

**Verificación del Grado de Prevalencia de una Cultura del Emprendimiento Empresarial en
La Dorada: 2014. Una mirada desde la Perspectiva de la Desesperanza Aprendida.**

Efraín Beltrán Florián

Universidad nacional abierta y a distancia – UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios – ECACEN

Programa de administración de empresas

La Dorada

2014

**Verificación del Grado de Prevalencia de una Cultura del Emprendimiento Empresarial en
La Dorada: 2014. Una mirada desde la Perspectiva de la Desesperanza Aprendida.**

Efraín Beltrán Florián

Trabajo de investigación para optar el título de Administrador de Empresas

Director

Nelson Marín Latorre Arias

Magíster En Administración De Negocios

Universidad nacional abierta y a distancia – UNAD

Escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios – ECACEN

Programa de administración de empresas

La Dorada

2014

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

La Dorada, 20, marzo, 2014

Agradecimientos

- ✓ A Dios por darnos la oportunidad de cerrar un ciclo más de nuestras vidas.
- ✓ A los docentes que intervinieron durante el desarrollo de este proyecto y que con su conocimiento nos orientaron.
- ✓ Al municipio de La Dorada – Caldas, ya que la calidez humana de los ciudadanos se vinculó activamente en este proceso de investigación.
- ✓ A mi familia por su apoyo incondicional.

Contenido

Resumen.....	13
Introducción	14
1. Definición del problema.....	15
1.1. Descripción del problema	15
1.2. Formulación Del Problema	18
2. Justificación	19
3. Objetivos	22
3.1. Objetivo general.....	22
3.2. Objetivos Específicos.....	22
4. Marco contextual	23
4.2. Historia de la dorada	23
4.1.1 Información Básica	23
4.1.2 Reseña Histórica de La Dorada.....	23
4.1.3 Límites - geografía.....	25
4.1.4 Aspectos socio-económicos	25
5. Referente teórico.....	28
5.1. La cultura del emprendimiento empresarial.....	28
5.2. Enseñanza del Emprendimiento.....	29
5.3. La Innovación	30
5.4. La Desesperanza Aprendida.....	31
5.5. Modelos Locales de Emprendimiento.....	33
5.6. Ciudad Educadora.....	34
6. Unidad De Análisis	37
7. Diseño metodológico	38
7.1. Enfoque de la investigación	38
7.2. Momentos De La Investigación	38
7.3. Hipótesis De La Investigación	39
7.4. Variables De La Investigación.....	39
7.5. Población Y Muestra.....	39
7.6. Selección Y Diseño Del Instrumento.....	41

8. Análisis Estadístico Y Gráfico De La Información	42
8.1. Resultados	42
9. Propuesta.....	54
10. Conclusiones	56
10.1. Conclusiones Con Respecto A Los Objetivos	56
10.2. Conclusión con respecto al trabajo de campo.....	56
10.3. Conclusión con respecto a la investigación	57
10.4. Conclusión con respecto a la escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios – ECACEN	57
11. Bibliografía	58
12. Anexos	62

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Datos Generales de La Dorada	23
Tabla 2-. Cálculo del tamaño de la muestra	39

Lista De Gráficas

	Pág.
Gráfico 1. Estructura de la población por sexo y grupos de edad	26
Gráfico 2-. Resumen Área Urbana	27
Gráfico 3. Pregunta 1	42
Gráfico 4. Pregunta 3	43
Gráfico 5-. Pregunta 4	44
Gráfico 6. Pregunta 5	45
Gráfico 7-. Pregunta 6	46
Gráfico 8. Pregunta 7	46
Gráfico 9-. Pregunta 8	47
Gráfico 10. Pregunta 9	48
Gráfico 11-. Pregunta 10	49
Gráfico 12. Pregunta 11	40
Gráfico 13-. Pregunta 12	51

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. La innovación para la prosperidad	23
Figura 2-. Mapa del Departamento de Caldas – Ubicación de La Dorada	32

Lista De Anexos

	Pág.
Anexo 1. Encuesta	62

Glosario

Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

Formación para el Emprendimiento: la formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias

empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

Planes de Negocios: es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

Resumen

A pesar de que La Dorada – Caldas, es un municipio con excelente ubicación geográfica en el centro de cinco grandes ciudades capitales del país y con un gran potencial de desarrollo y crecimiento económico, se evidencia la falta de estructuración de una verdadera cultura del emprendimiento empresarial en sus habitantes, configurándose una situación generalizada de desesperanza aprendida, la cual se intenta determinar en esta investigación. Para lo cual se recurrió a una investigación empírico analítica, para la cual se aplica una encuesta como instrumento de medición, a ciudadanos de La Dorada. Esta investigación alcanza a dilucidar con altos rasgos de certeza la hipótesis de que la población de La Dorada sí manifiesta rasgos de desesperanza aprendida frente a la cimentación de su cultura del emprendimiento empresarial.

Palabras claves: Emprendimiento, empresarialidad, plan de negocios, ciudad educadora, desesperanza aprendida.

Abstract

Although La Dorada - Caldas is a town with excellent geographical location in the center of five major capital cities and with great potential for economic development and growth in commercial, tourist and service areas, the lack of an structure of a true culture of entrepreneurship in its people is evident, who feel rooted for the town to grow their businesses and they show there even expressed fears than by external factors that generate risk and lack of guidance, support and backrest and solid effective institutions, which has led to configured a general situation of learned hopelessness.

Keywords: Entrepreneurship, entrepreneurship, business plan, educating city, learned hopelessness.

Introducción

La cultura del emprendimiento empresarial viene convirtiéndose en una necesidad latente para el desarrollo social y económico de las familias y en el caso de LA Dorada, parece ser evidente que no cuenta con un arraigo en el ciudadano de modo que se convierta en una dinámica que actúe por sí misma con capacidad para crear y hacer crecer los negocios.

Esta investigación busca determinar el grado de desesperanza aprendida de los ciudadanos de La Dorada, ya que no es claro hasta dónde éstos están dispuestos a ser o convertirse en emprendedores de negocios. Se indaga por los principales factores que inciden sobre este tipo de decisiones.

Se trata de una investigación empírico analítica, para la cual se ha decidido tomar la encuesta como instrumento de medición, con un cuestionario de 12 preguntas.

Las conclusiones no son muy alentadoras, ya que se plantea que no existen mecanismos claros de apoyo al emprendimiento y se requiere de una política de emprendimiento que determine la identidad cultural local y defina su vocación productiva.

1. Definición del problema

1.1. Descripción del problema

Con la aprobación de la Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento, se pretende en esencia:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.

Proceso éste que no podría ser consistente si no fuese concebido en el Plan Nacional de Desarrollo una directriz nacional de promoción de la innovación ya que se le considera no sólo como pieza central en el desarrollo de las actividades productivas, sino también como parte fundamental de todas las esferas del desarrollo, incluyendo el progreso social, el Buen Gobierno, la consolidación de la paz y la sostenibilidad ambiental. Por tanto, el primer paso para realmente generar impactos económicos y sociales de largo alcance a través de la innovación, es consolidando una cultura de innovación en las organizaciones sociales, en las instituciones públicas y territoriales, en las fuerzas militares, entre los niños y jóvenes, en las zonas rurales, y en general, en todas las esferas de la sociedad.

Para alcanzar este propósito, se requiere, como primera medida, promover la innovación y el emprendimiento en todas las etapas de formación; desde la educación primaria, hasta la educación superior, de la mano con profesores e investigadores (Plan Nacional de Desarrollo).

Promover el emprendimiento implica establecer un ambiente regulatorio a favor de la libre competencia en todos los mercados. Un ambiente que incentive la creación de empresas, pero que también facilite el cierre de las mismas. Un ambiente en el cual las empresas productivas e innovadoras permanecen en el mercado y las improductivas salen del mismo o se desplacen hacia otras actividades. Un entorno que no castiga los fracasos sino que promueva el aprendizaje de los mismos. Y no solo el aprendizaje por medio de la generación de nuevas empresas, sino también de la generación de nuevos negocios. Es decir, que también apoya los emprendimientos innovadores que realizan empresas ya establecidas o consolidadas.

Figura 1. La innovación para la prosperidad



Fuente: Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014

Del mismo modo, el Departamento de Caldas adopta en su plan de desarrollo el objetivo de implementación de políticas orientadas al desarrollo de las cadenas productivas subregionales

incentivando el modelo cooperativo, a través de la articulación empresarial con los mercados subregionales, regionales, nacionales e internacionales, incorporando un numeral en el que se propone fomentar los encadenamientos productivos subsectoriales hacia acciones integradas en cadenas de producción y también lograr un verdadero Apoyo al emprendimiento enfocado a microempresarios y famiempresas en todo el Departamento.

En este sentido, el municipio de La Dorada considera que es perentoria la formulación e implementación de estrategias y políticas para el fomento de la cultura del emprendimiento, y para la calificación y cualificación del talento humano, de tal manera que sea posible vincular al desarrollo económico la creación de empresa, generación de empleo y sus propios ingresos (Plan de Desarrollo 2012-2015), para lo cual se propone como primer objetivo específico lograr un impulso del desarrollo económico, identificando la vocación productiva local, promoviendo la generación de ingresos y el empleo, apoyando las empresas, el comercio y la comercialización de productos locales en los diferente mercados.

A pesar de que los tres planes citados, Nacional, Departamental y Municipal, contemplan el emprendimiento empresarial como prioritario para alcanzar objetivos de desarrollo social y económico, se evidencia una clara falta de coherencia operativa en materia de fomento al emprendimiento ya que no hacen planteamientos que reflejen impactos positivos en la cultura emprendedora de los ciudadanos de La Dorada.

