

MENTALIDAD EMPRENDEDORA COMO ESTRATEGIA DE PREPARACIÓN EN CURSOS DE CAPACITACIÓN VIRTUAL PARA EL DESARROLLO DE IDEAS DE NEGOCIO

*ENTERPRISE MENTALITY AS A PREPARATION STRATEGY IN VIRTUAL TRAINING COURSES FOR THE
DEVELOPMENT OF BUSINESS IDEAS*

Pérez, Juan.*, & Mercado, José.*

*Departamento Académico – Academia Social Media Integral - Venezuela

Autor correspondiente: juanalexp@gmail.com

Manuscrito recibido el 24 de Marzo de 2021.

Aceptado para publicación, tras proceso de revisión, el 14 de Mayo de 2021.

Resumen

Iniciar una idea de emprendimiento, negocio o empresa implica un cambio en la mentalidad de los líderes del proceso para lograr ser más competitivos y audaces frente al contexto de incertidumbre que se vive en la actualidad. En este sentido, la dinámica propiciada por el fenómeno Pandemia, ha introducido variables que han hecho que los gerentes y dueños de procesos de gestión organizacional en general, tengan que ajustarse a la nueva realidad. Frente a este panorama, es preciso que los jóvenes que tienen aspiraciones de desarrollar una idea de emprendimiento, cuenten con una preparación que les ayude a contrarrestar los obstáculos que deben enfrentar para alcanzar sus metas. Es por ello que, este artículo tiene como propósito demostrar la importancia del desarrollo de una mentalidad emprendedora como estrategia que sirve de base a la capacitación mediante cursos cien por ciento virtuales para jóvenes que desean desarrollarse como dueños de negocio o pequeños empresarios. De esta manera, la investigación adquiere un carácter de campo con nivel descriptivo que toma como Unidad de Estudio el Centro de Formación Virtual de la Agencia Social Media Integral. Por consiguiente, se desarrolla siguiendo las pautas del método deductivo con el propósito de obtener conclusiones basadas en las premisas establecidas. En lo referente a las técnicas e instrumentos de recolección de datos, se apoya en la observación directa y la entrevista con cuestionario de preguntas cerradas. Por su parte, el marco referencial toma en consideración las bases filosóficas del emprendimiento como actividad para el desarrollo personal y económico del individuo, de igual manera, resalta las buenas prácticas asociadas a la enseñanza de la comprensión como factor determinante a considerar para propiciar el proceso de enseñanza-aprendizaje. En lo que respecta a los resultados obtenidos en la investigación, estos señalan que los estudiantes reconocen estar aferrados a sus “zonas de confort”, lo que les impide desarrollarse como nuevos emprendedores o microempresarios. Por otro lado, se pudo comprobar que dedicar un espacio previo para despertar el perfil de emprendedor en los participantes, les permitió ser conscientes de los cambios que deben impulsar para materializar sus proyectos, lo que se traduce en un cambio de paradigma o perspectivas para transformar los fracasos en oportunidades de mejora. Finalmente, los estudiantes reconocieron que los módulos introductorios para desarrollar la mentalidad emprendedora son fundamentales cuando la capacitación tiene como finalidad lograr desarrollar ideas de emprendimiento independientes para convertirse en microempresarios, sobre todo en los actuales momentos cuando los efectos de la pandemia aumentan los riesgos de fracaso.

Palabras clave: Emprendimiento; Capacitación Virtual; Estrategia de Aprendizaje; TIC; Formación.

Abstract

Starting an entrepreneurial, business or company idea implies a change in the mentality of the leaders of the process in order to be more competitive and daring in the context of uncertainty that we live today. In this sense, the dynamics caused by the Pandemic phenomenon have introduced variables that have made managers and owners of organizational management processes in general, have to adjust to the new reality. Faced with this panorama, it is necessary that young people who have aspirations to develop an entrepreneurial idea, have a preparation that helps them to counteract the obstacles they must face in order to achieve their goals. That is why this article aims to highlight the importance of developing an entrepreneurial mentality as a strategy that serves as the basis for training through one hundred percent virtual courses for young people who want to develop as business owners or small entrepreneurs. In this way, the research acquires a field character with a descriptive level that takes as Study Unit the Virtual Training Center of the Integral Social Media Agency. Therefore, it is developed following the guidelines of the deductive method with the purpose of obtaining conclusions based on the established premises. With regard to data collection techniques and instruments, it is supported by direct observation and the interview with a closed-question questionnaire. For its part, the referential framework takes into consideration the philosophical bases of entrepreneurship as an activity for the personal and economic development of the individual, in the same way, it highlights the good practices associated with the teaching of understanding as a determining factor to consider to promote the process teaching-learning. Regarding the results obtained in the research, these indicate that the students acknowledge that they are clinging to their "Comfort Zones", which prevents them from developing as new entrepreneurs or micro-entrepreneurs. On the other hand, it was found that dedicating a previous space to awaken the entrepreneurial profile in the participants, allowed them to be aware of the changes that they must promote to materialize their projects, which translates into a change of paradigm or perspectives to transform failures in opportunities for improvement. Finally, the students recognized that the introductory modules to develop the entrepreneurial mindset are essential when the training aims to develop independent entrepreneurship ideas to become microentrepreneurs, especially in the current moments when the effects of the pandemic increase the risks of failure.

Key words: Entrepreneurship; Virtual Training; Learning strategy; TIC; Training.

1. INTRODUCCIÓN

Mucho se ha debatido acerca del tema del emprendimiento a lo largo de los últimos años, lo cierto es que existe una relación muy estrecha entre esta actividad y el desarrollo económico de la región o país donde se lleva a cabo. En tal sentido, autores como Rivera (2018) sostiene que el crecimiento económico. "depende, entre otros factores, de la identificación y aprovechamiento de las oportunidades presentes en el entorno" (p.7). Lo que lleva a reconocer que el emprendimiento tiene mayor posibilidad de desarrollarse en aquellos contextos donde las condiciones sociales, políticas, económicas, entre otras, hacen presente un sin fin de necesidades humanas.

