



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

**ANÁLISIS DE CONTEXTOS EDUCATIVOS COMO FORMADORES DE VALORES,
ACTITUDES Y CREENCIAS EN LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE
PASTO, DEPARTAMENTO DE NARIÑO (COLOMBIA)**

Maestrante Claudia Magali Solarte Solarte

Administradora de Empresas

cmsolarte@iucsmag.edu.co

Maestrante Martha Lida Solarte Solarte

Economista

mlsolarte@iucsmag.edu.co

Magister Carlos Arcos Guerrero

Comunicador social

saudade.ca@gmail.com

INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA CESMAG



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

DEPARTAMENTO DE NARIÑO

COLOMBIA

2015

TÍTULO: ANÁLISIS DE CONTEXTOS EDUCATIVOS COMO FORMADORES DE VALORES, ACTITUDES Y CREENCIAS EN LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE PASTO, DEPARTAMENTO DE NARIÑO (COLOMBIA)

RESUMEN

El artículo es producto de una investigación cuyo objetivo consistió en analizar la educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de la Ciudad de Pasto (Colombia). Se acogió una metodología mixta bajo los enfoques cuantitativo y cualitativo; para el primero se tomaron unidades cuantificables aplicando recursos de análisis estadístico, y, para el segundo, opiniones para ser interpretadas en textos comprensivos de la situación relatada. Se trabajó con una muestra de 347 emprendedores de diferentes condiciones socioeconómicas. Como resultados se identificaron y analizaron ambientes educativos bajo los cuales los emprendedores conforman valores, actitudes y creencias. Además se obtuvieron datos e información con la que se caracterizó tanto a los emprendedores como a los contextos. Algunas conclusiones fueron: la educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas, conforma valores, actitudes y creencias que resultan determinantes para el emprendimiento; algunos emprendedores manifiestan la existencia de una axiología y actitudes que no colaboran para que se den condiciones favorables al emprendimiento, pero que son susceptibles de cambio y de mejoramiento a través de la educación; el fortalecimiento de una cultura emprendedora no es responsabilidad solamente de los individuos, sino un trabajo mancomunado con las instituciones, la educación, las políticas públicas y un manejo adecuado de la economía en general.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ABSTRACT

The article is the result of an investigation whose aim was to analyze education in cultural contexts such as family, place of residence and educational institutions as trainers of values, attitudes and beliefs entrepreneurs in the city of Pasto (Colombia). A mixed methodology under the quantitative and qualitative approaches are welcomed; for the first quantifiable resources unit by applying statistical analysis they were taken, and for the second, opinions to be interpreted in comprehensive texts of the reported situation. We worked with a sample of 340 entrepreneurs from different socioeconomic conditions. As results were identified and analyzed educational environments under which entrepreneurs shape values, attitudes and beliefs. In addition data and information that both entrepreneurs and contexts characterized were obtained. Some conclusions were: education in cultural contexts such as family, place of residence and educational institutions, forms values, attitudes and beliefs that are critical for the enterprise; some entrepreneurs show the existence of an axiology and uncooperative attitudes to entrepreneurship favorable conditions exist, but are subject to change and improvement through education; strengthening an entrepreneurial culture (values, attitudes, beliefs) is not the responsibility only of individuals, but a joint work with institutions, education, public policy and proper management of the economy in general.

PALABRAS CLAVE

Actitudes, contextos educativos, creencias, emprendedores, valores.

I. INTRODUCCIÓN

La investigación en que se basa el artículo, se efectuó en la ciudad de Pasto, capital del Departamento de Nariño (Colombia), centro administrativo y económico con una área urbana organizada en doce comunas, concentra aproximadamente el 25% del total de la población del Departamento (Red ORMET, 2012), centraliza la administración pública y el mayor número de centros educativos, técnicos y universidades; hacen presencia diez instituciones de educación superior, de las cuales siete son privadas y tres públicas. La educación básica cuenta con 57 instituciones educativas municipales y



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

siete centros educativos (Secretaría de Educación Municipal., 2013); igualmente, tienen asiento en la ciudad algunos centros de educación para el trabajo.

