a las organizaciones, en donde la mayoría de los profesionales de la ciencia económica se enfrentan a la búsqueda continua e insaciable de un cargo laboral en las empresas, aun sin tener trayectoria alguna en el mundo laboral, la mejor manera de aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera pregrado es sin lugar a duda creando empresa desde el principio y llevando a cabo todos los pasos para lograr que surja y se desarrolle, es ahí en donde se ve, en su totalidad, la aptitud del administrador de empresas, la cual no se sesga a una o algunas cuantas áreas de la administración, es la prueba de fuego, en donde el administrador muestra su verdadero potencial.

La capacidad de reacción ante lo inesperado fue, es y continuará siendo una aptitud que diferenciará a aquellos que sobrevivan con su empresa, de aquellos que se pierdan ante las amenazas del entorno.

Para todo negocio, el emprendedor deberá tener la capacidad de liderar y motivar a sus empleados hacia la consecución de los objetivos, y por ello es importante que estén claros, precisos y hagan parte de la misión de la empresa. Tanto el propietario como los directivos y empleados deben saber cual es su negocio y quiénes son sus clientes, por lo tanto, Parecerá algo simple y sencillo, pero muchas empresas sostienen una misión restringida o poco clara.

En 1986, Peter Drucker³ intimando el emprendimiento hacia la empresa, asoció el concepto de empresario al de innovador, y define las empresas innovadoras como aquellas que crean algo nuevo, diferente, que cambian o traspasan los valores. Define la acción empresarial como una conducta más que un rasgo del carácter y dice que su base es conceptual y teórica, no meramente intuitiva.

Drucker acepta que el empresario innovador se basa en la teoría económica y social que contempla el cambio como algo normal y saludable y que cree que la tarea más importante de la sociedad y de la economía es hacer algo diferente. Comparte con Schumpeter el concepto de “destrucción creativa”, y se aleja de la economía clásica de optimización de lo existente y de la búsqueda del equilibrio; para postular, con Schumpeter y Maynard, que el desequilibrio dinámico producido por el empresario innovador es la norma de una economía sana y la realidad central de la teoría económica y de su práctica.

Indudablemente, la finalidad de la educación empresarial es producir empresarios y ello implica generar en las personas características, actitudes, habilidades, atributos, conocimientos, destrezas, valores, creencias e ideas especiales que los diferencien de los no empresarios y que les permitan, a esos empresarios, acometer una carrera empresarial con mayores probabilidades de éxito. Por tanto, si reconocen estas especificaciones, desde el principio, se estará partiendo de algo lógico como base del emprendimiento educacional enfocado a la empresa.

³ Schumpeter y Maynard. En: La innovación y el empresario innovador, DRUCKER, Peter. Cali, Editorial Norma. 1986, p.52.

6.1.1.1 DIEZ CUALIDADES QUE DEBE TENER UN EMPRENDEDOR

Este documento ha sido tomado de Bob Vásquez⁴ pues se consideró que el emprendedor se diferencia del creador de empresa, precisamente por su esencia, es necesario citar específicamente las siguientes cualidades:

1. Buscan constantemente oportunidades.
2. Son creativos e innovadores.
3. Valoran la eficiencia y la calidad.
4. Confían en sí mismos y les motivan los propios logros.
5. Son organizados y planificadores.
6. Son capaces de encontrar apoyos entre quienes les rodean.
7. Son valientes pero calculan los riesgos.
8. Son persistentes y resistentes al fracaso.
9. Se informan y acuden a expertos.
10. Afrontan los retos de manera positiva pero realista.

Parece imposible reunir estas cualidades en una sola persona, pero todas surgen de la misma idea: tener compromiso por lo que se hace y trabajar arduamente en la persecución de sueños y metas.

Ser su propio jefe, hacer lo que le gusta y obtener dinero con ello, significa trabajar para uno mismo, es el sueño de muchos. Pero iniciar un negocio no es sólo cuestión de ideales, perseverancia, imaginación y mucha valentía son necesarias para iniciar con éxito una carrera empresarial.

⁴ Los conceptos aquí mencionados fueron extraídos de: Donde los empresarios crecen. Vásquez Bob. <http://www.comerciohispano.com>. [con acceso, 12 de junio de 2006, 5:36 p.m.]

Bob Vásquez cuestiona el número de veces en que una persona anhela tener su propia empresa, por causas típicas como “aguantar jefes”, horarios y otras pesadillas laborales, año tras año. La idea de trabajar para uno mismo resulta tentadora. Los expertos coinciden en que todos tenemos la posibilidad de convertirnos en emprendedores si desarrollamos una serie de cualidades. Eso si, “el verdadero emprendedor ha de ser realista y saber que le espera mucho trabajo y algunos problemas”⁵.

“Para ser emprendedor no siempre hace falta una idea genial, muchas veces basta con observar y saber encontrar los vacíos donde posesionar nuestro negocio. Siempre existirá, en nuestra sociedad, las necesidades insatisfechas y deseos que cubrir”⁶.

En un mundo altamente competitivo hay cada día menos espacio para la falta de recaudos, son los emprendedores, aquellos individuos con las ansias de generar nuevos espacios para la producción los que más cuidado y atención deben prestar. La pregunta es: ¿a qué deben prestar tanta atención? y la respuesta a las capacidades y actitudes que deben poseer y desarrollar el poder generar valor agregado para los consumidores, pues este será el que determinará o no el contacto de éstos últimos con su empresa.

Si hay algo que un emprendedor debe poseer es autoconciencia, o sea conciencia de sí mismo, de su forma de ser y responder ante los sucesos de la empresa y del entorno. Para ello no hay nada más cierto que el “conócete a ti mismo”. Sólo una persona claramente consciente de sí misma es capaz de dominarse y autocontrolarse.

⁵ Ibíd. www.comerciohispano.com.

⁶ Ibíd. www.comerciohispano.com.

“Una persona que toma conciencia de su forma de ser y conducirse, de ser consecuente de sus capacidades, virtudes, defectos, limitaciones e inclinaciones, podrá tomar medidas para hacer un óptimo aprovechamiento de lo positivo que hay en él, y tomar los recaudos y prevenciones que le eviten caer en el descontrol”⁷.

6.1.1.2 EL EMPRENDEDOR HA DE SER SEGUIDO

Rodearse de gente más inteligente que uno mismo parece una buena idea cuando la nueva empresa ya es solvente y se pueden ofrecer a los empleados unas condiciones de trabajo y salario dignas. Pero al comienzo de la aventura empresarial cuando lo que se ofrece son buenas intenciones y expectativas de futuro, amén de un puesto de trabajo que requiere muchas horas de dedicación, la situación se complica.

Una de las características comunes de los emprendedores de éxito es que han sabido inspirar confianza en sus empleados para que se incorporen en su nueva empresa. Esa confianza proviene de la autoridad profesional o moral que les inspira, bien porque su currículum anterior en otras empresas avala su buen hacer, o bien, por su honradez personal demostrada en el día a día.

Pero esa confianza ha de mantenerse, por lo que es importante que rápidamente se genere algún hecho positivo: la elaboración de un prototipo que funciona, la concesión del préstamo solicitado que garantiza que el proyecto tiene un plan de viabilidad aceptado, la primera venta, el primer cliente que repite su compra, la confianza de algún proveedor, la concesión de alguna subvención etc.

⁷ PETERS Thomas y WATERMAN Robert. “En busca de la Excelencia”. México, Editorial Atlántida: 1982, p 109.

De esta forma, los empleados se sentirán más respaldados en su decisión de aceptar trabajar en la nueva empresa.

Además, el emprendedor ha de tener un liderazgo visionario que le distingue de los demás, pues posee una idea que el resto no tiene. “Será el responsable de dar contenido a la misión del negocio. Los empleadores valorarán tanto más al emprendedor cuanto mejor sea la idea, dado que de ello depende su propio futuro”⁸.

6.1.2 CREACIÓN DE LA EMPRESA

Quizá lo primero que deba hacer un emprendedor antes de nada es plantearse el porqué iniciar una aventura empresarial.

Lógicamente cada emprendedor es un mundo y cada iniciativa también, pero es ideal que haya un denominador común en todos, que se emprenda por vocación, que la creación de la empresa sea la oportunidad de hacer lo que siempre se ha querido hacer y trabajar en lo que a uno le gusta. La ilusión debe ser la base de todo proyecto de creación de empresa.

Esa ilusión no debe ser menospreciada pues será la que, en los momentos difíciles, nos mantendrá en el camino y nos permitirá superar los momentos duros sin perder el norte.

Mucha gente piensa en montar algo por su cuenta porque no le queda otro remedio y el autoempleo es la única salida, pues bien, incluso en esa situación no

⁸IRIZAR, Iñazio. Como crear una empresa: Lo que todo emprendedor debe saber. Barcelona. Ed: Gestión 2000.com. 2004. pp. 66,67.

se debe menospreciar la oportunidad de emprender en algo que a uno realmente le guste y le llene.

Crear empresa con el paso del tiempo, se ha convertido en una actividad desprovista en la mayoría de casos, estos componentes deberían ser preocupantes a nivel particular como general; Es necesario ubicar en un puesto privilegiado las acciones del hombre en procura de su bienestar personal y económico. Se ha podido evidenciar, en las últimas décadas, en nuestro país el nivel de degradación al que se ha llegado en torno a esta opción de vida. Crear empresa en Colombia ha representado la “tabla de salvación” para muchos, donde los problemas que le han dado origen son tan variados como las empresas mismas que se han creado.

En muchos casos se ha creado empresa para salirle al paso al desempleo, para cubrir altos niveles de incompetencia, para salvarle la vida a otra que se encuentra moribunda por los deficientes manejos administrativos; Se han creado empresas para ocultar la oscura procedencia de dineros, para justificar el despido de personal y el no pago de derechos laborales; la lista podría ser más extensa y preocupante.

Cuando se habla de generar empleo a través de estrategias provenientes del sector privado o público, se manifiesta de manera unánime el deseo de que sean empleos no sólo equitativamente remunerados, sino que realmente respondan a necesidades organizacionales, que permitan que la persona que lo ocupe pueda hacer proyecciones en función de suplir al menos sus requerimientos básicos de vida. Ésta ha sido una de las batallas que el gremio sindical en el país ha adelantado en los últimos años; es decir, si no se van a generar empleos en cantidad suficiente para todos los desempleados, al menos que los que se creen,

sean justos y llenen las expectativas en calidad de vida de quienes resultan ser sus beneficiarios.

Si la creación de empresas se considera como una estrategia para combatir el flagelo del desempleo, antes que convertirse en solución, no debe transformarse en un problema mayor para la comunidad. Así como se habla de empleos sanos, también cabe la metáfora para referirse a empresas sanas. Es decir, aquellas que han sido creadas como resultado de un acto legítimamente intencionado de beneficio recíproco y de equidad. Por personas que asumieron tal creación como opción de vida.

La creación de empresas como opción de vida va mucho más allá de la elaboración del plan de negocios, de la búsqueda de financiación, de contactar amigos o conocidos para que “acompañen” en la aventura, de la realización de un acto sentido de apertura y de la pronunciación en el de un discurso sensiblero de agradecimiento a todos aquellos que colaboraron con tan “noble” causa.

Es seguro que si esa decisión no ha sido sometida a todas las revisiones y confrontaciones en torno a expectativas de vida, a verdaderas motivaciones, a auténticos ideales frente a la vida, a debilidades y fortalezas de existencia, a vocaciones, a gustos y preferencias, entre otros aspectos; al primer obstáculo o ante el primer distractor que se presente, las ilusiones tendrán otra perspectiva, hasta ahí llegará aquel impulso. Entonces vendrán los replanteamientos, los reproches de porqué no me hicieron “ver” esto o aquello antes, las eternas excusas por no estar presente en donde la responsabilidad de empresario llamaba a estar y otras tantas situaciones confusas y molestas, pero totalmente previsibles, sólo si se detiene a pensar lo que implica crear empresa como una auténtica opción de vida.

Hay que pensar y creer que el asunto no se agota cuando se crea la empresa, se adquiere una responsabilidad por lograr mantenerla y consolidarla en el tiempo, para que todos aquellos involucrados directa e indirectamente con su desarrollo tengan la posibilidad de hacer sus proyecciones en función de su calidad de vida. El acto de crear empresa podrá ser todo lo individual que parezca, pero su devenir y resultados son definitivamente colectivos.

Tal vez en esto se deba aprender de aquellos hombres que crearon las primeras empresas, que aun cuando hoy parecerían ejercicios simples y fáciles comparados con los de estas épocas, estos lo hicieron convencidos que lo que estaban asumiendo era una opción de vida, la de ellos en lo individual y la de aquellos que lo acompañaban.

Son muchos los planteamientos, a manera de disculpas, que se han escuchado y esgrimido en los últimos años sobre la imposibilidad casi absoluta de crear empresa en nuestro País y para aquellos que lograron crearla la dificultad casi extrema de mantenerla y fortalecerla. “El régimen tributario en Colombia hace imposible el sueño de crear empresa”, “La falta de regulación de precios impide competir con honestidad”, “El bajo nivel de capacitación de las personas no genera valor agregado a la producción”, “Los trámites excesivos hacen casi imposible exportar, lo mismo sucede con la importación”. Seguramente son muchas más las quejas al sistema económico y empresarial del país.

Adelantando un poco el desarrollo del presente proyecto y teniendo en cuenta el marco geográfico correspondiente, nos permitimos citar a un importante ente y organismo gubernamental que registra la existencia de numerosas empresas en la ciudad capital; La Cámara de Comercio de Bogotá ha venido transformando sus actividades tradicionales; actualmente es una organización que se preocupa por el empresarismo colombiano y en calidad de sus operaciones ha decidido ampliar

su portafolio de productos y servicios para que estos sean conocidos y ejecutados por emprendedores del país incluyendo jóvenes interesados en crear y desarrollar empresa con compromiso y calidad; así es como la Cámara de Comercio de Bogotá nos ofrece una gran oportunidad de hacer realidad las metas y los objetivos trazados en el ámbito personal y profesional en su ejercicio.

