

2021



Alumna: Mariela
Elisabet Contin.

LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS Y EL EMPREENDEDORISMO EN LA ARGENTINA.

*Las instituciones educativas de niveles secundarios y
la formación de emprendedores.*

Carrera: Profesorado Universitario para la Educación Secundaria y Superior.

Resumen

En el presente trabajo se tratará de establecer si los planes académicos en Argentina para fomentar y formar emprendedores, son diseñados y pensados a partir de los niveles de secundaria o corresponden sólo a niveles superiores o de especializaciones.

Es importante destacar que el emprendedorismo es reconocido a nivel mundial como generador de empleo y factor de innovación y crecimiento económico de los países, de ahí surge su relevancia como objeto de estudio. En Argentina, la experiencia demostró que el número de emprendedores aumenta por necesidad, como resultado de una crisis económica y no por una actitud emprendedora. Esto se debe a que la cultura emprendedora todavía no es muy fuerte ni consolidada dado que es un ecosistema que apenas tiene 20 años de historia.

En países donde el emprendedorismo está más desarrollado se observa que la cultura emprendedora se fortalece y consolida a través de políticas y programas no sólo de apoyo sino también de promoción y formación educativa desde niveles iniciales.

Lo anteriormente dicho permite concluir que si bien algunas aptitudes consideradas propias de los emprendedores son inherentes a la persona, la mayoría de las competencias pueden aprenderse, desarrollarse y también enseñarse. Si bien en Argentina a partir del 2014 se consideró al emprendedorismo como un eje central de educación en las secundarias, uno de los obstáculos para la incorporación en el currículo es la falta de docentes capacitados en el tema. Por lo tanto, el desafío no sólo es diseñar planes que incluyan al emprendedorismo en todos los niveles académicos sino también capacitar a los docentes para que puedan transmitir conocimientos y ofrecer herramientas a los alumnos que los ayuden a desarrollar las competencias consideradas necesarias de acuerdo a su nivel.

Palabras claves: emprendedorismo-cultura emprendedora-educación emprendedora-competencias e innovación-ecosistema emprendedor-programas de apoyo.

INDICE

INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1: El contexto del emprendedor argentino.....	2
Contexto en el que se desarrollaron los primeros emprendimientos en Argentina.	2
Los nuevos perfiles de emprendedores.....	3
Actividad emprendedora: análisis de indicadores.	4
Capítulo 2: La cultura emprendedora. Inicios de un emprendedor. Características, perfil y competencias de un emprendedor.	8
Definición de la cultura emprendedora	8
Surgimiento y desarrollo de la cultura emprendedora.....	9
Inicio de un emprendedor: aptitudes personales, capacidades, competencias y actividades.	10
Capítulo 3: Oportunidades y desafíos a la hora de emprender.	16
Identificación de nuevas oportunidades de negocio.....	16
Claves para desarrollar ideas innovadoras.....	17
Capítulo 4: Actividades y Programas desarrollados en apoyo del emprendedorismo en Argentina.	20
Primeras iniciativas de asistencia a Pymes.	20
Programas actuales de asistencia desarrollados por la SEPYPE.	21
Capítulo 5: La enseñanza del emprendedorismo en escuelas secundarias de Argentina.....	29
Antecedentes de la Ley de Educación Técnico Profesional en Argentina.....	30
Cambios en el sistema educativo argentino mediante La Ley ETP.	31
El Proyecto Educativo “Secundaria del Futuro” de la Ciudad Autónoma de Bs. As.	33
Capítulo 6: Enseñanza de emprendedorismo en escuelas secundarias con orientación en Ciencias Económicas.....	35
Definición de la encuesta como método de recolección de información.....	36
Descripción de la encuesta realizada.	37
Resultados de la encuesta.	39
CONCLUSIÓN.....	41
BIBLIOGRAFÍA.	44
ANEXO I.....	46
ANEXO II	47
ANEXO III	48

INTRODUCCIÓN

Distintos estudios demuestran que al comienzo del nuevo milenio el número de Pymes y Start-ups fueron incrementando, lo que se puede deber no solo al contexto socio económico sino también a políticas diseñadas para formar a los nuevos profesionales ya no sólo para trabajar en organizaciones bajo relación de dependencia sino para asumir riesgos y desarrollar su propio proyecto. Pero a qué se debe este cambio de paradigma, cuáles son los beneficios sociales que se alcanzan fomentando la cultura emprendedora y qué instituciones cumplen un rol fundamental en la transmisión de estos valores.

La universidad, que tradicionalmente tuvo la importante tarea de formar futuros profesionales en diversos campos, se vio enfrentada en los últimos años a las demandas derivadas de un mayor compromiso y participación en la solución de problemas. Cada vez es de mayor importancia el rol que debe cumplir la educación universitaria en el proceso de desarrollo emprendedor; incorporación de programas de formación emprendedora, la creación de incubadoras que brindan herramientas y conocimientos para que los emprendedores que tengan una idea puedan desarrollarla y llevarla a cabo, los programas de especialización en liderazgo e innovación, la especialización en materia de derecho en marcas, patentes y derechos de autor. Pero todo esto ¿es suficiente? ¿Debe la educación en todos sus niveles formar emprendedores?

La cultura emprendedora todavía no es muy fuerte ni consolidada, ya que es un ecosistema que apenas tiene 20 años de historia en la Argentina. Sin ir más lejos, firmas icónicas del sector, como Despegar o Mercado Libre, se fundaron, recién, en 1999. Todavía, el stock de compañías existentes en la Argentina es de solo 20 por cada 1000 habitantes, mientras que en países como Chile ese indicador es de 58 empresas cada 1000, en México 34 y en Brasil 25, según datos de la Fundación Observatorio PyME. Y aunque las iniciativas de a poco se hacen ver, como la Ley de Emprendedores aprobada en 2017 que crea la figura de SAS y que permite abrir una empresa en 24 horas (todavía no se aplica en todas las provincias del país), aún queda mucho camino por recorrer ya que la experiencia demostró que el número de emprendedores en Argentina aumenta por necesidad, como resultado de una crisis económica y no por una actitud emprendedora.

A lo largo de este trabajo se desarrollará el contexto inicial y actual de los emprendedores en Argentina, la cultura emprendedora; las características que deben tener los emprendedores para develar si el emprendedor nace o se hace, las competencias, capacidades y el perfil del emprendedor, las actividades y programas desarrolladas en apoyo del emprendedorismo y la enseñanza del emprendedorismo en las escuelas secundarias. Todo esto permitirá concluir, luego del análisis de los resultados de una encuesta a profesores que enseñan económicas a nivel secundario, si se fomenta la actitud emprendedora en niveles educativos de secundaria o es algo que sólo se trata en niveles superiores.

Capítulo 1: El contexto del emprendedor argentino.

Contexto en el que se desarrollaron los primeros emprendimientos en Argentina.

El emprendedorismo es reconocido a nivel mundial como generador de empleo y factor de innovación y crecimiento económico de los países. Los emprendedores son capaces de detectar nuevas necesidades de mercado y desarrollar nuevos servicios o productos innovadores para satisfacerlas, generando finalmente un impacto positivo sobre los individuos y la sociedad en su conjunto.

En Argentina, la grave crisis económica y social de 2001 y la post crisis transcurrió en un contexto de profundo ciclo recesivo caracterizado por fuertes reducciones en los niveles de inversión, producción y consumo que provocaron caídas del nivel de actividad y elevado desempleo. Esta situación implicó una fuerte presión sobre los distintos niveles de gobierno para generar programas de apoyo e incentivo a la actividad económica.

En este marco muchas personas emprendieron porque no encontraron ninguna otra alternativa para su subsistencia personal o familiar (Lebendicker, 2013).

En general, la población que debió emprender, incluía sectores con distintos grados de vulnerabilidad, muchas veces desplazados involuntariamente del mercado laboral formal. La gran mayoría no contaba con redes de contacto ni una preparación previa para el inicio de sus emprendimientos, sino que se les había impuesto la necesidad de ofrecer alguna propuesta para lograr sobrevivir. Dada esta situación, más allá de cierta contención social,

se requería brindar asistencia y poner a disposición herramientas técnicas, procesos de capacitación y recursos, para acceder a los mercados de consumo.

Se trataba de sectores muy humildes, casi de subsistencia, en situación de emergencia y con necesidades básicas insatisfechas; abocadas a emprendimientos de producción primaria, sean huertas (incluyendo agricultura urbana) o cría de animales, reciclado de residuos (papeles, cartones y plásticos), o manufacturas básicas como artesanías y alimentos, principalmente panificados. También se pueden señalar sectores antes asalariados que se vieron empobrecidos, con conocimientos específicos dedicados a alguna actividad productiva (textiles, calzado y marroquinería, muebles, metalmecánica, entre otros) en función de su historia personal y laboral, y basados en las capacidades y habilidades con que contaban en ese momento. En ambos casos, las personas percibían, en general, planes sociales para paliar su situación y los emprendimientos se generaban como actividades informales desarrolladas a fin de poder generar excedentes comerciales y como complementarias a otros ingresos, también informales.

Por último, había también un amplio abanico de micro y pequeñas empresas de diversos sectores productivos y de servicios, incluyendo un conjunto de nuevas cooperativas y empresas recuperadas, que buscaban potenciar sus actividades a través del aprovechamiento de diversas herramientas de asistencia técnica, procesos de capacitación y líneas de financiamiento para reconvertir sus matrices productivas.

Los nuevos perfiles de emprendedores

A medida que fueron mejorando las condiciones y el entorno, se pudo verificar una etapa en la cual se desarrollaron y potenciaron los mecanismos de apoyo a empresas y emprendedores; tanto a través de diversos programas públicos de financiamiento, asistencia técnica y capacitación; como a través de nuevas instituciones de apoyo que contaban como una de sus herramientas más generalizadas el acercamiento a las diversas redes de contactos que les permitían a los emprendedores enriquecer sus vínculos, aprender de la experiencia de otros, o establecer relaciones comerciales (Kantis, 2009).

En este contexto, se fueron identificando nuevos perfiles de emprendedores que no solo buscaban obtener mayores ingresos sino cubrir y capitalizar diversas oportunidades de mercado que habían detectado en sus sectores productivos. Estos emprendedores decidían

constituir su empresa o incorporar nuevas líneas de trabajo, basándose en el desarrollo o mejora de un producto o servicio, o en el manejo de una técnica o tecnología que les era propia o que habían desarrollado por sí mismos. En ocasiones el proceso de detección de oportunidades provenía de la observación de los potenciales emprendedores que les permitía un puesto de trabajo determinado y las habilidades adquiridas en los mismos; y en otras de las nuevas capacidades logradas a través de cursos de capacitación y/o procesos de asesoramiento y acompañamiento obtenidos de los nuevos actores intervinientes en el “ecosistema emprendedor”.

En general, estos emprendedores contaban con cierto grado de educación o formación técnica o especializada, y con algún tipo de red de contactos inicial proveniente de sus estudios, trabajo, familia, o actividades previas que les había permitido superar las primeras etapas de la idea proyecto; utilizando dichos conocimientos en actividades que siguen las novedades de mercado como gastronomía gourmet, prendas de vestir o muebles de diseño; que utilizan nuevos materiales o procesos de producción; que acompañan a sectores en crecimientos como las autopartes o las agropartes; o que desarrollan nuevas tecnologías o aplicaciones para la informática o las telecomunicaciones.

Actividad emprendedora: análisis de indicadores.

Considerando que fomentar la actividad emprendedora y crear condiciones apropiadas para su supervivencia, resulta vital para el alcance de economías pujantes, innovadoras y competitivas, resulta fundamental evaluar en qué situación se encuentra la población argentina en relación a determinados indicadores, a los efectos de realizar un adecuado diagnóstico y de diseñar herramientas apropiadas para el fomento del espíritu emprendedor, esto es que se emprenda por convicción y no sólo por necesidad.

Para asegurar la proliferación y el éxito de los emprendimientos, deben además, generarse condiciones adecuadas para que los mismos encuentren soporte e incentivos suficientes para su desarrollo y supervivencia.

