



Universidad de Medellín
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Proyecto de Grado
Maestría en Educación

Educación y Cultura del Emprendimiento en Primaria: Análisis de Caso de un Colegio Privado en Medellín

Entrepreneurship education and Culture in Primary Schools: The Case of a Private School in Medellín

Presentado por:
Camilo Alberto Holguín Rodríguez*

Director de trabajo de grado:
Alexánder Tabares Penagos**

* Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Medellín, Colombia

** Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Medellín, Colombia

Resumen: La educación emprendedora es clave para que las instituciones formen agentes de cambio con habilidades para innovar, identificar oportunidades y generar impacto económico, social, cultural y ambiental en un entorno global dinámico y al mismo tiempo que defina una cultura institucional hacia el emprendimiento. A pesar de la pertinencia de este tema, poco se hace en las instituciones educativas y además existe investigación limitada en etapas tempranas particularmente en primaria. Por eso, este estudio tiene como propósito la identificación de herramientas y estrategias para la educación en emprendimiento en un curso de 4° grado de primaria, así como las estrategias para el fomento de una cultura del que promueva sistemáticamente el emprendimiento. Gracias a un estudio cualitativo de estudio de caso único de corte exploratorio y descriptivo, el estudio evidencia que los estudiantes de cuarto grado de primaria desarrollan habilidades emprendedoras clave como creatividad, iniciativa, planificación, gestión, responsabilidad social, trabajo en equipo, adaptabilidad y autoconfianza. Además, el estudio indica que esas prácticas y estrategias de educación en emprendimiento define y fortalece la cultura institucional hacia el emprendimiento. El estudio contribuye al debate científico sobre educación y cultura emprendedora al centrarse en estudiantes de primaria en el contexto de una economía emergente como Colombia.

Palabras clave: Educación emprendedora, Cultura de emprendimiento, habilidades emprendedoras, Primaria, Aprendizaje experiencial.

Abstract: Entrepreneurship education is key for institutions to train agents of change with the skills to innovate, identify opportunities and generate economic, social, cultural and environmental impact in a dynamic global environment, while at the same time defining an institutional culture towards entrepreneurship. Despite the relevance of this topic, little is done in educational institutions and there is limited research in early stages, particularly in primary school. Therefore, the purpose of this study is to identify tools and strategies for entrepreneurship education in a 4th grade primary school class, as well as strategies for fostering a culture of entrepreneurship that systematically promotes entrepreneurship. Through an exploratory and descriptive qualitative single case study, the study shows that fourth grade students develop key entrepreneurial skills such as creativity, initiative, planning, management, social responsibility, teamwork, adaptability and self-confidence. Furthermore, the study indicates that these entrepreneurship education practices and strategies define and strengthen the institutional culture towards entrepreneurship. The study contributes to the scientific debate on entrepreneurship education and culture by focusing on primary school students in the context of an emerging economy such as Colombia.

Keywords: Entrepreneurship education, Entrepreneurial culture, entrepreneurial skills, Primary, Experiential learning.

INTRODUCCIÓN

En un contexto marcado por una economía global dinámica y en constante transformación, el emprendimiento se ha convertido en un motor clave para el desarrollo económico y social. Las instituciones educativas enfrentan el reto de preparar a los estudiantes no solo como futuros profesionales, sino también como agentes de cambio capaces de identificar oportunidades, resolver problemas y generar impacto económico, social, cultural y ambiental en sus diferentes comunidades. Como señalan Amorós y colaboradores (2021), este enfoque resulta esencial para responder a las demandas del mundo contemporáneo. La educación emprendedora y la promoción de una cultura del emprendimiento emergen como elementos fundamentales para cumplir con este desafío, facilitando el desarrollo de habilidades, competencias y actitudes para la innovación, el ingenio y la generación de iniciativas emprendedoras, aspectos que han sido destacados tanto en políticas educativas como en investigaciones recientes (Lackéus, 2004; López-Cadavid et al., 2020; Méndez-Picazo et al., 2021).