La Cámara de Comercio de Bogotá, consciente de la necesidad de promover la ampliación de la base empresarial de la ciudad y la región, impulsa el emprendimiento en los jóvenes, como una opción válida e interesante de vida.

“A través del Centro Nueva Empresa, los jóvenes con propósito de ser empresarios encuentran las herramientas claves para la construcción y puesta en marcha de su proyecto empresarial, a partir de una plataforma integral de servicios que entrega el programa Empresarios Juveniles”⁹.

Plataforma que esta integrada por:

- Servicios de orientación: Eventos de orientación colectiva en instituciones educativas y/o agremiaciones de jóvenes.
- Servicios de formación: Ciclos de formación para la estructuración de empresas especializados para el segmento de jóvenes.
- Programa Mentor: Procesos integrales de acompañamiento para la puesta en marcha de nuevas unidades productivas por parte de jóvenes.

Para describir la investigación de acción participativa en el entorno social y administrativo es necesario contar con unos principios, conceptos y teorías que sirvan como referente para su desarrollo.

⁹ Estos conceptos fueron extraídos de: Programa empresarios juveniles. Cámara de comercio de Bogotá. <http://www.ccb.gov.co>. Creación de empresa. [con acceso, 7 de octubre de 2007, 8:56 p.m.]

6.1.3 EMPRESAS FAMILIARES Y EMPRESAS DE FAMILIA

“La familia es la base fundamental de la sociedad”, por lo menos eso es lo que se enseña en las aulas de clase. Pero ¿qué significado tiene la palabra “familia” en el campo administrativo? Muchas veces se utiliza ese concepto al darle la bienvenida a un nuevo integrante de equipo laboral sin detenerse a pensar en todo lo que tan peculiar palabra representa o puede representar de acuerdo con el aspecto en particular que cada empresa le otorgue.

Sin ánimos de tratar elaboradas discusiones sociológicas del término, totalmente validadas por cierto, la familia es, desde una perspectiva muy personal, el ejemplo más básico y perfecto del funcionamiento organizacional: el ingreso proviene del ofrecimiento de un servicio o venta de un producto, existen gastos fijos y variables, se poseen recursos humanos emergentes (los hijos) a quienes hay que adiestrar y capacitar para que ocupen posiciones de importancia y cuyas decisiones permitan establecer direcciones en el futuro de la organización; claro, todo ello en un escenario ideal. Pero al igual que las organizaciones económicamente formadas, las familias están expuestas a la quiebra, el desfalco, la usurpación de funciones, el espionaje, los excesos y tantos otros males que no son ajenos a la administración. Cada familia es diferente, poseen valores y comportamientos que las acercan o las separan de otras, como ocurre también en las organizaciones.

Pero todo ese símil no responde al interrogante que dio origen al presente planteamiento, ya que no señala de manera amplia la diferencia que existe entre una empresa familiar y una empresa de familia.

Pues bien, las empresas de familia son históricamente más antiguas que las empresas familiares, pues, como su nombre lo indica, surgieron del ejercicio del

poder económico, político o religioso que un grupo familiar ejercía sobre otros de corte similar pero carente de tal poder. La historia está llena de estos ejemplos: las dinastías faraónicas, los emperadores romanos y chinos, la realeza inglesa, francesa y española e incluso las monarquías mayas, incas, aztecas y otros tantos que llegaron a tener una importante influencia en el comercio y el sistema social de sus épocas. Luego, con la llegada del mercantilismo y el avance tecnológico, las familias pudientes y con capacidad económica dejaron a un lado los títulos nobles y se dedicaron al comercio generando una nueva forma de imperios. Son muchos los nombres que la historia contemporánea tiene debidamente documentados, los cuales varían de acuerdo con el país que se estudie, pero que siempre están presentes en la fantasía popular de lo que representa ser rico y poderoso.

Sin embargo, no sólo esas dos características describen a las empresas de familia, pues es común observar en ellas como se conjugan el respeto a la figura patriarcal y a la vez los conflictos propios de las distintas personalidades de los familiares que manejan ciertas áreas del negocio poniéndole su toque particular a su nicho de poder.

Por este motivo, es sencillo reconocer a que empresas de familia: provienen de un tronco común, sus miembros forman parte esencial e inalterable de las juntas directivas y, a la vez, se encargan de una parte de las actividades del negocio, o varias de ellas, dependiendo de la visión centralista y desconfiada que haya desarrollado “la familia” durante el crecimiento del ejercicio económico; evidentemente en ellas reina el nepotismo y las políticas, normas y reglas son creadas a la par de que ocurren desviaciones.

En las empresas de familia se hace casi imposible el crecimiento vertical, para ello se requiere de dotes especiales que permitan a la persona ajena al apellido

ser considerado como miembro del entorno familiar y, finalmente, ser adoptado como uno más, sin que ello signifique la ausencia total de supervisión y la necesidad imperante de consultar toda decisión que pueda afectar la estabilidad de la empresa. En este tipo de organizaciones las emociones siempre están presentes, ya sean benévolas o malélicas, o una buena porción de ambas, pues como cualquier cosa puede considerarse como un atentado, se trata de erradicar de inmediato aquello que altere el equilibrio sin detenerse en detalles ni razones, independientemente de que a los involucrados en la alteración se le permita su legítima defensa.

Es imposible dejar de imaginar a estas organizaciones como los reinados feudales del pasado donde la ofensa se pagaba con la humillación, el castigo o con la muerte e incluso con todas ellas, entendiéndolas en el lenguaje administrativo moderno como la pérdida del empleo de manera inmediata, la declaración de persona no grata para la institución y la ausencia indiscutible de referencias laborales, castigos realmente severos en una sociedad donde las personas conflictivas ya sean confesas o potenciales son rápidamente descartadas al momento de detectar tales conductas durante el proceso de selección.

Si bien es cierto que las empresas de familia han desarrollado grandes y verdaderos imperios económicos que dejan bajo un eterno asombro a propios y extraños, no es menos cierto que quienes han experimentado -sin suerte- laborar en las mismas la conciben como entidades donde el éxito y el reconocimiento dependerá de lo bien o mal que sean visto por los dueños, más allá de la eficiencia, la eficacia y la efectividad que se posea en la labor o el tiempo que se haya dedicado a la misma. En las empresas familiares la moneda de menor denominación vale tanto o más que cualquier otra, las inversiones son discutidas en las mesas directivas, por más básicas que sean y suele

compensarse al personal con lo mínimo permitido, pues lo que se pretende es mantener o incrementar la riqueza de la familia. Sólo la familia cuenta. Son empresas con un alto índice de rotación el cual se considera normal e incluso beneficioso, pues permite ofrecer menos compensación al nuevo empleado aun cuando se trate de la misma tarea.

Pero no todas las cosas son negativas en las empresas de familia, pues su constante presión, particular estabilidad y excesiva supervisión generan conductas de responsabilidad, cuidado de los detalles, respeto a la autoridad y profundos deseos de superación y desarrollo, lo que las convierten en verdaderas universidades laborales donde sus egresados, en escenarios menos rígidos y contraídos, destacan por su capacidad de ahorro, precisión y habilidades de hacer más con menos.

Ahora bien, las empresas familiares parecen ser una utopía. Son empresas que pudieron o no surgir de una familia adinerada pero cuya visión de negocios posee como bases la sinergia, la valoración y la confianza. Estas organizaciones observan a sus integrantes como miembros de la familia, ya sean legítimos o adoptados, ofreciéndoles las mismas oportunidades de crecimiento y desarrollo, no descartan la supervisión, la auditoria y los controles pero tales mecanismos reposan en los valores éticos personales y en la confianza que se posee en quienes ejecutan las labores. Por considerarse una familia, observan el enriquecimiento como una consecuencia de la calidad de sus integrantes y reparten de manera equitativa, las utilidades que se generan sin que ello ponga en riesgo las finanzas de la empresa, pues entienden que en la medida de que todos estén bien la empresa también lo estará. Las empresas familiares procuran el esparcimiento y el desarrollo de una vida social de sus empleados, hacen lo posible por hacerlos sentir cómodos e involucrados con el éxito de la compañía, comparten el éxito de la misma manera en que asumen el fracaso, y

muestran verdaderos lazos fraternales cuando algún miembro del equipo sufre un accidente o una fatalidad. Sencillamente son una familia.

En las empresas familiares también se controlan los gastos y se evitan los excesos, pero no a través de políticas represivas o sanciones terminales, sino a través de la concienciación de sus integrantes. A diferencia de las empresas de familia, las organizaciones familiares no viven en una constante economía de guerra, pues aunque sus ingresos fluctúan como en cualquier otra organización han logrado sensibilizar lo suficientemente bien a sus empleados para que reaccionen de manera favorable ante esos cambios, cuando la empresa gana todos ganan y cuando la empresa pierde todos pierden, es tan simple como eso.

Pero tampoco todo en las empresas familiares es tan positivo y agradable, pues se crean tales lazos de fraternidad y cooperación que surgen elementos como el sacrificio personal y la ausencia de comunicación efectiva para evitar generar alteraciones en la empresa. Algunos empleados tratan de empalizar tanto con la firma que se abstienen de solicitar mejoras aun cuando la necesitan porque sienten que sería desleal realizar tales peticiones conociendo las condiciones de la empresa. Otros se valen de tales lazos para exigir contraprestaciones a sus servicios. Además se genera un clima de tal armonía y sensación de satisfacción que cuando se experimentan otros escenarios surgen sentimientos de frustración y añoranza de experiencias pasadas, elementos que pueden afectar el desempeño laboral.

En síntesis, puede decirse que la diferencia entre una empresa familiar y una empresa de familia está en la manera en que ese concepto es entendido, por una parte se expone de manera amplia y sin discriminación, todos forman parte de la familia y eso exige el sacrificio y la dedicación que el término encierra; por la otra parte, sólo los miembros de “la familia” deben contar con los privilegios

propios del poder que se posee y quienes quieran pertenecer a la misma habrán de ganarse a pulso, pero no en su totalidad, la confianza y el respeto que ello requiere. Dos polos opuestos con sus ventajas y desventajas que sugieren recordar aquella frase “todo en exceso es malo” lo que permite concluir que ya sea una empresa familiar o de familia lo importante es mantener siempre el equilibrio. No puede decirse que una es mejor que otra, dependerá de lo que se desea alcanzar la comodidad o inconveniencia de pertenecer a una de ellas, en lo que al empleado se refiere, pero si se convierte en un elemento de reflexión para quienes tienen que dirigir las, ya que “el éxito se construye sobre la base de gente satisfecha e identificada con la organización”¹⁰.

6.1.4 INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CON IMPACTO SOCIAL

La puesta en marcha de la democratización del conocimiento suscita una tensión de característica dual: de una parte tiene que ver con lo que espera la sociedad y le interesa respecto de las instancias capaces de producir conocimiento; y, de otra, lo que son las posibilidades e intereses propios de quienes hacen viable y ejercen la actividad científica.

La Universidad supera dicha tensión atendiendo a dos principios fundamentales:

El primero: la responsabilidad, entendida ésta como la rendición de cuentas ante el conjunto de la sociedad que espera de sus académicos la reflexión y el aporte a los problemas que considera importantes para el logro de sus ideales, y ante la comunidad científica y las instancias de gobierno.

¹⁰ Aportes extraídos de <http://www.gestiopolis.com>. Pequeña y mediana empresa, Pymes. SOCORRO, Félix En: revista Argentina "Conocimiento y Dirección" (C&D). Buenos Aires, N° 57: 2003.

El segundo: la coherencia, en el marco del desarrollo humano integral y sustentable, y de cara a la conformación de la sociedad del conocimiento, la investigación se convierte en referente mediante el cual la Universidad expresa su vocación de actor social eficaz, haciendo suyos los problemas e intereses de la sociedad, a la vez que promueve el debate constructivo sobre el tipo de ciencia, y la clase de tecnología que la sociedad requiere.

“La Universidad fomenta en sus procesos académicos la investigación formativa de los profesores y estudiantes para favorecer su espíritu de indagación, de crítica, de generación de pensamiento autónomo como también el acceso a los avances de la ciencia y al conocimiento de la realidad. La investigación formativa se constituye en camino a la investigación científica en sentido estricto”¹¹.

6.1.5 ENSEÑANZA PARA LA COMPRENSIÓN

Cabe anotar, que en el presente trabajo de grado, se denominará el modelo enseñanza para la comprensión, bajo la sigla EPC. Para efectos de minimizar su escritura para una ágil lectura.

Esta breve reseña del proyecto Enseñanza Para la Comprensión, beneficia al lector para ubicar orígenes, fundadores y primeros seguidores que emprendieron su desarrollo. El valor agregado que genera este trascendental modelo al presente trabajo de grado y por consiguiente, al área del conocimiento administrativo, ilumina el contexto dentro del cual se desarrolló la presente investigación. Este es nuestro propósito real, proponer a la Administración de Empresas, una herramienta práctica, vanguardista y eficiente; protagonizar y ser agente de cambio que permita actuar e incidir directamente en el progreso de las actuales

¹¹ www.lasalle.edu.co/principios-y-valores/procesos-articuladores. [con acceso, 26 de marzo de 2008, 2:30 p.m.]

condiciones sociales, culturales y económicas que atraviesa la sociedad Colombiana.

Desde 1988 hasta 1995 el grupo de investigadores de la Escuela de Graduados de Educación de Harvard colaboró con docentes de las escuelas cercanas a ésta, en una investigación que trata las siguientes cuestiones:

- ¿Qué tópicos vale la pena comprender?
- ¿Qué deben comprender los alumnos sobre esos tópicos?
- ¿Cómo podemos fomentar la comprensión?
- ¿Cómo podemos averiguar qué es lo que comprenden los alumnos?¹²

La presentación general del modelo EPC, a grandes rasgos, es un marco conceptual de cuatro partes, cuyos elementos retoman cada una de las preguntas arriba planteadas.