En 1999, nace el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), observatorio global de la actividad emprendedora, con el objetivo de cubrir la falta de información en torno al fenómeno emprendedor; elabora anualmente una evaluación de la actividad emprendedora, aspiraciones y actitudes de los individuos, atravesando un amplio rango de países. Según el

GEM, los factores que impactan en el entorno emprendedor se encuentran representados por:

- Apoyo financiero.
- Apoyo gubernamental.
- Regulaciones específicas.
- Transferencia de Investigación y Desarrollo (I+D).
- Apertura del mercado.
- Educación en emprendedorismo.
- Normas culturales y valores relacionados con el emprendedorismo.
- Acceso a infraestructura física.
- Infraestructura legal y comercial.
- Educación y entrenamiento en escuelas primarias y secundarias.

De acuerdo con la investigación realizada por el GEM en el 2013, la percepción de la población respecto de la existencia de oportunidades de negocio en el país era del 40,9%, representando el menor porcentaje en comparación con los resultados obtenidos en otros países de la región. Chile – con un 68,4%- resultó primero en oportunidades, seguido por Colombia – con un 67,7%- y Perú –con un 61% (Amorós y Bosma, 2013).

De acuerdo con los resultados de las investigaciones desarrolladas por el GEM, las economías expertas en innovación, como por ejemplo la Unión Europea y los Estados Unidos, poseen altos estándares en estos factores, mientras que regiones con economías emergentes o en desarrollo, tal es el caso de Argentina y Brasil dentro de Latinoamérica, poseen de acuerdo con la opinión de los expertos, escaso apoyo en lo que respecta a regulaciones gubernamentales.

El proyecto Doing Business del Banco Mundial, proporciona una medición de las normas que regulan la actividad empresarial y su puesta en práctica y brinda datos sobre la facilidad para hacer negocios en 189 economías seleccionadas. Cada una de las 189 economías se evalúa en función de la distancia de sus regulaciones empresariales con respecto a las mejores prácticas globales. Una puntuación más alta indica un entorno empresarial más eficiente e instituciones legales más fuertes.

El reporte cubre las regulaciones que afectan diez áreas del ciclo de vida de una empresa:

- Apertura de una empresa.
- Manejo de permisos de construcción.
- Obtención de electricidad.
- Registro de propiedades.
- Obtención de crédito.
- Protección de inversores.
- Pago de impuestos.
- Comercio transfronterizo.
- Cumplimiento de contratos.
- Resolución de la insolvencia.

Este ranking, ubica a la Argentina en el puesto 124.

Profundizando en los resultados de dicho estudio y considerando dos áreas claves que influyen en el nacimiento de una empresa, como ser su apertura y la obtención de crédito, podemos señalar que de dicho estudio se desprende que:

- La apertura de un negocio en Argentina requiere la realización de 14 trámites, seis más que el promedio presentado por el resto de los países de América Latina y el Caribe y diez más en comparación con los países de mayores ingresos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).
- En lo que respecta a la obtención de créditos, si bien su ubicación en el ranking supera a la obtenida en el ítem apertura de negocios, presenta un retroceso de cuatro posiciones respecto a la medición del año anterior.

Con respecto a la actividad emprendedora en la Argentina, nuestro país posee, de acuerdo con el último reporte anual del GEM una TEA (Tasa de Actividad emprendedora en etapa temprana, que incluye empresas nacientes de hasta 3 meses de vida y empresas nuevas de 3 meses a 42 meses) del 15,9% (Amorós & Bosma, 2013). Dicha tasa se calcula sobre la población de entre 18 a 64 años. Esto significa que casi 16 de cada 100 argentinos, pertenecientes a ese rango etario, se encuentra vinculado a algún tipo de actividad emprendedora. Si bien este indicador resulta bastante alentador, es menester señalar lo expuesto por Silvia Torres de Carbonell, directora del Centro de Emprendedores del IAE y a cargo de la investigación local del GEM, respecto a que la alta tasa emprendedora en

Argentina no debe por sí alegrarnos, ya que esconde en parte una realidad preocupante: un alto porcentaje del total decide emprender por disminución o falta de ingresos (emprendedores por necesidad), y aquellos que lo hacen por percepción de nuevas oportunidades para mejorar ingresos o en busca de mayor independencia (emprendedores por oportunidad), encuentran muchas barreras para su crecimiento (Clarín, 2013).

Vale aclarar, considerando lo anteriormente expuesto, que no todos los emprendimientos que se generan tienen la misma motivación y por ende, el mismo impacto en la economía del país. En el artículo “Fortalezas y debilidades de la Argentina para crear empresas” (Kantor, 2012), Juan Manuel Collado, cofundador y director del grupo Tapebicuá, dueño de Celulosa, entre otras empresas; define: “el emprendimiento de alto impacto es el que genera exportaciones, empleo, derrama desarrollo para la comunidad y apunta a los mercados globales, el emprendimiento por necesidad no es necesariamente malo, pero su actividad es de bajo impacto”. Gabriela Macagni, de la Fundación Endeavor, también diferencia las iniciativas empresarias: el emprendedor de supervivencia no corre riesgos innecesarios, maneja estructuras contenidas y evita las complicaciones de crecer. Los proyectos de alto impacto, en cambio, son organizaciones pensadas desde su inicio para ser grandes compañías (Kantor, 2012). Esta diferenciación debe estudiarse y considerarse al momento de diseñar e implementar políticas de fomento, con el objetivo de incrementar la eficiencia en la asignación de recursos para el apoyo a nuevos emprendimientos.

Otro aspecto relevante a tener en cuenta, es el grado de supervivencia de los emprendimientos que se crean. De acuerdo con un relevamiento realizado en 2014 por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), la imposibilidad de acceder a créditos blandos, junto a la falta de asesoramiento y capacitación genera que 7 de 10 nuevos emprendimientos cierran antes de cumplir su tercer año de vida (iProfesional, 2014). Sobre el tema financiamiento, Diana Silveira, coordinadora del Centro de Desarrollo para Emprendedores y Exportadores (CEDEX) de la Universidad de Palermo, que desde 2012 releva la opinión de los emprendedores sobre su propia actividad, manifiesta: los proyectos pueden no ser muy costosos cuando comienzan, el problema se presenta cuando se empieza a crecer: si no tenés financiamiento para desarrollar una estructura, el proyecto muere.

Dante Sica, director de la consultora Abeceb, explica que en todas partes del mundo, la mayor tasa de mortalidad se registra en el segmento de empresas jóvenes, de entre 1 y 4

años y opina que en Argentina existe un bajo nivel de empresariedad y también de natalidad de empresas (Clarín, 2013). Esto último, coincide con los resultados obtenidos en la investigación sobre emprendimientos de Doing Business, cuya recolección de datos fue culminada en junio de 2013. En dicho informe, con el fin de medir la actividad empresarial, se recopilaron datos de nuevas empresas registradas por cada 1.000 trabajadores en edad activa, entre 15 y 64 años (Doing Business, 2013) y se concluyó que la densidad de nuevas empresas en Argentina es del 0,47, situándose muy por debajo de sus países vecinos de Brasil (2,17), Uruguay (2,98) y Chile (5,69).

Capítulo 2: La cultura emprendedora. Inicios de un emprendedor. Características, perfil y competencias de un emprendedor.

Definición de la cultura emprendedora

Existen varias definiciones sobre la cultura emprendedora. Para explicar fácilmente este complejo término, algunos autores han dividido el concepto en las dos palabras que lo componen, “emprender” y “cultura”.

Definido por Wickham (2006 citado en Brownson, 2013), la palabra emprender es el adjetivo que se da para describir cómo el empresario emprende lo que hace. El uso del adjetivo emprendedor demuestra un estilo particular de lo que hacen los empresarios.

Por otro lado, Brownson (2013) menciona el término cultura que se define como los atributos, valores, creencias y comportamientos en los que el individuo aprende o adquiere de una generación a otra, y que pasan de una persona y grupo a otra. La transferencia de estos ciertos atributos, valores, creencias y comportamientos muestran las intenciones de fomentar un cierto tipo de cultura.

Por lo tanto, la unión de estos dos términos se ha conceptualizado como:

“Una sociedad que realza la exhibición de los atributos, valores, creencias y comportamientos que se relacionan con los empresarios (Brownson, 2013)”.

La cultura emprendedora es el entorno en el que se desarrollan los atributos, los valores, la mentalidad y el comportamiento de los emprendedores.

Las acciones directas de la cultura emprendedora difunden el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, prácticas, costumbres y acciones, y a la vez, están dirigidas a fomentar el espíritu emprendedor y a mostrar los beneficios de la iniciativa empresarial en la población (Observatorio Nacional del Emprendedor, 2015).

Según la OCDE (2009, citado por Sánchez & Martínez, 2017), lleva tiempo desarrollar una cultura emprendedora.

Surgimiento y desarrollo de la cultura emprendedora.

El surgimiento de la cultura emprendedora viene de la mano del cambio en la estructura del trabajo en relación de dependencia. Cuando éste último, deja de brindar un factor clave que es el de la “estabilidad” y “seguridad”, comienzan a buscarse nuevas opciones.

El trabajo en relación de dependencia se ha modificado, tanto por decisiones tomadas por el lado de la oferta como de la demanda. El empleado demuestra una actitud conformista, mientras que se le asegure cierto grado de estabilidad laboral. Al quebrarse este vínculo, se pasa a un proceso de búsqueda permanente de mayores desafíos, de crecimiento continuo en lo laboral y lo personal, es decir que se produce un cambio de visión en la oferta laboral, en la que se plantea porqué depender de alguien si cuenta con las capacidades para desarrollar ciertos productos o servicios.

Por el lado de la demanda, la cultura empresarial y la dinámica del desarrollo productivo en mercados altamente globalizados, y con los impactos que ello genera, define una característica de cambio continuo (hacia arriba y hacia abajo), con un factor de ajuste principal a través de la mano de obra, tanto en precios como en cantidades. O sea, disminución de salarios o desempleo. Esta situación define un riesgo latente permanente a esa “estabilidad” tan codiciada de la era de pre globalización.

Gran parte de los “emprendedores” en la actualidad; son los expulsados del trabajo dependiente, por la movilidad propia generada por la actividad económica; por el desánimo de la rutina empresarial o por el balance de incentivos. Si bien en muchos casos, la transformación de empleado a emprendedor es inducida por la necesidad, no necesariamente esta sea una condición suficiente para emprender. La cultura emprendedora no surge a partir de la necesidad de obtener ingresos de subsistencia, sino a partir de la

identificación de necesidades en un mercado insatisfecho el cual se puede satisfacer con un desarrollo completo auto gestionado.

Inicio de un emprendedor: aptitudes personales, capacidades, competencias y actividades.

El emprendedor es aquel que identifica una necesidad del mercado que no ha sido satisfecha y decide poner su capacidad y sus recursos para lograr satisfacerla. Es el que concluye poner en marcha el proceso emprendedor, desde la idea o concepción del negocio, el evento que va a desencadenar las operaciones, la implementación y hasta inclusive el crecimiento. Reconocer las oportunidades y ser capaz de administrar recursos para aprovecharlos y transformarlos forma parte del ADN de los emprendedores. Algunas personas nacen con ciertos rasgos o tendencias que contribuyen a orientarlos hacia el emprendedorismo. Otros mencionan que se trata de un proceso de aprendizaje que puede ser enseñado a través de la práctica. Lo cierto es que se han identificado aspectos de la personalidad y capacidades que resultan inherentes a los emprendedores, las cuales se describen a continuación.

Conforme a la visión de Edgardo Donato (Donato, 2005), el emprendedor tiene ciertos aspectos en su personalidad que son imprescindibles, tales como:

- Autoestima: valoración generalmente positiva de sí mismo.
- Compromiso: Cumplir responsablemente con lo que se ha prometido.
- Pro actividad: La persona pro activa no sólo tiene ideas, sino que toma la iniciativa de transformarlas en acciones.
- Pasión: La pasión moviliza, entusiasmo, es el motor del emprendedor.
- Auto gerenciamiento: es el gerenciamiento de uno mismo.
- Apertura y flexibilidad: Es la actitud de escucha permanente, tratando de receptar todas las posiciones, todos los mensajes, todas las opiniones para, luego de analizarlas, utilizar las que resulten más interesantes.
- Adaptación al cambio: prever el cambio, controlar el cambio y disfrutar del cambio.

Por otro lado, el emprendedor tiene capacidades emprendedoras personales tales como:

- Búsqueda constante de información y oportunidades.
- Toma de decisiones y toma equilibrada de riesgo.

- Capacidad de negociación y resolución de conflictos.
- Compromiso con el contrato de trabajo.
- Demanda de calidad y eficiencia.
- Perseverancia.
- Redes de apoyo y asociativismo.
- Creatividad e innovación.
- Liderazgo.