La estructura económica del Municipio de Pasto durante los años 2011 a 2013, se sustentó principalmente en el sector terciario (comercio) con un 53,4% de participación, las empresas de servicios de alojamiento y alimentación con el 10,7%, y en menor medida la producción industrial manufacturera con 8,4% en promedio; las demás actividades o sectores económicos aportaron moderadamente.

El déficit en materia de educación profesional, se debe a que no existe una oferta de educación pública amplia a la cual acceda la población de bajos ingresos que es la mayoritaria; en este sentido, las oportunidades que se presentan para un desarrollo de la economía con base en la educación y capacitación de la fuerza laboral, son limitadas (Red ORMET, 2012).

En este sentido, si bien la educación desde la institucionalidad presenta el panorama antes relatado, en cuanto a emprendimiento también es importante analizar a la educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de la ciudad de Pasto (Colombia), lo cual permite dilucidar no solamente una formación académica o para el trabajo en relación con el desarrollo económico regional, sino apreciar cómo se conforma un entorno cultural basado en la promoción de ciertos valores, actitudes y creencias en cuanto al emprendimiento, para considerarlo como un hecho social que colabora en la autorrealización de las personas y comunidades, fortalecimiento de su autoestima y autodeterminación económica.

Así, el impacto que se espera del presente estudio, está relacionado con la comprensión de los ecosistemas emprendedores, es decir, procedimientos en donde confluyen no solamente técnicas, sino personas con motivaciones diversas producto de una construcción contextual favorable o desfavorable al emprendimiento, en la medida



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

en que se fortalezcan o no los entornos educativos inmediatos para constituir la cultura emprendedora.

II. METODOLOGÍA

Se acogió una metodología mixta bajo los enfoques cuantitativo y cualitativo. Para el primero se tomaron unidades cuantificables aplicando recursos de análisis estadístico, y para el segundo, opiniones para ser interpretadas en textos comprensivos de la situación relatada. Se analizaron contextos educativos a través de la identificación de valores, actitudes y creencias manifestadas por los emprendedores de la ciudad de Pasto (Colombia) en el periodo 2011-2013; además se obtuvieron datos e información con los que se caracterizó a los emprendedores y a los contextos.

Según la información presentada en el Anuario estadístico de la Cámara de Comercio de Pasto, durante el 2011 en esta ciudad se constituyeron 270 empresas, y 369 en el 2012, para un total de 639 empresas creadas cada una por un emprendedor(a). De esta población se obtuvo una muestra de 347 emprendedores.

Se elaboró un cuestionario para recolectar información con 34 preguntas que proporcionaron información sobre aspectos demográficos, socioeconómicos, emprendimiento y sobre los ítems cualitativos (preguntas semi-estructuradas) referidos a educación, aprendizajes familiares, valores, actitudes, influencias del contexto y favorabilidad o no favorabilidad del entorno local.

El siguiente fue el procedimiento:

- Selección de la muestra: se eligió una muestra de 347 personas.
- Elaboración y prueba de los instrumentos: se elaboró una encuesta con preguntas estructuradas y semi-estructuradas. Se aplicó una prueba piloto a un grupo de 50 personas pertenecientes al Programa Se-emprende¹, con la finalidad de examinar la comprensión del vocabulario y coherencia en las respuestas a las preguntas semi-estructuradas.

¹ Proyecto puesto en marcha a través de un contrato celebrado entre la Alcaldía del Municipio de Pasto y la Cámara de Comercio con el acompañamiento del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

- Aplicación de instrumentos: el cuestionario se aplicó por internet, enviándolo a los correos electrónicos de los emprendedores o el de sus empresas, registrados en la base de datos de la Cámara de Comercio de Pasto para el periodo de la investigación.