Uno de los retos que presenta la educación emprendedora en niños y jóvenes es la idea de alinearse con una visión neoliberal que prioriza la generación de dinero por encima de otros valores. Como lo plantea Fernández-Herrería y Martínez-Rodríguez (2016), si bien el desarrollo de habilidades blandas es importante en este ámbito, en muchos casos se enfatiza más la rentabilidad económica que la responsabilidad social que toda empresa deba tener con sus clientes. De este modo, se tiende a omitir la incertidumbre del futuro en términos de supervivencia y sostenibilidad ambiental, y se les enseña que el objetivo es generar una necesidad en el cliente y, de esta forma, obtener el dinero que ayudará a dinamizar la economía de su entorno. Así, se ayuda a consolidar el consumismo desenfrenado que se vive en la actualidad escudándose en lo que el estado promueve para garantizar que la iniciativa empresarial esté garantizada, trayendo beneficios a la economía y el sector público (Fernández-Herrería y Martínez-Rodríguez, 2016; Loh y Hu, 2014).

Otro desafío importante para las instituciones educativas en este ámbito es la falta de recursos, sus limitaciones estructurales y la dificultad para evaluar el impacto de estas iniciativas a lo largo del tiempo. Diversos investigadores han planteado que la integración de

la educación emprendedora puede convertirse en una estrategia adecuada para fomentar la innovación y preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo laboral y personal (García Bullé, 2019; Jardim et al., 2021; Talukder et al., 2024). Esta visión integradora permite superar algunas de las barreras mencionadas mediante un enfoque sistemático y sostenible.

Pese a los avances en la literatura científica sobre educación emprendedora y cultura del emprendimiento, existe una notable brecha en la investigación sobre la implementación de programas educativos para desarrollar estas habilidades en etapas tempranas, particularmente en educación primaria. Bird (2015) y Edelman y colaboradores (2010) han destacado esta carencia en estudios centrados en los primeros años de formación. Mientras la mayoría de investigaciones se han concentrado en contextos de educación secundaria y universitaria, como evidencian los trabajos de Krueger et al., (2000) y Nabi et al., (2017), se hace necesario ampliar el campo de estudio hacia etapas previas para entender cómo se pueden desarrollar actitudes emprendedoras desde edades tempranas. Además, como sugieren recientes investigaciones, existe una significativa necesidad de profundizar en cómo fomentar e implementar una educación emprendedora que propicie una cultura institucional capaz de desarrollar valores, actitudes y creencias emprendedoras en los estudiantes (Jardim et al., 2021; Talukder et al., 2024).

En este orden de ideas, resulta relevante estudiar la educación emprendedora y la promoción de una cultura del emprendimiento como herramientas clave para el desarrollo económico, social y humano, así como su integración en los sistemas educativos. Con el propósito de identificar las herramientas para desarrollar una educación emprendedora en un curso de 4° grado de primaria y las estrategias para fomentar una cultura del emprendimiento en un colegio privado de Medellín, Colombia, este estudio plantea las siguientes preguntas orientadoras: ¿Qué herramientas se utilizan en el proceso pedagógico para la enseñanza y el

desarrollo de habilidades para el emprendimiento? ¿Cuáles son las estrategias para fomentar una cultura del emprendimiento?

Este estudio aporta una valiosa contribución al campo de la educación emprendedora al enfocarse en las etapas tempranas del desarrollo educativo, específicamente en estudiantes de cuarto grado de primaria en el contexto colombiano, caracterizado por su economía emergente y sus marcadas desigualdades sociales. Al investigar estrategias específicas para fomentar una cultura del emprendimiento en un colegio privado de Medellín, el estudio no solo llena un vacío en la literatura existente, que históricamente ha privilegiado la educación secundaria y universitaria, sino que también abre nuevas perspectivas sobre la influencia de la educación emprendedora en el desarrollo integral de los niños, preparándolos para ser agentes de cambio en sus comunidades.

La singularidad de este estudio radica en su contexto y enfoque, permitiendo comprender cómo adaptar estrategias de educación emprendedora a las realidades culturales y económicas locales, reconociendo limitaciones y oportunidades específicas. Este tipo de investigaciones tiene un impacto significativo, ya que ofrece experiencias para cotejar y comparar con otras instituciones educativas en contextos similares. Como han señalado Block et al. (2013) y López-Núñez et al. (2020), al propiciar una cultura del emprendimiento en instituciones de educación primaria, se fortalecen no solo habilidades como la creatividad, el liderazgo y la resolución de problemas, sino también el desarrollo de valores sociales y éticos, elementos esenciales para enfrentar los desafíos del mundo actual (Cárcamo-Solís et al., 2017; Fayolle & Klandt, 2006).