En el pasaje de la idea al plan y del plan al emprendimiento concreto deben ponerse en juego diversas competencias. Algunas de ellas son competencias genéricas, que aplican a una amplia variedad de situaciones, y en cierta combinación peculiar configuran el perfil básico del emprendedor. Otras, en cambio, son competencias específicas de la gestión de empresas, que adquieren particular relevancia en la gestión de nuevos emprendimientos.

Es pertinente, en tal sentido, mencionar las competencias técnicas que deberían tener los emprendedores en un país como Argentina, el cual, cabe señalar, está signado por sucesivas crisis económicas que se repiten cíclicamente a intervalos de una década aproximadamente.

1) *Competencia directiva*

La competencia directiva consiste en la capacidad de definir objetivos, estrategias y controlar resultados, así como la capacidad de gestionar recursos (humanos, físicos, financieros, entre otros), especialmente al inicio del emprendimiento cuando estos recursos son escasos y el emprendedor debe asumir riesgos. De modo que implica la capacidad de definir “qué hay que hacer”, así como el “cómo hacerlo”.

2) *Competencia comercial*

Definiremos la competencia comercial como el conjunto integrado de conocimientos, habilidades y actitudes necesarios para la satisfacción de necesidades de un mercado meta.

3) *Competencia financiera*

Es menester que el emprendedor tenga conocimientos sobre los mercados de capitales y financieros, su funcionamiento, utilidad y características. Es muy probable que el emprendedor deba acudir al préstamo, es decir, al endeudamiento, especialmente al inicio de la ejecución de su proyecto.

4) *Competencia ambiental*

La competencia ambiental ha venido adquiriendo mayor relevancia en la bibliografía de gestión en las últimas décadas, asociada al concepto de Responsabilidad Social Empresaria (RSE).

Con respecto a la actividad, la escala de desarrollo de una actividad autogestionada, define si se está hablando de un emprendimiento o de otra cosa. El emprendimiento se comienza a definir cuando la actividad se encuentra dentro de un marco de formalidad.

Las distintas instancias en que se puede encontrar un emprendedor, hace la diferencia entre estar más cerca del éxito o fracaso del mismo; de la subsistencia a la generación de un negocio serio. Por lo menos teniendo en cuenta las condiciones internas de desarrollo del mismo, y exceptuando las condiciones externas que están fuera del alcance del emprendedor y que obviamente pueden afectar el desempeño del negocio.

Generalmente, las características del desarrollo de un emprendimiento al comienzo coinciden con los siguientes aspectos:

- Es muy pequeño en términos de capital. Incluso cuando se trata de autoempleo puede no requerirlo. Esta es una fortaleza para comenzar con muy poco. También le permite al emprendedor adaptarse rápidamente a los cambios y ser competitivo en ello, ya que no tiene gran escala de producción.
- Tiene bajo número de empleados o no tiene ninguno. En algunos casos pueden estar reducidos al grupo familiar. Precisamente la estructura familiar puede ser fortaleza o debilidad, dependiendo de cómo se plantee.
- Ventas y producción a baja escala.
- Bajo nivel tecnológico, salvo algunas excepciones. Puede tener como fortaleza la calidad artesanal de sus productos y servicios.
- Escasa organización, pero debe existir alguna forma de organización aunque sea elemental, por eso no se dice nula.

- Escasa división del trabajo. El emprendedor hace de todo y le cuesta delegar o no tiene en quién delegar. Su fortaleza es que llega al cliente directamente y se enfrenta a menor burocracia a la hora de tomar decisiones.

- Baja rentabilidad (aunque también con excepciones), pero capaz de lograr autofinanciamiento. Le cuesta competir en precio con pymes, pero tiene más márgenes de acción dado que el emprendedor reúne para sí los costos de mano de obra y porcentaje para la empresa.

Las características generales de las actividades desarrolladas en un autoempleo deberían incluir los siguientes aspectos para poder considerarse un emprendimiento:

FUNCIONES	ACTIVIDADES
PLANIFICAR	Organizar y conducir reuniones de trabajo. Capacitarse. Conocer los competidores. Conocer los potenciales clientes. Realizar el cronograma de actividades. Comunicar.
COMUNICAR	Mantener actualizados los medios de difusión externa: clientes, Proveedores y comunidad. Mantener la comunicación interna: integrantes del Emprendimiento.
EJECUTAR	Controlar la planificación. Realizar las compras de insumos. Elaborar los productos o realizar servicios. Realizar una promoción de productos. Establecer el embalaje del producto. Ventas. Efectuar las entregas.

ADMINISTRAR	Hacer trámites tributarios. Hacer trámites bancarios. Control de presupuestos. Pagar a proveedores. Efectuar las cobranzas. Control de compras y ventas.
-------------	---

Y dentro de ese listado de actividades a desarrollar, se debe acompañar con el conjunto de aptitudes individuales para gestionar el cumplimiento de las mismas en forma eficiente. Para ello, se debería disponer de:

Conocimientos en cuanto al producto o servicio	Características del producto/servicio que realiza. El mercado donde operará y el que alcanzará a tener. La administración del negocio.
Conocimientos en cuanto a la gestión del negocio	Planificación. Organización. Conducción. Manejo del tiempo. Comunicación.
Capacidades emprendedoras	Actitud activa. Flexibilidad y apertura. Adaptación al cambio. Responsabilidad. Capacitación permanente. Permanente búsqueda de información y oportunidad. Permanente toma de decisiones. Toma equilibrada de riesgos. Capacidad de negociación y resolución de conflictos. Calidad y eficiencia. Perseverancia.

Capacidades emprendedoras	Redes de apoyo y asociatividad. Liderazgo. Creatividad e innovación.
---------------------------	--

En conclusión, dadas las características descriptas en este capítulo, el emprendedor tiene que poseer determinadas características: ser optimista, muy persistente, rodearse de personas inteligentes y estar siempre atento para armar redes o asociarse con quién tiene proyectos similares o complementarios. También debe tener capacidad para comunicar su visión a sus colaboradores, proveedores y clientes, reconocer sus debilidades y tener buena disposición para trabajar en equipo, entre otros elementos diferenciadores.

Por otro lado, un emprendedor, como tal, debe contar con información completa y exhaustiva para definir la factibilidad del negocio y para poder desarrollar y gestionar de forma eficiente el mismo. No alcanza con saber producir, poder financiar, o solamente conocer las necesidades del mercado. Debe haber integralidad en el desarrollo del mismo. A su vez, este conocimiento integral implica la disponibilidad de criterios de planificación y gestión del negocio a partir de un análisis de factibilidad criterioso y detallado.

El emprendedor efectivo no es tanto aquel que tiene una buena idea, sino quien a partir de una buena idea logra materializarla, aprovechando la oportunidad descubierta por medio de un emprendimiento rentable. Debe poder planificar, implementar y controlar una serie de acciones concretas, gestionar los recursos necesarios y dirigir el funcionamiento del mismo. Para esto, requiere contar con buen dominio de una serie de competencias técnicas de gestión. Estas son las que posibilitarán la emergencia y subsistencia del proyecto; son las que convertirán la idea en visión, la visión en plan de negocios y, finalmente, el plan propuesto en un emprendimiento efectivo.

En función de todo lo anterior, se concluye que la cultura emprendedora surge no solo de las capacidades de generación de un negocio, a través de habilidades individuales de desarrollo de un producto o disponibilidad de capital para su conformación; sino a partir de un conjunto de habilidades, conocimientos y comportamientos emprendedores.

Capítulo 3: Oportunidades y desafíos a la hora de emprender.

Identificación de nuevas oportunidades de negocio.

En tiempos donde las ideas, la tecnología y la innovación son claves en la generación de valor, el emprendedor cumple un rol principal. Para eso, se debe preparar y conocer los desafíos a los que se puede enfrentar.

Ser emprendedor no es para cualquiera, pero cualquiera puede serlo ya que sólo sería necesario identificar tres elementos en el camino de descubrir una idea innovadora: detectar una nueva necesidad del usuario, vincularla con una tecnología existente y combinar ambas de una manera que despierte el interés.

Andy Freyre valora como criterio de detección de oportunidades de negocios, “el agilizar el sentido de observación diaria para detectar necesidades sobre todo en tiempos de coyuntura recesiva. Lejos de todo pronóstico, recomienda menos horas de eventos de networking y más tiempo de oficina puliendo ideas” (Dobal, 2015). Se hace necesario un mayor tiempo de planificación, una actividad que resume en pasar más horas de análisis en la oficina.

Agrega el mismo referente emprendedor, “la mayoría encaran errados el camino de los negocios, porque creen que tienen que encontrar una idea disruptiva, como la única cuestión para justificar un emprendimiento exitoso”. Por otra parte, ratifica que no existe la inspiración casual. Sólo una eficiente observación que se debe profundizar cuando hay una crisis, es la alternativa. En las crisis emergen nuevos problemas que necesitan otras soluciones.

Freyre menciona que la importancia la reviste la atención metodológica, única llave para crear soluciones creativas. Una lista de diez problemas sin resolver de la vida cotidiana se debería identificar para luego empezar a definir soluciones y zanjar los dilemas que se planteen (Dobal, 2015).

El autor agrega que habría que dejar el ego de lado, agilizar los sentidos para identificar experiencias exitosas y saber adaptarlas al mercado local. Por otra parte, muchos emprenden por necesidad y no por convicción y no le destinan suficiente energía a la preparación y elaboración del cómo llevar a adelante un proyecto diferencial. El proceso para que una buena idea pase a tener valor, puede ser dificultoso, y muchas veces es posible caer en errores comunes a la hora de llevar el proyecto adelante.

Claves para desarrollar ideas innovadoras.

El autor argentino Kastika (2013) menciona que crear puede no ser siempre un proceso científico. Para guiar a los emprendedores por el camino de la innovación y la obtención de resultados identifica diez pasos:

- Simplicidad. La idea puede ser compleja, pero debe verse simple. No todo lo nuevo es innovador. Muchas veces uno quiere mejorar sus ideas complicándolas pero no sería conveniente.
- Profundizar la experiencia o lo opuesto a vender mas barato. La innovación debe mejorar la vida de las personas, crear una nueva experiencia con algo ya conocido.
- Historia. ¿Qué historia hay detrás de cada negocio? ¿Qué dice la gente acerca de lo que compra?
- El efecto “persona”. Un negocio innovador debe llevar la firma de alguien.
- Proponer un compromiso claro y con valores. Un proyecto debe armarse a partir de valores e incluso sacrificando ciertos otros elementos.
- ¿Hay algún producto parecido en otro rubro? La disrupción absoluta puede ser un error. Que exista algo similar en el mercado permitiría anclar otro con más rapidez.
- ¿Completa algo o es completado por un producto existente? Hay que apoyarse en lo existente. Mejor si ayuda a ganar dinero a algunos otros más.
- ¿Hay una conexión emocional con el cliente? Hay que descubrir los mercados que crecen con las emociones de la gente. Para saberlo, habría que preguntarse si existen fanáticos potenciales.
- ¿Se puede experimentar? Hay que descubrir nuevos nichos donde otros puedan experimentar.
- ¿Podría liderar un rubro? Aunque haya competidores habría que preguntarse si se puede liderar un segmento o nicho del mercado.

El hecho de identificar oportunidades de negocio no sólo es un desafío para el emprendedor sino que también, el desarrollo de esas ideas trae consigo varios retos. Debido a esto se deben considerar ciertas recomendaciones para lograrlo y tener éxito en el futuro.

Algunos autores como Kantis (2015) mencionan las siguientes recomendaciones para un adecuado desarrollo de una idea emprendedora:

- Evitar la omnipotencia del “yo puedo con todo”. Este síndrome se vislumbra de diversas formas, al negarse a delegar y estructurar formalmente el emprendimiento o abrirse para sumar nuevos socios con capacidades o recurso que serían necesarios o revisar los roles entre los socios de acuerdo a realidades que lo exigen.
- No advertir que las necesidades de crecer no pueden depender de los límites de la agenda personal. El crecimiento puede verse impedido por frenos puestos por las limitaciones del propio emprendedor. Puede provocar desorientación y falta de rumbo en la empresa.
- No jugar con la salud del empresario. Es quizás el activo máspreciado de las empresas en sus inicios. La cabeza de la empresa tiene que estar siempre bien, no estresarse y evitar situación de vértigo no controlable.
- Cuidar la caja. Muchos sufren crisis financieras por no medir bien los impactos del crecimiento o de las inversiones necesarias para empezar.
- Las cuatro patas de la mesa no deberían tener un desarrollo distinto por mucho tiempo. La comercial, la financiera, la productiva y la organizativa. De no ser así, el crecimiento puede ser desequilibrado y poner en jaque el crecimiento o la expansión.
- Construir y participar en redes valiosas para el empresario y para la empresa. Es imprescindible no encerrarse y renovar vínculos adaptándolos al desarrollo organizacional.
- Evitar una alta exposición del negocio a uno o dos clientes. Hay que evitar depender de sólo una o dos empresas. De ser así, sería recomendable redefinir el negocio.
- Finalmente: no hay recetas para crecer fuerte y sostenidamente, cada uno debe definir su estrategia.