1.2. Formulación Del Problema

A pesar de que el Plan Nacional de Desarrollo y los planes de desarrollo departamental y municipal contemplan el emprendimiento como una estrategia fundamental en el proceso de desarrollo social y económico de nuestros territorios, en el municipio de La Dorada no es prevalente la cultura del emprendimiento empresarial ya que no se encuentra fijada una trazabilidad al respecto, que ofrezca claridad y motivación y que sea determinante al momento de encontrarse con iniciativas de desarrollo de unidades de negocio de sus ciudadanos, quienes vienen demostrando en su diario quehacer una serie de signos de inconformismo y de motivación frente a sus perspectivas de desarrollo por la vía del emprendimiento empresarial.

2. Justificación

El emprendimiento local

La Dorada es un municipio que cuenta con un posicionamiento geográfico estratégico, ya que es casi que equidistante de las principales ciudades de todo el centro del país, lo cual la ha venido configurando como epicentro de comercio, negocios, encuentros sociales y culturales de personas provenientes de toda esta misma región. Esta misma diversidad que la ha venido constituyendo, ha generado nuevos esquemas de poblamiento puesto que allí residen ciudadanos provenientes de todo el país haciendo cada día más diversa y rica la multiculturalidad patrimonial del mismo.

Es esta una región que ocupan sus tierras productivas, en esencia, en actividades asociadas a la ganadería, extensiva por cierto, mientras que la actividad comercial y de servicios personales se destaca por su alta participación en el producto local. Ha venido creciendo su dinámica en el sector de servicios, especialmente los turísticos y aquellos propios del sector salud y belleza, lo cual mantiene la tendencia creciente del flujo de personas por esta municipalidad, entre consumidores, negociantes, vendedores y demás.

El municipio no define aún una política clara de fomento de algún sector productivo en particular, lo cual ha generado una atomización de la economía y los negocios ya que los ciudadanos y empresarios se ocupan de actividades diversas sin contar con una orientación específica y sin apoyo estatal. Eso sí, La Dorada ya cuenta con los servicios de la ventanilla única de creación de empresas que funciona en la Cámara de Comercio de La Dorada, y cuenta

con una página web para ello, lo cual ha facilitado significativamente los procesos administrativos que este propósito requiere. Por su parte el Sena dispuso el servicio público de empleo para facilitar la gestión de empleabilidad de la ciudadanía.

Entidades como el SENA y la UNAD en La Dorada, hacen un esfuerzo significativo en la promoción de las ideas emprendedoras ya que una de sus grandes metas formativas es el apoyo al estudiante para que realice su proyecto de vida con una iniciativa de negocio que le garantice el futuro para su desempeño profesional, pero aun así es necesario contar con elementos institucionales y apoyo del gobierno territorial para el fomento del emprendimiento productivo para la ciudadanía.

Las Instituciones Educativas de educación básica y media, por su parte, aún no cuentan con estos procesos de formación en emprendimiento de modo que su arraigo y experticia se desarrollen adecuadamente. Solo la I.E. Alfonso López ha contado con talleres para la formación técnica que han permitido a algunos jóvenes llegar a conocer y manipular algunas herramientas y equipos que facilitan su inserción al mercado laboral, pero no como empresarios independientes.

La desesperanza aprendida

Las experiencias de vida de un individuo, dependiendo de cómo viva, y de su manera de relacionarse con el mundo, pueden ser una sucesión de experiencias positivas y significativas que le permiten alcanzar plenitud y paz. También es posible, sin embargo, que esas experiencias

resulten frustrantes, dolorosas y desalentadoras. Que sea de una manera o de otra, depende de causas diversas que pueden ser de tipo biológico, psicológico o cultural. Las predisposiciones innatas de corte genético pueden degenerar en limitaciones de la capacidad funcional física o mental; los aspectos sociales o políticos, pueden hacer que el individuo se vea envuelto en grandes carencias de recursos necesarios para sobrevivir reduciendo ostensiblemente su calidad de vida.

Al tener en cuenta a un tercer factor, el psicológico, como agente causal principal para la reducción del éxito y la felicidad se hace referencia a una categoría, concepto o constructo psicológico denominado: 'desesperanza aprendida', y para este caso de estudio se le considera como factor, si bien no causante, al menos sí agravante del bajo desarrollo de la cultura del emprendimiento empresarial.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Determinar el grado de desesperanza aprendida de los ciudadanos de La Dorada como factor determinante de la dinámica cultural para alcanzar un arraigo hacia el emprendimiento empresarial.

3.2. Objetivos Específicos

1. Evidenciar la existencia de una percepción de desesperanza aprendida del ciudadano doradense frente al emprendimiento empresarial.
2. Determinar las posibilidades de desarrollo del ciudadano frente al emprendimiento empresarial.
3. Determinar los elementos culturales con que debe contar un municipio como La Dorada para el fomento del emprendimiento empresarial.

4. Marco contextual

4.2. Historia de la dorada

4.1.1 Información Básica

Tabla 1. Datos generales de La Dorada.

Nombre del Municipio	La Dorada
Otros nombres	El Dorado
Fecha de Fundación	1893
Fundadores	Antonio Acosta; José Sierra; Pedro Molina; Rudesindo Castro; Ricardo Mejía; Deogracias Moreno; Mauricio Bernal; y, Teodolinda Ortiz.
Municipio	desde 1923
Altura	190 m.s.n.m
Temperatura Promedio	36°C
Extensión	500,8 kilómetros cuadrados
Población	70.486 Habitantes – CENSO DANE 2005
Distancia en kilómetros	175 km a Manizales, 170 km a Bogotá, 170 km a Ibagué, 226 km a Medellín
Gentilicio	Doradense

Fuente: Gobernación de Caldas

4.1.2 Reseña Histórica de La Dorada

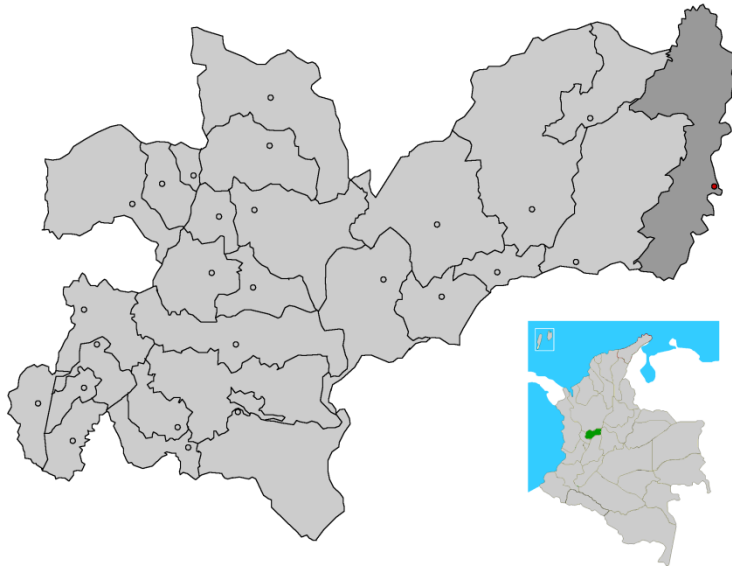
Tal como aparece en la monografía de La Dorada registrada en la web local: <http://ladorada-caldas.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mIxx-1-&m=f>, en el año de **1886** llegó a estos lugares, y precisamente donde hoy se levanta el puerto “LA DORADA”, Don Antonio Acosta, hombre emprendedor y resuelto, de una contextura física y una vitalidad incomparable. Como un homérica del trópico, descuajó la selva y desafiando las inclemencias de la tierra inhóspita, plantó sus ranchos y a lo largo del río estableció un leñateo.

Por las brechas que abriera la montaña, el sol entró y requemó la tierra húmeda dando así mayor vida a una vegetación admirable. A los golpes de su hacha las fieras huyeron y solo se escuchó entonces el grito del vencedor y se estableció en lo que hoy se llama “CONEJO”, dentro del perímetro de la hoy “**La Dorada**”, en donde hicieron grandes desmontes que luego llenaron con plataneras, estableciendo también a lo largo de la ribera leñateos y lugares de pesca. De esta manera hicieron que los barcos que entonces surcaban el río y que iban hasta el punto denominado “**Yeguas**”, en donde despuntaba la línea del ferrocarril que venía de **Honda**, intensificaran su arribo allí para abastecerse de leña.

La ribera se pobló de leñateos y de ranchos, los cuales tenían pródigas sementeras y mangones en donde empezó a fomentarse la cría de cerdos, una de las primeras industrias de los valientes que empezaron a dominar el puerto. Esta región fue habitada por los indígenas “Pantágoras”, pertenecientes a la gran familia Caribe. En la colonia no tuvo la importancia suficiente que justificara la creación de un asentamiento español. A finales del siglo XIX comenzó a tener un valor significativo en los procesos de transporte por el río Magdalena como proveedora de leña para las embarcaciones de vapor; adicionalmente el trazado de ferrocarril y las carreteras principales del país la fueron convirtiendo en una de las zonas con mayor potencial en el Departamento. Dejó de ser corregimiento de Victoria y se convirtió en Municipio en 1923.

4.1.3 Límites - geografía

Figura 2. Mapa del departamento de Caldas – Ubicación de La Dorada



Fuente: Plan de Desarrollo de La Dorada

Tal como se aprecia en esta figura, La Dorada se encuentra en la región del Magdalena Medio, al oriente de Caldas. Sus coordenadas geográficas son 5°, 27' de latitud Norte y 74°, 40' longitud del meridiano de Greenwich. Tiene una extensión de 500,8 km². Hace parte del Departamento de Caldas y está emplazado a la margen izquierda del Río Magdalena. Limita al oriente con Puerto Salgar en el

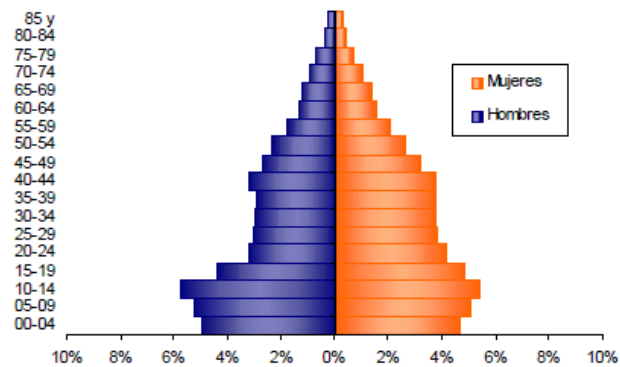
Departamento de Cundinamarca, por el occidente con los municipios de Victoria y Samaná en el Departamento de Caldas, por el norte con San Miguel del departamento de Antioquia y por el sur con Honda del Departamento de Tolima. Cuenta con una extensión urbana de 29,3 km² y una extensión rural de 471,50 km².