Primero, define qué vale la pena comprender, organizando el currículo alrededor de *tópicos generativos* que son centrales para una materia, interesantes para los alumnos y vinculados con las pasiones del docente.

Segundo, clarifica lo que comprenderán los alumnos al formular *metas de comprensión* explícitas que están centradas en ideas y en preguntas fundamentales de la disciplina, y hacen públicas estas metas para los alumnos, los padres y otros miembros de la comunidad escolar.

¹² PERKINS, David. “¿Qué es la comprensión?”, en Martha Stone Wiske; Enseñanza para la comprensión. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1999. p. 24.

Tercero, favorece la comprensión de los alumnos de tales metas al comprometer a los estudiantes en *desempeños de comprensión* que les exigen extender, sintetizar y aplicar lo que saben. Los desempeños de comprensión ricos permiten a los alumnos aprender y expresarse por medio de inteligencias y modos de expresión múltiples; a la vez desarrollan y demuestran comprensión.

Cuarto, mide la comprensión de los alumnos realizando una *evaluación diagnóstica continua* de sus desempeños. Las evaluaciones son más poderosas educativamente cuando se producen a menudo, se basan en criterios públicos directamente vinculados con metas de comprensión, son realizadas tanto por los alumnos como por los docentes y generan recomendaciones constructivas para mejorar los desempeños. Las evaluaciones diagnósticas continuas le dan forma a la planificación y miden la comprensión de los alumnos.

En 1988 y 1989, los directores del proyecto, Howard Gardner, David Perkins y Vitto Perone, invitaron a un pequeño grupo de colegas que trabajaban en la universidad y en escuelas a que planificaran una investigación tendiente a una pedagogía de la comprensión. La mayoría de los participantes del ámbito universitario estaban asociados con el proyecto cero, un centro de investigación de la Escuela de Graduados de educación de Harvard dirigido por Perkins y Gardner¹³. Los investigadores del proyecto Cero estudian la cognición humana en una diversidad de dominios y buscan aplicar sus hallazgos al mejoramiento del pensamiento, de la enseñanza y del aprendizaje en diferentes entornos educativos.

Tanto sus esfuerzos de planificación como el programa de investigación de cinco años resultante fueron posibles gracias al apoyo de la fundación Spencer.

¹³ *Ibíd.* p. 24,25

Durante el primer año de investigación, los directores del proyecto reunieron a docentes de lengua, matemática, historia y estudios sociales, y ciencia de seis escuelas secundarias y una escuela media. Se encontraron con un grupo de investigadores interesados en el aprendizaje, la pedagogía, el desarrollo de los docentes y el mejoramiento de la escuela. Un total aproximado de veinte docentes y catorce investigadores universitarios, formaron grupos centrados en materias particulares y empezaron por preparar casos sobre los mejores esfuerzos realizados por docentes para enseñar para la comprensión. El análisis de los casos, formularon los rasgos de la enseñanza para la comprensión dentro de un marco preliminar.

Docentes de una gran variedad de escuelas participaron en una serie de reuniones de dos horas, durante las cuales se les presentó el marco conceptual y se ayudó a usarlo para diseñar una unidad curricular. Estos docentes de diversas materias en general respaldaron el marco conceptual en formación y recomendaron posteriores refinamientos.

Durante El tercer año del proyecto, la investigación en el aula con el marco conceptual preliminar demostró que llegar a comprender cómo enseñar para la comprensión es un proceso complejo. Basándose en estos hallazgos, diseñaron un proyecto de investigación intensivo de acción colaborativa con cuatro docentes, que trabajaban en cuatro escuelas en diferentes materias.

Este estudio, realizado en 1993-94, analizó el proceso de aprendizaje tendiente a enseñar para la comprensión, la naturaleza de la práctica en el aula configurada por este marco conceptual y el trabajo de los alumnos en esas clases¹⁴.

¹⁴ Ibid. p. 26,27

A medida que esta investigación avanzaba, los miembros del proyecto respondieron a los pedidos de los miembros de la comunidad escolar que deseaban conocer el proyecto enseñanza para la comprensión (EPC). En el transcurso de la investigación y redacción del texto, los investigadores del proyecto y los docentes presentaron el marco de la EPC a más de doscientos docentes de todo Estados Unidos y de otros países. Actuaron como consultores en más de veinte escuelas con grupos de docentes que se comprometieron seriamente a revisar su práctica a partir de este marco conceptual¹⁵.

La indagación continua es el sello distintivo de la enseñanza para la comprensión, por tal razón, el lector o seguidor practicante de este modelo puede asimilar el tema desde diferentes puntos de vista, sin orden riguroso, según las preguntas que tenga de interés primordial puede ser estudiado el modelo. La EPC exige esfuerzos combinados y coordinados para poder observar su desempeño y aplicación, si campo de acción es bastante amplio incluye desde investigadores universitarios hasta investigadores educativos con intereses en la práctica; Preocupados por las bases conceptuales que posee el estudiante o la persona común que se interesa plenamente en recibir el conocimiento.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

ACCIÓN: Es una forma de llevar a la practica algo que se tiene planeado hacer, donde se involucra la conducta humana.

ACTIVIDAD: Es la realización o desarrollo de una tarea o acción por una persona.

AUTOGESTIÓN: Es la gestión directa por parte de sus propios integrantes, sin acudir a métodos externos o a mediación externa.

¹⁵ Ibid. p. 27

COMUNIDAD: Es un grupo de personas que se ven relacionadas por costumbres, idioma, edad, estatus social, etc.

DIALÉCTICA: Es un método de razonamiento, de cuestionamiento y de interpretación.

EPISTEMOLOGÍA: La epistemología se ocupa de problemas tales como las circunstancias históricas, psicológicas y sociológicas que llevan a que un hecho se desarrolle y que permita a demás que se justifique o invalide.

EXPLOTACIÓN SOCIAL: Es un problema o problemas producidos por la desigualdad social en donde se ve relacionada también la parte económica y que puede ser causada por el mal manejo del dinero, esta en la mayoría de los casos es manipulada por los sectores de mas poder o mayor influencia, sobre los sectores menos favorecidos o mas débiles.

HOLÍSMO: Es la forma como se trata un tema donde se involucran todos sus componentes. Normalmente se usa como una tercera vía o nueva solución a un problema.

INVESTIGACIÓN: Es una manera de indagar, de buscar soluciones a problemas científicos o permite también la búsqueda de conocimiento.

MARGINACIÓN: Es una situación en la que se puede evidenciar una desventaja profesional, de estatus, económica o política de una persona o grupo de personas a las que se les dificulta integrarse en una comunidad o grupo social.

PARTICIPACIÓN: Es la acción de involucrarse en el desarrollo de una actividad o proyecto.

PEDAGOGÍA: Es la ciencia que estudia a la educación como fenómeno típicamente social y específicamente humano.

PRAXEOLOGÍA: Es la forma en que la persona incrementa su satisfacción eliminando una fuente de descontento.

SOCIEDAD: Es un conjunto de personas que comparten rasgos culturales y de conducta que se relacionan entre si para formar un grupo o comunidad.

6.3 MARCO GEOGRÁFICO

Para realizar una investigación de acción participativa, es necesario observar ciertas características de la localidad donde se va a trabajar las cuales nos van a permitir identificar la población con la que se va a interactuar.

La localidad cuarta de San Cristóbal se encuentra ubicada en los cerros al sur oriente de Bogotá. Hacia 1920 en esta zona nace el Barrio 20 de Julio y en los años 40 surgen barrios como Vitelma, Santa Ana, Santa Inés y Suramérica. Tras el período de violencia partidista 1948-1958, el sur-oriente de Bogotá vio aumentar vertiginosamente sus índices poblacionales debido a las familias campesinas desplazadas provenientes fundamentalmente de Cundinamarca, Boyacá, Tolima y Santander que llegaron a la ciudad en busca de nuevos horizontes.

Nuevos asentamientos espontáneos producto de las urbanizaciones piratas se convierten en alternativas de las necesidades de vivienda del recién llegado, lo que hizo evidente la falta de planeación para orientar el desarrollo de esta parte de la ciudad.

En 1972 San Cristóbal se convierte en la localidad cuarta de Bogotá, ocupando el octavo lugar en tamaño entre las 20 localidades de la ciudad. La localidad está conformada por tres sectores, en la parte baja se encuentran los barrios con las mejores condiciones físicas y de acceso. En la parte media está ubicado el 70% de los barrios y su principal característica es el uso residencial y comercial intensivo, así como la concentración de barrios de estrato 1 y 2. El tercer sector se ubica en la parte alta y afronta difíciles condiciones en cuanto a la calidad de vida de sus habitantes que son predominantemente de estrato uno¹⁶.

LOCALIZACIÓN: La localidad de San Cristóbal se ubica en el sur oriente de la ciudad, y tiene los siguientes límites:

Norte: con la localidad de Santafé.

Sur: con la localidad de Usme

Oriente: con los municipios de Choachi y Ubaque

Occidente: con las localidades de Rafael Uribe y Antonio Nariño.

San Cristóbal tiene una extensión total de 4.816,32 hectáreas (ha), de las cuales 1.629,19 se clasifican en suelo urbano y 3.187,13 corresponden a suelo rural. El total del suelo rural de San Cristóbal pertenece a la estructura ecológica principal de la ciudad, ya que hace parte de los cerros orientales de Bogotá.

¹⁶ Los conceptos aquí mencionados fueron sacados de: San Cristóbal, localidad No. 4, en el documento: <http://www.bogota.gov.co/decide.php?patron=1.090703>. [con acceso, 3 de abril de 2007, 10:15 a.m.]



Figura 1. Localización de la localidad de San Cristóbal, *Fuente IDU*.

BARRIOS: La localidad de San Cristóbal presentaba 211 barrios, en el año 2.002; la UPZ San Blas figura con el más alto número de barrios (64), seguida por las UPZ los Libertadores y La Gloria, con 54 y 46 barrios respectivamente.

POBLACION: En el 2.002 se estimaba para la localidad de San Cristóbal una población de 457.726 habitantes, que representan el 7,01% del total de población de la ciudad.

La composición de la población residente de San Cristóbal por edad muestra una localidad con una población eminentemente joven, en donde el 33.23% de ésta es menor de 15 años y un 4% es mayor de 64 años; la fuerza de trabajo de la localidad está representada por 334.238 personas que corresponden al 73.02% de la población local; por sexo la composición es del 49.57% de hombres y 50.43% mujeres.

NECESIDADES BASICAS INSATISFECHAS: San Cristóbal tiene el 17,8% de su población en situación de pobreza y el 2,9% en situación de miseria.

Es importante precisar que los niños entre 0 a 5 años y las mujeres entre los 15 y 49 años se catalogan como las poblaciones más pobres y en miseria.

San Cristóbal tiene el tercer porcentaje más alto de su población en pobreza y miseria respecto del total de su población.

El 77% de la población de San Cristóbal habita en viviendas estrato dos, el 15% viven en predios estrato tres y el 8% restante se ubica en viviendas estrato uno.

EDUCACIÓN: En el año 2001 la localidad de San Cristóbal contaba con 66 instituciones oficiales y 131 no oficiales, también allí se localizan tres centros de educación no formal.

SALUD: La localidad de San Cristóbal cuenta 10 instituciones públicas prestadoras de servicios de salud (IPS), adscritas a la Secretaria de Salud, de las cuales cinco son Unidades Primarias de Atención en salud (UPAS), una es Unidad Básica de Atención en Salud (UBA), una corresponde al Centro de Atención Médica Inmediata (CAMI) y tres corresponden al hospital de Primer Nivel San Cristóbal, el hospital de II nivel de Atención San Blas y el hospital de III nivel de Atención La Victoria. Así mismo, en San Cristóbal se ubican 109 instituciones privadas prestadoras de servicios de salud dentro de los que se destacan los hospitales de III nivel de salud: La Samaritana, San Rafael, el Instituto Materno Infantil Concepción Villaveces y el Instituto de Cancerología.

CULTURA: La localidad tiene una biblioteca, ubicada en la UPZ La Gloria, tres centros culturales y artísticos, ubicados en las UPZ Sosiego y 20 de Julio y dos salas de cine localizadas en la UPZ 20 de Julio; las demás UPZ no cuentan con biblioteca u otro equipamiento cultural.

RECREACIÓN Y DEPORTE: En lo referente a las zonas verdes y parques, según la base de datos del Instituto Distrital de Recreación y Deporte, la localidad de San Cristóbal cuenta con 253 zonas verdes y parques que suman 1'764.554,08 metros cuadrados, lo que equivale a 3,86 m² por habitante. Este indicador no es tan bajo en comparación con las otras localidades como La Candelaria, Ciudad Bolívar y Bosa. No obstante, este indicador es bajo con respecto al indicador promedio de la ciudad (4,82 m²/hab)¹⁷.

¹⁷ Los conceptos aquí mencionados fueron sacados de: Localidad No. 4: San Cristóbal, en el documento:www.veedurriadistrital.gov.co/es/download.php?uid=0&grupo=238&leng=es&det=10395. [con acceso, 24 de Agosto de 2007, 5:45 p.m.]

7. DISEÑO METODOLÓGICO

7.1 TIPO DE ESTUDIO: INVESTIGACIÓN ACCIÓN PARTICIPATIVA (IAP)

Este es un enfoque distinto a los tradicionales, en el cual se da un papel de protagonista principal a los miembros de la comunidad donde se realiza la investigación, donde estos van a ser actores de su propia transformación y construcción de su proyecto de vida.

El papel antagonista es desarrollado por los investigadores, quienes cumplen un rol de facilitadores o agentes de cambio; se busca, de esta manera reemplazar la dicotomía de sujeto-objeto, por una conceptualización de las personas; es decir, una interacción del grupo de investigadores con las personas participantes en el proceso de capacitación, a los cuales denominaremos, comunidad.