Adicionalmente se podrían agregar las siguientes claves para detectar oportunidades de negocios:

- Mantenerse informados. Estar al tanto de la coyuntura socio económico es clave para los emprendedores que inician un proyecto.
- Mirar el entorno. Lo que funciona en otros lugares también puede hacerlo en el propio y aún no haber sido aplicado.
- Buscar nichos en el mercado. Se pueden optimizar aspectos para que los usuarios mejoren la relación con un producto o servicio.
- Detectar los intereses de la gente. Hay que descubrir nuevas posibilidades y expandir las necesidades de los potenciales usuarios.

- Descubrir nuevos y potenciales clientes. Siempre hay que estar atentos a las nuevas segmentaciones del mercado.
- Definir ventajas diferenciales. Es necesario reconocer en relación a la competencia los elementos diferenciadores de las nuevas propuestas y reconocer también las propias limitaciones.
- Vincular a la tecnología. Seguramente en el futuro ningún proyecto se podrá concebir sin el uso de nuevas tecnologías.
- Considerar malas experiencias vividas por el consumidor. Descubrir experiencias en donde los consumidores la pasan habitualmente mal o existen necesidades desatendidas.
- Analizar si se cuenta con los recursos necesarios. Se hace imprescindible relacionar los recursos con la detección oportuna de oportunidades.
- Salir de la zona de confort. Se avanza con los nuevos proyectos saliendo del encierro individual y social. Se hace necesario estar abierto a observar nuevas posibilidades de negocios.

Se debe tener claro que emprender es salir de la zona de confort, es tomar riesgos por una idea o un proyecto, al que solo el emprendedor le puede dar forma, y teniendo muy claro que existen innumerables desafíos que lo pondrán constantemente a prueba. Pero de eso se trata, de tomar nuevos desafíos, y generar ideas innovadoras que en algunos casos puedan mejorarle la vida a la gente.

Las ideas deben resolver algún tipo de problema o necesidad. Las buenas ideas se presentan de diferentes formas, la clave es identificar aquellas que se vinculan directamente con el emprendedor y su pasión, de modo que este decida dedicarle varios años de trabajo pro activo en la adaptación y readaptación de esas ideas, a los cambios del contexto. Esto último, es muy importante ya que la incapacidad de adaptarse a los cambios es uno de los principales motivo de fracaso de las startups. Por eso, habría que dar pequeños pasos y en cada uno, ir ajustando el desarrollo del emprendimiento; ya sea a nivel del producto o servicio, comunicación y relaciones o también del equipo de trabajo si hiciera falta.

Capítulo 4: Actividades y Programas desarrollados en apoyo del emprendedorismo en Argentina.

Existe una serie de factores intangibles que resultan determinantes en el éxito o no del emprendedor. Se trata de otros emprendedores, pequeñas empresas o profesionales freelance que prestan apoyo a los emprendedores y que se caracterizan por saber no sólo de su especialidad sino del nicho concreto del emprendedor. Por ejemplo: incubadoras, clusters, mentores, asociaciones de apoyo al emprendedor, gestorías, etc. En otras palabras, la clave para lograr la competitividad de un país o región está en utilizar a los emprendedores como tractor de su economía diseñando un ecosistema emprendedor regional. Si se comienza identificando las fortalezas y debilidades de la región, las características locales y los actores clave, se puede diseñar un plan integrado de acciones que lleve de la situación actual al ecosistema emprendedor que se desea construir. No se trata de un plan maestro sino de un ciclo de exploración en el que, utilizando como punto de partida el diagnóstico inicial, se comience a influir sobre los factores descritos con el fin de crear ciclos de realimentación rápida que permitan medir si dicho elemento está funcionando o no y ajustar el plan en base a ello. Un ecosistema bien diseñado debe entrar en un círculo virtuoso y convertirse en un elemento auto sostenible que mejore con el tiempo.

Primeras iniciativas de asistencia a Pymes.

En agosto del año 2000 se sanciona la Ley de Fomento para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, la que encomienda a la Secretaría de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Economía de la Nación (SEPYME), coordinar e integrar una Red de Agencias de Desarrollo Productivo a nivel Nacional que, articuladas con los Gobiernos Provinciales, funcionaran como ventanilla de acceso a los instrumentos y programas de asistencia de la SEPYME.

Para el armado de la Red, la estrategia se fue concretando a través de la suscripción de una serie de convenios-marco con las diversas provincias con el objetivo de integrar entidades ya creadas o de constituir nuevas estructuras. Dependiendo del diseño institucional planteado para cada Agencia, algunas definiciones enfatizan el carácter de instituciones intermediarias entre la esfera pública y la privada, mientras que otras hacen un fuerte

hincapié en el rol del Estado como impulsor y creador de este tipo de organismos. En otros casos, se toma pura y exclusivamente su carácter local mientras que en otros se amplía el ámbito de injerencia adoptando un criterio regional (Villa, 2007).

Esta experiencia en Argentina mostró que las Agencias han surgido de una amplitud de procesos diferentes, aunque con algunos elementos afines tales como la participación público-privada, la especificidad territorial, el trabajo a través de los conceptos de cooperación inter-institucional y descentralización, el fomento de las pequeñas y medianas empresas, y la prestación de servicios de desarrollo empresarial (Saltarelli y Costamagna, 2004).

Programas actuales de asistencia desarrollados por la SEPYME.

1) Programa Fondo de Fondos

¿Qué es? El programa busca desarrollar mecanismos para aumentar la oferta de capital emprendedor. Se trata de un instrumento jurídico (“Fondo de Fondos” o “FF”) para canalizar fondos públicos destinados a co-invertir junto con capital privado en fondos de inversión (“Fondos” o “FI”). Dichos fondos, administrados por gestores profesionales previamente seleccionados, se focalizarán en la inversión en empresas de base tecnológica, de alto impacto y con mercados globales que tengan una tesis de operación en Argentina. El aporte a dichas empresas se realiza mediante un aumento de capital, a través del cual el fondo de inversión adquiere acciones de las empresas y los administradores de los fondos se involucran activamente en su gestión.

2) Fondo Semilla

Fondo Semilla promueve el surgimiento, desarrollo y fortalecimiento de emprendimientos que se destaquen por ser especialmente innovadores para la región, a través de asistencia financiera y asistencia técnica brindada por incubadoras que estarán a cargo de la evaluación, capacitación, mentoreo y acompañamiento de los proyectos.

3) Aceleradoras

¿Qué es? La iniciativa busca favorecer el desarrollo de emprendedores de alto impacto, a partir de la creación de aceleradoras que contribuyan a brindar soporte, validar la idea y escalar los proyectos.

4) PAC Emprendedor

¿Qué es? Es una herramienta diseñada para promover la creación y el desarrollo de nuevas empresas con potencial de crecimiento y capacidad para ejecutar proyectos dinámicos, escalables e innovadores. Se consideran nuevas empresas a aquellos emprendimientos con menos de dos años de actividad económica verificable o emprendedores que inician su proyecto. La instrumentación es a través de Aportes No Reembolsables de hasta el 85% del total del Plan de Negocio y hasta \$150.000, los que se podrán canalizar mediante la modalidad de anticipos y/o reintegros. El Pac Emprendedores privilegia la aplicación de los Aportes No Reembolsables para la realización de gastos e inversiones asociados a la puesta en marcha y desarrollo inicial de la empresa y para la contratación de servicios profesionales de asistencia técnica. La iniciativa brinda asistencia económica a las nuevas empresas y emprendedores que previamente hayan transitado un proceso de estudio y gestación en una Incubadora acreditada por parte del programa. Las Incubadoras operan como facilitadores de los emprendedores en el proceso de difusión, formulación, aval y acompañamiento en la ejecución y rendición de los planes de negocio de los emprendedores.

5) Ciudades para Emprender

Entendiendo el emprendedorismo como una herramienta clave para el desarrollo económico local, el programa Ciudades para Emprender busca fortalecer y desarrollar las capacidades emprendedoras en distintas ciudades de la Argentina, a través de un plan de trabajo articulado con actores locales de los sectores público y privado: incubadoras, clubes emprendedores, gobiernos, empresas, universidades, emprendedores, agencias de desarrollo, entre otros. El programa procura facilitar la integración de los distintos agentes que promueven el emprendedorismo en el territorio. Para lograrlo, se diseñó junto a un equipo técnico una matriz diagnóstica que identifica el grado de desarrollo del ecosistema emprendedor local, para luego, y en función de ello, avanzar en el diseño de un plan de trabajo conjunto y participativo entre el gobierno local, otros actores parte del ecosistema y la Subsecretaría de Emprendedores.

6) Clubes de Emprendedores

¿Qué es? Es una línea de apoyo para la apertura de espacios de trabajo colaborativo (Club de Emprendedores) a nivel local. Entendiendo que los espacios físicos de trabajo colaborativo e incubación son claves para el desarrollo de nuevos emprendimientos, la intención es aumentar la oferta de espacios de coworking, makerspaces, labs y centros de innovación a través de líneas de financiamiento que cubrirán, en parte, gastos de infraestructura, recursos humanos, difusión y realización de eventos.

7) Cadenas de Valor con Impacto Social

¿Qué es? La iniciativa promueve insertar en las cadenas de valor de grandes empresas servicios y/o productos de emprendedores sociales. Se busca propiciar un circuito innovador que favorezca el intercambio comercial entre emprendedores sociales, consumidores y grandes empresas. Para lograrlo se necesita re adaptar los procesos de logística, contratación y compras, a través de un plan de coordinación que permita que los tiempos y costos de fabricación de los pequeños productores/emprendedores sociales entren en equilibrio con los de las grandes empresas.

El fomento de estos cambios de procesos y de mentalidad en los actores de las cadenas de valor, se traduce en diversas externalidades positivas: a) inclusión laboral y social de trabajadores desempleados o en situación de empleo informal, b) aumento del ingreso doméstico de pequeños productores y/o emprendedores sociales, c) nuevas redes asociativas que fortalecen las economías regionales, d) mayor sustentabilidad de las empresas participantes.

8) Nodos de Innovación Social

¿Qué es? Los Nodos de Innovación Social son espacios de articulación interinstitucional que implementan líneas de acción integrales para la promoción de empresas de innovación social, articulando las redes y capacidades locales. Se denominan empresas de innovación social a aquellas unidades económicas (UE) que mediante formas organizacionales diferenciadas de la empresa tradicional, contribuyen al mejoramiento de una situación o dan una respuesta inédita a una necesidad colectiva. Entre ellas, se resaltan las cooperativas y grupos asociativos que desarrollan formas de gestión alternativas para la resolución de

necesidades sociales, mediante la participación e integración de la comunidad. Así, los Nodos tienen como objetivo fortalecer los entramados productivos locales que tengan como componentes en sus eslabones este tipo de unidades económicas. Las mismas requieren para su fortalecimiento el desarrollo de estrategias de apoyo diferenciadas, dado sus objetivos sociales, sus prácticas de gestión colectiva y su apoyo en las redes territoriales.

9) Empresas Sociales

¿Qué es? Es un programa que busca desarrollar y fortalecer en Argentina emprendimientos sociales (también conocidos como sustentables o de impacto), a través de la capacitación y financiamiento de emprendedores e incubadoras. La intención es crear un ecosistema sólido y efectivo que asegure su continuidad en el tiempo.

Se considera empresa social a: "Empresas creadas para cumplir un propósito social -de mitigación o reducción de un problema social-, generar valor social y que operan, al mismo tiempo, con la disciplina financiera, la innovación y la determinación de una empresa del sector privado" (Heloise Buckland y David Murillo, "La Innovación Social en América Latina", ESADE, Septiembre 2014).