Otros autores como Merino (2016) señala que "la principal función de nuestro cerebro es asegurarnos la supervivencia" (p.87) lo que deja claro que el cerebro humano está diseñado para responder frente a la adversidad y encontrar soluciones, siendo esta una actividad innata que nace del espíritu de sobrevivencia que caracteriza a la especie humana. No obstante, se requiere más que intención para poder tener éxito en

Pérez, J. & Mercado, J. Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación la lucha por la sobrevivencia. En otras palabras, se hace necesario contar con herramientas, recursos y estrategias que promuevan un estímulo sostenido que mantenga el interés en el individuo por buscar alcanzar sus metas y objetivos.

Cabe destacar, que el cambio de perspectiva frente a un panorama incierto y poco alentador puede significar para muchos un escenario poco favorable para la inversión, pero para otros visionarios, esto puede representar la oportunidad que andaban buscando desde hace tiempo para desarrollar una idea de emprendimiento y satisfacer las necesidades de la población que demanda siempre el intercambio de bienes y servicios.

De allí se desprende el objetivo general de esta investigación, el cual se basa en demostrar la importancia del desarrollo de una mentalidad emprendedora como estrategia que sirve de base a la capacitación mediante cursos cien por ciento virtuales para jóvenes que desean desarrollarse como dueños de negocio o pequeños empresarios.

En atención a lo anterior, los investigadores consideran que para cumplir con el propósito anterior es importante:

- Describir el marco conceptual relacionado con el tema del emprendimiento para conocer las características que definen el perfil de un emprendedor exitoso tomando como base las experiencias de casos reales.
- Describir la estrategia para la promoción de la mentalidad emprendedora como preámbulo al desarrollo de cursos cien por cientos virtuales para jóvenes que desean desarrollarse como dueños de negocio o pequeños empresarios.
- Analizar los resultados para el establecimiento de conclusiones que demuestren la importancia del desarrollo de una mentalidad emprendedora como estrategia para la capacitación mediante cursos cien por ciento virtuales en jóvenes que desean desarrollarse como dueños de negocio o pequeños empresarios.
- De esta manera, se procederá a realizar un abordaje teórico que permita dar sustento o fundamento a la necesidad de promover un verdadero espíritu emprendedor o cambio de paradigma en los

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

jóvenes que buscan desarrollar competencias para iniciarse como pequeños empresarios. Lo que permitirá corroborar que aunado a las competencias profesionales, existen factores emocionales y actitudinales, como la disciplina, la resiliencia, la constancia, entre otros, que complementan el perfil integral del nuevo gerente del siglo XXI post pandemia.

Seguidamente, se abordará el marco metodológico donde se deja en claro el enfoque paradigmático y diseño de la investigación. Asimismo, se precisan los objetivos del estudio, tanto general como específico, de igual manera, se describe la unidad de estudio que sirvió de base para llevar a cabo el análisis y finalmente se plantean las técnicas e instrumentos de recolección de datos empleados en el proceso.

En el mismo orden de ideas, se hará alusión a los resultados obtenidos a lo largo de la investigación y se confrontarán con las bases teóricas para determinar la vigencia y pertinencia de las mismas en el contexto objeto de estudio. Es oportuno señalar en este punto, la importancia que tiene esta sección para promover el conocimiento científico y servir de base a futuros estudios que se encaminan en la misma área temática.

Para finalizar se presentan las conclusiones y recomendaciones que son producto de las inferencias y reflexiones características del método deductivo y que traen consigo un aporte relevante en la producción de conocimiento.

El emprendimiento como alternativa de desarrollo personal y económico

Mucho se ha dicho sobre el tema del emprendimiento, de hecho, innumerables autores han desarrollado opiniones diversas en relación a este fenómeno que, de una u otra manera ha incidido en las comunidades humanas como factor determinante de desarrollo. El alcance que esta actividad ha tenido en la sociedad es tal, que hay estudios que revelan que su influencia es determinante para el bienestar económico y social.

En este sentido, “son muchos los países que han concentrado sus modelos económicos, políticas públicas y diseños institucionales en la promoción y el estímulo del emprendimiento, dado que implica crecimiento, desarrollo, generación de riqueza y mejora en la calidad de vida de los ciudadanos” (Rivera, 2018, p.7).

Sin embargo, existe una relación muy estrecha entre el éxito de un emprendimiento y las características del individuo. En este sentido, Martínez I. (2019) indica que “emprender se relaciona con saber hacer y, por tanto, se considera una competencia a desarrollar que lleva asociada aspectos como el carisma,

Pérez, J. & Mercado, J. Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación perseverancia, dedicación de tiempo, esfuerzo, constancia, valores personales o búsqueda de soluciones” (p.143)

Ahora bien, aun cuando el término Emprendimiento está ampliamente difundido, se le suele utilizar para describir cualquier actividad que tenga como intención la producción de dinero. Al respecto, el desconocimiento integral del fenómeno emprendimiento y su alcance, pueden llevar a reconocer erróneamente como emprendimiento algunas actividades ilegales. Por describir un ejemplo, la preparación y venta clandestina de bebidas alcohólicas, en un Estado permisivo y sin vigilancia del cumplimiento de la ley, puede ser considerado para el beneficiario como un emprendimiento. No obstante, la definición de este fenómeno va mucho más allá de eso, dado que existen varios factores que intervienen para que una actividad o iniciativa particular pueda enmarcarse dentro de este concepto.