Este tipo de investigación es de gran ayuda en la comunidad del Colegio los Alpes, gracias a sus fundamentos, como son, darle importancia a la interpretación y transformación recíproca de la concepción del mundo, del propio ser humano y de la realidad de sus condiciones. En donde no hay descubrimientos, sino que, por el contrario, es el resultado de la transformación objetiva y subjetiva, que tiene por objeto principal este tipo de investigación; de allí deriva la importancia del papel del facilitador o agente de cambio, la cual es orientar la transformación de la comunidad investigada y buscar mejorar su calidad de vida.

Es de aquí en donde varios autores como Cano Flórez, argumentan que este tipo de investigación, “es la que genera mayor interacción con la comunidad, siendo así un proceso eminentemente educativo de autoformación y autoconocimiento de

la realidad, teniendo una participación directa la comunidad sobre la que recae la investigación”¹⁸.

Todo esto manejado dentro del contexto socioeconómico y cultural en el que viven, con el objeto de que los facilitadores propongan e implementen alternativas de solución a los problemas que se presenten; Este método es percibido como un modo de investigar con la comunidad, en función de la generación de procesos para la transformación de la realidad de sus condiciones, como el resultado de una reflexión e investigación continua de la realidad, pero con el énfasis de no sólo conocerla, sino de transformarla. Por lo tanto, para la investigación acción participativa es necesario que el grupo, es decir los investigadores y la comunidad compartan y tengan como compromiso la planificación, la toma de decisiones y la ejecución del plan de desarrollo del proceso; que en este caso, en particular, fue denominado como un programa de capacitación y fortalecimiento empresarial. .

Es indispensable exponer el porqué, se trabajó con el enfoque que plantea la IAP, su respuesta es muy sencilla, deriva de la necesidad de trabajar con una metodología que sea flexible, en cuanto a la participación e interacción con la comunidad que se va a investigar, es por esto que los facilitadores basados, en investigaciones ya realizadas y bajo los parámetros de la línea de investigación que plantea la Universidad, desarrollan este proceso bajo este tipo de investigación. Teniendo así la oportunidad de trabajar con la comunidad del colegio los Alpes, en donde llegan a conocer a fondo algunas de sus necesidades y problemáticas más sobresalientes; se busca conjuntamente posibles soluciones a algunas de éstas, desde el punto de vista empresarial, el cual, es el eje de esta investigación.

¹⁸Estos conceptos fueron extraídos de. Investigación participativa: inicios y desarrollos, Cano Flores. Milagros. <http://www.mx/iiescxa/revista2/mili2/html>. [con acceso, 17 de octubre de 2007, 9:52 p.m.]

7.2 FUENTES

7.2.1 FUENTES PRIMARIAS

La información recopilada para esta investigación fue obtenida, en principio, por una encuesta realizada a los padres de familia del Colegio Los Alpes, mediante ésta se obtuvieron datos básicos de gran importancia para el desarrollo de las sesiones que se aplicarían en el transcurso de la capacitación, estos datos nos permitieron identificar edades, nivel de educación y la idea de negocio que cada persona tenía por desarrollar en este momento, de manera que fueron utilizados para la elaboración del programa de estudios y posterior aplicación durante la capacitación.

7.2.2 FUENTES SECUNDARIAS

Para el desarrollo de las sesiones fueron utilizados libros de principios de administración, mercadeo, contabilidad básica y temas de revistas con ejemplos prácticos de la vida real, de manera que eran de fácil comprensión para todas las personas, también nos apoyamos en videos de casos empresariales que permitieron a los participantes tener idea de cómo han surgido las grandes empresas, ver como han logrado llegar al sitio donde están y como se han mantenido.

7.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

A continuación conoceremos los instrumentos necesarios para conocer las diferentes apreciaciones, intenciones, pertenencia y opinión de los asistentes a este proceso de capacitación.

7.3.1 MÉTODO DE OBSERVACIÓN

Observar es advertir los hechos como se presentan, de una manera espontánea, y consignarlos por escrito. Observación como procedimiento de investigación puede entenderse como “ el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”¹⁹.

Es así que con base en las ventajas que brinda este método, los facilitadores apropiaron algunas características de éste en la investigación, ya que otros métodos se enfocan básicamente a la verificación de teorías generales en un contexto en particular, objeto que no es buscado por esta investigación, sino que, por el contrario, necesita de una herramientas que le brinde diagnósticos, con el fin de establecer antídotos o planes de acción, pilar fundamental de la IAP, es por esto que los facilitadores usan este método para identificar características, tendencias, y reacciones, entre otros, de la comunidad que se va a investigar, con el propósito de establecer una serie de parámetros en el plan de acción al iniciar la investigación, durante ésta y posterior a la terminación de la misma; es decir, una guía de ejecución para alcanzar el objetivo del proceso de investigación.

7.3.2 ENCUESTAS

Debido a que esta investigación pretende conocer la intención de los asistentes a capacitarse, cómo es proceso de aprendizaje dentro de la capacitación y cuál es su opinión antes y después de la capacitación. Se determinó que era necesario la implementación de encuestas, es así como se implementaron dos formatos, el

¹⁹ MENDEZ, Carlos. METODOLOGIA Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá. McGraw Hill, 1995, p 49.

primero que se desarrolló fue una encuesta inicial (ver anexo A), encuesta general inicial) con el objeto específico de conocer cuál era su apreciación y progreso en el proceso, posteriormente, dentro del proceso, se realizó otro tipo de encuesta, la encuesta aplicada en cada sesión con respuesta abierta o cerrada (ver anexo B, encuesta evaluación de clase), la cual en algunos casos se desarrollaba con ayuda del entrevistador; es decir, que la encuesta era dirigida por el facilitador, se realizó de esta forma buscando cuatro objetivos, el primero que no fuera algo predecible y establecido; segundo, que fueran experiencias dinámicas; tercero, que los participantes pudieran dar a conocer su punto de vista de la manera más imparcial posible, sin que llegaran a sentirse condicionados y, por último, que sus respuestas fueran lo más verídicas posibles, este es el motivo por el cual los facilitadores siempre realizaron las encuestas, de distintas formas; por ejemplo, en mesa redonda, de forma individual y a modo de conversación informal.

Metodología que fue de gran ayuda, en el momento de necesitar una cuantificación del progreso de la población; además de servir como instrumento de validación, en el campo de investigación.

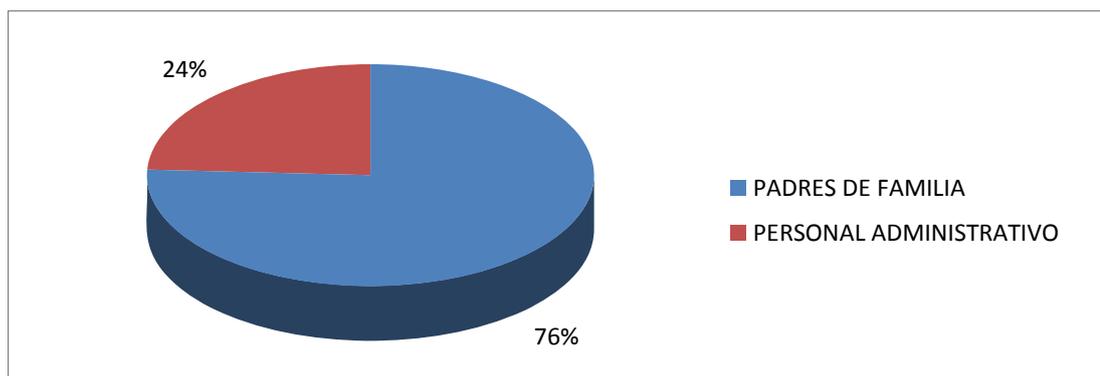
Es así como las encuestas tuvieron un gran rol dentro de este proceso, ya que se realizaron tanto en el primer acercamiento de los investigadores o facilitadores con la comunidad, como en cada una de las sesiones, de aquí la importancia de este instrumento en esta investigación.

7.4 POBLACIÓN

La población con la que se desarrolló este proyecto, como se explica anteriormente, fue con los miembros de la comunidad de la localidad cuarta, localidad de San Cristóbal; específicamente, de los sectores de los Alpes, Ramajal y San Cristóbal, en el sur oriente de la capital Colombiana. Cada uno de

ellos pertenecientes a la comunidad del colegio los Alpes, en un 76% padres de estudiantes de este plantel, y 24% parte de la administración del mismo.

Gráfica 1. Distribución de participantes.



Fuente: Los autores. Basados en las encuestas aplicadas.

La población está integrada por miembros pertenecientes a la comunidad del Colegio los Alpes, ubicado en el barrio San Cristóbal. Entendemos la población como “un conjunto de todos los elementos que comparten algún grupo de características comunes y que forman el universo para el propósito del problema de la investigación”²⁰.

En la investigación la población o el universo de la investigación, la componen los padres de familia del colegio y el personal administrativo del colegio los Alpes.

7.5 MUESTRA

Para efectos investigativos “una muestra es un subgrupo de la población que se selecciona para participar en el estudio”²¹ basados en esto y en debido a que para esta investigación se realizó una convocatoria en el colegio los Alpes, con el fin de

²⁰ MALHORTA. Naresh. Investigación de mercados: un enfoque práctico. p. 359

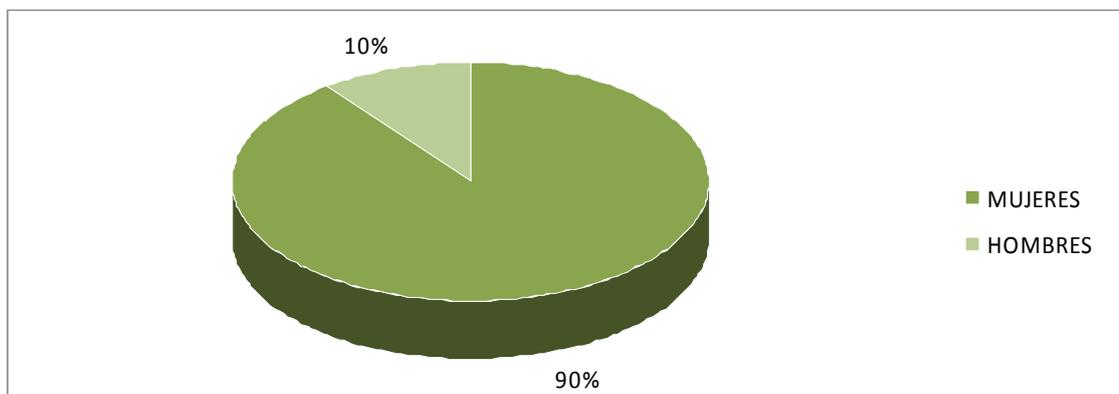
²¹ Ibíd. p. 361

formar un grupo que realmente tuviera la decisión, dedicación y deseo de participar en el proceso, se estableció que la muestra es el grupo de personas que terminó satisfactoriamente este proceso.

Es así como podemos determinar que la muestra para esta investigación está compuesta por un grupo de 29 personas en donde tres de estos son hombres el cual corresponde a un 10.5% y veinte y seis mujeres correspondiente a un 89.5%. (Ver gráfica 2)

Muestra donde podemos encontrar características equidistantes como el margen de edades el cual oscila entre 16 y 75 años, la diferencia de más de un 80% entre mujeres y hombres en cuanto a participación de la investigación. Entre otras que se mencionarán más adelante.

Gráfica 2. Género.



Fuente: Los autores. Basados en las encuestas aplicadas.

8. PROPUESTA METODOLÓGICA APLICADA EN EL DESARROLLO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIRIGIDA A LOS PADRES DE FAMILIA DEL COLEGIO LOS ALPES

8.1 CONTENIDO DE LAS SESIONES DE LA INVESTIGACIÓN

El avance de este proceso investigativo se desarrolló mediante una serie de sesiones previamente establecidas en un programa, el cual a partir de este momento denominaremos syllabus, éste fue diseñado bajo tres pilares, en primer lugar, bajo una serie de parámetros, que delimitan la actividad tanto empresarial como administrativa; es decir, bajo una serie de supuestos, herramientas y teorías que propugna la administración de empresas y la creación de empresas; un segundo pilar que se ayuda de otros programas ya realizados en otro tipo de escenarios, pero que busca o tiene como objetivo principal la creación y el fortalecimiento de la empresas, y por último, pero no menos importante, un pilar que busca integrar los dos anteriores pilares, interrelacionándolo con las necesidades planteadas por la comunidad; es decir, que sus inquietudes y sugerencias son tenidas en cuenta en el momento de desarrollar el mapa teórico-practico que se va a desarrollar con el fin de alcanzar los objetivos planteados.

8.1.1 SYLLABUS

El programa que fue diseñado y puesto en práctica, está compuesto por un total de ocho temas principales (ver anexo C, syllabus) con sus respectivos subtemas, los cuales abarcaremos con mayor profundidad más adelante, este syllabus tuvo una duración de 10 sesiones cada una de cuatro horas; éstas sesiones se llevaron a cabo los días sábados, en las instalaciones del colegio los Alpes.

8.1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL SYLLABUS

El syllabus está compuesto por las áreas principales de la profesión de administrador de empresas, las cuales son la administración como ciencia, los mercados, las finanzas y la producción, todo esto acompañado de las teorías y herramientas administrativas; además de esto, está integrado por distintas ayudas didácticas, que apoyan al proceso de capacitación.

8.1.1.2 SESIONES

Como se mencionó anteriormente, cada una de las sesiones tuvo una intensidad de cuatro horas semanales, de manera presencial en donde interactuaba la comunidad; es decir, aquellos sobre los que recaía el objeto de la investigación y los facilitadores o investigadores. La comunidad aparte de estas cuatro horas tenía la posibilidad de realizarle consultas a los facilitadores ya fuera vía telefónica o virtual, con el objeto de precisar conceptos o despejar dudas o brindar asesoramiento en temas administrativos.

Adicionalmente, se entregó un material de apoyo en cada una de las sesiones, con el que se buscaba que la comunidad tuviese un material de futura consulta, en donde pudiera encontrar todas las herramientas de manera sencilla y clara.