MARCO TEÓRICO

Educación emprendedora

La educación emprendedora es un proceso formativo que desarrolla en los individuos las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para identificar oportunidades, gestionar

recursos y llevar a cabo proyectos innovadores. Como plantean Lackéus (2004) y Loi et al. (2016), este enfoque educativo se centra en dotar a los estudiantes de competencias fundamentales como la creatividad, el pensamiento crítico, la resolución de problemas, la gestión del riesgo y el liderazgo. Para lograrlo, utiliza metodologías activas como el aprendizaje basado en proyectos y herramientas prácticas como el Pensamiento de Diseño (Design Thinking), estrategias que han demostrado ser efectivas en diversos contextos educativos (Block et al., 2013; Congreso de la República de Colombia, 2006; López-Núñez et al., 2020).

Sus objetivos principales son preparar a los estudiantes para enfrentar desafíos en un entorno dinámico, fomentar la creación de valor económico y social, y capacitar a futuros emprendedores con las herramientas necesarias para iniciar y gestionar iniciativas sostenibles. Además, la educación emprendedora contribuye a desarrollar un enfoque educativo que promueva conocimientos, actitudes y valores positivos hacia el espíritu empresarial, la innovación y la autosuficiencia, reduciendo la dependencia de empleos gubernamentales. Diversos estudios han evidenciado que este tipo de formación conduce a la preparación de graduados con mayor confianza en sí mismos y capacidades de pensamiento productivo y creativo, permitiéndoles identificar oportunidades y transformarlas en productos originales que, en última instancia, contribuyen a los objetivos de desarrollo sostenible (Walter & Block, 2016; Méndez-Picazo et al., 2021).

Cultura del emprendimiento

La cultura del emprendimiento constituye un conjunto de valores, creencias y actitudes colectivas que promueven la innovación, la proactividad, la tolerancia al riesgo y la creación de impacto social o económico a través de proyectos emprendedores. Esta cultura, como señalan Neck y Corbett (2018), se centra en construir un entorno social favorable donde se valore el emprendimiento como motor de desarrollo y se incentive la creatividad, la colaboración y el espíritu empresarial.

Según la Comisión Europea (2012), los objetivos fundamentales de esta cultura son inspirar a las personas a adoptar una mentalidad emprendedora, fortalecer el tejido empresarial de una comunidad y generar un ecosistema que celebre y apoye el éxito emprendedor. Amorós et al. (2021) destacan que este enfoque promueve el progreso económico y social, estableciendo las bases para comunidades más innovadoras y resilientes. Diversos estudios coinciden en que una cultura del emprendimiento sólida puede transformar significativamente tanto las instituciones educativas como las sociedades donde estas se insertan, generando un ciclo virtuoso de desarrollo y oportunidades (Lackéus, 2004; Méndez-Picazo et al., 2021).

Cultura del emprendimiento en la educación

El estudio de la cultura del emprendimiento es un tema de gran relevancia en la actualidad debido a su importancia para el desarrollo económico y social de los países. En el contexto educativo, la formación en competencias y habilidades para el emprendimiento desempeña un papel vital en el fomento de una cultura que implica tanto un ambiente propicio como valores organizacionales que integran el emprendimiento como parte fundamental de la identidad institucional. Como señalan Fayolle y Klandt (2006) y más recientemente Nabi et al. (2017), mientras la educación emprendedora tiene un enfoque más técnico y formativo, la cultura del emprendimiento en una institución educativa constituye un fenómeno más amplio que involucra aspectos estratégicos y organizacionales.

La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos debe definir una visión compartida y generar un entorno propicio para la formación integral de los estudiantes. Desde esta perspectiva, resulta fundamental incentivar actitudes emprendedoras desde los primeros años de formación, las cuales deben reflejarse en distintos espacios de aprendizaje, fortaleciendo la capacidad para innovar y generar soluciones a las necesidades regionales o nacionales. Este enfoque propicia la adquisición de aprendizajes significativos y el desarrollo del pensamiento estratégico, facilitando la construcción de proyectos individuales y

colectivos con impacto social y económico (Armuña et al., 2020; Loi et al., 2016; Nabi et al., 2017; Walter & Block, 2016).