De esta manera, aun cuando el término proviene del francés (*entrepreneur*) que se traduce como pionero, para Alzate, (2017), se puede decir que: “es la acción que una persona ejerce gracias a su capacidad de innovación y creatividad para proponer proyectos con alto impacto social y económico” (p.11). De igual manera, el autor indica que para ser emprendedor no es necesario llegar a crear una organización y añade que solo basta con una idea, propuesta o proyecto que pueda ejecutarse en un contexto para ofrecer una solución a un problema identificado con antelación.

En este orden de ideas vale la pena establecer la relación entre empresario y emprendedor, en este sentido, al analizar el propósito, podría decirse que un empresario es de hecho un emprendedor aun cuando no todos los emprendimientos están enfocados al desarrollo de empresas. Al respecto, existen los denominados emprendimientos sociales, que tienen un propósito más filantrópico que lucrativo. No obstante, el tipo de emprendimiento que se aborda en esta investigación es el referido al emprendimiento con fines de lucro y generador de empleos. De cualquier manera, es importante acotar, que en esencia todos buscan solventar situaciones problemáticas sobre la base del ingenio y la creatividad, atendiendo a las necesidades de un ecosistema donde los individuos se desenvuelven.

Tipos de emprendimiento

Las actividades humanas son producto de una motivación y esto ha hecho que a lo largo de la historia se hayan impulsado numerosas ideas que han favorecido su evolución, al respecto Velandia (2019) establece

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

que: “se emprende en muchas ocasiones por necesidad, lo cual es una modalidad típica o común en países en vía de desarrollo o que enfrentan serias dificultades de empleo e inserción laboral”. (p.62). Más adelante el autor Velandia (2019) indica que “en otros casos se emprende por oportunidad, típicamente en países desarrollados o en entornos favorables” (p.62)

El planteamiento anterior establece una clasificación que categoriza a la actividad de emprendimiento de acuerdo al estímulo, pudiendo ser:

- a) Emprendimiento por necesidad.
- b) Emprendimiento por oportunidad.

Ahora bien, los estudios de Terán E. y Guerrero A. (2020). Sobre las teorías de emprendimiento, advierten que “hay cuatro corrientes principales para la investigación sobre el fenómeno emprendedor: la psicología, la sociología, la economía y la gestión empresarial, y que el estudio de la del emprendimiento se puede hacer a través de uno o varios de ellos” (p.3)

De lo anterior se pudiera pensar que el emprendimiento puede ser visto también desde tres puntos de vistas o propósitos:

Emprendimiento empresarial:

El cual es considerado como una iniciativa individual acerca de un proyecto de negocio o cualquier idea que le propicie ingresos. En este contexto Riveros (2013) afirma que “los gerentes actuales deben ser emprendedores, evaluando de manera constante los indicadores de crecimiento y las proyecciones del mercado de objeto de estudio” (p.22).

Emprendimiento cultural:

Este tipo de emprendimiento tiene como propósito evitar que se pierda el valor o significado de los productos y costumbres pertenecientes a una región o país. Ante este propósito Castillo M. (2015) sostiene que “en algunos países o sociedades existen condiciones institucionales para apoyar la actividad empresarial, como el mercado libre y competitivo con protección de la propiedad privada, o un sistema educativo abierto e innovador, las cuales propician más la actividad empresarial” (p.172).

Emprendimiento social:

Se basa en satisfacer las necesidades de la sociedad donde se lleva a cabo y se centra en los problemas de la comunidad. Al respecto Ocampo (2016). Revela que “el emprendimiento social crea un valor con innovación que genera equilibrio y que asegura una mejor condición que contribuye a la sociedad” (p.180). La clasificación anterior resulta de una categorización que los investigadores plantean en función del propósito que se persigue con la actividad del emprendimiento. Sin embargo, otros autores como Raffino (2020) son más amplios en su descripción e incluyen otras denominaciones, como se aprecia en la Figura 1.

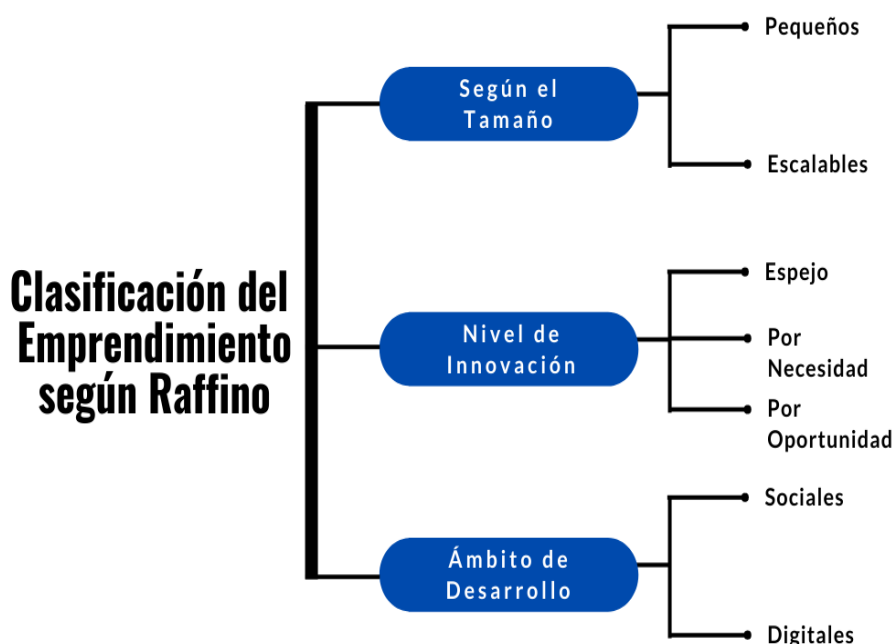


Figura 1. Clasificación del emprendimiento.