8.1.2 DESARROLLO DE LAS SESIONES

El grupo de estudiantes de último semestre de Administración de Empresas de La Universidad de La Salle, en colaboración con el Dr. Dagoberto Castillo, desarrolló un Syllabus que respondiera a las necesidades concretas de este grupo de padres, y posteriormente, con el respaldo y asesoramiento continuo de la Dra. Yolanda Álvarez, como directora de tesis, se continúa con el desarrollo del

programa, en aras de cumplir con el objetivo de dicha capacitación, el cual no es más que darles a los padres de familia los conocimientos necesarios para un óptimo desarrollo de sus actividades comerciales. Programa que se desarrolló en forma continua, los días sábados de 10:00 am – 2:00 pm desde el día 24 de marzo hasta el 22 de junio.

8.1.2.1 PRIMERA SESIÓN

En esta sesión se realizó un primer acercamiento entre el grupo de investigación y la población del colegio los Alpes, en donde los facilitadores expusieron la temática, y los objetivos que tenía el programa de capacitación y la comunidad dio a conocer sus inquietudes y necesidades; además de esto, el Doctor Dagoberto Castillo realizó una presentación de la Universidad de La Salle, y dio a conocer sus políticas y su filosofía y recalcó su objetivo de ayuda a la comunidad.

8.1.2.2 SEGUNDA SESIÓN

24 de marzo de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Motivación para la creación de empresas

- Desarrollo del espíritu empresarial.
- El pensamiento creativo.
- Crecimiento empresarial.

La empresa

- ¿Qué es una empresa?
- Clasificaciones de las empresas “navegando entre pirañas”.
- Sectores económicos.
- Elementos de las empresas.
- Áreas funcionales de las empresas.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA UTILIZADA:

- Proyección del video “creación de empresas”.
- Socialización del video.
- Dinámica orientada sobre los tipos de empresa.
- Conclusiones individuales y grupales de la sesión.

8.1.2.3 TERCERA SESIÓN

31 de marzo de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

La administración

- Funciones de las empresas.
- Proceso administrativo.
- Organización.
- Dirección.
- Liderazgo.
- Planeación táctica y estratégica.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA UTILIZADA:

- Presentación del caso empresarial.
 - Taxis 2111111.
- Socialización ¿Cómo empezaron los grandes y exitosos empresarios?
- Mesa redonda de discusión sobre los aspectos más relevantes de los casos.
- Presentación sobre las funciones y procesos administrativos.
- Conclusiones.

8.1.2.4 CUARTA SESIÓN

14 de abril de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Determinación de la empresa

- Definición sobre la misión empresarial.
- Definición de la visión empresarial.
- Nombre y objetivo empresarial.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA UTILIZADA:

- Presentación del caso empresarial.
 - “touche lingieri”.
- Exposición por grupos del caso empresarial.
- Discusión sobre los temas tratados.
- Determinación de las características de la idea de negocio de cada uno en relación al tema tratado.

8.1.2.5 QUINTA SESIÓN

21 de abril de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Estudio de mercados

- Concepto y diferencias entre producto y servicio.
- La oferta y la demanda.
- El cliente.
- Canal de distribución.
- La promoción de mi producto.
- El precio.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA UTILIZADA:

- Presentación del caso empresarial.

- “el zar de la patilla”.
- Socialización del caso.
- Establecer relaciones entre el tema tratado y la realidad de cada empresa o idea de negocio.

8.1.2.6 SEXTA SESIÓN

28 de abril de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Diagnostico DOFA

- Conceptos del DOFA.
- Debilidades.
- Oportunidades.
- Fortalezas.
- Amenazas.
- Importancia y relación con el estudio de mercados.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA UTILIZADA:

- Presentación de caso empresarial.
- “Apple”.
- Desarrollo de diagnósticos DOFA.
- Discusión del tema.
- Trabajo en grupo y exposición de conclusiones.

8.1.2.7 SÉPTIMA SESIÓN

5 de mayo de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Costos y gastos

- Costos y gastos de la empresa.

- Diferencias.
- Clasificación.
- Costos variables.
- Materias primas.
- Materiales de consumo e insumo.
- ¿Cómo calcular el costo variable?
- Capital de trabajo.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA UTILIZADA:

- Desarrollo del taller de costos aplicado a cada caso en particular.
- Discusión y solución de dudas.
- Conclusiones.

8.1.2.8 OCTAVA SESIÓN

12 de mayo de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Aspectos legales

- Aspecto comercial.
- Aspecto laboral.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA UTILIZADA:

- Charla por parte de un profesional en derecho.
- Consultorio jurídico.

8.1.2.9 NOVENA SESIÓN

19 de mayo de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Impuestos

- Concepto de impuesto.

- Elementos del impuesto.
- Clasificación y descripción.
- Tarifas, bienes y servicios excluidos y exentos.
- Régimen simplificado y común.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

- Discusión en grupos sobre el tema.
- Exposición sobre las conclusiones de cada grupo.
- Determinación de los impuestos en cada negocio o idea de negocio.

8.1.2.10 DÉCIMA SESIÓN

2 de junio de 2007

CONTENIDO TEMÁTICO:

Recapitulación del temario de la capacitación

- Breve resumen del temario.
- Solución de dudas.
- Exposición de planes de negocio exitosos.
- Exposición de alternativas de financiación.
- Presentación de casos empresariales de los facilitadores.
- Conclusiones.

8.1.2.11 DÉCIMA PRIMERA SESIÓN

9 de junio DE 2007

Formalización de proyectos

- Revisión al anteproyecto.
- Corrección y sugerencias al anteproyecto.
- Aclaración de dudas.
- Conclusiones.

- Establecimiento de la fecha de entrega del proyecto de grado.

8.1.2.12 DÉCIMA SEGUNDA SESIÓN

22 de junio de 2007

Recepción de trabajos y retroalimentación del programa.

8.2. DESCRIPCIÓN DEL MODELO ENSEÑANZA PARA LA COMPRENSIÓN

El proyecto está centrado en un modelo de pedagogía vanguardista denominado “**Enseñanza para la Comprensión**”, el cual busca responder, desde el área de la administración, específicamente desde la óptica de la investigación de la acción participativa a las actuales condiciones sociales, culturales y económicas que atraviesa la comunidad de los Alpes, más exactamente el colegio distrital del mismo nombre.

Las actuales condiciones sociales y políticas que atraviesan los sujetos de esta comunidad generan determinadas actitudes de exclusión y de relaciones que hacen evidente la crisis de un sistema educativo poco idóneo para la actual realidad que vive el país. En estos términos, sería importante generar nuevos espacios de participación con el objetivo de promover horizontes culturales que pretendan un cambio en los órdenes estamentales de la sociedad, no a corto sino a largo plazo, donde las comunidades, desde los más pequeños hasta los más avanzados de edad, tengan acceso a un nuevo modo de vida que les permita una forma de ganarse el diario de manera más digna. Para este fin se propuso el modelo Enseñanza para la Comprensión que consiste en que el estudiante pueda pensar y actuar con flexibilidad a partir de lo que sabe, y que pueda utilizar sus conocimientos de forma pragmática en su vida cotidiana; es un proyecto que va más allá de la memorización de contenidos y de las rutinas cotidianas en las que se embarca involuntariamente el estudiante, implica estimular el pensamiento para

que el alumno explique, demuestre, realice analogías permitiéndole llevar a cabo un verdadero proceso de enseñanza y aprendizaje. Su objetivo primordial es desarrollar la comprensión para promover un pensamiento científico, que lleve a los educandos a comprender o transformar su realidad.

La Enseñanza para la Comprensión (EPC) es un modelo de orientación constructivista que nació como respuesta norteamericana del Proyecto Cero en la Universidad de Harvard, liderado por David Perkins, Howard Gardner y Martha Stone Wiske.

Este paradigma tiene sus bases en la psicología cognitiva y la psicología del desarrollo, donde el sujeto es conocido como un individuo activo que construye modelos o representaciones mentales que le permiten conocer y comprender el mundo; cabe aclarar que los modelos y las representaciones mentales, no son una condición para la actividad pensante del sujeto; esta corriente pedagógica es lo que se denomina un constructivismo hacia delante y hacia fuera por lo que todo conocimiento debe ser práctico²².

Este modelo pedagógico se sitúa bajo un pilar fundamental que es el marco conceptual de EPC, entendido como una “estructura de investigación”, que promulga a través de su desarrollo una práctica reflexiva sobre el que hacer pedagógico; este marco conceptual debe integrar las cuatro preguntas clave, que fueron explicadas en el modelo EPC (ver numeral 6.1.5) anteriormente citadas. Sin embargo, desde la interpretación nuestra, surgen preguntas similares que cuestionan frecuentemente la misión del educador.

- ¿Qué temas son realmente importantes comprender?

²² PERKINS, David. “¿Qué es la comprensión?”, en Martha Stone Wiske; Enseñanza para la comprensión. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1999. p. 70.

- ¿Qué aspectos de esos tópicos deben ser comprendidos?
- ¿Sobre que quiero que los estudiantes comprendan?
- ¿Mediante que instrumentos podemos averiguar lo que los alumnos comprenden?²³

En el marco conceptual existen elementos que posibilitan el desarrollo a los anteriores cuestionamientos, estos elementos son la base en que se fundamenta el proyecto de EPC:

- TÓPICOS GENERATIVOS:

Se traducen en aquellos elementos que brindan al estudiante y al maestro la posibilidad de reflexionar sobre ¿qué vale la pena aprender?, identificando temas generativos y ejecutando propuestas curriculares alrededor de estos tópicos. Una de sus funciones principales es la de planear un currículo que vincule las preocupaciones y experiencias de la escuela con la vida cotidiana del alumno; es decir, generar un proceso de diálogo y consenso entre el saber científico o académico y el saber cotidiano de los sujetos, con el fin de integrarlos y estructurar un verdadero conocimiento.

- METAS DE COMPRENSIÓN:

Estas metas clarifican lo que el estudiante debe comprender, están centradas generalmente en ideas y preguntas fundamentales (hilos conductores), se hacen públicas para toda la comunidad educativa. En este proyecto buscamos definir metas de comprensión a partir de la estructuración de ejes generadores y tópicos generativos.

²³ Preguntas formuladas por los investigadores, desde la interpretación del modelo EPC.

- DESEMPEÑOS DE COMPRENSIÓN:

Los desempeños de comprensión son las actividades, tareas, ejercicios, proyectos, talleres, que los estudiantes realizan y les brindan la posibilidad de aplicar estos conocimientos a una situación dada. Implementar los desempeños implica que los alumnos aprendan a expresarse por medio de inteligencias y modos de expresión múltiples, a la vez que permiten demostrar las comprensiones que se plantean en las metas.

- EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA:

Es, a diferencia de los otros tres elementos, un proceso que busca ofrecer respuestas a las actividades, ejercicios, para una realimentación y mejora de los desempeños. La evaluación continua debe estar vinculada con las metas de comprensión porque este elemento será según el proyecto, el criterio básico para evaluar los desempeños; además se convierte en un proceso de auto evaluación y co - evaluación.

En síntesis, estos cuatro elementos permiten llevar a la práctica el marco conceptual de la EPC, lo que produciría un verdadero proceso de enseñanza y aprendizaje; proceso de flexibilización, de reflexión y aplicación de un conocimiento a una situación novedosa.

De acuerdo con esta breve descripción de la EPC, tenemos que el modelo parte de los tópicos generativos, accesibles e interesantes para los estudiantes en la medida en que se relacionan y se hacen evidentes claramente con respecto a su contexto social, económico, cultural y político; además de la gran motivación a nivel teórico, conceptual y afectivo por parte nuestra para incentivar este modelo con el objetivo que anteriormente se mencionó; los tópicos generativos que se pretenden plantear se sitúan en base a la estructura y las exigencias del proyecto de EPC, la configuración de cada uno de los tópicos generativos se hará de tal

forma que permita a los estudiantes llevar a cabo este proceso en términos de cuatro meses, aunque es un periodo corto de tiempo, se busca llevar a cabo la culminación de dicho proceso.

A continuación se describe el programa llevado a cabo en el colegio “Los Alpes”, desde los lineamientos que ofrece el modelo Enseñanza para la Comprensión.

TÓPICO GENERATIVO

Implementación y desarrollo de un programa de capacitación para la creación de empresa, dirigido a los padres de familia.

META DE COMPRENSIÓN:

Concebir, crear y consolidar empresa para mi beneficio y el de mi familia.

DESEMPEÑOS DE COMPRENSIÓN

Este programa se fijó, desde un principio, una serie de actividades que conllevaron a los participantes a encontrar el gusto y una metodología diferente de aprender. La temática, para algunos desconocida, no fue obstáculo para asimilar la información y el conocimiento administrativo.

Fue siempre una exigencia nuestra brindar y socializar el conocimiento que se iba a tratar mediante diferentes medios:

- Audiovisuales: Proyección de videos educativos, presentación de *power point* en todas las sesiones, para facilitar la comprensión del tema.
- Escritos: Talleres y ejercicios en clase, Facilitaban la interacción entre los estudiantes y la socialización del desarrollo de la tarea. Errores cometidos y la solución de los mismos.

- Casos: Situaciones del diario vivir, en donde se involucra la gestión empresarial y de emprendedor en diferentes campos de los negocios y proyectos. Realmente fue una de las actividades con mayor agrado y eficiencia.

EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA

Son las diferentes actividades de carácter académico y metodológico que fueron dirigidas y realizadas durante el transcurso del programa.

- Quices: Presentaciones escritas, donde se evaluaba al estudiante la comprensión del tema anterior y la recordación, para mejorar la comprensión del tema siguiente.
- Evaluación de clase: Entrega de un formato personal de opción múltiple previamente diseñado (ver anexo B), en donde conocíamos la opinión del estudiante referente a los talleres y dinámicas; el contenido temático, su comprensión y las sugerencias para ser acatadas.
- Trabajo de grado: Los miembros que hicieron parte de este programa tuvieron que presentar un escrito, como trabajo final, (ver anexo *en el CD multimedia) resultado del aprendizaje de todo el programa "*San Juan Bautista De La Salle*" que se llevó a cabo. Dichos trabajos fueron realizados enfocados a la idea de negocio de cada emprendedor, proyecto, o empresa en funcionamiento.