El fomento de esta cultura emprendedora debe implementarse de manera progresiva en los distintos niveles educativos. En preescolar, básica y media, el trabajo se concentra en el desarrollo de competencias básicas y ciudadanas, introduciendo nociones elementales sobre emprendimiento, tal como recomiendan los lineamientos de la Comisión Europea (2012) y la OCDE (2018). En la educación media, estas actitudes y conocimientos se consolidan, brindando oportunidades para que los estudiantes materialicen sus iniciativas a través de proyectos empresariales concretos. Estos proyectos no solo fortalecen la capacidad emprendedora de los estudiantes, sino que también se orientan hacia un desarrollo sostenible en diversas áreas como la economía, la ciencia, la tecnología, el deporte y la cultura, promoviendo así un impacto positivo en la sociedad, aspectos que han sido destacados en investigaciones recientes sobre emprendimiento y sostenibilidad (Bouncken et al., 2022; Méndez-Picazo et al., 2021).

Estado del arte sobre educación y cultura emprendedora

El estudio del emprendimiento y la cultura emprendedora en el ámbito educativo ha evolucionado en dos grandes enfoques que, sin ser excluyentes, se complementan para ofrecer una visión más completa. Por un lado, una perspectiva multidisciplinaria, que integra aportes de la psicología, la sociología, la economía y la gestión empresarial, ha permitido entender el emprendimiento como un fenómeno complejo y dinámico. Por otro lado, las investigaciones han seguido dos caminos principales: algunas se enfocan en los factores contextuales, analizando cómo el entorno económico, social y político puede fomentar o limitar la educación emprendedora; mientras que otras exploran aspectos individuales, como la motivación, el desarrollo de habilidades específicas y la construcción de actitudes y aptitudes clave para emprender. Esta combinación de enfoques ha enriquecido significativamente el campo de estudio, al reconocer que la formación de emprendedores no depende solo del entorno en el que se desarrollan, sino también de sus propias características

y procesos de aprendizaje. Así, se ha logrado una comprensión más amplia sobre cómo impulsar la educación emprendedora de manera efectiva y sostenible (Liñán & Fayolle, 2015; Talukder et al., 2024; António Porfirio et al., 2023; Nabi et al., 2017).

El estudio del emprendimiento y la cultura emprendedora en el sistema educativo revela una distribución que no es igual, con una importante concentración en el ámbito universitario, donde se han desarrollado diversos programas, metodologías y evaluaciones de impacto. En contraste, la educación secundaria ha recibido menos atención, a pesar de ser un periodo clave en el que los estudiantes comienzan a definir sus intereses vocacionales y explorar posibles trayectorias profesionales. Esto hace aún más notoria la escasez de investigaciones en la educación primaria, lo que deja una brecha significativa en la comprensión del desarrollo evolutivo de las capacidades emprendedoras. Dicha ausencia resulta incongruente, ya que se debe considerar que es en la infancia donde se establecen las bases cognitivas y socioemocionales que favorecen actitudes emprendedoras en etapas posteriores. Es por esto que diversos especialistas han destacado la necesidad de ampliar el enfoque hacia edades más tempranas, argumentando que es precisamente en esta etapa donde se construyen los cimientos del espíritu emprendedor y se cultivan habilidades esenciales como la autonomía, la creatividad y la capacidad de innovación (Bird, 2015; Edelman et al., 2010; Krueger et al., 2000; Nabi et al., 2017; Block et al., 2013; López-Núñez et al., 2020)

En los últimos años, la idea de incluir el emprendimiento como parte esencial de la educación en todos los niveles se ha vuelto una tendencia global, impulsada por organismos internacionales que influyen directamente en las políticas educativas. No es algo nuevo, sino parte de una visión estratégica que entiende las competencias emprendedoras como clave para la formación de ciudadanos en el siglo XXI. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), por ejemplo, ha jugado un papel importante en esta dirección, creando marcos de referencia y directrices para que distintos países integren el emprendimiento en sus currículos. La Unión Europea también ha sido muy activa en este tema, estableciendo el fomento del espíritu emprendedor como una prioridad en sus políticas educativas y desarrollando programas, recursos y marcos de competencias que sirven de guía para sus estados miembros. De la estrategia europea, es interesante el equilibrio entre una

visión común y la autonomía de cada país: aunque hay una dirección clara sobre la importancia del emprendimiento en la educación, cada nación adapta estas recomendaciones a su propio contexto, tomando en cuenta sus necesidades, su realidad socioeconómica y sus objetivos educativos. Esta flexibilidad ha dado lugar a una gran variedad de enfoques pedagógicos en toda Europa, convirtiéndola en un laboratorio de experiencias educativas para el emprendimiento (Ahmad & Bajwa, 2023; European Commission, 2012; OECD, 2018; Armuña et al., 2020; Block et al., 2013; Jardim et al., 2021; António Porfírio et al., 2023; Cekule et al., 2023; Divac et al., 2022; Moberg, 2014).