A continuación se hace una breve descripción de la clasificación referida en la Figura 1.

Según el Tamaño:

Al respecto se habla de Emprendimientos Pequeños donde lo importante es cubrir los costos de sostenibilidad del negocio y generar ingresos suficientes para cubrir la manutención de los emprendedores. Por su parte, el Emprendimiento Escalable, considera ampliar su mercado haciendo uso del esfuerzo mínimo, en este tipo de emprendimiento es muy importante contar con la tecnología.

Según el grado de innovación:

Bajo esta categoría entran los Emprendimientos Espejos o negocios que se basan en la producción de un bien o servicio que ya existe. Asimismo, se encuentra los Emprendimientos por Necesidad que surgen por una motivación del individuo de dar un cambio significativo a su vida, por lo general este tipo de emprendimiento no se centra en la necesidad del mercado, sino en la idea del emprendedor. De igual manera, se tienen los Emprendimientos por Oportunidad que surgen al observar las necesidades del mercado luego de haber estudiado el contexto.

Según el ámbito donde se desarrollan:

En este caso se habla de Emprendimientos Sociales o negocios que innovan con ideas rentables, cabe destacar que, esta definición de emprendimiento social presentada por Raffino (2020) coincide con la fusión del emprendimiento empresarial y social que refiere Significados (2019). Por otra parte, están los emprendimientos digitales o que tienen su base en internet donde se comercializan productos o servicios netamente digitales.

Todas las definiciones de emprendimiento presentadas por los autores sirven de preámbulo para cumplir con unos de los objetivos de esta investigación que no es otro que determinar cuál debe ser el perfil de un emprendedor de acuerdo al fin que persigue. No obstante, como se mencionó anteriormente, esta investigación toma en cuenta los emprendimientos empresariales y bajo esa premisa intenta describir los atributos que son elementales para el éxito de este tipo de proyectos.

A continuación se detallan los atributos que los autores consideran importante concientizar en los participantes de los cursos cien por ciento virtuales del Centro de Formación Virtual de Social Media Integral para desarrollar una mentalidad emprendedora en los jóvenes que desean desenvolverse como dueños de negocio o pequeños empresarios.

Atributos de un emprendedor

Innovador y creativo:

Se trata de personas que se mantienen en constante vigilancia para descubrir y presentar nuevas opciones que favorezcan la solución de los problemas de los clientes. Cabe destacar que, este enfoque puede referirse

Pérez, J. & Mercado, J. Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación tanto al producto y/o servicio como también a la comunicación, logística de distribución, estrategias de marketing, entre otros.

Decidido:

Este tipo de personas está consciente de los riesgos a los que se enfrenta, pero sabe que solo superando cada obstáculo a la vez, es la única manera de avanzar en su propósito. Para ello es necesario contar con la información oportuna y necesaria que le ayude a despejar dudas y ganar confianza para llegar al objetivo.

Informado:

La única manera de ganar confianza para lograr las metas propuestas es disipar la incertidumbre, por lo que esta característica busca dotar de la información necesaria al emprendedor para favorecer su toma de decisiones. En este sentido, es importante contar con fuentes confiables y una vigilancia permanente del comportamiento del mercado y sus clientes, de tal manera que, sus acciones sean productos de una observación que le permita, de alguna manera, proyectar resultados de acuerdo a los diferentes escenarios.

Perseverante:

Esta capacidad nace del deseo de insistir y persistir hasta lograr la meta propuesta, cabe destacar que al principio el emprendedor genera conocimiento a raíz de sus experiencias y esto le permite corregir estrategias y replantearse los objetivos. Todo esto es parte de la dinámica necesaria para consolidar un negocio o empresa, sin embargo, es importante no darse por vencido y estar dispuesto a perseverar hasta encontrar la fórmula de éxito.

Resiliente:

No cabe duda que los obstáculos se harán presentes en el recorrido de la vida de un emprendedor, lo que significa que muchas veces los resultados no serán favorables, incluso, a pesar de la planificación y las proyecciones. No obstante, frente a los momentos adversos, el emprendedor debe ser capaz de reprogramarse y automotivarse para continuar. Quizás es aquí donde se presenta la diferencia entre el 5% que logra el objetivo y el 95% por ciento que termina dándose por vencido. De esta manera, la resiliencia deberá ser un factor determinante que caracterice al emprendedor y le permita reponerse de las experiencias no deseadas.

Flexible:

Una mente emprendedora sabe que debe abrirse a nuevas perspectivas ya que los cambios están servidos a la orden del día. En este sentido, es importante reconocer que, aun cuando una fórmula ha dado éxitos en la gestión de negocio, siempre es importante estar alerta para interpretar los cambios que se suscitan y la manera en que impactan en el emprendimiento. Lo que quiere decir que, negarse a replantear el modelo y las estrategias en los momentos indicados, puede terminar por limitar el crecimiento del negocio. No cabe duda que uno de los principales obstáculos es la resistencia al cambio, sobre todo cuando se desea incorporar nuevas tecnologías, pero más allá de ello, una mentalidad cerrada en los responsables del emprendimiento puede ser fatal para el mismo.

Poder de Visualización:

Esta cualidad tiene que ver mucho con la capacidad del emprendedor para recrear en su mente el escenario que quiere ver materializado. En este sentido, son muchos los autores que describen esta cualidad como el poder de la visualización. Un ejemplo de ellos es Gawain S. (2003) que señala que “la visualización creativa es la técnica de utilizar la propia imaginación para crear lo que se desea en la vida. No hay nada en absoluto nuevo, extraño o desusado en la visualización creativa.”. (p.5) Bajo este enfoque es posible tener una visión más clara de la meta y con ello prever los recursos necesarios para llegar a ella. Por lo que, más allá de una cualidad que para muchos puede resultar mística, este hábito es un buen ejercicio para el logro de los objetivos.