4.1.4 Aspectos socio-económicos

Como se aprecia en el gráfico 1, demográficamente La Dorada (CENSO DANE 2005), cuenta con 74.486 habitantes cuyo 53% corresponde a mujeres y el restante 47 a hombres. Se trata de una población donde los adultos mayores son solo el 9%. Los niños y adolescentes corresponden

al 40% y la población en edad de trabajar el restante 51%, indicador éste que nos muestra el

Gráfico 1. Estructura de la población por sexo y grupos de edad



Se evidencia:

- Efecto de la migración por sexo y edad, y sobre mortalidad masculina.

Fuente: Plan de Desarrollo de La Dorada

SISBEN, en nivel 1 se encuentra el 42.93%, en nivel 2 está el 44,28% y en nivel 3 el restante 11,37% de la población encuestada. Preocupa notar que entre los niveles 1 y 2 se concentra el 87,21% de los pobladores del municipio.

En La Dorada se encuentra una alta calidad en la producción de carnes y lácteos, varias industrias de la región se han dedicado al procedimiento de la materia prima que producen en abundancia municipios del Departamento.

La subregión del Magdalena Caldense tiene una tradición en la cría, levante y ceba de los bovinos de razas como el Cebú, pardo suizo, girl y blanco orejinegro. En la última década, gracias a la iniciativa del Comité de Ganaderos de Caldas, en el municipio de La Dorada se

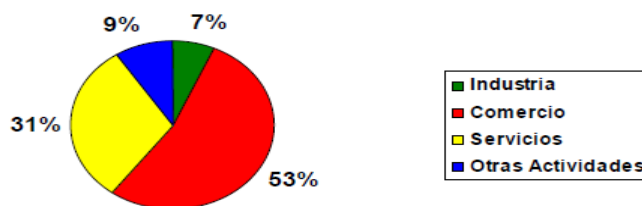
potencial laboral tan importante con que se cuenta. Solo un 3,1% de la población es de pertenencia étnica. El número de personas por hogar es de 3,6.

De esta población en La Dorada, el 55% es de origen en esta ciudad y el restante 45% proceden de otros municipios. El 92% de la población está ubicada en su área urbana y el restante 8% está ubicado en el área rural. En materia de clasificación

inició con la cría de búfalos como una carne de alta calidad que ha logrado extenderse en el mercado nacional. Además que son animales aptos para contribuir a los trabajos de finca por su docilidad y fuerza y productores de una leche alto contenido graso. Por su parte las subregiones norte y oriente han concentrado más sus esfuerzos en la producción láctea con razas bovinas como el Normando y el Holstein.

A continuación, se aprecia la clasificación de la ciudad por actividad económica donde se

Gráfico 2. Resumen área urbana



resume a nivel urbano que el 64% de los empresarios se dedican al comercio y a actividades de servicios. Esta tendencia continúa vigente para principios del 2º decenio del nuevo siglo.

Fuente: Censo general 2005. Marco geoestadístico Nacional.

La Dorada se destaca como un importante nodo de articulación regional por su ubicación geográfica estratégica, equidistante de las principales ciudades del país como lo son Bogotá, Medellín, Ibagué, Manizales y Bucaramanga.

5. Referente teórico

5.1. La cultura del emprendimiento empresarial

El término *entrepreneurship* se origina del francés *entreprendre* y del alemán *unternehmen*, que significan emprender (Veeraraghavan, 2009). Originalmente *entrepreneurship* ha sido asimilado a capacidad empresarial, sin embargo, se considera un término más amplio. Para Bögenhold (2003), es comúnmente relacionado con empleo independiente y con creación de nuevas empresas.

Como concepto, el emprendimiento ha sido vinculado con riqueza, empresa, cambio, empleo, valor, crecimiento, pero posiblemente, la perspectiva más asociada ha sido la de innovación. Ésta se relaciona con el establecimiento de una nueva función de producción que bien puede ser la introducción de un producto novedoso o de un método diferente de producción, la apertura de mercados inexplorados, el contacto con nuevas fuentes para el suministro de materiales o la apertura de una organización en cualquier industria (Schumpeter, 1936; citado en McDaniel, 2000).

El emprendimiento se define como el modelo mental y el proceso de crear y desarrollar una actividad económica combinando con cierto talante gerencial, riesgo con creatividad y/o innovación, bien sea, en una organización nueva o en una existente (El Libro Verde de la Comisión Europea, 2003; citado en Mcelwee, 2006).

La vinculación del emprendimiento a la empresa resulta inevitable, por lo que se presenta como cualquier intento por crear nuevas empresas, reorganizar las existentes o expandirlas.

Bratnicki (2005) presenta el emprendimiento como una progresión que incluye secuencias de oportunidades (eventos) y conductas (actividades) en el tiempo; el emprendedor es un individuo único que ejerce la libertad mental para concebir nuevas formas de hacer las cosas; lo suficientemente valiente como para seguir su visión, así ello implique enfrentar posibilidades de fracaso.

Una visión general define al emprendedor como aquella persona que organiza y pone en práctica una nueva idea o proyecto con una finalidad determinada, sea lucrativa o no, pero igualmente, aquella que toma ventaja de las oportunidades. Recauda y asigna recursos, financiera, creativa, gerencial y tecnológicamente, y se caracteriza por generar soluciones creativas e innovadoras frente a problemas o situaciones difíciles (Encyclopedia of Small Business, 2002).

Retomando la definición de emprendimiento, éste requiere no sólo decidir sino decidir para actuar. Con este referente, McMullen y Shepherd (2006) consideran que los emprendedores responden y generan cambio a través de sus acciones emprendedoras, es decir, conductas en respuesta a una decisión crítica en condiciones de incertidumbre.

5.2. Enseñanza del Emprendimiento

Binks, Starkey y Mahon (2006) consideran que la enseñanza del emprendimiento exige un compromiso multisectorial, en virtud a la demanda de las partes potenciales involucradas, sin

importar que se trate de empresas, instituciones financieras o industriales, agencias de desarrollo económico nacional o regional o universidades.

5.3. La Innovación

Tal como lo plantean Simón y otros (2012), el mismo Schumpeter (1942) define los cinco tipos de innovación en los mercados, que son:

1. La introducción de un nuevo bien
2. La introducción de un nuevo método de producción
3. La apertura de un nuevo mercado
4. La conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o bienes en proceso
5. La creación de un nuevo tipo de organización industrial

Más allá de esta tipología, plantean que a la hora de crear valor social al concepto de innovación es importante agregar características como su “cambio social transformativo” y “compromiso de hacer que las cosas ocurran para ayudar a otros”, para lo cual es imperioso lograr lo siguiente:

- a) Derribar las barreras que impiden a ciertos colectivos acceder a un bien o servicio al que la mayoría sí puede acceder.
- b) Proporcionar apoyo a poblaciones objetivo debilitadas
- c) Proporcionar voz a quien no la tiene para defender sus intereses
- d) Ofrecer soluciones a los efectos secundarios no deseados del proceso productivo

Bajo estas premisas los estudios revisados por Simón muestran que las empresas de reciente creación han demostrado que su ratio de cierres es bastante alto en sus primeros años de existencia. Entre los factores determinantes de esta situación encuentran las dificultades de movilización de recursos humanos y financieros, incluso por encima de factores primordiales como lo son la formación y la experiencia del emprendedor.

5.4. La Desesperanza Aprendida

Para alcanzar una comprensión conceptual de este concepto es importante revisar el planteamiento científico inicial que describen Minichi, Rivadeneira y Dahab (2010) donde muestran que:

“El fenómeno de desesperanza aprendida – también llamado impotencia o indefensión – fue inicialmente descrito por Bruce Overmier y Martin Seligman a mediados de la década del ´60. En pocas palabras, ellos descubrieron que si un animal era expuesto a una serie de estímulos aversivos inescapables e incontrolables, luego desarrollaría un síndrome caracterizado por un marcado déficit para iniciar otras conductas y/o para aprender conductas nuevas. Un amplio programa de investigación dejó en claro que el factor determinante de un tal síndrome era la incontrolabilidad percibida por los animales y no el estrés de los eventos aversivos. Esto significa que si el animal recibe los estímulos aversivos, por ejemplo, choques eléctricos, pero puede poner fin a los mismos bajando una palanca, girando una rueda o saltando de jaula hacia otro sitio; vale decir, el animal puede realizar cualquier conducta de escape que le otorgue sentido de control sobre la situación desagradable; entonces no desarrollará desesperanza. Ahora bien, si el animal no puede

escapar, es decir, queda simplemente expuesto al estresor, sin que nada de lo que haga pueda poner fin a los estímulos desagradables, entonces luego de ello presentará indefensión. Por ejemplo, ya no intentará escapar de otros eventos aversivos, sino que e quedará pasivamente “aguantando” el malestar aunque con un simple movimiento podría irse... Su tasa de comportamiento habrá disminuido, se lo verá quierto, aletargado, sin motivación para iniciar casi ninguna conducta. Y ... presentará signo s de ansiedad y tristeza...”