10) Academia Argentina Emprende

Academia Argentina Emprende es una plataforma de formación y acompañamiento de emprendedores, potenciales emprendedores y formadores. La llegada a territorio está pensada a través de un conjunto de acciones trianguladas de sensibilización, networking y formación en diferentes niveles. Como primera acción se pondrá en marcha un programa de sensibilización en cultura emprendedora con el objetivo de inspirar a los emprendedores o potenciales emprendedores. Paralelamente, se conformarán mesas de trabajos locales con los diferentes actores del ecosistema emprendedor (haciendo especial énfasis en los referentes de formación) con el objetivo de establecer una futura agenda de prioridades y trabajos en conjunto.

11) INCUBAR

¿En qué consiste? El programa promueve la creación y apoyo a incubadoras en todo el país con el objetivo de fomentar el surgimiento de nuevas empresas y disminuir la mortalidad de los emprendimientos.

Requisitos para participar:

- a. Las incubadoras pueden ser personas jurídicas (mixtas, públicas o privadas) o entidades que ofrezcan servicios de incubación de empresas.
- b. Disponer de espacio físico para la atención a emprendedores.
- c. Acreditar antecedentes de trabajo con emprendedores.
- d. Contar con recursos humanos para la atención a emprendedores.

12) Centro de Desarrollo Económico de la Mujer

Las mujeres son potentes agentes de cambio con gran protagonismo en el crecimiento productivo del país. Es por eso que el Ministerio de Producción contempla como parte de sus políticas de estado iniciativas que motiven su autonomía y desarrollo económico, desde una perspectiva de género integral. El Centro de Desarrollo Económico de la Mujer se propone que más mujeres participen de las herramientas, redes, consultorías y demás servicios que pueda proveer genéricamente la Secretaría de Emprendedores y PyMes, así como otros provenientes del sector público, privado, nacional o internacional. Promueve el crecimiento de cada actor y descarta la imposición de modelos o soluciones predefinidas para pensar en las condiciones que pueden favorecer al desarrollo individual, considerando las particularidades y coyuntura de cada proyecto o persona.

Ejes de trabajo:

- A) Concientización: se trabajará en iniciativas que promuevan la valoración de la mujer como un agente de cambio económico y social, con gran potencial aún no desplegado en su totalidad.
- B) Redes: acciones que contribuyan a la conexión de las mujeres con proveedores, inversores, incubadoras, aceleradoras, capacitadores y demás agentes que podrían colaborar en el crecimiento de su proyecto productivo.
- C) Financiamiento: acercar a más mujeres los instrumentos de financiamiento que promueve la SePyME u otras entidades, así como a las capacitaciones e información vinculadas a ellas.

13) Capacitación Pyme

¿Qué es? Es una línea de apoyo a programas de formación, a través de un reintegro parcial o total de los costos de capacitación. El beneficio se hace efectivo mediante la emisión de un Certificado electrónico de Crédito Fiscal utilizable para la cancelación de impuestos nacionales. El Programa permite a las PyMEs obtener reintegros por sobre la inversión que realicen en la capacitación de sus recursos humanos, ya sea en actividades abiertas, dictadas en instituciones públicas o privadas; o cerradas, como cursos a medida de la empresa.

14) Expertos Pyme

El Programa les brinda a las PyMES la posibilidad de financiar total o parcialmente los honorarios de Expertos en asesoramiento técnico y organizacional. El objetivo es asistir a la empresa en la aplicación de herramientas tales como el desarrollo de mercados, gestión empresarial, diseño, mejora de la productividad, uso de nuevas tecnologías, ahorro de energías, entre otros. Para lograrlo los Expertos realizarán una evaluación integral de las empresas para facilitar la identificación del problema y evaluar los posibles caminos a seguir. En este sentido, la tarea del Experto no se reduce al análisis de un problema, sino que es su objetivo involucrarse en la realidad de la empresa para transmitir sus conocimientos y experiencias de manera tal que puedan ser utilizados en futuros desafíos. Además, el Experto debe realizar un seguimiento en el tiempo sobre el resultado de la solución adoptada, actuando como tutor de la empresa. Este programa es entendido como una herramienta poderosa de asistencia a la gestión del empresario PyME.

15) Plan Nacional de Calidad PyME

¿Qué es? La certificación abre las puertas hacia nuevos mercados nacionales e internacionales, porque brinda una calificación globalmente reconocida y garantiza que se cuenta con un sistema eficaz de control de los procesos, anticipa errores, reduce costos y genera confianza en los clientes. El Programa promueve la certificación en normas ISO, principalmente aquellas orientadas a la Calidad, Seguridad y Medioambiente y Salud Ocupacional. Para lograrlo, se concientizará la importancia de avanzar en este proceso a través de programas de difusión. Además, por medio del Programa Expertos PyME y Programa de Apoyo a la Competitividad se acompañará a la empresa en la preparación y adecuación para avanzar en el proceso de certificación de Sistemas de Gestión, Medio

Ambiental y Seguridad, en la búsqueda de desarrollar empresas sustentables. La iniciativa apoya a las empresas tanto en el proceso de preparación para la certificación, como así también en los costos de la misma.

16) PAC Empresa (Programa de Apoyo a la Competitividad)

¿Qué es? Es una herramienta que busca contribuir al aumento de la competitividad de las PyMEs a través de Aportes No Reembolsables de hasta 200 mil pesos. El programa ofrece ayuda económica para realizar actividades de asistencia técnica y profesional, capacitaciones, inversiones en bienes durables y gastos de certificación, reintegrando hasta el 60% de los costos del proyecto (el 40% restante debe ser aportado por la empresa) a través de Aportes No Reembolsables.

Podrán acceder a servicios profesionales de asistencia técnica y financiamiento de los gastos de capacitación e inversiones asociadas los proyectos destinados a:

- Mejoras en la competitividad
- Innovación de productos y procesos
- Ascenso en la escala tecnológica
- Sustituir importaciones
- Impulsar investigaciones y desarrollo
- Industrialización de economías regionales y avanzar en la cadena de valor.

17) Sistemas Productivos Locales (SPL)

¿Qué es? La iniciativa brinda asistencia técnica y económica a grupos asociativos que agreguen valor a las actividades primarias, desarrollen nuevos productos y aumenten la escala de producción. Otorga aportes no reembolsables de hasta \$900.000 para proyectos de inversión de grupos asociativos nuevos; hasta \$1.350.000 para grupos fortalecidos; y hasta \$2.400.000 para la instalación de centros y laboratorios de investigación, desarrollo e innovación en parques y áreas industriales. Los Sistemas Productivos Locales permiten a las empresas impulsar proyectos no realizables de manera individual y procesos de aprendizajes e investigación conjuntos. Se trata de Grupos Asociativos de empresas del mismo sector o cadena de valor que funcionan de manera integrada y articulada en un determinado territorio.

18) PAC Conglomerados Productivos (Programa de Apoyo a la Competitividad)

¿Qué es? Es una herramienta de financiamiento público destinada a conformar y consolidar el comportamiento asociativo de PyMEs a través de Aportes No Reembolsables. Los Conglomerados Productivos (clústers) son grupos de empresas e instituciones de apoyo al sector productivo que interactúan alrededor de un producto o servicio en común. El programa busca potenciar la competitividad de aglomeraciones productivas, a través del financiamiento de iniciativas orientadas a superar las necesidades colectivas de las PyMEs, empresas e instituciones que las componen. La intención es crear un marco favorable para que las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas integrantes de los Conglomerados Productivos de una región definida, obtengan un crecimiento sostenible tanto en términos cuantitativos y de escala, como también en términos de conocimiento y tecnologías utilizadas/desarrolladas/aplicadas a productos y/o procesos.

19) Programas de Financiamiento

La Subsecretaría dispone de dos grupos de líneas de financiamiento:

Bancario: ● Con acceso al financiamiento bancario. ● Orientadas a financiar proyectos de inversión de sectores estratégicos con tasas menores y plazos más extensos a los disponibles.

No Bancario: ● Con dificultades de acceso al financiamiento bancario. ● Admite requisitos y condiciones financieras que permitan la viabilidad de proyectos de inversión de sectores estratégicos. ● Análisis y riesgo de crédito a cargo de la Subsecretaría.

Sectores priorizados: ● Automotriz y autopartista. ● Maquinaria agrícola. ● Biotecnología. ● Industria farmacéutica. ● Agroindustria. ● Productos médicos (s/ANMAT). ● Industrias creativas. ● Turismo. ● Proveedores (servicios especializados y bienes de capital) para el sector minero, petróleo, gas, e industrias extractivas y energías renovables. ● Proveedores del sector aeronáutico, aeroespacial, naval y ferroviario. ● Foresto-Industrial, incluyendo muebles, biomasa y dendroenergía. ● Manufacturas especializadas, orientadas a fortalecer diseño y uso de base a mano de obra calificada. ● Software, TICS, Servicios Audiovisual, Serv. Profesionales y Serv. de invest. clínica y serv. KIBS.

Capítulo 5: La enseñanza del emprendedorismo en escuelas secundarias de Argentina.

A lo largo de los capítulos anteriores se han desarrollado el entorno de los emprendedores, el contexto en que hubo emprendedores por necesidad y por convicción, las características, competencias y perfil de un emprendedor, el surgimiento de la cultura emprendedora en Argentina y los programas de apoyo que se brindan. Hasta aquí, ha quedado claro que si bien hay personas que naturalmente tienen predisposición para emprender, a través de investigaciones diversas, se demostró que cualquier persona con una adecuada formación podría llevar a cabo algún proyecto de emprendimiento. Esta formación está muy ligada a los conceptos de “ecosistema emprendedor” y “cultura emprendedora”.

El ecosistema emprendedor es el conjunto de redes que le va a permitir al sujeto conectar con otros emprendedores para compartir experiencias, conocer opciones de financiamiento, conectar con especialistas que lo ayuden a llevar a cabo el plan de negocio y le brinden herramientas para adaptarse a los cambios y así poder perdurar en el tiempo.

La cultura emprendedora es el conjunto de valores que proporcionan a las personas las habilidades necesarias para enfrentarse de forma exitosa a los constantes cambios que se producen en el entorno. Se trata de dotar a la ciudadanía de capacidades que contribuyan a desarrollar una actitud proactiva que le permita crear o mejorar una idea, un proyecto o una situación, dándoles la confianza necesaria para llevarla a cabo y siendo conscientes de los riesgos que deben asumir, para conseguir su propósito.

La falta de educación emprendedora (o educación en emprendimiento) es una de las causas de que no exista cultura emprendedora. Para promover el espíritu emprendedor, se debe enseñar a emprender desde la educación secundaria como mínimo, ya que se considera que mientras más temprano aprendan, más consolidada va a ser la cultura.

En este capítulo se intentará responder si en las escuelas secundarias se dicta alguna materia incluida en el currículo que enseñe a emprender o si tienen programas o proyectos que les permitan llevar a cabo algún micro emprendimiento.

Dicho todo esto, a continuación se va a analizar la Ley de Educación Técnico Profesional en Argentina ya que es a partir de esta ley y sus modificaciones, que se comienza a

fomentar el desarrollo del emprendedorismo incluyendo una materia en el último año llamada “Emprendimientos Productivos y Desarrollo Local”

Antecedentes de la Ley de Educación Técnico Profesional en Argentina.

Se puede decir que la educación técnica en Argentina nació en 1899 con la fundación de la primera escuela técnica del país por el ingeniero Otto Krause. Durante los primeros años del siglo XX surgió la necesidad de crear más instituciones técnicas y de formación en oficios ante las demandas de diferentes sectores industriales. Así, se crearon instituciones en todo el país. La creación del Consejo Nacional de Educación Técnica (CoNET), en 1959, permitió uniformar y agilizar su enseñanza. En los años 1990, con la sanción de la Ley Federal de Educación (N° 24.195), las instituciones de enseñanza técnica y profesional fueron subsumidas por el Polimodal -ciclo posterior al de la educación obligatoria de 9 años (que incluía Educación Inicial y General Básica de 1° a 8° año). En la práctica, esto significó la destrucción de la educación técnica y tecnológica a través de la sostenida desinversión en recursos físicos, humanos y de gestión. El traspaso de las escuelas industriales a los polimodales implicó la disolución de la formación en el nivel secundario, y la ausencia de una validez nacional de los títulos técnicos. Desde varias entidades sectoriales y sindicales se oyeron reclamos que buscaban incluir la formación profesional a contra turno en los últimos años de la EGB e implementar los Trayectos Técnicos Profesionales luego del Polimodal. Finalmente, esta ley fue derogada en 2006 y reemplazada por la Ley Nacional de Educación (N° 26.206), actualmente vigente.