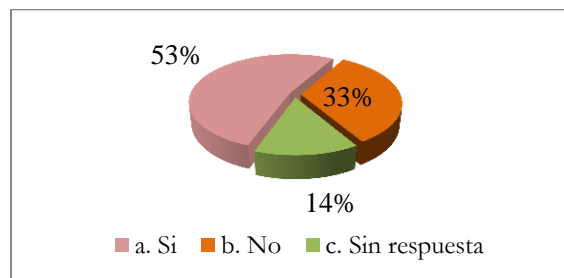
- Análisis de datos y resultados: los resultados para la parte cuantitativa, fueron organizados y sistematizados mediante las utilerías del programa Excel, y su análisis se orientó a los mayores y menores porcentajes proporcionados como respuestas a las preguntas relacionadas. En la parte cualitativa, para analizar la educación en contextos socioculturales como la familia, contexto inmediato e instituciones educativas como formadores de valores, actitudes y creencias en los emprendedores de la Ciudad de Pasto (Colombia) durante el periodo 2011-2013.

III. RESULTADOS

RESULTADOS SOBRE CONTEXTOS EDUCATIVOS

Sobre la motivación familiar desde la infancia, se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico 1. Motivación familiar desde la infancia.



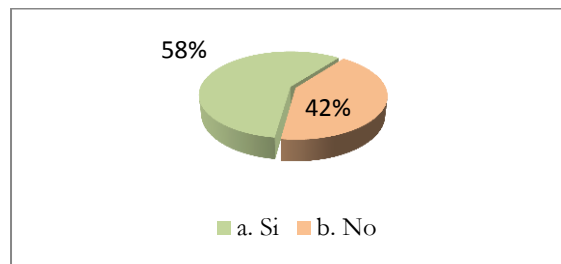
Fuente: la investigación (2013)

En cuanto a tradición emprendedora en la familia, el 58% afirma que sus familiares si han creado empresa y el 42% no han tenido familiares que hayan creado empresas (ver gráfico 2).



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario
21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

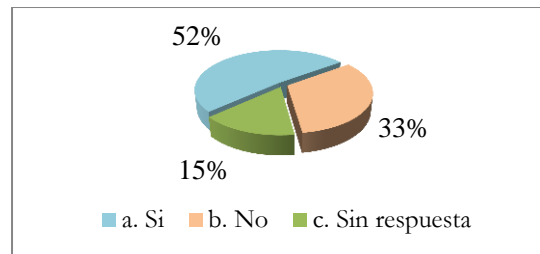
Gráfico 2. Familiares emprendedores



Fuente: la investigación (2013)

Sobre la referencia a la creación de empresas en el lugar de residencia (barrio), se encontró lo siguiente:

Gráfico 3. En el lugar de residencia se hacía o no referencia a la creación de empresas



Fuente: la investigación (2013)

En cuanto a personas que influyeron en la decisión de ser emprendedor, se encontró lo siguiente:

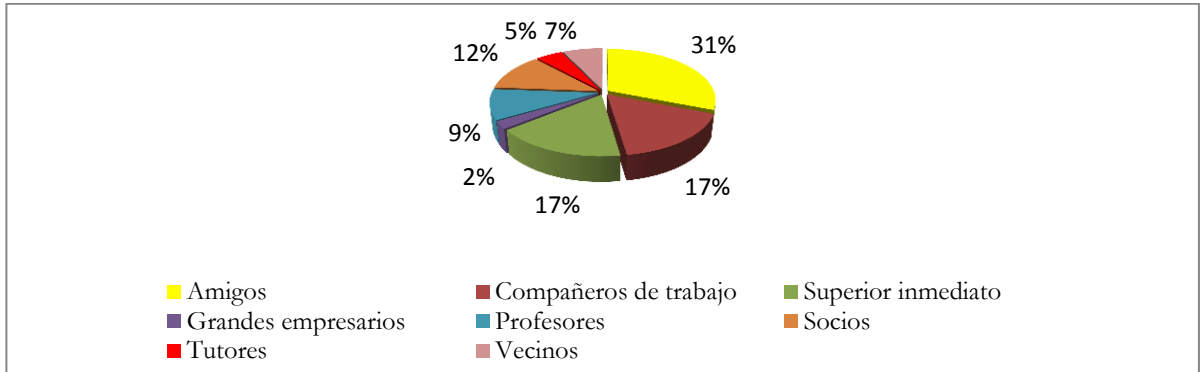
Gráfico 4. Personas que influyeron en la decisión de ser emprendedor