Se trata de un proceso básico de aprendizaje por el cual los organismos adquieren o eliminan conductas según las consecuencias que siguen a las mismas. Significando esto que es una forma de aprendizaje que comparten todos los seres vivos que tienen sistema nervioso. En los seres humanos esta dinámica aplica en sus conductas motoras, cognitivas y emocionales, es decir, los seres humanos además de esto generamos conciencia sobre estas situaciones.

El individuo construye la realidad mediante la selección, codificación, almacenamiento y recuperación de la información presente en el medio. La información sobre sí mismo y sobre el mundo experimenta transformaciones cognitivas y afecta las respuestas emocionales y conductuales del propio sujeto, produciendo así una interdependencia entre cognición, emoción y conducta (González, Valdez y González, 2011).

Quintanilla, Haro, Flores, Celis y Valencia (2003) consideran que la desesperanza es un estado anímico de actitud y percepción que la persona tiene sobre los acontecimientos venideros, de manera tal que condiciona u orienta la conducta del individuo sobre qué hacer. Plantearlo

como un estado dinámico es reconocer que el estar desesperanzado es el resultado de un proceso valorado en un momento y circunstancias determinadas, y sujeto a situaciones de cambio positivo o negativo que, tal como se ha venido señalando anteriormente, tiene correspondencia con el tercer componente de la triada negativa en el modelo cognitivo de depresión de Beck.

Cuando no se alcanza el logro existencial, se origina una frustración que se asocia a la desesperanza, caracterizada por la duda sobre el sentido de la vida y por un vacío existencial que se manifiesta en un estado de tedio, en la percepción de falta de control sobre la propia vida y en la ausencia de metas vitales. Ya García, Gallego y Pérez (2009) se dieron a la tarea de estudiar la relación entre el sentido de vida y la desesperanza, encontrando una relación significativa entre ambos componentes, lo que los llevó a afirmar que entre menor es el logro de vida, hay una mayor desesperanza.

5.5. Modelos Locales de Emprendimiento

Con el ánimo de citar solo algunos ejemplos de acciones que han conllevado a indiciar nuevas generaciones con una verdadera cultura del emprendimiento, podemos revisar el Programa de Emprendedores de la Universidad Javeriana de Cali, que se destaca por su proyecto “Jóvenes con Empresa: una oportunidad para hacer tus sueños realidad”; iniciativa de la Fundación Corona y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Su objetivo general se centra en contribuir al fortalecimiento del tejido empresarial de Bogotá, Medellín y Cali que, concretamente, busca desarrollar un modelo de creación de empresas sostenibles y competitivas para los jóvenes de estas ciudades.

Así mismo, el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi, se ha consolidado como una unidad académica con la misión de forjar una nueva cultura empresarial con carácter innovador y bajo la perspectiva de responsabilidad social, a través de procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial. Para el logro de sus fines, el CDEE trabaja seis áreas relacionadas con el espíritu empresarial: desarrollo del espíritu y de la cultura empresarial, creación de empresas, formación de líderes empresariales, educación empresarial, gestión de empresas familiares y gestión de pyme. En Icesi el espíritu empresarial es un tema que hace parte de la cultura institucional, por lo que las actividades del CDEE nutren y permean los procesos de docencia, investigación y extensión.

5.6. Ciudad Educadora

La gestión de marca se ha convertido en uno de los temas obligados para los gobiernos y las organizaciones privadas y públicas de las ciudades y de los países. Este nuevo frente de gestión cobra gran importancia, ya que gracias a su planificación se puede evidenciar logros importantes en el fortalecimiento de la competitividad y la imagen de las ciudades y de los países.

Marca de ciudad

Fuentes (2007) muestra que “la evaluación de la marca país es bastante compleja, ya que es difícil generalizar acerca de éste como un todo, porque puede haber amplias discrepancias en

clima, cultura, gente e infraestructura de una región a otra; no obstante, las ciudades son más simples, más pequeñas, más fáciles de visualizar como una identidad singular. Cuando la gente evalúa las ciudades, frecuentemente piensan en detalles silenciosos y términos prácticos, y se concentran en el clima, la polución, el transporte y tráfico, el costo de vida, las instalaciones deportivas y de uso, la ley y orden y la vida cultural”.

Los indicadores más importantes para la determinación de la marca de ciudad son tomados por Fuentes de acuerdo con el índice de Anholt de Marca Ciudad (City Brand Index [cbi]) basa su investigación en seis criterios de análisis: la presencia, el potencial, la gente, los requisitos, el pulso y el lugar.

Identidad de la marca

La identidad es el ADN, es el fundamento, es la definición y la razón de ser de la marca. Por lo tanto, es la columna vertebral desde donde se estructura toda esta gestión de marca ciudad y país. Sin identidad no se crea la imagen: "La identidad viene de ídem, que significa 'idéntico a sí mismo'. La identidad se define por medio de tres parámetros: qué es (o quién es), qué hace (o para qué sirve) y dónde está (lugar u origen)" (Costa, 2004b, p. 127). La identidad, en sí misma, es un sistema de signos verbales, visuales, culturales, objetuales y ambientales.⁴ A continuación se analiza cada uno de estos signos.

Destaca la gran relevancia del concepto de Identidad cultural que comprende los signos de percepción que se empiezan a conjugar con las experiencias emocionales, a través de la cultura y la conducta de las ciudades y de los países.

El origen de la palabra cultura, del latín cultivo y de sus componentes cultis (cultivado) y ura (acción), tenemos como resultado acciones cultivadas. Así, la cultura es el conjunto de acciones cultivadas en el tiempo, que se expresan en la vida tradicional de las ciudades y de los países como costumbres, conocimientos y grado de desarrollo físico, científico e industrial, a fin de conformar y constituir su identidad cultural. Si unimos los conceptos cultura, país y ciudad, podemos inferir la importancia de este componente en la construcción de la marca a partir de la definición de la identidad cultural (Fuentes, 2007).

6. Unidad De Análisis

Población de La Dorada – Caldas, en edad de trabajar.

La población en edad de trabajar, corresponde a toda la población que podría hacer parte del mercado de trabajo. Es decir, es la oferta potencial de trabajo de una economía. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el criterio que se utiliza para clasificar a la población dentro de la PET deber ser fijado por cada país conforme a sus circunstancias nacionales, como la edad de escolaridad obligatoria, la edad mínima de admisión en el empleo y las proporciones del trabajo infantil; por lo tanto, debido a la variabilidad de estas condiciones se hace imposible establecer un único límite de edad mínima de aplicación universal.

En el caso de esta investigación se buscó que fuesen mayores de 18 años.

Por otra parte, la PET se descompone en la Población Económicamente Activa (PEA) y la Población Económicamente Inactiva (PEI).

Este indicador permite medir el tamaño de la población que según el criterio de edad está en condiciones de participar activamente en el mercado laboral, es decir es un indicador de la oferta de trabajo potencial.

7. Diseño metodológico

7.1. Enfoque de la investigación

Esta es una investigación de orden empírico - analítica. Es un estudio cuantitativo con alcance explicativo. Este tipo de estudios van más allá de la descripción de los conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos sociales. Como su nombre lo indica, su interés *se centra en explicar* por qué ocurren los fenómenos y en qué condiciones se manifiestan, o por qué se relacionan dos o más variables. Las investigaciones explicativas son más estructuradas que los demás alcances y, de hecho, implican los propósitos de éstos (exploración, descripción y correlación o asociación); además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno que se está estudiando.

7.2. Momentos De La Investigación

El proceso de investigación inicia con la consulta del estado del arte del emprendimiento empresarial de La Dorada, como acción y como proceso cultural y formativo. Posteriormente se procede a determinar la percepción que tienen los ciudadanos de La Dorada frente al emprendimiento y sus expectativas futuras frente al mismo.

Una vez obtenidos los datos de la encuesta, se procede a su tabulación y se grafica haciendo uso de la hoja electrónica EXCEL, para luego hacer algunas consideraciones interpretativas y a generar algunas recomendaciones de orden investigativo y de desarrollo de la situación problémica.

7.3. Hipótesis De La Investigación

La población de La Dorada manifiesta rasgos de desesperanza aprendida frente a la cimentación de su cultura del emprendimiento empresarial.

7.4. Variables De La Investigación

Las variables a operacionalizar son la cultura del emprendimiento y la desesperanza aprendida.

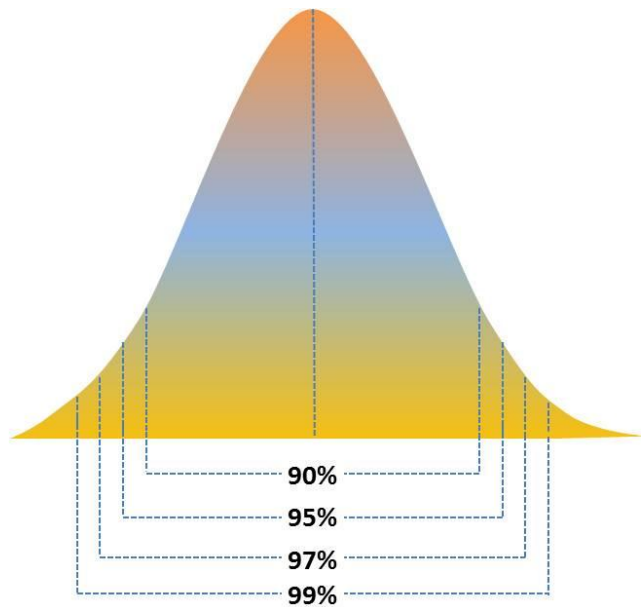
7.5. Población Y Muestra

La Dorada es la población objeto de estudio y cuenta con 74.000 habitantes, de acuerdo con el Censo DANE 2005.