Enseñanza para la comprensión

Una vez analizado el componente emocional relacionado con el tema del emprendimiento, se hizo necesario acudir al elemento pedagógico que sumado al anterior, serán la clave para gestar una verdadera actitud emprendedora en los jóvenes que desean desarrollarse como dueños de negocio o pequeños empresarios a través de cursos cien por ciento virtuales.

En atención a lo anterior, fue necesario extender las bases de la teoría de la Enseñanza para la Comprensión a los módulos introductorios de los cursos virtuales, para canalizar la consolidación de un perfil emprendedor que brinde las herramientas necesarias a los participantes durante la construcción de sus ideas

Pérez, J. & Mercado, J. Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación de emprendimiento, evitando así que, sean parte de las estadísticas desertoras que tanto frustran a una inmensa mayoría.

Cabe destacar que, la Enseñanza para la comprensión es una base teórica que explica como el ser humano es capaz de desarrollar conocimiento y habilidades a través de actividades cognitivas que son incorporadas en las estrategias de enseñanza-aprendizaje. En atención a ello, caben las siguientes interrogantes:

¿Cómo se sabe si los estudiantes han logrado los resultados deseados?

¿Cuál será la premisa que evidenciará la comprensión gradual del estudiante?

¿Cómo saber si el estudiante desarrolló una comprensión profunda y no superficial?

No cabe duda que, si un curso virtual logra articular este elemento dentro de su diseño instruccional estará garantizando la construcción de conocimiento para toda la vida con altos niveles de metacognición. De allí que Patiño S. (2015) considere que: “La enseñanza de la comprensión es un enfoque de tipo constructivista que incentiva la capacidad de pensar y actuar reflexivamente aplicando conocimiento” (P.3). Lo que indica el autor no es más que una clara demostración de que la comprensión tiene que ver con que el individuo sea capaz de actuar para buscar soluciones con el conocimiento que se ha obtenido.

En su momento (Perkins y Blythe, 2005) señalaron que “comprender es la habilidad de pensar y actuar con flexibilidad a partir de lo que uno sabe”. Más adelante añaden que “la comprensión es poder realizar una gama de actividades que requieren pensamiento en cuanto a un tema, por ejemplo, explicarlo, generalizarlo, aplicarlo, presentar analogías y representaciones de una manera nueva”. Las denominaciones anteriores se pueden apreciar gráficamente en la Figura 2.



Figura 2. Evidencias de la Enseñanza para la Comprensión según Perkins y Blythe

A continuación se explican brevemente las evidencias o actividades que demuestran un acercamiento significativo de los individuos hacia la comprensión del conocimiento:

Explicar

Esta actividad tiene que ver con la capacidad que tiene el individuo para describir, comunicar y transferir conocimiento a otros desde su propia experiencia. Lo que quiere decir que, en tanto que una persona logre demostrar dominio cognitivo sobre un conocimiento adquirido mediante la explicación de este, se puede afirmar que sus estructuras mentales se han transformados para dar paso a nueva información de la cual tiene pleno dominio y comprensión. Cabe destacar que, es importante que esta actividad nazca desde la propia experiencia del individuo y no desde un discurso memorístico.

Generalizar

Durante el proceso de generalización se busca que el individuo desarrolle la capacidad de abstraer los elementos comunes en diferentes contextos para poder elaborar un concepto que los involucre a todos. Un ejemplo de ello está presente cuando, luego de explicar los atributos de un emprendedor abordados en esta investigación: (Innovador, Creativos; Decidido, Informado, Perseverante, Resiliente, Flexible y Poder de Visualización) el individuo receptor es capaz de concluir por sí mismo que un emprendedor es en

Pérez, J. & Mercado, J. Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación consecuencia un ser humano empoderado con recursos emocionales y habilidades que utiliza para alcanzar sus objetivos.

Representar de una nueva manera

Cuando una persona es capaz de llevar a cabo sus propias representaciones de un fenómeno de manera asertiva y coherente, se puede decir que ha logrado apropiarse de ese conocimiento. De esta manera, un docente puede invitar a sus estudiantes a que elaboren algún producto que refleje la comprensión del conocimiento que recién están recibiendo. Este producto muy bien puede ser una obra de arte con significado, una obra teatral, un ensayo, un artículo de opinión, un software, el diseño de una estrategia de marketing. En fin, son numerosas las alternativas para representar de una manera diferente la enseñanza y demostrar el aprendizaje.

Presentar analogías

Las analogías son comparaciones entre hechos que dejan ver los elementos comunes para la comprensión de un fenómeno. Así por ejemplo al intentar explicar la importancia de un Buyer Persona en una estrategia de marketing digital, se podría decir que, el Buyer Persona es para el Marketing como el público para un concierto. Lo que se intenta con esta práctica es que el estudiante demuestre desde su propia óptica, la capacidad que tiene para explicar un concepto mediante la comparación de contextos parecidos. De esta manera, es capaz de relacionar el conocimiento nuevo con el conocimiento previo que ya posee.

Aplicar

En ocasiones una buena estrategia para demostrar la comprensión, es la aplicación de lo aprendido a través de la construcción de productos que sean el resultado de la puesta en práctica de todo el conocimiento adquirido. Una manera de explicar esta evidencia a la luz del objetivo de desarrollar una actitud emprendedora en los jóvenes, puede ser invitándolos a desarrollar su propio plan de negocio, donde sean capaces de describir y visualizar las variables que deberán tomar en cuenta para lograr alcanzarlo.