Posteriormente, los participantes que aprobaron satisfactoriamente el programa, fueron graduados y conmemorados en las instalaciones de la Universidad de La Salle, sede Chapinero, el día 11 de agosto de 2007 (ver anexo D) ante la presencia del señor Eduardo Zamudio, Decano de la Facultad de Administración de Empresas, Dagoberto Castillo, docente; Yolanda Álvarez, Directora trabajo de grado; Consuelo Salgado Trabajadora Social de la Universidad de La Salle y el señor Germán Avendaño, Rector del Colegio Distrital Los Alpes.

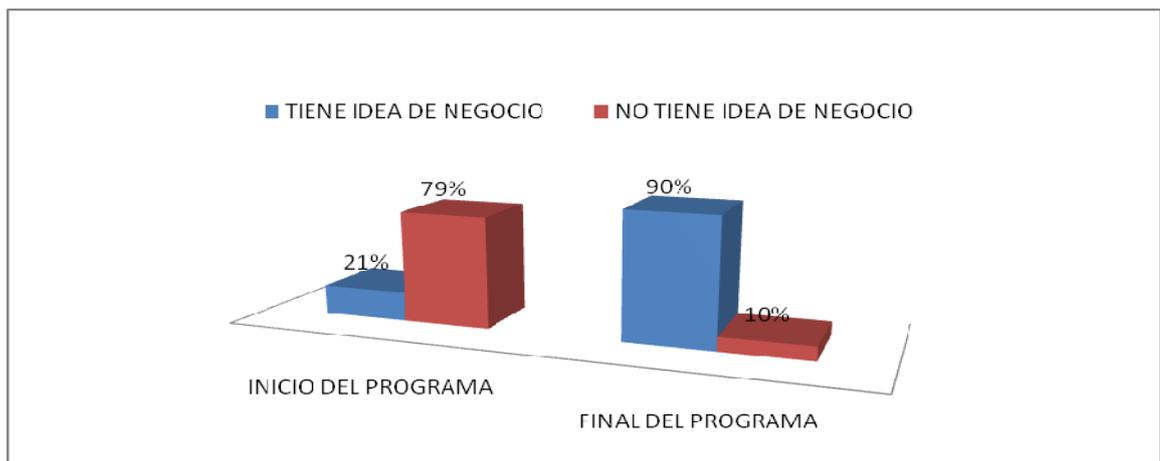
8.3 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

Tiene una gran relevancia el hacer un paralelo entre los datos adquiridos al inicio del programa, y los datos que se obtuvieron al final del mismo; se evidencia amplias brechas que denotan cambios drásticos tanto en temas netamente conceptuales, como en mentalidad empresarial.

Al inicio del programa uno de los aspectos más significativos era el hecho de sólo el 21% de los participantes del programa tenía alguna idea de negocio clara, es decir menos de la cuarta parte del grupo tenía un proyecto económico viable.

Aspecto que cambió sustancialmente a finalizar el programa de capacitación, dando como resultado que el 90% de los participantes tenía una idea de negocio definida y económicamente viable. Por lo tanto este aspecto tuvo una variación ascendente de 350%, lo cual es un resultado muy satisfactorio.

Gráfica 3. Porcentaje de ideas de negocio.

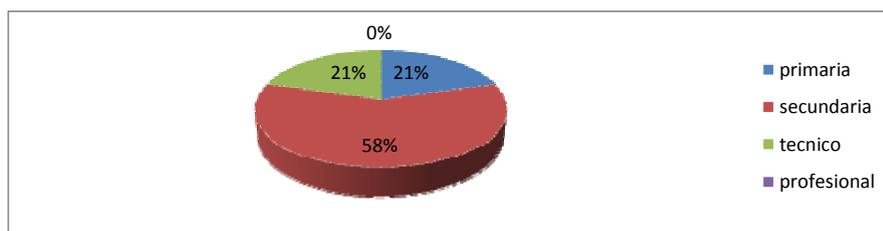


Fuente: Los autores. Basados en las encuestas aplicadas.

Esta brecha tan grande se presenta porque al final del programa los participantes ya tienen bases claras para iniciar sus ideas de negocio; es decir, ya son ideas totalmente estructuradas, situación que no era igual al iniciar el proceso.

VARIABLES QUE AFECTARON A ESTE ASPECTO EN GRAN MEDIDA FUERON POR EJEMPLO EL NIVEL DE ESCOLARIDAD QUE ES REALMENTE MUY BAJO, Y QUE REFLEJA QUE NINGUNO DE LOS MIEMBROS TENÍA NIVEL PROFESIONAL Y QUE TAN SOLO EL 21% TENÍA NIVEL TÉCNICO (Ver gráfica 4), por ende los conocimientos en cuanto a temas administrativos eran prácticamente nulos, como ellos mismos lo expresaron, algunos conocimientos que tenía eran producto de la praxis, pero sin ninguna base académica. (Ver gráfica 5)

Gráfica 4. Nivel de escolaridad.



Fuente: Los autores. Basados en las encuestas aplicadas.

Gráfica 5. Conocimientos administrativos.

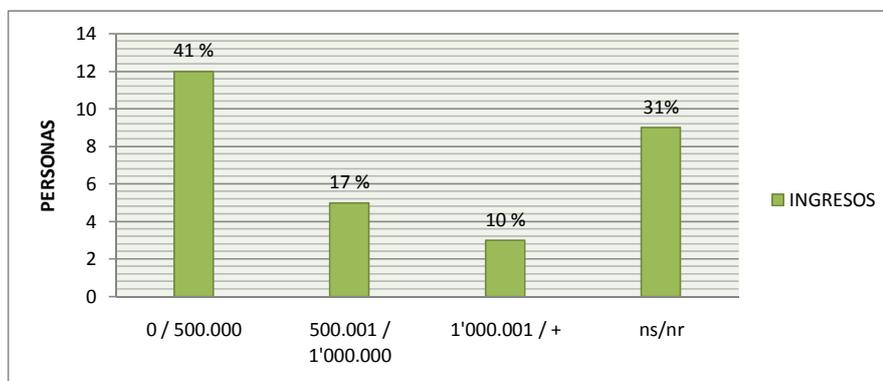


Fuente: Los autores. Basados en las encuestas aplicadas.

El conocimiento pragmático de estas personas era el resultado de su actividad, puesto que eran comerciantes o pequeños empresarios. Hacemos énfasis en que el conocimiento que habían adquirido era muy básico, ya que por sus condiciones económicas les había sido imposible iniciar algún programa de capacitación, con antelación a este programa, en donde pudieran adquirir bases sólidas para desarrollar sus negocios de una forma eficiente y eficaz.

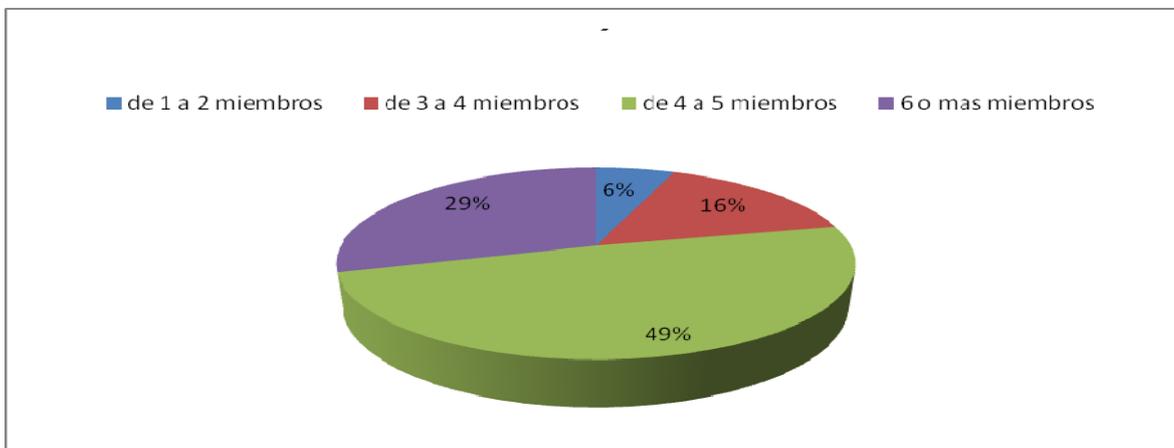
Al observar la estructura económica de los participantes es evidente que esta falencia en capacitación puede ser ocasionada por su bajo nivel de ingresos el cual oscila de uno a dos salarios mínimos (Ver gráfica 6), con el agravante de que sus núcleos familiares en un amplio porcentaje consta entre cuatro y cinco miembros, lo que acrecienta la dificultad económica y reduce sus niveles de calidad de vida. (Ver gráfica 7)

Gráfica 6. Ingresos en pesos.



Fuente: Los autores. Basados en las encuestas aplicadas.

Gráfica 7. Composición familiar.



Fuente: Los autores. Basados en las encuestas aplicadas.

Dentro de las evaluaciones que se realizaron a los padres de familia en cada sesión, se pudo observar por medio de un análisis cualitativo, las pautas necesarias para el desarrollo de un programa como este, es así como se concluye que este tipo de procesos deben ser dinámicos, abiertos, participativos y de lenguaje comprensible para ellos. Estas evaluaciones también nos permitieron verificar como era nuestro desempeño en el transcurso de las clases, y si en realidad los temas expuestos habían sido claros; el espacio destinado para las sugerencias nos permitió mejorar aspectos importantes en clases posteriores.

Al observar todas estas variables, es comprensible la dificultad administrativa que presenta la comunidad del Colegio los Alpes que cursó este programa de capacitación; no obstante, es de rescatar los deseos que tienen de progreso, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de su núcleo familiar. De ahí radica la relevancia e importancia que tiene una labor de capacitación, en temas específicos a comunidades como éstas; programas que reflejan la filosofía de ayuda de la comunidad Lasallista; además de de aportar al cumplimiento de los

objetivos del PEUL (Proyecto Educativo Universitario Lasallista) de la Universidad de la Salle.

8.4 DISCUSIÓN

Para quienes a diario desde las instituciones universitarias asumen el reto de investigar, la gran pregunta es ¿Cuál es su metodología apropiada para aplicar?, o ¿cuál es el método efectivo para poder obtener X o Y resultado? Entonces es cuando el investigador analiza el contexto en el que se encuentra trabajando y comienza a ver que las ciencias sociales no son ciencias exactas; por lo tanto, ellas no permiten asumir la misma metodología de trabajo en todos los casos, por lo cual el reto se convierte en tomar lo que se conoce y transformarlo para la realidad en la que el investigador está trabajando.

La mayor parte de la producción teórico-metodológica se ha hecho alrededor de la educación no formal. Aunque se pudiera encontrar trabajos de investigación desde el enfoque crítico social desde épocas coloniales, con los aportes de los padres de la iglesia católica y los ilustrados criollos en sus reflexiones emancipadoras.

Es sólo en el siglo XX, en que se ha visto con mayor claridad el desarrollo de una propuesta investigativa que estuviese dirigida no sólo a la teorización de la realidad, sino a la resolución efectiva de las problemáticas concretas. Ello inaugura una nueva forma de leer la realidad, donde la práctica investigativa, además de ser científica, tenía en cuenta la experiencia cotidiana, la historia y los intereses sociales específicos.

Situación, entonces, que ubica al investigador crítico-social en una dimensión política clara.²⁴

²⁴ LÓPEZ PARRA HIADER JAIME, Investigación cualitativa participativa. Enfoque crítico social. Ed: Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín 2002

El origen de este trabajo de grado, se incubó en la Facultad de Administración de Empresas de La Universidad de La Salle, donde este organismo establece y aprueba reanudar y consolidar los lazos denominados PROGRAMAS DE EXTENSIÓN SOCIAL.

En principio nosotros como estudiantes adoptamos con responsabilidad y pertenencia este programa, ya que su desempeño está sujeto a la observación y evaluación por parte de la Universidad, y con mayor razón, no podíamos faltar a la ideología, los valores y principios de nuestra institución universitaria.

Por lo tanto, asumimos el reto de “llevar la academia a la peculiaridad social”, este acercamiento llamó nuestra atención ya que discutíamos el verdadero destino de un trabajo de grado y cuál es su aporte a la humanidad.

Concluimos que la extensión social era una excelente opción para hacer algo útil de un trabajo de grado, no sólo plasmar y sustentar por escrito su viabilidad e importancia, eso no lo es suficiente; hace falta ponernos el overol, observar la realidad social colombiana, específicamente la bogotana, donde los brazos sociales de los programas del gobierno distrital no alcanzan a llegar a esas realidades, y si llegan, no alcanzan a cubrir la media de las comunidades menos favorecidas.

Al observar modelos como los establecidos en México y algunos países europeos, podemos ver la importancia y relevancia que tiene la Investigación de Acción Participativa (IAP), en el mejoramiento de la calidad de vida de comunidades vulnerables. En donde la IAP busca dar soluciones a los problemas que éstas presentan.

Al contrastar esta teoría con lo vivido por las comunidades menos favorecidas de la capital colombiana en donde la IAP no es utilizada ni aprovechada con todos sus beneficios por instituciones universitarias y organismos gubernamentales que deben ser gestoras de este modelo.

8.4.1 APORTES DE LOS INVESTIGADORES DESDE LA PERSPECTIVA ADMINISTRATIVA: LA EMPRESA FAMILIAR, UNA OPCIÓN DE VIDA.

Al tener la idea de negocio más clara y un poco más definida en la mente del emprendedor, se presenta algunas veces y de forma ágil un razonamiento natural el cual nos sugiere que la empresa en formación se debe constituir y dirigir por las personas integrantes de la familia.

¿Por qué queremos formar una empresa familiar?