A partir del año 2003, distintas expresiones de la sociedad civil se sumaron a la voluntad gubernamental de avanzar en programas de recuperación de la enseñanza técnica. Para la discusión del proyecto de ley, se implementaron dos circuitos de consulta a nivel nacional: encuentros federales y el entonces CoNET.

Al año siguiente, el Consejo Federal de Cultura y Educación (Resolución 215/04) estableció los lineamientos y estrategias para iniciar, en forma sistemática, un proceso de análisis, discusión y consenso con vistas a elaborar un proyecto de Ley de Educación Técnico Profesional, que también cumpliera en los tiempos requeridos para que tomara estado parlamentario en el período legislativo 2004. Hacia fines de ese año, ya estaba elaborado el documento base e ingresó a la Cámara de Diputados para su discusión.

La Honorable Cámara de Senadores de la Nación, en su Sesión Ordinaria del 7 de septiembre de 2005, aprobó el dictamen en mayoría. Al día siguiente fue promulgada la Ley N° 26.058/05 por el presidente Néstor Kirchner.

Cambios en el sistema educativo argentino mediante La Ley ETP.

La Ley de Educación Técnico Profesional (ETP), regula y ordena la enseñanza técnica de los niveles Secundario, Superior y Formación Profesional para capacitar a los y las estudiantes en competencias básicas para que se inserten en ámbitos económico-productivos o continúen estudiando. En su artículo 4 consigna: “la Educación Técnico Profesional promueve en las personas el aprendizaje de capacidades, conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes relacionadas con desempeños profesionales y criterios de profesionalidad propios del contexto socio-productivo...”. Dentro de la misma, se incluyen instrumentos, mecanismos y herramientas para el financiamiento, ordenamiento, y fortalecimiento de la ETP que llevaron a la creación de nuevas instituciones en todo el país, el aumento de la matrícula, y a la mejora de entornos formativos y de la calidad de trayectorias educativas. Con relación al financiamiento, la ley crea el Fondo Nacional para la ETP para asegurar las condiciones institucionales a través de la inversión en equipamiento, insumos, proyectos. Prevé un monto anual que no podrá ser inferior al 0,2 % del total de los Ingresos Corrientes previstos en el Presupuesto Anual Consolidado para el sector público nacional. El Instituto Nacional de Educación Tecnológica (INET) es el órgano del Ministerio de Educación que administra ese fondo, en el marco de lineamientos y procedimientos del Consejo Federal de Educación (CFE), y en concertación con las jurisdicciones. En cuanto a ordenamiento, la ley incluye a instituciones de nivel medio y superior técnicas en áreas ocupacionales específicas, y a instituciones de Formación Profesional que preparan con las capacidades para el trabajo, cualquiera sea la situación educativa inicial de sus estudiantes (art. 7). Para la secundaria técnica, establece planes de estudio con un año más que la secundaria orientada (art 24). Por otro lado, prevé instrumentos para garantizar el reconocimiento de estudios, certificaciones y títulos en todo el territorio nacional, y propiciar la articulación entre los distintos ámbitos y niveles de la Educación Técnico Profesional. Uno de los instrumentos es el Registro Federal de Instituciones de ETP (art 34), instancia de inscripción de las instituciones educativas con títulos y certificaciones de ETP, según información de las

jurisdicciones. Otro es el Catálogo de títulos y certificaciones (art 36), nómina de títulos y/o certificaciones profesionales de todo el país y sus propuestas curriculares. Y a través del proceso de Homologación de títulos y certificaciones (art. 38 y 39) se habilita el trámite administrativo de Validez Nacional en la dependencia correspondiente del Ministerio de Educación Nacional (proceso que empieza cuando una jurisdicción pretende un reconocimiento nacional, se realiza una evaluación comparativa de los planes de estudio, y sus correspondientes títulos o certificados, contra un marco de referencia acordado federalmente para una determinada especialidad).

Con la creación de la Comisión federal de la ETP (art. 49 y 50), con representantes de las 24 jurisdicciones, se busca garantizar los circuitos de consulta técnica para la formulación y seguimiento de los programas federales orientados a la aplicación de la ley. Asimismo, la ley establece claramente la necesidad de la vinculación entre la educación y los sectores socioprodutivos a través de la regulación de la Formación Profesional, de las prácticas profesionalizantes, y de la creación del Consejo Nacional de Educación, Trabajo y Producción (CoNETyP).

El CoNETyP (art 47) se creó con el objetivo de incluir tres ámbitos esenciales en la formulación de políticas orientadas al desarrollo de la modalidad. Este Consejo está integrado por representantes del Estado –Educación, Trabajo y Economía–, de las cámaras empresariales, de las organizaciones de los trabajadores, incluidas las entidades gremiales docentes, y las entidades profesionales de técnicos. Las Prácticas profesionalizantes (artículos 11, 15, 16, 22) son actividades formativas obligatorias que los y las estudiantes desarrollan en distintos ámbitos -empresas privadas y públicas, organizaciones civiles, entre otras-con el propósito de ampliar y consolidar capacidades propias del perfil profesional en el cual se están formando (definidas en la Res. CFE 229/14). Permiten obtener experiencia profesional y vinculación con el campo ocupacional hacia el cual se orienta su formación. Otro tema para destacar es que la ley garantiza la igualdad de oportunidades y la equidad de género (art. 40). En primer lugar, a través de la provisión de materiales, becas y tutorías se resguarda el derecho de acceso, permanencia y egreso de los y las estudiantes de la ETP. Y, a través de la ejecución de una línea de acción, promueve “la incorporación de mujeres como alumnas en la educación técnico profesional en sus distintas modalidades, impulsando campañas de comunicación, financiando adecuaciones edilicias y regulando las

adaptaciones curriculares correspondientes, y toda otra acción que se considere necesaria para la expansión de las oportunidades educativas de las mujeres en relación con la educación técnico profesional.”

En la provincia de Buenos Aires, a través del Anexo 3 de la Resolución 3828/0943 incorpora siete años a la escolarización secundaria tecnoprofesional y justamente, en el último año a través de la materia Emprendimientos Productivos y Desarrollo Local (véase Anexo I) se busca aproximar la educación secundaria tecnoprofesional y el emprendedorismo buscando formar técnicos que puedan desempeñarse como actores en procesos productivos en pequeñas y en medianas empresas, pero también como emprendedores autogestivos con sentido crítico y responsabilidad ciudadana.

El Proyecto Educativo “Secundaria del Futuro” de la Ciudad Autónoma de Bs. As.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a partir del nuevo diseño curricular para la escuela secundaria (NES) -que busca formar estudiantes que sean capaces de desarrollar una actitud creativa, innovadora y proactiva, de aprender y emprender durante toda la vida y adaptarse al mundo social, cultural y productivo que les toca vivir- se incorporó en 2014 el Emprendedorismo como contenido transversal. Este espacio curricular tiene el propósito de promover el desarrollo de las capacidades intelectuales y socio-emocionales, capacidades emprendedoras e innovadoras que les posibiliten a los estudiantes enfrentar retos inciertos y complejos.

El proyecto educativo que implementó el Gobierno de la Ciudad a partir del año 2018 para el nivel medio titulado “Secundaria del Futuro”, implicó una reestructuración de los cursos, un cambio en la metodología de trabajo y una modificación en los modos de evaluación a los alumnos, según documento difundido por el Ministerio de Educación de la Ciudad. El secundario quedó dividido en un ciclo básico de dos años, un ciclo orientado de igual duración y un “año integrador y formativo más allá de la escuela”, que está repartido en dos partes: 50 por ciento del tiempo escolar destinado a la aplicación de los aprendizajes en empresas y organizaciones según talentos e intereses de cada alumno y la otra mitad destinado al desarrollo de habilidades y proyectos relacionados al emprendedorismo. El nuevo plan se implementó en 19 escuelas en 2018 y en 25 escuelas en 2019. En 2020 y en 2021 se había planificado la implementación en 44 escuelas pero debido a la pandemia no se llevó a cabo.

La primera etapa del plan de estudios, al ingresar en la secundaria, se denomina “tiempo preparatorio”, y consiste en un curso inicial de diez días que finaliza con un informe de séptimo grado de cada alumno. Contempla tres variables: en primer lugar, conocimientos pedagógicos, vínculo con pares y docentes, relación entre la familia del alumno y la escuela; luego, trayecto de articulación y nivelación en materias nodales como matemática, lengua y metodología de estudio; y finalmente, entrevistas alumno-tutor: sobre intereses, capacidades, expectativas de cada alumno. Insumo para armar el plan de trabajo personal; metas y estrategias personalizadas.

Tanto para el ciclo básico como para el ciclo orientado, el proyecto hace hincapié en el “cambio de la metodología de enseñanza”. Se trata de un paso de “la clase magistral al trabajo autónomo colaborativo”, con un 30 por ciento de clase donde el docente introduce los contenidos y un 70 de trabajo autónomo y colaborativo donde el alumno aprende investigando, explorando y descubriendo sólo o en grupo, con los docentes como facilitadores y orientadores, mediado por la tecnología. Para poder lograr estos propósitos, el proyecto implementó “aulas temáticas digitalizadas” donde los alumnos rotan por las aulas equipadas de acuerdo a las áreas de conocimiento. El último año está dividido en el tiempo escolar destinado a la aplicación de aprendizajes en empresas y organizaciones, el desarrollo de habilidades relacionadas al emprendedorismo y una “formación preuniversitaria”, con acreditación de las dos materias generales del Ciclo Básico Común de la UBA.

La modalidad de evaluación a los alumnos es otra de las novedades del proyecto. Se utiliza un sistema de “acreditación de saberes a través de la acumulación de créditos”, con la “eliminación de las calificaciones numéricas”. El modo en que los alumnos obtendrán créditos será a través de “guías realizadas”; por “etapas alcanzadas en videojuegos educativos”; y “participación en proyectos extracurriculares que favorezcan la convivencia y la vida en sociedad”. La promoción dependerá de la cantidad de créditos acumulados por año; los dos años del ciclo básico se consideran “una unidad académica”, por lo cual se promocionan en conjunto, al finalizar el segundo año. En tanto, aquellos alumnos que no logren conseguir los créditos necesarios deberán realizar “horas de apoyo obligatorio y extras”.

Hasta aquí se ha hecho referencia a la incorporación del emprendedorismo en escuelas secundarias técnicas y en escuelas secundarias pertenecientes a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pero del resto de las escuelas secundarias con orientación nada se sabe, por lo que, para arribar a datos veraces se recurrió a una breve encuesta a profesores de ciencias económicas-se eligió esta orientación dada la estrecha relación entre éstas ciencias y el emprendedorismo – ,cuyos resultados se expondrán en el capítulo siguiente y permitirán concluir si el emprendedorismo está o no incluido en la planificación curricular.

Capitulo 6: Enseñanza de emprendedorismo en escuelas secundarias con orientación en Ciencias Económicas.

En el capítulo anterior se describió la incorporación de la enseñanza del emprendedorismo en escuelas de nivel secundaria técnico-profesionales y en secundarias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pero nada se indicó de las escuelas con orientación en ciencias económicas que, dada la estrecha relación entre el emprendedorismo y éstas, merecen ser analizadas a través del relevamiento de datos que permitan concluir la situación de las mismas.

Lo primero que se hizo fue buscar un plan de estudio actualizado de una escuela con orientación en ciencias económicas (véase Anexo II) para ver si tenía en su currículo alguna materia o taller referente al emprendedorismo. El programa es del año 2020 y es del Bachiller en Economía y Administración de la reciente escuela secundaria de la localidad de Moreno que depende de la Universidad Nacional de Moreno. Se eligió este programa debido a que su plan es nuevo y está diseñado para que los alumnos puedan continuar con su formación superior en la universidad. En este programa se pudo constatar que no había ninguna materia o taller que tuviese la palabra “emprendedorismo” o que hiciera alusión a este. Por lo tanto para saber si en las secundarias con orientación en ciencias económica se enseña o fomenta el emprendedorismo, se realizó una encuesta a profesores de distintas instituciones secundarias con esta orientación para constatar si en alguna de las materias del programa se incluye algo referido al emprendedorismo aunque sea una unidad introductoria acerca del mismo.

Definición de la encuesta como método de recolección de información.