2. MÉTODOS

La investigación tuvo su fundamento en un estudio de campo con nivel descriptivo, en este sentido se toma como Unidad de Estudio el Centro de Formación Virtual de la Agencia Social Media Integral. Al ser una

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

investigación de campo se obtienen los datos directamente de la realidad sin llevar a cabo manipulación de variables alguna. Por otra parte, el nivel descriptivo busca presentar el fenómeno sin explicar las causas que lo propician.

En atención a lo anterior se comenzó con la descripción del marco conceptual para dar fundamento científico al tema objeto de estudio y tener un panorama amplio que permitiera inferir y comprender el tema abordado en la presente investigación.

Posteriormente, se procedió a describir la estrategia que se integró al proceso de enseñanza-aprendizaje para observar el comportamiento de los hechos y que a su vez son la punta de lanza del objetivo del estudio.

Finalmente, se analizaron los resultados para el establecimiento de conclusiones y recomendaciones que demuestran la importancia de desarrollar un perfil con mentalidad emprendedora en los jóvenes que buscan desarrollar habilidades para desempeñarse como dueños de negocios o pequeños empresarios.

Población y Muestra

La población considera el universo y la muestra no es más que una porción representativa de la población. No obstante, la presente investigación asumió como Unidad de Estudio el Centro de Formación Virtual de la Agencia Social Media Integral. Asimismo, toma en cuenta la opinión de la totalidad de los participantes del curso de Marketing Digital para Emprendedores Cohorte II.

Técnicas e instrumentos

En el mismo orden de ideas, los investigadores asumieron como estrategia la observación directa y la encuesta para la recolección de los datos, esto permitió asentar conclusiones basadas en los hechos del fenómeno observado permitiendo ir de lo general a lo específico tal como lo prevé el método deductivo. (Dávila, 2006).

En este sentido, el instrumento constó de dos preguntas, al respecto se diseñó y luego se aplicó al finalizar el módulo de apertura del curso. A continuación en la Tabla 1 se describe el detalle que relaciona el instrumento con el objetivo la investigación.

Tabla 1. *Relación del Instrumento con el objetivo de Investigación.*

Objetivo de Investigación	Dimensión observada	Variables	Preguntas
Demostrar la importancia del desarrollo de una mentalidad emprendedora como estrategia que sirve de base a la capacitación mediante cursos cien por ciento virtuales para jóvenes que desean desarrollarse como dueños de negocio o pequeños empresarios	Estudiantes del Curso de modalidad virtual Marketing Digital para Emprendedores. Cohorte 5.	-Nivel de percepción previa sobre la capacidad de salir de la zona de confort.	1
		-Nivel de confianza para asumir los retos de emprender.	2

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para la obtención de los resultados fue necesario desarrollar la estrategia que se integró al proceso de enseñanza-aprendizaje llevado a cabo en el curso cien por ciento virtual de Marketing Digital para Emprendedores. Cabe destacar que, el curso consta de 5 módulos los cuales se mencionan a continuación:

1. Identificación del Buyer Persona.
2. Establecimiento del canal.
3. Herramientas de diseño.
4. Estrategias de contenido de valor
5. Elaboración de Plan de Marketing Digital.

Sin embargo, se añadió el módulo de apertura y se le denominó “Llegó la hora de emprender”. Bajo este escenario se buscó crear la motivación suficiente en el participante o estudiante, al tiempo que se le dotaba de recursos para comprender que el camino hacia la conquista de su emprendimiento tenía que ver, no solo con la capacitación profesional, sino también con el manejo emocional que debía tener para superar obstáculos y vencer la adversidad, reconociéndola como un hecho normal en la conquista de su éxito. A continuación se describe el módulo de apertura del curso desde el punto de vista instruccional:

- a) Generalidades.
 - a.1. Módulo de Apertura: Llegó la hora de emprender.
 - a.2. Curso: Marketing Digital para Emprendedores.
 - a.3. Modalidad: Virtual.
- b) Etapa 1: Identificar los resultados deseados del módulo.

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

- b.1. Qué lograr con el módulo: Desarrollar una mentalidad emprendedora en jóvenes que desean convertirse en emprendedores o pequeños empresarios.
- b.2. Cómo lograrlo: Mediante la motivacionales centrada en el emprendimiento.
- b.3. Para qué lograrlo: Para la transformación de las amenazas en oportunidades.
- b.4. Conocimiento perdurable del módulo: Emprender es una filosofía de vida.
- b.5. Conocimiento importante del módulo:
 - b.5.1. Ampliar la zona de confort.
 - b.5.2. La adversidad como oportunidad de crecimiento.
 - b.5.3. La automotivación.
 - b.5.4. Plan de vida.
- b.6. Conocimiento complementario: Cómo cambiar las creencias limitantes.
- b.7. Metas de comprensión del módulo:
 - b.7.1. Que el participante pueda explicar que elementos lo atan a su zona de confort.
 - b.7.2. Que el participante logre describir cómo transformar una situación adversa en oportunidad.
 - b.7.3. Que el participante logre aplicar la automotivación para el crecimiento de su proyecto.
 - b.7.4. Que el participante pueda representar su plan para vencer los obstáculos.
- b.8. Propuesta del módulo: Desarrollar una mentalidad emprendedora en jóvenes que desean desarrollarse como emprendedores o pequeños empresarios mediante la motivación para la transformación de las amenazas en oportunidades
- c) Etapa 2: Determinación de evidencias de aprendizaje del módulo.
 - c.1. Procedimiento para la evidencia de la comprensión:
 - c.1.1. El estudiante opinará en foro general sobre su autodescubrimiento.
 - c.1.2. El estudiante presentará un plan para identificar obstáculos y superarlos.
 - c.1.3. Recursos:
 - c.1.3.1. Sala de conferencia virtual.
 - c.1.3.2. Presentación de diapositivas.
 - c.1.3.3. Videos con casos de éxito.