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

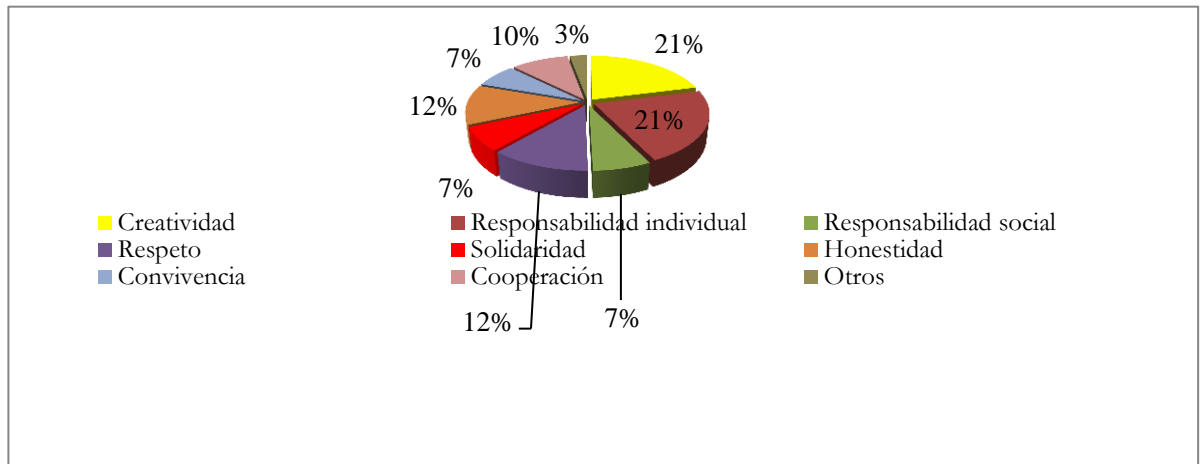
21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México



Fuente: la investigación (2013)

Respecto a los valores sociales, se presentaron los siguientes:

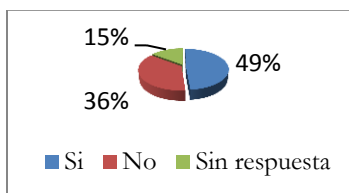
Gráfico 5. Valores sociales que presentan los emprendedores de la ciudad de Pasto



Fuente: la investigación (2013)

En cuanto a la opinión de favorabilidad para el emprendimiento en la ciudad de Pasto, se encontró lo siguiente:

Gráfico 6. Favorece o no el contexto al emprendimiento





“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Fuente: la investigación (2013)

Cualitativamente, dichas opiniones se expresaron desde diferentes puntos de vista, los cuales se ubicaron bajo las categorías que se muestran en los cuadros 1, 2 y 3.

Cuadro 1. Educación para el emprendimiento

Formal	Familiar	Contexto inmediato
Ley 115 de febrero 8 de 1994. Artículos: 1, 2, 3, 5, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 20, 30, 31, 91, 92, 109, 110, 111. Ley de educación.	Experiencia en la familia	Enseñanzas y aprendizajes
Ley 30 de diciembre 28 de 1992. Artículos: 1-19, 28-30, 107-111. Educación superior	Enseñanzas y aprendizajes	Generar empleo e ingresos
Ley 1014 de 2006. Artículos: 1, 2, 3, 4, 11, 12, 13, 15, 16. Cultura del emprendimiento.	Apoyo moral y económico	Lograr independencia
	Experiencia individual	Influencia de esposa, familiares, amigos, vecinos.
	Para lograr independencia	Por iniciativa propia (ninguna persona influenció)
	Por jubilación	Por jubilación

Fuente: la investigación (2013)