Se decide hacer un muestreo aleatorio simple para lo cual el tamaño de la muestra es:

Tabla 2. Cálculo del tamaño de la muestra

Para población conocida finita menor a 100.000	
valor de e (error)	5%
valor de N (población de estudio)	74.000
valor de p (posibilidad de que ocurra el suceso)	0,6
valor de q (posibilidad de que no ocurra el suceso)	0,4



Tamaño de la muestra de acuerdo al error y al nivel de confianza deseado

Nivel de confianza	Unidades a aplicar
95%	367

Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% la muestra de personas a encuestar es de 367 individuos.

Para efectos de esta investigación se decide que los encuestados sean personas adultas, de sexo masculino y femenino, para lo cual el encuestador se desplazará solamente por las calles de toda el área central del municipio, que incluye los barrios Centro, San Antonio, Las Palmas, Chicó, La Soledad, Obrero Y Santa Lucía, ya que allí hay una alta circulación de personas que se encuentran realizando actividades comerciales y educativas; y haciendo transacciones de todo tipo en entidades públicas y financieras de la ciudad.

7.6. Selección Y Diseño Del Instrumento

Se selecciona la encuesta como instrumento para la recolección de la información, ya que se pretende solo recoger las perspectivas del ciudadano del común. No se pretende recoger la posición frente al tema de aquellas personas que forman parte de entidades que tengan que ver con el desarrollo empresarial de la ciudad.

Se trata de una encuesta que consta de 12 preguntas de selección única con múltiple respuesta. Se estima que cada persona está en capacidad de dar respuesta a este cuestionario en un tiempo entre los 3 y los 6 minutos, lo cual garantiza que su diligenciamiento no va a ser tomado a la ligera.

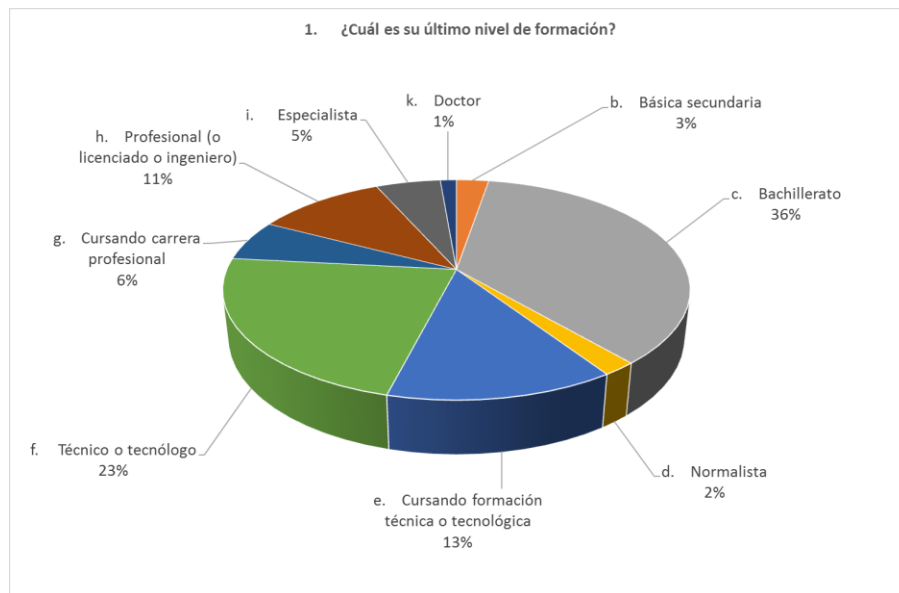
8. Análisis Estadístico Y Gráfico De La Información

8.1. Resultados

A continuación encontramos los resultados de las encuestas aplicadas. Inicialmente se describe la intencionalidad investigativa de cada pregunta aplicada en la encuesta y luego se interpretan sus resultados de acuerdo con la gráfica de área presentada.

Pregunta 1. Intención: Determinar si la muestra recoge a personas de todos los niveles de formación para dar mayor certeza a las respuestas obtenidas en todo el cuestionario. También se busca que la muestra corresponda a personas con algún conocimiento del emprendimiento y de los negocios.

Gráfico 3. Pregunta 1



Fuente: Diseño propio del autor

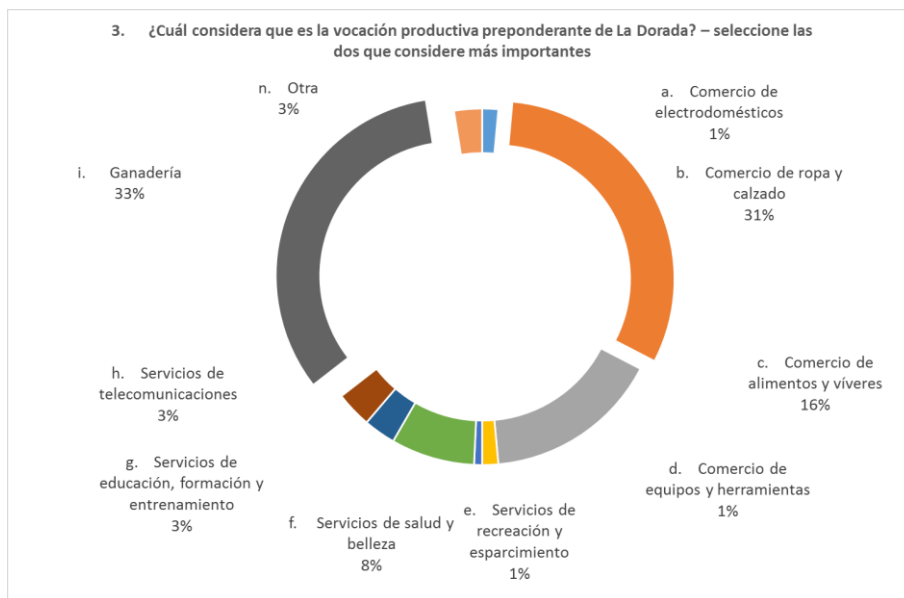
Resultado: Se encontró que los encuestados son en su mayoría Bachilleres, técnicos y tecnólogos. Se encontró un 5% de especialistas y un 1% de profesionales con doctorado.

Pregunta 2. Intención: Recoger la percepción de la cultura del emprendimiento en ciudadanos adultos de todos los rangos de edad.

Resultado: Un 66% de los encuestados son adultos entre los 27 y los 46 años, los jóvenes entre los 17 y los 26 años equivalen a un 20%. El restante 14% está en el rango de edad de más de 47 años.

Pregunta 3. Intención: Identificar qué actividad económica es más significativa para la percepción del ciudadano

Gráfico 4. Pregunta 3

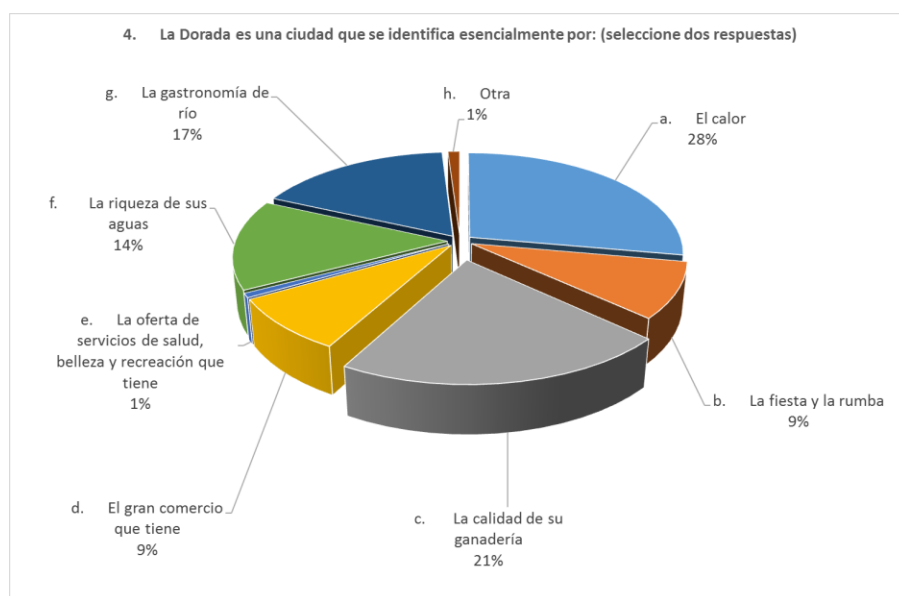


Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: Los encuestados perciben que las principales actividades económicas de La Dorada son la ganadería y el comercio de ropa y calzado. El comercio de alimentos y víveres es percibido en un 16% y los servicios de salud y belleza en un 8%.

Pregunta 4. Intención: Recoger los principales elementos de recordación que tiene el individuo sobre la ciudad, para determinar el derrotero para la construcción de marca de ciudad.

Gráfico 5. Pregunta 4



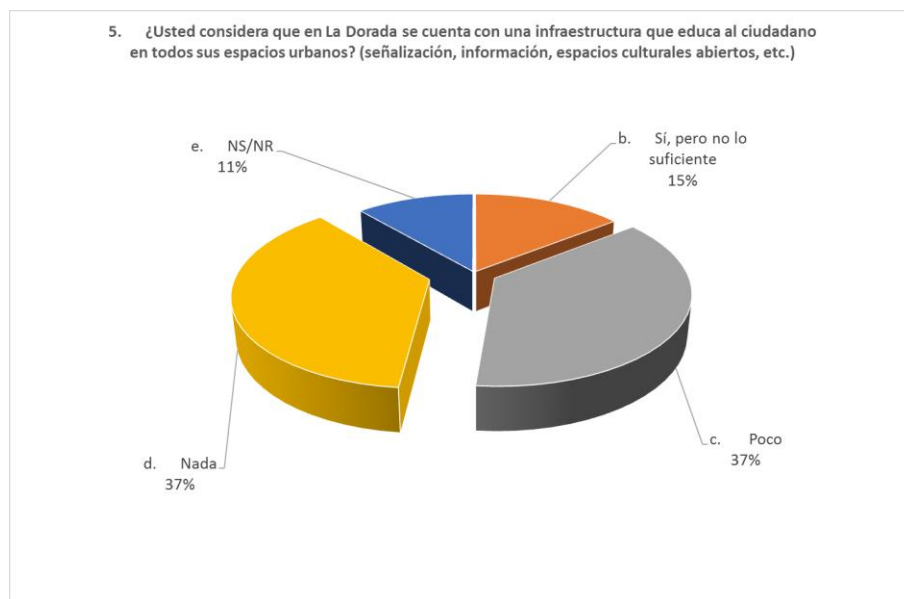
Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: Los encuestados recuerdan a la ciudad en un 28% por su calor, en un 21% por la calidad de su ganadería y un 17% por su gastronomía. La riqueza de sus aguas, la fiesta y la rumba tienen una percepción del 14% y del 9% respectivamente. Su comercio apenas significó un 9%.