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

c.1.3.4. Plantilla de plan de trabajo.

Como se puede apreciar el diseño del módulo de apertura del curso de Marketing Digital para Emprendedores ha sido elaborado para ofrecerle al estudiante la posibilidad de comprender los cambios previos que debe articular para poder sacar el máximo provecho al contenido del curso. Nótese como se ha considerado los elementos claves propuestos en la teoría de La Enseñanza para la Comprensión a través de la fijación de metas de comprensión y el establecimiento de evidencias que marcan las acciones del estudiante.

De esta manera, la estrategia se centra en fomentar un cambio de paradigma para invitar a los nuevos gerentes o dueños de negocio a cambiar su perspectiva sobre elementos que en principio parecen negativos, como lo son: el riesgo, el fracaso, la equivocación, el miedo, entre otros.

Con el planteamiento de este nuevo enfoque, es posible crear una mentalidad emprendedora que posteriormente se complementa con la capacitación para obtener un gerente emocionalmente preparado para afrontar los retos de escenarios cada vez más complejos.

De esta manera, los resultados que se muestran a continuación permiten apreciar un cambio de perspectiva experimentado por los estudiantes al finalizar el Módulo de Apertura. Los datos obtenidos se presentan en cuadros estadísticos, donde se muestran las frecuencias absolutas y los porcentajes en función de las alternativas seleccionadas por los estudiantes que contestaron una encuesta que formó parte de la estrategia de cierre de dicho módulo.

Pregunta 1. Dada la experiencia en el desarrollo del Módulo de Apertura, ¿considera usted que ha venido aferrándose a su zona de confort?

Aspecto: Reconocimiento de la propia realidad.

Dimensión: Percepción del estudiante de su estado actual.

Indicador: Grado de anclaje a la zona de confort.

Tabla 2. *Distribución porcentual. Resultados del ítem 1.*

Escala de estimación	Frecuencia absoluta	Porcentaje
----------------------	---------------------	------------

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

Totalmente de acuerdo	10	83,3%
De acuerdo	02	16,7%
No percibe cambio	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	12	100%

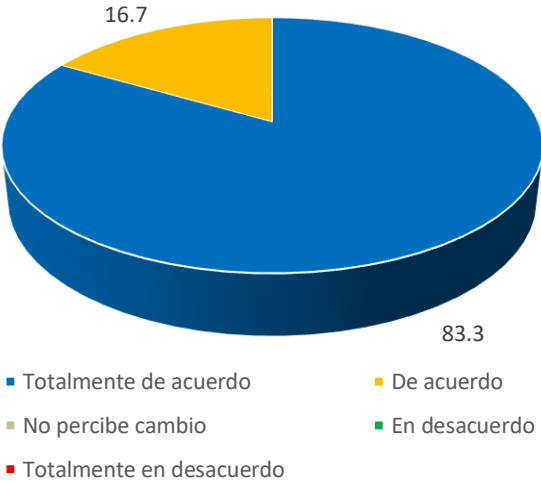


Figura 3. Resultados estadísticos de la pregunta 1

Análisis de los resultados de la pregunta 1

Los resultados de la pregunta 1 (ver tabla 2) muestran que hay una tendencia elevada de un 83,3% de los encuestados, los cuales expresan que están totalmente de acuerdo en que hasta el momento venían aferrados a sus propias zonas de confort. Por su parte, un 16,7% reconoce estar de acuerdo. Nótese que no existe un rechazo o negación a aceptar esta condición sugerida en ítem 1 por los propios estudiantes. Por su parte, el gráfico 1 representa mejor esta distribución.

Esta situación encontrada y reconocida por los propios estudiantes, no favorece el desarrollo de una mentalidad emprendedora, dado que la zona de confort establece una serie de límites que la persona se impone a sí misma o ha aceptado como estilo de vida para evitar asumir riesgos (Fernández, 2016).

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

Pregunta 2. ¿Considera usted que luego de finalizar el Módulo de Apertura, cuenta con más herramientas para asumir riesgos y ampliar su zona de confort?

Aspecto: Reconocimiento del cambio motivacional.

Dimensión: Disposición al cambio.

Indicador: Grado de motivación al cambio.

Tabla 3. Distribución porcentual. Resultados del ítem 1.

Escala de estimación	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	12	100%
De acuerdo	0	0%
No percibe cambio	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	12	100%

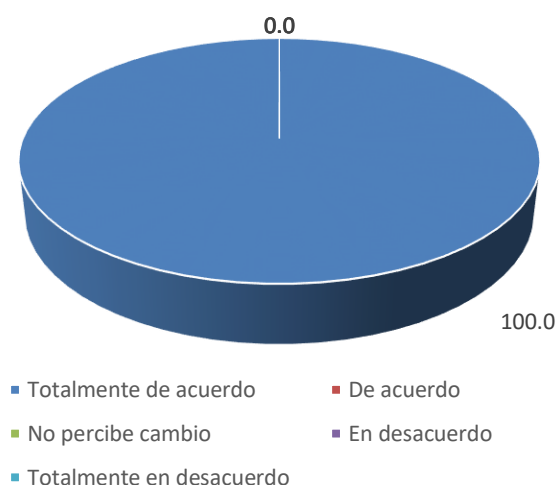


Figura 4. Resultados estadísticos de la pregunta 2

Análisis de los resultados de la pregunta 2

Los resultados de la pregunta 2 reflejados en la Tabla 3 y la Figura 4 dan muestra de la propensión al cambio de actitud y desarrollo de una mentalidad emprendedora entre los 12 participantes del curso. En tal sentido, el 100% de los encuestados señalan que el desarrollo del Módulo les ha permitido encontrar nuevas herramientas para materializar los cambios y asumir riesgos.