La investigación sobre educación emprendedora en Europa demuestra la diversidad cultural del continente y el compromiso con el desarrollo de competencias emprendedoras en distintos niveles educativos. Los estudios han explorado desde aspectos psicológicos hasta metodologías pedagógicas específicas, revelando enfoques y resultados variados según cada país y sus necesidades. En Letonia, por ejemplo, se ha identificado una incongruencia interesante: aunque los estudiantes de negocios experimentan miedo al fracaso y conflictos internos, pueden aportar significativamente al desarrollo económico cuando se les expone a entornos de aprendizaje que fomentan la autonomía y la aplicación práctica del conocimiento. En Serbia, la atención se ha centrado en la educación primaria, donde metodologías activas como el aprendizaje basado en indagación y en proyectos han demostrado ser efectivas para fortalecer la confianza, la creatividad y la resolución de problemas, competencias clave para el pensamiento emprendedor desde edades tempranas. Rumania, por su parte, se ha concentrado en la educación superior, particularmente en programas de ingeniería, evidenciando la necesidad de integrar formación técnica con habilidades empresariales a través de cursos específicos y centros de innovación. En Dinamarca, un enfoque comparativo ha permitido contrastar dos modelos educativos—uno basado en habilidades cognitivas y otro en competencias no cognitivas—revelando diferencias importantes e incluso opuestos en variables como las intenciones empresariales y el compromiso escolar. En los Países Bajos, la investigación ha resaltado el impacto positivo de la educación temprana en emprendimiento, especialmente en el desarrollo de habilidades como la creatividad y la proactividad, aunque sus hallazgos fueron menos concluyentes en cuanto a la adquisición de conocimientos técnicos o la formación de intenciones emprendedoras específicas. Este

abánico de estudios refleja tanto la riqueza metodológica como la complejidad de la educación emprendedora, destacando el papel crucial que juegan los factores contextuales, culturales y pedagógicos en los resultados obtenidos (Cekule et al., 2023; Divac et al., 2022; Momete, 2015; Moberg, 2014; Rosendahl Huber et al., 2021).

La Península Ibérica es un escenario ideal para estudiar y fomentar la educación emprendedora, con iniciativas que reflejan la diversidad regional y distintos enfoques metodológicos. En España, se ha construido un ecosistema sólido que conecta la educación con el sector gubernamental y empresarial. Programas como LaborESO han logrado crear vínculos entre instituciones, permitiendo que los estudiantes tengan experiencias formativas más cercanas a la realidad del mundo laboral. A nivel regional, iniciativas como Cantabria Emprendedora muestran cómo estas estrategias pueden adaptarse a contextos locales, aprovechando mejor los recursos disponibles. Un caso destacado es el de la Fundación Andalucía Emprende, cuyo enfoque no solo ha impactado el ámbito educativo, sino que ha generado empleo y proyectos viables en el mercado. La investigación en España también ha arrojado datos interesantes sobre el impacto de la educación emprendedora: aunque en secundaria se fortalecen actitudes positivas hacia el emprendimiento, esto no siempre se traduce en una mayor intención de emprender. En Portugal, el enfoque ha sido diferente, priorizando el estudio de factores culturales y modelos de referencia en la formación de aspiraciones emprendedoras. Allí, se ha identificado la autoeficacia como un elemento clave en la relación entre la exposición a ejemplos de emprendimiento y la intención de iniciar un negocio, lo que ha llevado al diseño de programas educativos enfocados en fortalecer habilidades psicológicas esenciales para emprender (Zubizarreta et al., 2014; Toscano, 2014; Martínez-Gregorio & Oliver, 2023; António Porfirio et al., 2023).