Pregunta 5. Intención: Determinar si el ciudadano percibe a la ciudad como educadora en esencia, que forma y educa en todos sus espacios y momentos de encuentros.

Resultado: En un 74% los encuestados manifiestan que la ciudad no cuenta con una infraestructura que eduque en todos sus espacios urbanos. Apenas un 15% consideró que hay unos espacios formadores aunque no suficientes. El 11% no respondió o no sabía del tema.

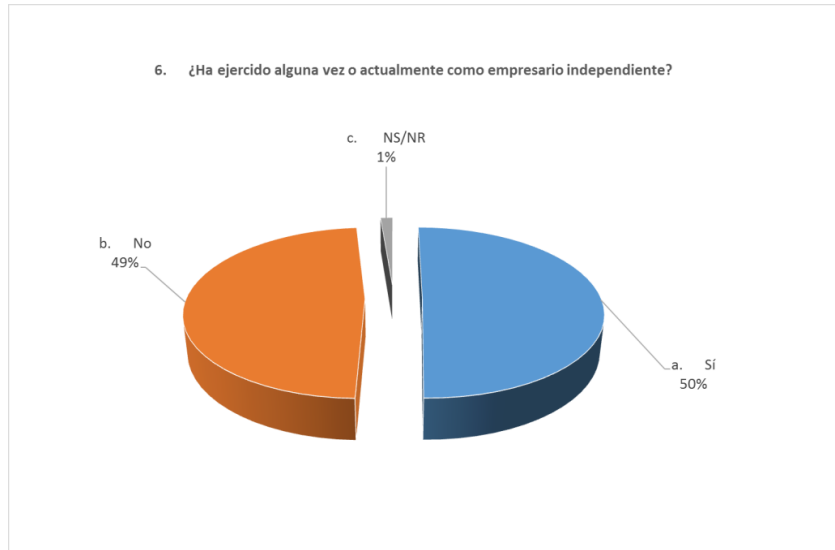
Gráfico 6. Pregunta 5



Fuente: Diseño propio del autor

Pregunta 6. Intención: Determinar si los encuestados han asumido el reto de ser empresario independiente

Gráfico 7. Pregunta 6



Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: El 50% de los encuestados ha sido empresario independiente, el otro 49% no ha asumido este reto o no ha tenido esta oportunidad de hacerlo.

Pregunta 7. Intención: Verificar si la condición de ser empresario independiente es riesgosa y de fracaso en esta ciudad

Gráfico 8. Pregunta 7



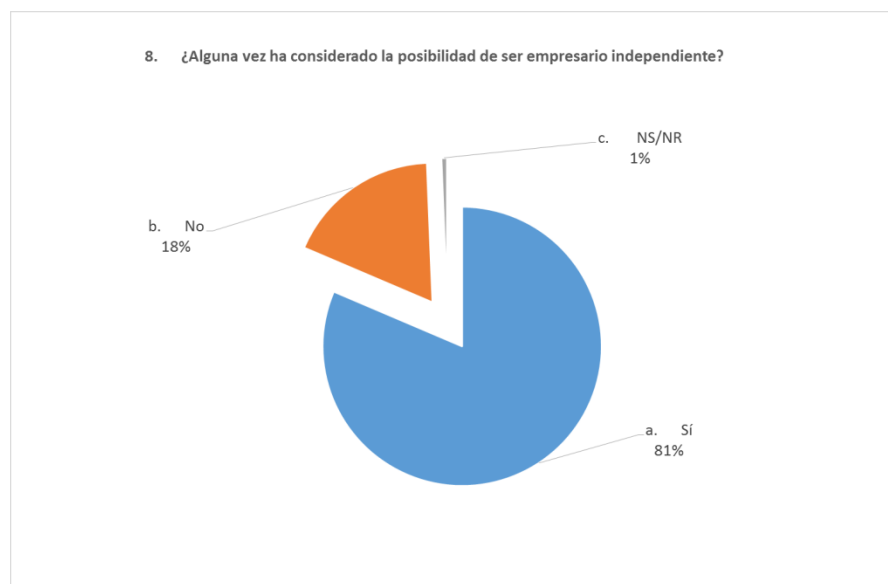
Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: El 67% de los encuestados manifiesta que no fracasó en su intento de ser empresario independiente, mientras que un 32% sí ha fracasado.

Pregunta 8. Intención: Determinar si los encuestados encuentran atractiva la condición de empresario independiente o si por el contrario prefieren ser empleados o simplemente no desean laborar para un tercero.

Resultado: La mayoría de los encuestados, el 81%, ha considerado la posibilidad de ser empresario independiente y solo un 18% manifiesta no querer serlo.

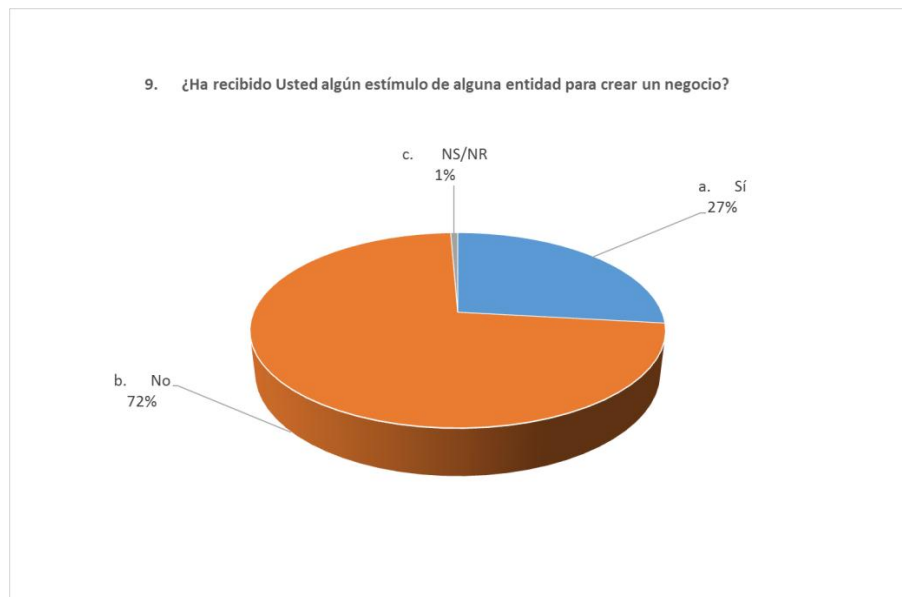
Gráfico 9. Pregunta 8



Fuente: Diseño propio del autor

Pregunta 9. Intención: Establecer si aquellos que han tenido iniciativas empresariales han contado con apoyo de alguna entidad

Gráfico 10. Pregunta 9

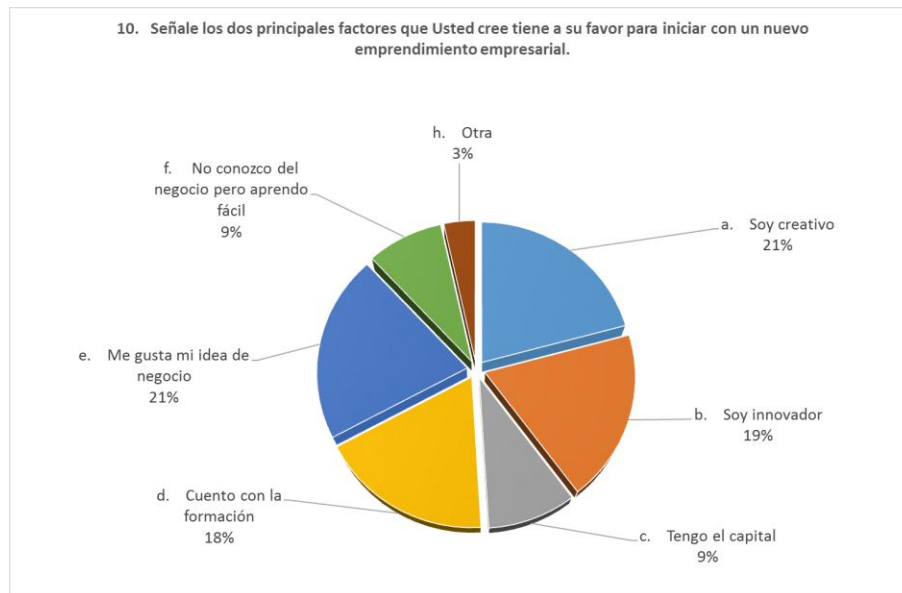


Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: Un 27% de los encuestados sí ha sido apoyado por alguna entidad para su iniciativa empresarial. Sin embargo, es significativo que un 72% no haya sido apoyado de algún modo con sus iniciativas empresariales.

Pregunta 10. Intención: Establecer las condiciones favorables que considera el encuestado para adelantar una iniciativa de negocio, especialmente se pretende determinar si el concepto de innovación y de creatividad es fácilmente asociable al emprendimiento en la ciudad. Se busca también si el encuestado ha buscado intencionadamente formarse en emprendimiento.