La encuesta es una técnica de registro cuantitativa muy difundida que consiste en la concreción de una serie de preguntas y respuestas. Se lleva a cabo a través de un instrumento llamado cuestionario, el cual está compuesto de una serie de preguntas que apuntan a las diferentes variables o dimensiones que se quieren registrar en la investigación. Cuantos más temas (variables) y subtemas (dimensiones o sub variables) contenga el estudio más cantidad de preguntas tendrá el cuestionario. Otros factores que inciden en el tamaño del cuestionario es el interés de los respondientes sobre el tema (cuanto más interés mayor probabilidad de que contesten más preguntas) y como se administra este instrumento (esto es, si la encuesta será telefónica, personal o autoadministrada).

Las encuestas con sus preguntas y respuestas prefijadas esquematizan el hablar del respondiente, imponen un esquema de formas lingüísticas y contenidos a ser abordados en el interrogatorio. Se rompe la naturalidad de una conversación, con lo cual se imposibilita el acceso a la fabulación, la imaginación y la desinhibición en las respuestas.

Las encuestas pueden contener dos tipos básicos de preguntas, de respuesta abierta y de respuesta cerrada. Una pregunta de respuesta abierta solicita al interrogado sus propias palabras y no delimitan de antemano las alternativas de respuestas, por lo tanto, el número de categorías de respuesta es muy elevado. Se recomienda utilizarlas cuando se desea ampliar una pregunta cerrada del mismo cuestionario, o bien al desconocer las posibles respuestas de los encuestados. Las preguntas de respuestas abiertas resultan de especial utilidad en los cuestionarios de ensayo previo (prueba piloto), cuando los investigadores no tienen una idea definitiva sobre el tipo de respuestas que podrían obtenerse; la posibilidad de que los encuestados contesten de la manera que mejor prefieran ayudará, luego, a seleccionar las más mencionadas a fin de elaborar las categorías de respuestas múltiples. Son recomendables cuando se quiere capturar información no solo de lo denotado en la respuesta (los contenidos), sino cuando se busca sondear sobre lo connotado del tema (las formas de expresión). Estas preguntas exigen que los entrevistadores gasten bastante tiempo anotando fielmente las contestaciones.

Al existir gran variedad de declaraciones posibles, se hace necesario un análisis del material obtenido, buscando patrones de respuesta entre las diversas contestaciones y post categorizando a cada una de estas para transformarlo en datos que puedan ser tabulados.

Las preguntas “cerradas” contienen alternativas de respuesta que han sido construidas antes del trabajo de campo, se presentan a los encuestados las posibilidades de respuesta y ellos deben limitarse a éstas. Esta modalidad goza de gran popularidad, dada la mayor uniformidad de respuesta que proporciona y su sencillez de cuantificación. Su mayor inconveniente es que suele olvidarse la inclusión de algunas opciones de respuestas importantes. Una manera de solventar este problema consiste en añadir la opción “otros” seguida de una línea en blanco para que el encuestado tenga ocasión de expresar su propia idea. En ese caso la opción “otros” es analizada como una pregunta abierta, con su correspondiente análisis de contenido y codificación de categorías. Cabe destacar que el tipo más simple de pregunta cerrada es el que oferta una respuesta dicotómica, usualmente del tipo “sí/no”.

En síntesis, el uso de preguntas cerradas o abiertas obedece a diferentes necesidades y problemas de investigación. Algunas veces se incluyen solamente preguntas “cerradas”, otras veces únicamente preguntas “abiertas” y en ciertos casos ambos tipos de preguntas de forma separada o articuladas entre sí.

Descripción de la encuesta realizada.

Para recolectar información acerca de la enseñanza del emprendedorismo en las escuelas secundarias en la actualidad, se optó por la realización de una breve encuesta (véase Anexo III). El muestreo fue intencionado, es decir que se escogieron algunas categorías típicas o representativas del fenómeno a estudiar y se seleccionaron personas que presentan ciertas particularidades específicas relevantes para el estudio; profesores que dictan alguna materia de Ciencias Económicas en escuelas secundarias de Bs.As.

El objetivo principal de la encuesta es determinar si se enseña o no el emprendedorismo en alguna materia o taller de las escuelas secundarias con orientación en Ciencias Económicas. Dada la estrecha relación que hay entre el emprendedorismo como impulsor de la creatividad e innovación para la consecución de productos y servicios que satisfagan y respondan las necesidades actuales de la sociedad y; las ciencias económicas que explican

cómo se organiza una sociedad para producir sus medios de existencia y poder sobrevivir, funcionar y prosperar es que se eligió encuestar a profesores de ciencias económicas y no de otras orientaciones.

Las encuestas fueron autoadministradas e individuales, esto es que fueron suministradas a los profesores a través de whatsapp y correo para que ellos la autocompleten y la remitan una vez finalizada.

En el diseño de la encuesta se intentó ser lo más específico y conciso posible para que los encuestados prestaran colaboración y la realizaran en un lapso corto de tiempo. Los datos necesarios a completar son: materia que dicta, para corroborar que pertenezcan a Ciencias Económicas e institución a la que pertenecen, para establecer si son de gestión pública o privada y su ubicación geográfica.

La encuesta consta de cuatro preguntas; dos “cerradas” y dos “abiertas”:

- 1) ¿Se dicta alguna materia o taller de emprendedorismo a nivel secundario en la institución en que se desempeña?
SI NO
- 2) En caso de que se dicte ¿Cómo se llama esa materia?
- 3) En caso de que no se dicte ¿Le gustaría que se incluya en el currículo?
SI NO
- 4) ¿Considera usted al emprendedorismo un tema importante que deba trabajarse desde el nivel secundario o le parece que son temas que deben desarrollarse en niveles superiores? Justifique brevemente su respuesta.

Las preguntas son concretas y puntuales y a pesar de ser un cuestionario breve, aportará datos relevantes sobre la población (escuelas secundarias con orientación en Ciencias Económicas) a través de los resultados de la muestra (escuelas secundarias con orientación en Ciencias Económicas de Bs.As).

Resultados de la encuesta.

Se realizaron siete encuestas de las cuales, dos de los profesores enseñaban Contabilidad, otros dos enseñaban TEO (Teoría de las Organizaciones), dos más dictaban SIC (Sistema de Información Contable), uno daba Economía y el último daba Economía y Gestión de las Organizaciones.

Con respecto a la gestión, cinco de las instituciones eran de gestión privada y sólo dos de gestión pública. En cuanto a la ubicación geográfica por el nombre de las instituciones se supo que cuatro de ellas están ubicadas en la localidad de Moreno, una en Merlo y de las otras dos restantes, a pesar de que no hay nombre de la institución, por medio de los profesores que pasaron la encuesta a colegas se pudo determinar que eran instituciones ubicadas en zona oeste de Bs. As.

En la primera pregunta de tipo cerrada, en la cual los docentes debían contestar SI/NO, se preguntó si en la institución en que se desempeña se dicta alguna materia o taller de emprendedorismo a nivel secundario. Seis de los siete encuestados dijeron que no, sólo uno respondió que sí, lo cual lo habilitó a contestar la segunda pregunta que era cómo se llamaba dicha materia, a lo que respondió “Taller de micro emprendimiento”.

La tercera pregunta también es de tipo cerrada y estaba orientada a todos los que respondieron “no” en la primera pregunta ya que debían contestar si les gustaría que el emprendedorismo se incluyera en el currículo. Cinco de los seis respondieron que “sí” les gustaría que se incluyera, mientras que uno sólo dijo que “no”.

La cuarta pregunta es de tipo abierta y contribuye a ampliar la tercera pregunta. Se preguntó si considera al emprendedorismo un tema importante que deba trabajarse desde el nivel secundario o si le parece que son temas que deben desarrollarse en niveles superiores, pidiendo que justifique brevemente la respuesta.

De los siete docentes uno sólo consideró que no debía incluirse en el nivel secundario ya que según él, son temas a tratarse en niveles superiores dado que con el emprendedorismo se busca avanzar en propuestas solidas que posean un estudiante o un grupo de estudiantes y poder llevarlo a cabo. El resto de los profesores opinó que creían que era importante incluirlo en nivel secundario y expusieron diversas razones que se citarán textualmente a continuación.

“Si, ya que, debido a la crisis económica y a la falta de nuevas fuentes de trabajo, es una muy buena oportunidad para que, quienes egresan del nivel secundario, puedan insertarse en el campo laboral y más aún con la posibilidad de acomodar sus horarios para quienes continúen estudios superiores”.

“Si, en ambos niveles es importante porque ayudan al alumno a desarrollar su orientación vocacional”.

“Considero que el emprendedorismo debe desarrollarse desde el nivel secundario porque es sumamente necesario que los jóvenes terminen la escuela con las herramientas para que puedan desarrollar sus proyectos personales. Además de que el país necesita de más emprendedores que innoven y creen valor”.

“Creo que debería desarrollarse como ayuda para proyectos futuros de los chicos, pensando en eso de que hay muchos que cuando salen de la escuela y luego de unos años con su experiencia adquirida y encontrar lo que realmente le gusta, empiezan con proyectos propios para desarrollar, a veces lo vemos como negocios muy pequeños, pero deben tener herramientas para avanzar”.

“Si, me parece necesario desde nivel secundario ya que muchos estudiantes, por cuestiones económicas, inician muy pronto el recorrido hacia la vida laboral, combinan estudio con trabajo, lamentablemente algunos terminan dejando el secundario. Quienes continúan presentan la inquietud de ser contratados, de convertirse en empleados en relación de dependencia. Enseñarles que no es la única salida, debería ser tema de estudio”.

“El emprendimiento es recomendable en nivel secundario porque a los estudiantes, los ayuda a tener ideas, mostrar su potencial, utilizar su creatividad y lo importante es tener herramientas para sus primeros negocios”.

En síntesis, se puede concluir que una sola de las instituciones dicta un taller de micro emprendimientos, esta institución es de gestión privada y se trata de la Escuela Alemana Moreno. El resto de las instituciones no tiene al emprendedorismo incluido en su currículo a pesar de que casi la totalidad de los docentes considera que es importante que se incluya en los niveles de secundaria.

CONCLUSIÓN

El emprendedorismo es un fenómeno que en lugares como Europa o EEUU es de gran importancia dado su aporte a la innovación y su fomento a la creatividad para brindar soluciones a las nuevas demandas y a los problemas que van surgiendo actualmente. Es inminente que el mundo va cambiando de forma acelerada debido al gran avance de la tecnología, hay nuevas necesidades, no sólo de bienes y servicios sino también de organizarse, de pensar el trabajo, las relaciones, las sociedades, el mundo... Las sociedades modernas entendieron esto y encontraron en el emprendedorismo una alternativa para el surgimiento de nuevas ideas que den respuestas y soluciones a los nuevos requerimientos. Las investigaciones acerca de este fenómeno permitieron concluir que el número de emprendedores aumenta si a través de decisiones políticas se fomenta, apoya y financia al emprendedorismo y si se fortalece la cultura emprendedora a través de la creación de redes de contacto que permita a los emprendedores compartir experiencias y establecer relaciones comerciales.

Una de las conclusiones más importantes es que en gran medida, a ser emprendedor se aprende. A través del estudio de casos de emprendedores exitosos a los cuales se analizaron el entorno donde se desarrollaron, las aptitudes y las actitudes buscando algún factor común que permitiera dar cuenta de su éxito, se determinó que si bien hay características innatas a los sujetos, también hay hábitos y comportamientos claves a la hora de emprender y que con entrenamiento se pueden desarrollar en cualquier otro individuo que se disponga a llevar a cabo una idea.

En Argentina el fenómeno emprendedor es relativamente nuevo, no llega a los 30 años por lo que no hay una cultura emprendedora fuerte. Por el contrario, los emprendedores surgieron como producto de una crisis económica, es decir por necesidad y no por deseo. Si bien hay una consciencia acerca de la importancia de fomentar el emprendedorismo y el gobierno ha tomado algunas medidas tales como la Ley de Pymes para que se puedan constituir en un lapso breve de tiempo y sin tanto trámite, es una medida muy reciente, sancionada en 2017, al igual que los planes de financiamiento y capacitaciones.

Otra cuestión relevante es que hasta hace poco tiempo, la enseñanza del emprendedorismo era incumbencia de las universidades pero a medida que se avanza en el estudio de este

fenómeno se pone de manifiesto la necesidad de fomentar el emprendedorismo en todas las áreas y niveles para fortalecer la cultura emprendedora.