Crear una Empresa Familiar es una decisión que no puede ser tomada a la ligera: hay mucho que ganar pero, al mismo tiempo, los riesgos de no planear lo que realmente se quiere, son altos y en gran medida costosos.

Por ello, hay que tener en cuenta una serie de cuestiones sobre las que se debe reflexionar antes de dar tan decisivo paso. Entrar en el negocio familiar no debería ser nunca una decisión tomada a la ligera.

La recompensa puede ser enorme, una posibilidad clara de llegar a dirigirla, y establecer una seguridad económica, manejo del tiempo y la oportunidad de trabajar con la gente que tiene un afecto filial, y a la vez seguir construyendo un legado familiar.

Sin embargo, los riesgos también son grandes. Si lo planeado no sale bien, el costo emocional y económico puede ser importante. La difusa línea entre los roles

y los objetivos familiares y empresariales crean una situación muy compleja que puede acabar en conflictos que afecten a toda la familia y se originen desastres corporativos.

Antes de incorporarse al negocio familiar, los miembros de las generaciones más jóvenes deberían hacerse una serie de preguntas. Hay que recordar que se está accediendo a un empleo y que, aunque sea un puesto en la empresa de la familia, ello no es garantía de una buena decisión profesional. A continuación, presentamos una serie de preguntas para la reflexión. Las respuestas han de centrarse principalmente en los motivos relacionados con la empresa; situación contraria que se presentaba en el transcurso del programa, ya que mediante las evaluaciones del curso, se logro observar que se dificulta delimitar los dos escenarios (hogar-empresa), sus objetivos se analizaban en pro de una meta personal con beneficios familiares. ¿Es quizá su patrimonio más valioso?, ¿Llena mis aspiraciones personales?, ¿Me gusta lo que hace la empresa? y ¿El trabajo es significativo y a la vez un desafío?

Antes de incorporarse al negocio familiar, se debe reflexionar profundamente sobre las metas y las recompensas profesionales. Si la Empresa Familiar ofrece una forma de llegar a cumplir las metas personales y satisfacerlas plenamente. En caso contrario, sería necesario replantear la decisión de vincularse a ella.

¿Contribuyo con destrezas valiosas, talento, conocimiento y experiencia en el negocio? Las empresas prosperan gracias al valor de cada empleado y de la empresa como un todo. Otros factores como pueden ser el vínculo de sangre, las expectativas familiares, el acceso fácil a un empleo, o la convicción de tener derecho a entrar en la empresa de la familia, son argumentos insostenibles que pueden conducir a problemas.

¿Soy capaz de trabajar con mi familia? ¿Nos comunicamos de forma abierta, honesta y eficaz? ¿Entiendo la diferencia entre ser un “buen miembro familiar” y un directivo eficiente? Algunos creen que las malas relaciones familiares se arreglan si los miembros de la familia trabajan juntos en la empresa. Sin embargo, el resultado es todo lo contrario.

Si las cosas no funcionan, ¿confío en que tendré otras oportunidades y la libertad para buscar oportunidades en otro sitio? La dependencia es una falencia emocional y social. Se debería ser una persona independiente y estar psicológica y económicamente preparada para abandonar la empresa si la frustración se apodera de todo.

¿Soy consciente del rol que voy a desempeñar dentro de la empresa familiar? Un potencial sucesor sólo debería entrar en el negocio familiar en respuesta a una oferta específica y formal para cubrir un puesto existente. Si las responsabilidades no están claras o el cargo se crea especialmente para uno, es mejor buscar otro empleo.

Seguir los pasos de un familiar es un desafío, arduo y con obstáculos. Hay que tener claro en qué y como me estoy vinculando a la empresa y pensar detenidamente sobre la seriedad del compromiso que está adquiriendo. “Si se está satisfecho de haber realizado los deberes y está decidido a tomar ese camino, entonces puede cumplir su sueño y tiene la gran oportunidad de direccionar su propia empresa”.²⁵

²⁵ Experiencias compartidas socializadas por los facilitadores, gracias a conceptos extraídos de <http://camaras.org>. ¿Por qué quiero entrar en la Empresa Familiar? Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España. Espacio para la Empresa Familiar, editado por Fundación Nexia para el Desarrollo de la Familia Empresaria. 28 de Enero de 2008

8.4.2 PILARES FUNDAMENTALES EN LOS QUE SE SUSTENTÓ EL PROCESO DE CAPACITACIÓN DESARROLLADO POR LOS INVESTIGADORES

Para crear o consolidar una empresa es necesario saber planificar y medir la inquietud emprendedora, ya que vamos a encontrarnos con múltiples dificultades para las cuales se debe estar preparado.

La cantidad de ideas e interrogantes que surgen y el volumen de información que se recibió en todas las sesiones programadas con seguridad causaron una congestión mental y confusión al comienzo del emprendimiento. Por ello es necesario acudir a la redacción formal de una serie de tips o consejos que fueron expresados por los facilitadores en el periodo de acompañamiento con la comunidad participante; los siguientes aspectos ameritan ser integrados en un proceso organizado, tanto desde el punto de vista del emprendedor como la idea, la planeación y la puesta en marcha.

9. LIMITACIONES

- Al interactuar con la comunidad participante, una dificultad significativa es, el manejo de distintos rangos de edad, donde se encuentra brechas generacionales muy amplias.
- El trabajo realizado con el grupo de padres de familia del colegio Los Alpes, tienen un gran reto, el cual es despertar el interés pleno hacia el programa, con el fin de asegurar su asistencia a las aulas con ideas motivadoras, de forma periódica y constante, para evitar la desconcentración y el proceso académico consecuente.
- Poblaciones como la del colegio los Alpes, presentan características diversas en cuanto a su nivel académico, se encuentran personas con un nivel mínimo de escolaridad, hasta personas que han obtenido grados técnicos. Hechos como este dificultan el modo de exposición de los temas, ya que deben ser comprensibles, para la totalidad de los asistentes.
- Falta de compromiso por parte de los estudiantes en las labores asignadas por los facilitadores. Al inculcar o dejar por escrito una tarea u ejercicio, los estudiantes no asumen la tarea como un ejercicio trascendental en la formación, simplemente lo inician tomando como una dinámica de integración.

10. CONCLUSIONES

- La realización del presente trabajo de grado, a partir de su ejecución práctica, vivencial, en el colegio los Alpes, identificó una serie de elementos que fueron necesarios para el desarrollo de un proceso de acompañamiento y enseñanza en el amplio campo administrativo a la comunidad objetivo.
- El diagnóstico hecho mediante la observación participante, y mediante la aplicación de la encuesta nos permitió elaborar un syllabus y adecuar una metodología idónea y capaz de responder a las necesidades de la comunidad en cuanto a su formación empresarial. El *syllabus* dio cuenta de manera coherente con temas tales como: la clasificación empresarial, las áreas funcionales, las estrategias, las metas y los objetivos organizacionales, de esta forma se dio cumplimiento a los objetivos del programa de formación empresarial. Por su parte, la adopción del modelo de Enseñanza para la Comprensión - como metodología de enseñanza – aprendizaje-, permitió interactuar de manera más fructífera con una comunidad heterogénea en cuanto a grado de formación, edad y continuidad de aprendizaje.
- Una trascendental conclusión fue haber tenido la valiosa oportunidad de aplicar una estrategia, como fue la aplicación del modelo de Enseñanza para la Comprensión (EPC). un modelo metodológico eficiente, multidisciplinario y no convencional, a una comunidad carente de enseñanza y aprendizaje. Desarrollamos este modelo con éxito porque nos permitió acceder a la situación real; porque respondió desde el área de la

administración, específicamente desde la óptica de la investigación de acción participativa a las actuales condiciones sociales, culturales y económicas que atraviesa la comunidad de los Alpes; se hizo evidente la crisis de un sistema educativo poco idóneo para la realidad del país. Tenemos la satisfacción que encontramos y existen personas capaces de crear y consolidar empresa, de desarrollar una idea de negocio fructífera, que permita optimizar la calidad de vida del emprendedor y de su familia.

- El programa de extensión social, en particular, sin mayor trayectoria en la academia universitaria Lasallista, fue uno de los retos que decidimos afrontar, la metodología de esta investigación exigía diseñar de forma ágil y didáctica un programa de capacitación para los padres de familia del colegio los Alpes, un programa llamativo, integral y de fácil comprensión que causara motivación académica y laboral, al igual que la generación de numerosos interrogantes para dar solución y retroalimentar diferentes temas administrativos el día sábado de cada semana.
- Los investigadores de este trabajo de grado, cuentan con habilidades interpersonales y disposición de servicio social, esto nos permitió avanzar con éxito, minimizando factores que interrumpieran una adecuada comunicación con los participantes.
- Durante el programa fue una prioridad transmitir valores esenciales para el bienestar de la organización, tales como, la motivación, la comunicación, el liderazgo y con mayor énfasis, la generación y el fortalecimiento del espíritu emprendedor, fundamental y aspecto diferenciador que hace y forma al futuro empresario.

- Empresas que se encontraban ya constituidas y que representan el 26% de la muestra, de propiedad de los participantes de este programa, se incubaron en la familia, que sin considerarlo, se conformó por la integración deliberada de sus miembros de la familia, así que fue necesario tratar el amplio mundo de las empresas familiares desde diferentes ópticas, tanto teóricas como prácticas.
- Podemos demostrar en uno de los resultados obtenidos, el porcentaje de ideas de negocio que fueron consultadas, al inicio del programa el 21% de la muestra tenía idea de negocio; al terminar el mismo, el 90% ya tenían una base clara de cómo emprender su proyecto micro empresarial.
- Convenimos que la tipología de investigación, en este caso, para nuestro concepto, es una excelente opción de grado, su esencia, origina un valioso acercamiento entre la Universidad y la sociedad donde el ente universitario es un participante fundamental en el progreso de la sociedad a la cual le agradece.
- La dificultad está en identificar en qué grado de acercamiento y responsabilidad social cumple la academia universitaria en la actual situación de la sociedad Colombiana.
- Es realmente fructífero para el estudiante de pregrado aplicar y sobretodo, demostrar su conocimiento adquirido en las aulas mediante la presentación de un programa de capacitación serio, moderno y estructurado, en el cuál se permite interactuar con la comunidad participante, que es tan solo una fracción de una sociedad carente de oportunidades, de respaldo financiero, de un mecanismo que permita que sean escuchadas; sus ideas, que con seguridad se convierten en proyectos de vida; pero sin la importancia que

éste merece; la sociedad calla, los entes se hacen sordos y algunas universidades se hacen indiferentes.

- Ahora sí Comprendemos: la génesis del desempleo, la ausencia ó débil conocimiento empresarial, la falta de apoyo, las necesidades de una población que urge de su condición, que se levanta cada día con su afán de mejorar su situación económica, personal y familiar. La sociedad que quiere aprender, quiere comprometerse con su país, porque así mismo, anhela enseñarle a sus hijos, cómo se constituye y se consolida la empresa en Colombia, al estilo único y ahora representativo Lasallista.

11. RECOMENDACIONES

- Basados en la experiencia vivida con esta capacitación, vemos que es necesario segmentar los grupos a los cuales se les dirigirá la capacitación, con esta estrategia es posible direccionar de mejor forma los conocimientos hacia las necesidades reales de cada grupo.
- Esta clase de programas debería de estar acompañados de líneas simultáneas que apoyaran el proceso realizado en este, es así como podrían existir, interacción entre facultades, como Contaduría Pública, Arquitectura, Trabajo Social, entre otras con el fin de que este proceso no se limite solo al administrativo, sino que por el contrario trascienda a más áreas.
- Una gran oportunidad para este tipo de proyectos, es buscar ayuda del sector privado o público, en donde a la comunidad, aparte de recibir la ayuda técnica y de conocimientos, pueda recibir una asistencia económica, por medio de créditos para el desarrollo de sus proyectos, proyectos que ya hubiesen sido evaluados y avalados por el grupo que desarrolle la capacitación.
- Creemos que para dar continuidad con el trabajo que se desarrolla en cada uno de los proyectos dirigidos a las diferentes comunidades, y avalados por la Universidad de la Salle, es necesario que antes de que cada grupo termine el plan propuesto para el semestre, ya se cuente con el siguiente grupo que va a dar continuidad al trabajo realizado.

- Es sumamente importante la gestión y desarrollo, específicamente por parte del Departamento de Proyección Social en esta topología de proyectos, ya que por su misión y objetivos es una exigencia; No solo en su acompañamiento inicial si no en su veeduría en los procesos.

12. BIBLIOGRAFIA

- BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación para Administración, Economía, humanidades y Ciencias Sociales. 2º edición. Ed.: Pearson educación, México 2006.
- CARR, W. y KEMMIS, S. (1998) Teoría crítica de la educación. La investigación-acción en la formación del profesorado, Barcelona. Tomado de: Investigación – Acción Participativa de José L. Moreno Pestaña y María Ángeles Espadas Alcázar.
- DONDE LOS EMPRESARIOS CRECEN. En: www.comerciohispano.com. Vásquez Bob.
- DRUCKER, Peter Ferdinand. La innovación y el empresario innovador. Cali. Editorial Norma, 1986.
- IOE (Colectivo) (1993) "IAP. Introducción en España". Tomado de: Investigación – Acción Participativa de José L. Moreno Pestaña y María Angeles Espadas Alcázar.
- INVESTIGACIÓN PARTICIPATIVA. En un contexto de economía campesina. Witt y Gianotten. en: <http://www.uv.mx/iiesca/revista/documents>.
- IRIZAR Niño. Como crear una Empresa.: Lo que todo emprendedor debe saber. Barcelona. Ed.: Gestión 2000. año 2004.
- LA IMPORTANCIA DE LA CAPACITACIÓN. En: <http://www.wikilearning.com>.