Gráfico 11. Pregunta 10

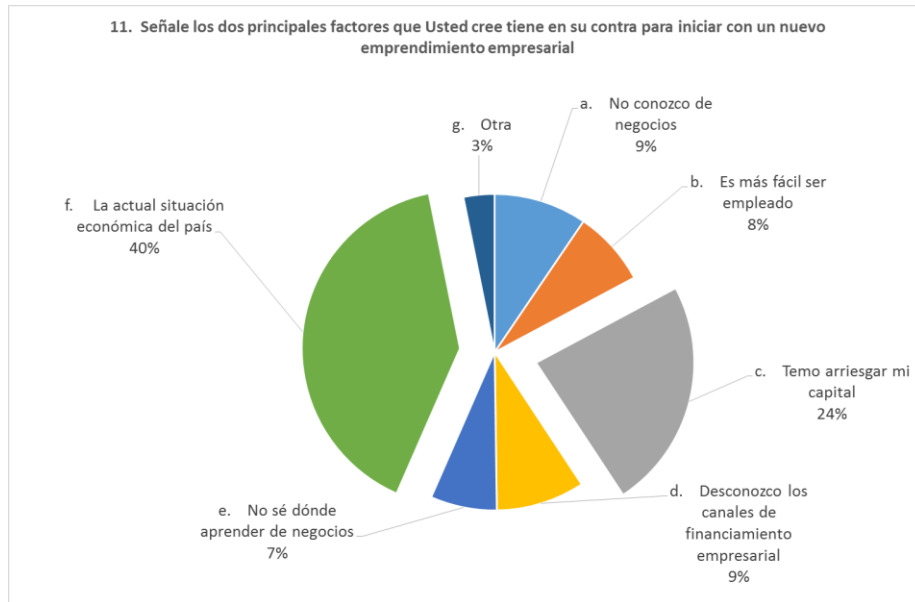


Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: Los encuestados sí asocian la creatividad y la innovación con el emprendimiento empresarial en un 21% y 19% respectivamente. Solo un 18% ha tenido la iniciativa de formarse para ser empresario. El 9% manifiesta que aunque no sabe de negocios cree que puede aprender fácilmente y otro 9% manifiesta que cuenta con el capital para hacerlo.

Pregunta 11. Intención: Determinar si los encuestados conocen la situación económica nacional y si saben de los programas nacionales de fomento al emprendimiento empresarial, como factor determinante de la desesperanza aprendida. Se busca también determinar si el individuo se ha inclinado hacia la formación en negocios.

Gráfico 12. Pregunta 11

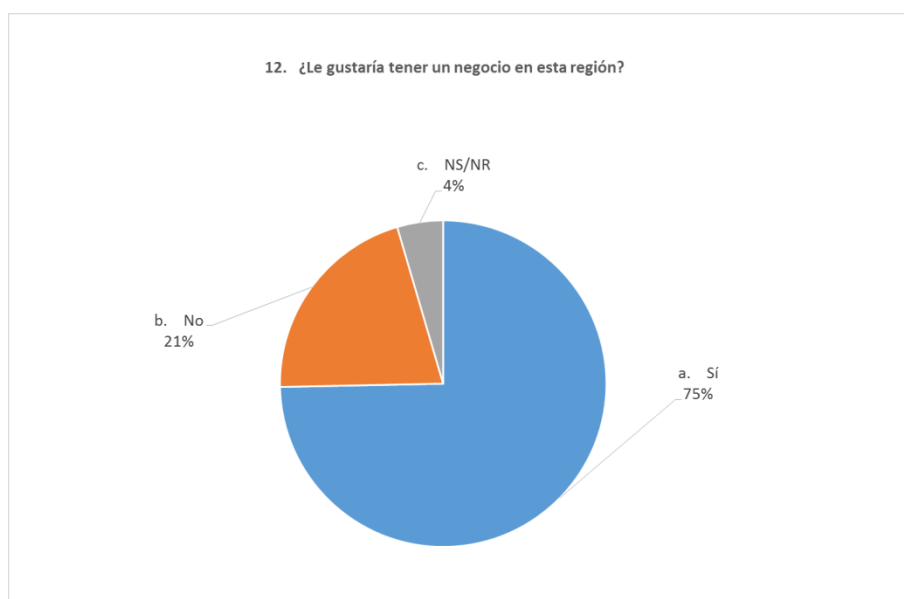


Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: El 40% de los encuestados encuentra que el país tiene una situación económica difícil. El 24% teme arriesgar su capital. El 9% desconoce los canales de financiamiento empresarial; el 8% prefiere ser empleado y el 7% no sabe dónde puede aprender sobre negocios.

Pregunta 12. Intención: Determinar si hay un clima favorable para los negocios en La Dorada

Gráfico 13. Pregunta 12



Fuente: Diseño propio del autor

Resultado: El 75% de los encuestados ven esta ciudad como favorable para aplicar su iniciativa empresarial. Un 21% no quiere desarrollar sus iniciativas de negocio en La Dorada. El 4% no respondió a esta pregunta.

8.2. Análisis Cualitativo De La Información

Los encuestados fueron en su mayoría personas en edad de trabajar y en rangos de edad de mayor productividad laboral e intelectual, quienes perciben que las principales actividades económicas de La Dorada son la ganadería y el comercio de ropa y calzado. Curiosamente no hay una percepción importante frente a la oferta educativa de la ciudad ni frente a sus servicios recreativos y de esparcimiento.

Los encuestados recuerdan a la ciudad esencialmente por su calor, su ganadería y su gastronomía, convirtiéndose éstos en los principales factores de fijación de una marca de ciudad.

Se le da un valor relativamente especial a la riqueza de sus aguas y a la fiesta y la rumba. Nuevamente se detecta que los encuestados no recuerdan la ciudad como oferente de servicios recreativos.

En un 74% los encuestados no encuentran elementos formativos en los espacios urbanos. Apenas un 15% consideró que hay unos espacios formadores aunque no suficientes. Esto demuestra que la ciudad no cuenta con una política educadora, formativa y orientadora desde todos los espacios de la ciudad. El 11% no respondió o no sabía del tema lo cual deja en claro que no el tema formativo en la ciudad no es preponderante.

La mitad de los encuestados ha sido empresario independiente, lo cual demuestra que sí hay algún interés por contar con iniciativas de desarrollo personal desde el emprendimiento. A pesar de que el 67% de los encuestados no fracasó en su intento de ser empresario independiente, preocupa encontrar que un 32% sí ha fracasado, lo cual podría demostrar que el individuo no cuenta con el potencial suficiente para asumir este reto como empresario.

La mayoría de los encuestados ha considerado la posibilidad de ser empresario independiente y solo un 18% manifiesta no querer serlo, tal vez por algún temor de tomar esta iniciativa o porque se encuentra laborando, siendo ésta una primera manifestación de desesperanza aprendida en la ciudadanía.

Importante hallar que un 27% de los encuestados sí ha sido apoyado por alguna entidad para su iniciativa empresarial. Sin embargo, es significativo y preocupante que un 72% no haya sido apoyado de algún modo con sus iniciativas empresariales.

Importante hallar que los encuestados sí asocian la creatividad y la innovación con el emprendimiento empresarial. Solo un 18% ha tenido la iniciativa de formarse para ser empresario. Se evidencia una actitud positiva de algunos encuestados frente al emprendimiento ya que manifiestan factores positivos tales como el ideario de sus proyectos de negocios y su facilidad de aprendizaje frente a éstos.

Los encuestados expresan que el país pasa por una situación económica difícil. Preocupa encontrar que es significativo el temor de hacer inversiones, especialmente cuando no se conoce de negocios, cuando no se conocen los canales de financiamiento ni se reconoce dónde se puede aprender de negocios. Estos pueden considerarse como factores agravantes de la desesperanza aprendida. Un encuestado manifestó que era importante reconocer la carencia de industrias productivas en la ciudad.

9. Propuesta

Si bien es cierto, es de tener en cuenta que las políticas globales en materia de desarrollo económico están circunscritas a principios tales como la libertad de mercados, también es cierto que es indispensable que todo país o región cuente con mecanismos de apoyo, de control o de fomento de ciertos renglones de actividad económica o dirigido a determinados grupos poblacionales que se encuentran en “desventaja” para efecto de asumir su rol como empresario en estos mercados globalizados y en esencia competitivos.

Es imperioso que la ciudad defina su vocación productiva por la vía del reconocimiento de su identidad cultural como apuesta colectiva donde participen actores públicos y privados de modo que puedan reorientar sus intereses y sus líneas de acción tanto en materia de inversiones como en materia de reestructuración de los procesos formativos de la comunidad tanto en lo general como en emprendimiento empresarial, es decir, se requiere una sólida política educadora en los espacios de formación, en las calles, en la cultura urbana. Desde aquí identificaremos cuál es la marca de ciudad que queremos imprimir en el colectivo nacional y global.

La ciudad requiere de estrategias de orientación al ciudadano para forjar su creatividad y para orientar hacia la innovación productiva. Es necesario transmitir al ciudadano la confianza en el ambiente social y político para no desincentivar su interés por invertir de modo que se disminuya su percepción sobre el riesgo inversionista. Con esto se lograría superar significativamente la desesperanza aprendida.

Es importante fortalecer los mecanismos solidarios de emprendimiento como alternativa contemporánea de búsqueda de soluciones a las necesidades de desarrollo humano, productivo y económico de las familias.

La formación ciudadana, en particular, se debe abordar desde la perspectiva de los derechos y la participación que los niños experimentan en escenarios públicos como la calle, el vecindario, el parque, el colegio o la escuela, donde aprenden a deliberar sobre los intereses y las necesidades de su comunidad, donde ellos exploren la creatividad, la libertad, la imaginación, el asombro y la diferencia.

10. Conclusiones

10.1. Conclusiones Con Respecto A Los Objetivos

Se logra evidenciar la existencia de una percepción de desesperanza aprendida en el ciudadano doradense frente al emprendimiento empresarial, a pesar de que algunos emprendedores consideran que ha tenido éxito y otros desean ser empresarios en la región.