En este trabajo se intentó determinar el rol de las instituciones educativas de nivel secundaria en la formación de emprendedores, ya que hasta ahora se conocen materias, talleres y seminarios de nivel superior con respecto al emprendedorismo pero muy poco se sabe de si en la enseñanza secundaria se incluye o no este tema.

De lo investigado se pudo concluir que a través de la sanción en el año 2005 de la Ley Técnico Profesional, la cual regula y ordena la Educación Técnico Profesional en el nivel medio y superior no universitario del Sistema Educativo Nacional y la Formación Profesional y que es de aplicación nacional; en el cuarto año de secundaria se incluyó en el currículo la materia Emprendimientos Productivos y Desarrollo Local.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el Proyecto Educativo “Secundaria del Futuro” incorporó en 2014 al emprendedorismo como contenido transversal y a partir de 2018 comenzó la implementación descrita en el Capítulo 5. Dada la pandemia este programa se vio afectado al igual que el resto del sistema educativo, por lo que debió continuarse on line pero sin ser interrumpido. En 2022 egresará el primer grupo de estudiantes de este proyecto.

Con respecto a las escuelas secundarias de Bachiller, se realizó una encuesta a profesores que dictan alguna materia con orientación en Ciencias Económicas, dada la relación de éstas con el emprendedorismo, y se concluyó que de las siete instituciones ubicadas en la zona oeste del Gran Buenos Aires, una sola, ubicada en Moreno y de gestión privada, dicta un taller de micro emprendimientos. El resto no tiene incluido en su programa ninguna materia ni taller que aborde al emprendedorismo a pesar de que la mayoría de los docentes piensa que es importante que esté en el currículo.

Si bien las encuestas fueron realizadas sólo a instituciones de Bs. As y no al resto de las provincias, dado que la magnitud que implicaría tal trabajo no se ajusta a los plazos de este estudio, no sería erróneo concluir que tanto en las secundarias del resto de Bs. As como en las otras provincias el emprendedorismo no se encuentra en los programas ya que como se dijo desde un comienzo, es un fenómeno a desarrollar en Argentina y para poder enseñarlo primero hay que aprenderlo. Esto significa que hay que capacitar a los docentes para que

puedan transmitir los contenidos y hasta ahora, los únicos que tienen un plan formal de capacitación son los docentes de las escuelas técnicas y los docentes de CABA que integran el proyecto de las “Secundarias del Futuro”.

Hasta aquí las conclusiones de lo que fue esta breve investigación. Se espera que este aporte sea el inicio de otros trabajos en orientaciones distintas a las ciencias económicas y en diferentes ubicaciones geográficas del país para obtener información acerca de la enseñanza del emprendedorismo en las escuelas secundarias. Sería muy útil para programas de formación futura relevar esta cuestión.

BIBLIOGRAFÍA.

- Lebendicker, Adrián Leonardo (2013) “¿Emprender o no? Como conocer el propio potencial emprendedor”. En “Claves para emprendedores. Conceptos básicos para planificar y desarrollar tu proyecto”, del Programa de Desarrollo Emprendedor; 1ra ed. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Económico Ciudad de Buenos Aires, Subsecretaría de Desarrollo Económico. ISBN 978-987-28868-1-3.
- Kantis, Hugo (2009). “Aportes para el diseño de políticas integrales de desarrollo emprendedor en América Latina”. Publicaciones Prodem. Buenos Aires.
- Doing Business (Junio de 2017) “entrepreneurship”. Recuperado el 22 de Enero de 2018, de Doing Business: <http://espanol.doingbusiness.org/data/exploretopics/entrepreneurship#>
- Clarín. (29 de Septiembre de 2013). El lado oculto de las estadísticas. Recuperado el 26 de Enero de 2015, de iEco, Clarín: http://www.ieco.clarin.com/economía/lado-oculto-estadisticas_0_1001900140.html
- Kantor, D. (7 de Octubre de 2012). Fortalezas y debilidades de la Argentina para crear empresas. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de iEco, Clarín: http://www.ieco.clarin.com/economia/Fortalezasdebilidades-Argentina-crear-empresas_0_787721483.html
- Donato, Edgardo (2005). Material del Diplomado en Emprendedorismo. Universidad Siglo XXI. Córdoba, Argentina.
- iProfesional. (11 de Agosto de 2014). Advierten que siete de cada diez emprendimientos no llegan al tercer año de vida. Recuperado el 22 de Enero de 2015, de iProfesional: <http://www.iprofesional.com/notas/193661-Advierten-quesiete-de-cada-diez-emprendimientos- no-llegan-al-tercer-año-de-vida>
- Freyre, Andy (2004). Pasión por Emprender. Editorial Aguilar. Buenos Aires, Argentina.
- Dobal, P. “Manual del emprendedor de Andy Freyre”. Revista Punto Biz. Pág. 14 y 15. Marzo de 2015.
- Kastica, E. “Innovar es fácil”. Revista Wobi. Pág. 14 y 15. Agosto-Setiembre de 2013.
- Kantis, H. “Ocho consejos para un safari emprendedor”. Revista Pymes. Pág. 31. Marzo de 2015.
- Ministerio de Producción Sepyme Programa Emprendedores y Pymes (2016) <https://cpymepilar.org.ar/wp-content/uploads/2016/07/Sepyme-ProgramasEmprendedoresyPymes-FINAL-1.pdf>

- Página 12 (31 de agosto de 2017). Un enfoque al “emprendedurismo”: <https://www.pagina12.com.ar/59972-un-enfoque-al-emprendedurismo>.
- Buenos Aires Ciudad (2020). Aprender a emprender. <https://www.buenosaires.gob.ar/educacion/escuelas/planeamiento-educativo/aprender-emprender>.
- Serbia, José María y Cozzi, Carlos. Manual Básico de Metodología de la Investigación Social. 1 a ed. Buenos Aires: el autor, 2013. Libro de edición argentina Impreso en Argentina.

CUARTO AÑO		QUINTO AÑO		SEXTO AÑO		SÉPTIMO AÑO	
Formación General	CHT	Formación General	CHT	Formación General	CH T	Prácticas Profesionalizantes	CHT
Literatura	72	Literatura	72	Literatura	72	Prácticas Profesionalizantes del Sector Electrónico	200
Ingles	72	Ingles	72	Ingles	72		
Educación Física	72	Educación Física	72	Educación Física	72		
Salud y Adolescencia	72	Política y Ciudadanía	72	Filosofía	72		
Historia	72	Historia	72	Arte	72		
Geografía	72	Geografía	72				
Formación Científico Tecnológico	CHT	Formación Científico Tecnológico	CHT	Formación Científico Tecnológico	CH T	Formación Científico Tecnológico	CHT
Matemática-Ciclo Superior	144	Análisis Matemático	144	Matemática Aplicada	72	Emprendimientos Productivos y Desarrollo Local	72
Física	108	Análisis de Modelos Circuitales	108	Sistemas de Comunicaciones	108	Sistemas de Control	144
Química	72	Lenguajes Electrónicos	72	Instalaciones y Maquinas Eléctricas	144	Sistemas de Comunicaciones	144
Fundamentos de los Modelos Circuitales	72			Sistemas Productivos	72	Seguridad, Higiene y Protección Ambiental	72
Tecnología Electrónica	72			Derechos del Trabajo	72		
Formación Técnico Específica	CHT	Formación Técnico Específica	CHT	Formación Técnico Específica	CH T	Formación Técnico Específica	CHT
		Diseño Asistido y Simulación Electrónica	72	Lenguajes Electrónicos	72		
Aplicaciones de Electrónica Analógica	144	Aplicaciones de Electrónica Analógica	144	Aplicaciones de Electrónica Analógica	144	Proyecto y Diseño Electrónico	144
Montaje de Proyectos Electrónicos	144	Montaje de Proyectos Electrónicos	144	Montaje de Proyectos Electrónicos	144	Electrónica Aplicada	144
Aplicaciones de Electrónica Digital	144	Aplicaciones de Electrónica Digital	144	Aplicaciones de Electrónica Digital	144	Instalaciones Industriales	144
TOTAL DE HORAS RELOJ SEMANAL	37	TOTAL DE HORAS RELOJ SEMANAL	37	TOTAL DE HORAS RELOJ SEMANAL	37	TOTAL DE HORAS RE-LOJ SEMANAL SIN PP	24

ANEXO II



Año	C. SIU 3W	Asignatura	Departamento	Régimen	Modalidad	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Total Horas
Ciclo Básico								2592
1º	11101	Ciencias Naturales	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	4	144	864
1º	12102	Ciencias Sociales	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	4	144	
1º	13103	Educación Artística	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
1º	14104	Educación Física	Deportes y Recreación	Anual	Presencial	2	72	
1º	13105	Inglés	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
1º	11106	Matemática	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	4	144	
1º	13107	Prácticas del Lenguaje	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	4	144	
1º	12108	Construcción de Ciudadanía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
2º	11201	Biología	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	2	72	
2º	12202	Construcción de Ciudadanía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	864
2º	13203	Educación Artística	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
2º	14204	Educación Física	Deportes y Recreación	Anual	Presencial	2	72	
2º	11205	Físico-Química	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	2	72	
2º	12206	Geografía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
2º	12207	Historia	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
2º	13208	Inglés	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
2º	11209	Matemática	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	4	144	
2º	13210	Prácticas del Lenguaje	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	4	144	
3º	11301	Biología	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	2	72	864
3º	12302	Construcción de Ciudadanía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
3º	13303	Educación Artística	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
3º	14304	Educación Física	Deportes y Recreación	Anual	Presencial	2	72	
3º	11305	Físico-Química	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	2	72	
3º	12306	Geografía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
3º	12307	Historia	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
3º	13308	Inglés	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
3º	11309	Matemática	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	4	144	
3º	13310	Prácticas del Lenguaje	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	4	144	
Ciclo Orientado								2700
4º	11401	Matemática	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	3	108	936
4º	13402	Literatura	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	3	108	
4º	13403	Inglés	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
4º	14404	Educación Física	Deportes y Recreación	Anual	Presencial	2	72	
4º	12405	Historia	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
4º	12406	Geografía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
4º	11407	Introducción a la Física	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	2	72	
4º	12408	Salud y Adolescencia	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
4º	15409	Nuevas Tecnologías de la Inf. y la Conectividad	Educación Tecnológica	Anual	Presencial	2	72	
4º	11410	Biología	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	2	72	
4º	12411	Sistemas de Información Contable	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	972
4º	12412	Teoría de las Organizaciones	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
5º	11501	Matemática	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	3	108	
5º	13502	Literatura	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
5º	13503	Inglés	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
5º	14504	Educación Física	Deportes y Recreación	Anual	Presencial	2	72	
5º	12505	Historia	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
5º	12506	Geografía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
5º	11507	Introducción a la Química	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	2	72	
5º	12508	Política y Ciudadanía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
5º	12509	Elementos de Micro y Macroeconomía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	792
5º	12510	Derecho	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
5º	12511	Sistemas de Información Contable	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	4	144	
5º	12512	Gestión Organizacional	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
6º	11601	Matemática	Ciencias Exactas y Naturales	Anual	Presencial	3	108	
6º	13602	Literatura	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
6º	13603	Inglés	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
6º	14604	Educación Física	Deportes y Recreación	Anual	Presencial	2	72	
6º	12605	Filosofía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	
6º	13606	Arte	Comunicación y Artes	Anual	Presencial	2	72	
6º	12607	Trabajo y Ciudadanía	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	2	72	792
6º	12608	Economía Política	Ciencias Sociales	Anual	Presencial	3	108	
6º	15609	Proyectos Organizacionales	Educación Tecnológica	Anual	Presencial	4	144	792
Certificado								5292
Bachiller en Economía y Administración								

ANEXO III

ENCUESTA PARA PROFESORES DE ECONOMIA Y GESTION DEL NIVEL SECUNDARIO.

DATOS A COMPLETAR:

INSTITUCIÓN:

MATERIA QUE DICTA:

- 1) ¿Se dicta alguna materia o taller de emprendedorismo a nivel secundario en la institución en que se desempeña?
SI NO
- 2) En caso de que se dicte ¿Cómo se llama esa materia?
- 3) En caso de que no se dicte ¿Le gustaría que se incluya en el currículo?
SI NO
- 4) ¿Considera usted al emprendedorismo un tema importante que deba trabajarse desde el nivel secundario o le parece que son temas que deben desarrollarse en niveles superiores? Justifique brevemente su respuesta.