- LOCALIDAD de San Cristóbal, localidad No. 4. En: el documento <http://www.bogota.gov.co/decide.php?patron=1.090703>.
- LOCALIDAD de San Cristóbal, localidad No. 4. En: el documento: www.veeduriadistrital.gov.co/es/download.php?uid=0&grupo=238&lang=es&det=10395.
- LOPEZ PARRA, Hiader Jaime. Investigación cualitativa participativa. Enfoque crítico social. Ed.: Universidad Pontificia Bolivariana. Medellín 2002.
- M. MIGUEL. (1993) "La IAP un paradigma para el cambio social". Tomado de: Investigación – Acción Participativa de José L. Moreno Pestaña y María Ángeles Espadas Alcázar.
- MALHORTA, Naresh. Investigación de mercados: Un enfoque práctico.
- MENDEZ, Carlos. Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación; p. 49. McGraw Hill. Bogotá 1995.
- MENDOZA, Núñez. Manual para determinar necesidades de capacitación. México: trillas, 1980.
- MERINO, L. y RAYA, E. (1993) "El método de la investigación-acción participativa como mediación entre la teoría y la práctica de la formación del/a trabajador/a social y en el desarrollo profesional" (copigrafiado), Seminario de integración teoría- práctica en la formación de los trabajadores sociales. Tomado de: Investigación – Acción Participativa de José L. Moreno Pestaña y María Ángeles Espadas Alcázar.

- ORÍGENES DE LA CAPACITACIÓN. En: [http// www.gestiopolis.com](http://www.gestiopolis.com).
- PERKINS, David. ¿Qué es la comprensión?, en Martha Stone Wiske; Enseñanza para la comprensión: Editorial Paidós. Buenos Aires, 1999.
- PROGRAMAS DE AYUDA MUNDIAL. Unión Europea. En: [http//www.delper.ec.europa.eu](http://www.delper.ec.europa.eu).
- PLAN DE INVESTIGACIÓN DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 2006-2010, Facultad de Administración de Empresas, CIADE, Universidad De La Salle, Bogotá 2006.
- PRINCIPIOS Y VALORES. PROCESOS ARTICULADORES. En: [http//www.lasalle.edu.co](http://www.lasalle.edu.co).
- SANTOS, Doris. Desarrollo profesional y del liderazgo en educación superior a través del aprendizaje en la acción y de la investigación acción. En: Revista internacional Magisterio. Edición: 26. (Abril-Mayo. 2007); p.30
- SILICEO, Alfonso. Capacitación y desarrollo de personal. Editorial Limusa. México, 1986.
- SOCORRO Félix. Pequeña y mediana Empresa, Pymes. En: Revista Argentina "Conocimiento y dirección". Edición 57. año 2003.
- THOMAS Peters y WATERMAN Robert. "En busca de la Excelencia". Editorial Atlántida. 1982

13. ANEXOS

ANEXO A Encuesta general inicial

**PROGRAMA DE EXTENSIÓN SOCIAL
PROCESO DE FORMACIÓN Y ASESORIA EMPRESARIAL "SAN JUAN
BAUTISTA DE LA SALLE"
UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

1. DATOS PERSONALES

NOMBRE _____ ESTADO CIVIL _____
EDAD _____ OCUPACIÓN _____
TELEFONO _____ DIRECCIÓN _____
BARRIO _____ E-MAIL _____ @ _____

1. INFORMACIÓN PERSONAL

1.1 ¿CUÁL ES SU NIVEL EDUCATIVO?

PRIMARIA _____ SECUNDARIA _____ TÉCNICO _____
PROFESIONAL _____

1.2 ¿CUÁNTAS PERSONAS COMPONEN SU NUCLEO FAMILIAR?

1.3 ¿EN QUÉ GRADO SE ENCUENTRAN SU(S) HIJO(S)?

PRIMARIA _____ SECUNDARIA _____

2. INFORMACIÓN ECONÓMICA

2.1 ¿CUÁL ES SU ACTIVIDAD ECONÓMICA?

EMPLEADO _____

INDEPENDIENTE _____

2.2 ¿CUÁL ES EL RANGO DE INGRESOS DE SU NUCLEO FAMILIAR?

DE 100.000 A 500.000 _____ DE 500.000 A 1.000.000 _____
MÁS DE 1.000.000 _____

3. INFORMACIÓN COMERCIAL

3.1 ¿TIENE EMPRESA (NEGOCIO) EN ESTE MOMENTO?

SÍ _____ NO _____

3.2 ¿HA TENIDO ALGUN TIPO DE EMPRESA? SÍ _____ NO _____

3.3 ¿TIENE ALGUNA IDEA DE NEGOCIO? SÍ _____ NO _____

¿CUÁL Y POR QUÉ?

3.4 ¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD PRIMORDIAL DE SU IDEA DE NEGOCIO?

SERVICIOS _____ PRODUCCIÓN _____ COMERCIALIZACIÓN _____

3.5 ¿QUÉ ACTIVIDAD DESARROLLARÍA SU IDEA DE NEGOCIO?

ALIMENTOS _____ CONSTRUCCION _____ METALMECANICA _____
CUERO Y/O CALZADO _____ SALUD Y/O BELLEZA _____ ARTESANIAS _____
TEXTIL _____ OTRO _____ ¿Cuál? _____

3.6 ¿CON QUÉ CAPITAL HA PENSADO FINANCIAR SU NEGOCIO?

CAPITAL PROPIO _____ CREDITOS CON FAMILIARES O AMIGOS _____
CREDITO BANCARIO _____

3.7 ¿CUÁNTO ES EL VALOR DE LA INVERSIÓN DE SU IDEA DE NEGOCIO?

\$ _____

3.8 ¿QUÉ DUDAS TIENE EN CUANTO A SU IDEA DE NEGOCIO?

3.9 ¿QUÉ EXPECTATIVAS TIENE DE ESTE PROGRAMA DE CAPACITACIÓN EMPRESARIAL?

**GRACIAS POR SU SINCERIDAD Y TIEMPO DEDICADO
ESTA INFORMACIÓN ES DE GRAN VALOR PARA EL DESARROLLO DE ESTE PROCESO**

ANEXO B
Evaluación de clase

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROGRAMA DE EXTENSIÓN SOCIAL
PROCESO DE FORMACIÓN Y ASESORIA EMPRESARIAL:
“SAN JUAN BAUTISTA DE LA SALLE”
EVALUACIÓN DE CLASE

Nombre:

Fecha:

1. ¿Cómo le pareció el contenido temático de la sesión?

- a) Bueno b) Regular c) Malo

¿Por qué? _____

2. ¿Qué opina de las dinámicas y talleres que se emplearon para tratar el tema?

- a) Me gustaron b) No me gustaron

¿Por qué? _____

3. ¿El tema tratado por los facilitadores fue claro y lo comprendí?

- a) Completamente b) No lo entendí c) Regular

¿Por qué? _____

4. Sugerencias:

¡GRACIAS POR SU ATENCIÓN Y COLABORACIÓN!

**ANEXO C
Syllabus**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PROGRAMA DE EXTENSIÓN SOCIAL
PROCESO DE FORMACIÓN Y ASESORIA EMPRESARIAL:
“SAN JUAN BAUTISTA DE LA SALLE”**

SYLLABUS

CONTENIDO TEMÁTICO	SESIÓN Y FECHA	ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS PARA TRABAJO
<p>1. Motivación para la creación de empresas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo del espíritu empresarial. - El pensamiento creativo. - Creatividad. - Iniciativa. - Aptitudes y cualidades. - Innovación. - Crecimiento y empresarial. - Motivación al logro. <p>2. La empresa, clases, elementos y funciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición. - Clasificación, elementos. - Recursos de la empresa. - Funciones de la empresa. 	<p align="center">1° 24marzo 2007</p>	<p>Proyección de video: “creación de empresas”</p> <p>Socialización del video (se pretende la mayor participación de los asistentes).</p> <p>Se distribuirán por grupos (máximo de cinco personas) y discutirán acerca de los contenidos temáticos a partir del video.</p> <p>Presentación dinámica sobre los tipos de empresa.</p> <p>Conclusiones de los temas.</p>
<p>3. La Administración.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Funciones de la empresa. 	<p align="center">2°</p>	<p>Taller de evaluación del tema visto en la clase anterior.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Áreas funcionales. - Proceso administrativo. - Dirección. - Liderazgo. 		<p>Presentación de los casos empresariales “zar de la patilla” y “Apple”.</p> <p>¿Cómo comenzaron los grandes y exitosos empresarios?</p> <p>Socialización de los diferentes casos.</p> <p>Mesa redonda en la que se discutan los aspectos mas relevantes sobre cada uno de los casos.</p> <p>Presentación sobre las funciones y procesos administrativos.</p> <p>Conclusiones de los temas.</p> <p>Evaluación sobre la sesión</p>
<p>4. La Empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre. - Misión. - Visión. - Actividad comercial. <p>5. El estudio de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto y diferencias entre producto y servicio. - La oferta y la demanda. - Fuentes primarias y secundarias. - Herramientas de investigación. - Conclusiones. 	<p>3°</p>	<p>Retroalimentación sobre el taller de la sesión anterior</p> <p>Presentación sobre el tema de la empresa y correlación con los trabajos individuales</p> <p>Presentación del tema de estudio de mercados mercado</p> <p>Presentación caso Touche y Elipse, sobre estudios de mercado</p> <p>¿Cómo ayudo el estudio de mercados al crecimiento de estas empresas?</p> <p>Socialización sobre el caso.</p> <p>Evaluación sobre la sesión.</p>

<p>6. Direccionamiento empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Valores organizacionales. - Cultura organizacional. - Estrategias. - Metas objetivos. - Liderazgo. <p>7. Estudio Financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activos y pasivos. - Inversión total inicial: fija y diferida. - Determinación de costos. - Capital de trabajo. - Presupuestos. - Punto de equilibrio. - Flujo de efectivo. - Estado de resultados. - Balance general. - Financiamiento. 	4°	
<p>8. Marco legal e institucional del proyecto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de sociedades. - Tipos de contratación. <p>9. Evaluación ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> - Misión global. - Dimensión ambiental de los proyectos. <p>10. Análisis de riesgo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercado. - Técnico. 	5°	

<ul style="list-style-type: none"> - Financiero. - Administrativo. - Ambiental. - Legal. 		
<p>11. Formalización de proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conformación de grupos. - Estudio de proyectos. - Presentación de alternativas de financiación. 	6°	
<p>12. Feria de exposición y venta de productos.</p>	7°	

NOTA:

El presente syllabus, está sujeto a cambios en su programación y temática a consideración del cuerpo docente de la Universidad de La Salle.

ANEXO D
Discurso Clausura del programa

Universidad De La Salle
Bogotá, 11 de Agosto de 2007

Doctor Eduardo Posada Zamudio, Decano de la facultad de Administración de Empresas Universidad de La Salle. Señor Dagoberto Castillo, docente de la universidad de la salle, señora Yolanda Álvarez, docente de la Universidad de la Salle y directora de Trabajo de grado. Señora Consuelo Salgado, Trabajadora Social de la universidad de La Salle y del colegio Los Alpes. Señor Rector del Colegio Los Alpes, estimados participantes del programa de extensión social San Juan Bautista de La Salle, familiares, compañeros de tesis, Señoras y señores. Buenos días.

Es para mi un placer, darle la bienvenida a esta gran familia lasallista a este primer grupo de hombres y mujeres; hermanos, hijos e hijas, padres de familia del colegio los Alpes y miembros productivos de la comunidad del barrio “Los Alpes” y que el día de hoy serán graduados dentro del programa de extensión social San Juan Bautista de La Salle.

Este programa que ha recorrido el mundo entero brindando herramientas, novedosas y útiles a la comunidad activamente económica para que sean aplicadas a su proyecto empresarial y para que despierte en ellos el espíritu emprendedor, cuya finalidad es producir empresarios. Y ello implicaba generar en las personas características, actitudes, habilidades, atributos, conocimientos, destrezas, valores, creencias e ideas que los diferenciaran de los no empresarios, que nos permitieran acoger una idea empresarial convirtiéndola en ideas con mayores probabilidades de éxito.

En el caso particular de este grupo de emprendedores que fueron vinculados en el mes de abril, gracias a la gestión del cuerpo docente de la Universidad y la participación activa del área de trabajo social tanto del colegio como de la misma universidad la salle, acompañado por la iniciativa propia y de mis dos compañeros Diego y Adriana aquí presentes, estudiantes de último semestre de la Facultad de Administración de Empresas. Fuimos testigos de la evolución de este grupo de personas que nos brindaron la oportunidad de compartir conocimientos y experiencias empresariales, nosotros con el acompañamiento teórico académico, ellos, con su conocimiento empírico, su propia vida.

En el presente año sábado a sábado; brindábamos con sumo agrado, asesoría, acompañamiento en la creación de empresa, consolidación, y sobretodo formalización de las ya establecidas, mediante fundamentos administrativos, financieros, legales, tributarios, de producción y mercados que les sirvieran como base de información fundamental para que emprendieran el arduo y riesgoso camino que implica el desarrollo de una eficiente y productiva actividad empresarial.

Sabíamos, tanto ellos como nosotros, que nos encontraríamos dificultades propias de este nuevo esquema de investigación y que debíamos estar preparados. Pero fuimos superando estas dificultades como amigos, como socios, juntos descubrimos el magnifico reto que significa transmitir lo aprendido en las aulas universitarias y transformándolas en práctica social.

De nosotros como actuales o futuros empresarios depende la consolidación de las empresas familiares, pequeñas y medianas, para que actúen con dinamismo en pro del desarrollo económico del país.

“Si la creación de empresas se considera como una estrategia para combatir el flagelo del desempleo, antes que convertirse en solución no debe transformarse en un problema mayor para la comunidad.”

Debemos creer en nosotros mismos, en nuestros sueños, estableciendo metas y alcanzándolas a toda costa, el destino es un libro abierto sujeto a ser escrito por nuestras ideas, triunfos y fracasos, experiencias inolvidables, aquellas que transformen la cotidianidad y construyan una sociedad mas justa, con principios de equidad y servicio.

¡Gracias!