Las posibilidades de desarrollo del ciudadano frente al emprendimiento empresarial están enmarcadas bajo la oferta formativa de entidades como el SENA y algunas entidades de educación superior, mas no están aún fijadas como una política específica de fomento con estrategias formadoras desde todos los espacios de la ciudad.

Entre los elementos culturales con que debe contar un municipio como La Dorada para el fomento del emprendimiento empresarial, se requiere de una política que transversalice los escenarios de desarrollo de la ciudad, empezando por la consolidación de una vocación productiva para así fijar metas de crecimiento y de competitividad local.

10.2. Conclusión con respecto al trabajo de campo

Los ciudadanos y empresarios manifiestan sentirse poco acompañados desde las instituciones y perciben un ambiente político no apropiado para la incursión en los negocios, tanto así que se mostraron algo incrédulos frente al cuestionario. Les tranquilizó un poco notar que la UNAD se muestra preocupada por el tema. Algunos encuestados preguntaron dónde se encontraba ubicada la Universidad.

10.3. Conclusión con respecto a la investigación

Este es un trabajo que aplica para la línea de investigación en “Desarrollo económico, sostenible y sustentable” de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD. Deja sentadas las bases para hacer indagaciones más específicas sobre la identidad cultural de La Dorada, su vocación productiva y acerca de la apuesta de ciudad que se debe plantear estratégicamente para consolidar procesos de mejoramiento de la calidad de vida de sus ciudadanos desde el emprendimiento empresarial

10.4. Conclusión con respecto a la escuela de ciencias administrativas, contables, económicas y de negocios – ECACEN

La Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios de la UNAD cuenta con un plan de formación profesional donde su currículo Básico incluye cursos tales como Iniciativa Empresarial, Diagnóstico Empresarial, Fundamentos de Mercadeo, Planeación Estratégica, Prospectiva Estratégica, Evaluación de Proyectos y Economía Solidaria, que se convierten en insumos fundamentales para llegar a hacer consideraciones como las propuestas en este trabajo de investigación y que hacen que se ponga ahora en consideración la urgencia de que profundicemos en estos temas desde otras ópticas tales como la identidad cultural y la vocación productiva de las regiones, en el marco de la visión y misión Unadista de propender por el desarrollo de las localidades.

11. Bibliografía

Borjas De Xena, Leslie. La Educación Empresarial en Instituciones de Educación Superior Venezolanas. En Estudios Gerenciales. vol.28 no. 125 Cali oct./dic. 2012. Versión impresa ISSN 0123-5923.

Congreso de la República de Colombia. Ley 1014 de 2006

Cortés Baquero, carlos Fernando. Formación ciudadana en Colombia: una propuesta para la universidad desde la perspectiva teórica de Jürgen Habermas. En Revista de investigaciones UNAD Bogotá - Colombia No. 01, enero – junio. ISSN 0124 793X

Franco Silva, Francisco Javier. Producción de Ciudad, Cotidianidad y Culturas Populares: Una Revisión Preliminar. En Investigación y Desarrollo. v. 16 n.1 Barranquilla ene./jun. 2008. Versión On-line ISSN 2011-7574

Fuentes Martínez Sandra I. Sistema de Gestión Comunicacional para la Construcción de una Marca Ciudad o Marca País. En Signo y Pensamiento. n.51 Bogotá jul./dic. 2007. Versión impresa ISSN 0120-4823.

González Tovar, José y Hernández Montaña, Alicia. La Desesperanza Aprendida y sus Predictores en Jóvenes: análisis desde el modelo de Beck. En Enseñanza e Investigación en Psicología vol. 17, num. 2: 313-327 julio-diciembre, 2012

Gutiérrez Londoño Eber Eli; Ortega Oliveros, Gustavo Adolfo. Los Retos de la Política Pública en la Ordenación del Territorio de la Ciudad Colombiana. En Semestre económico. v. 12 n.espe 24 Medellín oct. 2009. Versión impresa ISSN 0120-6346.

Guzmán Vásquez, Alexander; y, Trujillo Dávila, María Andrea. Emprendimiento social – revisión de literatura. En Estudios Gerenciales. V.24 n.109 Cali oct./dic. 2008. Versión impresa ISSN 0123-5923

Minici, Ariel; Rivadeneira, Carmela; y, Dahab, José. Deseperanza Aprendida. Un Modelo Experimental de la Depresión. En Revista de Terapia Cognitivo conductual. No. 19, julio de 2010.

Mora Pabón, Ricardo. Estudio de Actitudes Emprendedoras con Profesionales que Crearon Empresa. En Revista EAN No. 71 Julio-Diciembre. Bogotá, Pp. 70-83

Osorio Tinoco, Fabián Fernando; Pereira Laverde, Fernando. Hacia un Modelo de Educación para el Emprendimiento: una Mirada desde la Teoría Social Cognitiva. En Cuadernos de Administración. v.24 n.43 Bogotá jul./dic. 2011. versión impresa ISSN 0120-3592.

Pérez Rocha, María Inés. Fortalecimiento de las Competencias Investigativas en el Contexto de la Educación Superior en Colombia. En Revista de investigaciones UNAD Bogotá - Colombia No. 01, enero – junio. ISSN 0124 793X

Piñón Juan Luis. Crónicas sobre la Construcción de la Ciudad. En Co-herencia. Versión impresa ISSN 1794-5887 v.6 n.11 Medellín jul./dic. 2009

Plan de Desarrollo 2012 – 2015 “Caldas compromiso de todos”. Gobernación de Caldas

Restrepo, Eduardo. Estudios culturales y educación: Posibilidades, urgencias y limitaciones. En Revista de investigaciones UNAD Bogotá - Colombia No. 10, enero – junio. Ponencia presentada en el 4o Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação y al 1o Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação (ULBRA-Canoas/RS). Puerto Alegre, Brasil. 25 de mayo de 2011. ISSN 0124 793X

Romero Picón, Yuri. Tramas Y Urdimbres Sociales En La Ciudad. En Universitas Humanística n.61 Bogotá ene./jun. 2006. Versión impresa ISSN 0120-4807.

Rubio Gaviria, David Andrés. Dogville y la sociedad educadora: apuntes para una lectura desde las otras morales. En Revista Colombiana de Educación. Versión impresa. No.63 Bogotá jun/dic. 2012. ISSN 0120-3916.

Simón Moya, Virginia; Revuelto Taboada, Lorenzo; y, Medina Lorza, Aida Florencia. La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación. En Estudios Gerenciales. *Versión impresa* ISSN 0123-5923 vol.28 Cali nov. 2012

12. Anexos

Anexo 1. Encuesta

1. ¿Cuál es su último grado de formación?
 - a. Primaria
 - b. Básica secundaria
 - c. Bachillerato
 - d. Normalista
 - e. Cursando formación técnica o tecnológica
 - f. Técnico o tecnólogo
 - g. Cursando carrera profesional
 - h. Profesional (o licenciado o ingeniero)
 - i. Especialista
 - j. Magíster
 - k. Doctor

2. Rango de edad
 - a. Entre los 17 y 26
 - b. Entre 27 y 36
 - c. Entre 37 y 46
 - d. Entre 47 y 67
 - e. Más de 67

3. ¿Cuál considera que es la vocación productiva preponderante de La Dorada? – seleccione las dos que considere más importantes
 - a. Comercio de electrodomésticos
 - b. Comercio de ropa y calzado
 - c. Comercio de alimentos y víveres
 - d. Comercio de equipos y herramientas
 - e. Servicios de recreación y esparcimiento
 - f. Servicios de salud y belleza
 - g. Servicios de educación, formación y entrenamiento
 - h. Servicios de telecomunicaciones
 - i. Ganadería
 - j. Producción en panificadoras y similares
 - k. Producción de artesanías
 - l. Producción de marroquinería

m. Producción agroindustrial

n. Otra, ¿Cuál? _____

4. La Dorada es una ciudad que se identifica esencialmente por: (seleccione dos respuestas)

a. El calor

b. La fiesta y la rumba

c. La calidad de su ganadería

d. El gran comercio que tiene

e. La oferta de servicios de salud, belleza y recreación que tiene

f. La riqueza de sus aguas

g. La gastronomía de río

h. Otra, ¿Cuál? _____

5. ¿Usted considera que La Dorada cuenta con espacios de libre acceso para el aprendizaje?

a. Sí

b. No

c. NS/NR

6. ¿Ha ejercido alguna vez o actualmente como empresario independiente?

a. Sí

b. No

c. NS/NR

7. ¿Considera que alguna vez fracasó en su intención de ser empresario independiente?

a. Sí

b. No

c. NS/NR

8. ¿Alguna vez ha considerado la posibilidad de ser empresario independiente?

a. Sí

b. No

c. NS/NR

9. ¿Ha recibido Usted algún estímulo de alguna entidad para crear un negocio?

- a. Sí
- b. No
- c. NS/NR

10. Señale los dos principales factores que Usted cree tiene a su favor para iniciar con un nuevo emprendimiento empresarial.

- a. Soy creativo
- b. Soy innovador
- c. Tengo el capital
- d. Cuento con la formación
- e. Me gusta mi idea de negocio
- f. No conozco del negocio pero aprendo fácil
- g. Existe gran apoyo del Estado para crear negocios
- h. Otra, cuál? _____

11. Señale los dos principales factores que Usted cree tiene en su contra para iniciar con un nuevo emprendimiento empresarial.

- a. No conozco de negocios
- b. Es más fácil ser empleado
- c. Temo arriesgar mi capital
- d. Desconozco los canales de financiamiento empresarial
- e. No sé dónde aprender de negocios
- f. La actual situación económica del país
- g. Otra, cuál? _____

12. ¿Le gustaría tener un negocio en esta región?

- a. Sí
- b. No
- c. NS/NR