Cuadro 2. Valores y actitudes hacia el emprendimiento

Valores y actitudes	Valores y actitudes en sentido negativo
Apoyo y receptividad de las actividades emprendedoras en la ciudad.	No existe vocación empresarial; debilidades culturales cognitivas y comunicacionales.
Actitudes hacia el cambio de una cultura tradicional a una más abierta.	Existe una cultura tradicional y conservadora e impedimentos



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

	socioculturales.
Actitudes hacia la independencia.	Dependencia del empleo.
Buena predisposición para el trabajo.	Existen mitos y tabúes sobre el emprendimiento.
Existen iniciativas de parte de los jóvenes.	Escasa difusión de programas y poca motivación hacia los sectores juveniles.
Apoyo y receptividad de las actividades emprendedoras por parte de las entidades.	Falta planificación en la economía del departamento, poca seriedad administrativa y para el desarrollo.
Existencia de estudios de factibilidad, planes de negocios y proyectos.	Falta de innovación y tecnología, iniciativas coyunturales y sin investigación.

Fuente: la investigación (2013)

Cuadro 3. Favorabilidad del entorno hacia el emprendimiento.

Se favorece el emprendimiento	No se favorece el emprendimiento
1. Se presentan oportunidades de negocios	1. Se presentan actitudes y valores negativos
2. Existe cultura del emprendimiento	2. No existe cultura del emprendimiento
3. Presencia de entidades que apoyan el emprendimiento	3. Poca atención de las entidades para la creación de empresa
4. Existe educación para el emprendimiento	4. Debilidades en la educación
5. Se da apoyo económico	5. Intereses elevados en los créditos y escasez de recursos
6. Hay un desarrollo regional	6. Alta competencia y poco mercado
7. Se satisfacen necesidades personales	7. Falta de industrialización y tecnología



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

8. Por independencia laboral	8. Poca tendencia a la asociatividad
9. Para disminuir el desempleo	9. Hay clientelismo y corrupción
10. Inmigración	10. El contrabando y la violencia

Fuente: la investigación (2013)

IV. CONCLUSIONES

La educación en contextos socioculturales como la familia, lugar de residencia e instituciones educativas, conforma valores, actitudes y creencias que resultan determinantes para el emprendimiento.

Parte de los emprendedores manifiesta la existencia de una axiología y actitudes que no colaboran para que se den condiciones favorables al emprendimiento, pero que son susceptibles de cambio y de mejoramiento a través de la educación.

En los valores, actitudes, creencias y formas de educación se reflejan inquietudes emprendedoras, pero también se nota dispersión en las ideas, lo cual indica que en la ciudad de Pasto se está en la construcción de una cultura del emprendimiento que es la que encausa las inquietudes hacia mejores resultados.

El fortalecimiento de una cultura emprendedora no es responsabilidad solamente de los individuos, sino un trabajo mancomunado con las instituciones, la educación, las políticas públicas y un manejo adecuado de la economía en general.

Al considerar a los jóvenes de más de veinte años, estos únicamente en una quinta parte participan con acciones emprendedoras, la educación debe fortalecer su papel para motivar a este sector de población, el cual es el llamado para crear empresa y dar sostenibilidad a los emprendimientos.

V. BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de Pasto. Secretaria de Educación Municipal. (2013). Recuperado de <http://www.educacionpasto.gov.co/>

Bauman, Z. (2002). *La cultura como praxis*. Madrid: Paidós.

Cámara de Comercio de Pasto. (2012). *Anuario estadístico: Movimiento del registro público*. Pasto: Ediciones de la C CP.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

Hernández Sampieri, R.; Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4^a ed.). México: McGraw Hill.

Red ORMET. (2012). *Diagnóstico socioeconómico y del mercado de trabajo en la ciudad de Pasto*. Pasto: Universidad de Nariño.

Redondo, Rueda & Amado. (noviembre, 2013). Conducta prosocial: una alternativa a las conductas agresivas. *Investigium-ire*, 4(1). 234-243.

Tarapuez, E. & Botero, J. (2007). *Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor*. Bogotá: Cuadernos de Administración.

Varela, R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. 3 ed. Bogotá: Pearson Prentice Hall.