Este cambio de disposición es un elemento fundamental para que el participante pueda hacer un mejor uso del contenido del resto del curso, integrando un componente motivacional y de capacitación para convertirse en un empresario de éxito. Con una actitud como la descrita anteriormente es posible lograr objetivos que favorezcan el desarrollo personal y profesional, que por miedo no se habían considerado anteriormente (Fernández, 2016).

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Como se estableció anteriormente, el propósito de esta investigación consiste en demostrar la importancia del desarrollo de una mentalidad emprendedora como estrategia que sirve de base a la capacitación mediante cursos cien por ciento virtuales para jóvenes que desean desarrollarse como dueños de negocio o pequeños empresarios.

En atención a ellos fue importante considerar la teoría de la Enseñanza para la Comprensión a fin de afianzar una mentalidad emprendedora en jóvenes con deseos de convertirse en dueños de negocio o pequeños empresario. De esta manera, el estudio dio pie para concluir lo siguiente:

El desarrollo de una mentalidad emprendedora es más factible de conseguir cuando se promueve a la luz de la Teoría de la Enseñanza para la Comprensión, debido a que esta última permite que el conocimiento se asimile con un nivel de metacognición que es producto del establecimiento de metas de aprendizaje minuciosamente seleccionadas para lograr un conocimiento perdurable en el estudiante.

Por otra parte, desarrollar una estrategia para la promoción de la mentalidad emprendedora como preámbulo al desarrollo de un curso cien por ciento virtual, favorece positivamente el desarrollo integral de jóvenes que buscan desempeñarse como dueños de negocios o pequeños empresarios. Al respecto, se logra un perfil

Pérez, J. & Mercado, J. Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación integral que combina el componente emocional y motivador, además del intelectual y estratégico, los cuales son fundamentales para la materialización de metas.

Finalmente, el análisis de los resultados obtenidos deja ver que la experiencia de incorporar estrategias de promoción motivacional, como el caso de una mentalidad emprendedora, pueden ser trasladados otros escenarios donde se lleve a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje que buscan ir más allá de una preparación intelectual u operativa.

Recomendaciones

Una vez concluida la investigación y analizados los resultados se considera importante:

- Extender la experiencia actual del diseño de otros cursos cien por ciento virtuales que buscan integrar el componente motivacional y el intelectual en un mismo perfil.
- Desarrollar estudios que revelen como se ha mantenido el factor motivacional y emprendedor en los egresados, luego de haber transcurrido un tiempo considerable desde que se realizó el curso.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alzate A. (2017). *Emprendimiento*. Fondo Editorial Areandino. Bogotá D.C. Colombia. Recuperado de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1207/Emprendimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castillo M. (2015). *Emprendimiento y Cultura: Una aproximación al Concepto de Disonancia Cultural*. (Tesis de Doctoral). Universidad de las Palmas de Gran Canaria, España. Recuperado en https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/21617/4/0733648_00000_0000.pdf
- Dávila G. (2006) El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Revista Educativa Laurus. Universidad Pedagógica Experimental Libertador*. 12(1), 180/205. Recuperado en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76109911>
- Fernández V. (2016). *Zona de Confort, cuándo y cómo salir de ella*. Recuperado en <https://www.webconsultas.com/mente-y-emociones/emociones-y-autoayuda/que-es-la-zona-de-confort>
- Gawain S. (2003). *Visualización Creativa*. Rosario Argentina. Recuperado en <https://docenteslibresmdq.files.wordpress.com/2009/11/visualizacion-creativa-shakti-gawain.pdf>
- Martínez I. (2019). Aplicación de la metodología Delphi a la identificación de factores de éxito en el emprendimiento. *Revista de Investigación Educativa de la Universidad de Murcia*. 37(1), 129/146. Doi: <https://doi.org/10.6018/rie>

Pérez, J. & Mercado, J.

Mentalidad emprendedora como estrategia de preparación

- Merino I. (2016). Una nueva vacuna: la vacuna del autoconocimiento. Bases neurobiológicas de la conducta humana. El juego entre el cerebro instintivo-emocional y el cerebro racional. *Rev. Pediatr. Aten Primaria*. 2016 18:e85-e91. Recuperado de <https://scielo.isciii.es/pdf/pap/v18n70/1139-7632-pap-70-18-00085.pdf>
- Ocampo D. (2016). El emprendimiento social en la formación integral. *Revista Escuela de Administradores de Negocio*. 175(190), 129/146. Doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n81>
- Patiño S. (2015). *Psicopedagogía*. Recuperado de: <http://psicopedagogiaxico.blogspot.com/2015/01/la-ensenanza-para-la-comprension.html>
- Perkins D. y Blythe T. (2005). Ante todo la comprensión. Recuperado de: <http://www.ceice.gva.es/documents/162784507/163142369/Comprension.pdf>
- Raffino M. (2020). *Emprendimiento*. Recuperado de <https://concepto.de/emprendimiento/>
- Rivera C. (2018). El Emprendimiento y sus Malos Entendidos. *Revista Digital IESA*. 33(3), 7/49. Recuperado de <http://www.debatesiesa.com/debatesweb/wp-content/uploads/2019/09/Aprender-a-emprender-Debates-IESA-XXIII-3-jul-sep-2018.pdf>
- Riveros J. (2013) *Emprendimiento como herramienta de habilidades gerenciales*. (Tesis de Especialista). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia. Recuperado en <https://core.ac.uk/download/pdf/143446048.pdf>
- Terán E. y Guerrero A. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*. 41(7), 3/16. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Velandia F. (2019). *Modelo Teórico para Promover el Desarrollo de Competencias en Emprendimiento desde el Sector Universitario*. (Tesis Doctoral). Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela. Recuperado en <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAU0512.pdf>