África y Asia tienen realidades socioeconómicas muy diferentes, pero en ambas regiones la educación emprendedora juega un papel clave para el desarrollo sostenible y la solución de problemas. La investigación en estos continentes muestra cómo diferentes enfoques educativos pueden impulsar el crecimiento económico y social. En África, por ejemplo, los estudios en Suazilandia han revelado que los programas centrados en fortalecer habilidades y capacidades emprendedoras generan resultados más sostenibles que aquellos que solo

entregan apoyo financiero. Esto quiere decir que, en contextos con recursos limitados, invertir en formación y capital humano puede ser más efectivo a largo plazo que otorgar subsidios directos. En Asia, países como Indonesia y Arabia Saudita han convertido sus universidades en motores del ecosistema emprendedor, combinando formación técnica y habilidades blandas con una visión alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Malasia es un caso interesante porque ha implementado un enfoque integral que abarca desde la educación secundaria hasta la universitaria, utilizando metodologías basadas en la resolución de problemas para fortalecer habilidades como la creatividad y la autoeficacia. A pesar de las diferencias culturales y educativas, los resultados positivos en estas regiones refuerzan la idea de que la educación emprendedora debe verse como un proceso continuo y estructurado, con estrategias adaptadas a cada etapa del aprendizaje para construir una verdadera cultura del emprendimiento (Brixiová et al., 2015; Hamadneh et al., 2023; Marini et al., 2022; Din et al., 2016; Rahman et al., 2015).

Por otra parte, América muestra contrastes marcados en educación emprendedora, con diferencias claras entre América del Norte y América Latina. Estados Unidos ha sido un referente en este campo, con un fuerte ecosistema de programas de emprendimiento en secundaria y universidad, que ha influenciado metodologías y modelos de integración con el sector productivo a nivel global. En América Latina, en cambio, el desarrollo ha sido más desigual. Aunque se han logrado avances en la conexión entre universidades y emprendimiento, aún hay barreras estructurales que dificultan una cultura emprendedora consolidada. Las universidades han tratado de adaptarse a los retos que presenta la región, especialmente al desempleo juvenil, integrando el emprendimiento en los planes de estudio y fortaleciendo redes de apoyo con el entorno. A nivel específico, los estudios en Bolivia resaltan la importancia de habilidades como creatividad, liderazgo y toma de decisiones, junto con conocimientos técnicos en finanzas y marketing, para fomentar una mentalidad emprendedora. En Ecuador, la investigación ha mostrado que la educación en emprendimiento no siempre se traduce en intención de emprender, ya que esta depende más de la autoconfianza en habilidades empresariales y la experiencia laboral previa (López-Cadavid et al., 2020; Solomon, 2007; Nabi et al., 2017; Torres et al., 2018; García Bullé, 2019; Bravo Bravo et al., 2021).

En Brasil, un estudio sobre intención emprendedora en estudiantes técnicos, basado en la teoría de acción razonada, destaca la influencia de actitudes, normas sociales y control percibido, evidenciando variaciones entre instituciones. En México, iniciativas como Mi Primera Empresa: Emprendimiento a través del Juego han demostrado que es posible fortalecer habilidades emprendedoras desde la primaria, aunque es clave darles continuidad en niveles superiores. Sin embargo, en Guadalajara, estudiantes universitarios que iniciaron con actitud proactiva vieron reducida su motivación por miedo al fracaso y falta de apoyo, lo que resalta la importancia de generar confianza y ofrecer asesoría. También en México, se ha identificado una fuerte relación entre actitud y cultura emprendedora, donde la innovación juega un papel clave en el diseño de políticas que fomenten el emprendimiento en universidades. Estos hallazgos en conjunto ofrecen una visión amplia sobre los factores que influyen en la intención y desarrollo del emprendimiento en la educación latinoamericana (Iizuka et al., 2024; Cárcamo-Solís et al., 2017; Borrayo Rodríguez et al., 2019; Hernández-Chavarria & Lechuga-Névarez, 2023).

Estas investigaciones evidencian que, si bien hay esfuerzos por fomentar el emprendimiento en la región, persisten desafíos y retos importantes en especial en la definición de herramientas pedagógicas para el diseño e implementación de la educación emprendedora en educación primaria y la consecuente promoción de una cultura del emprendimiento en instituciones educativas de ese nivel. Aunque existen varios estudios al respecto en la educación superior, diferentes estudios recomiendan fortalecer la formación en emprendimiento desde la educación básica con el objetivo de desarrollar habilidades, competencias y actitudes emprendedoras desde una etapa temprana para enfrentar los desafíos del mundo actual (Bird, 2015; Edelman et al., 2010; Jardim et al., 2021; Krueger et al., 2000; Nabi et al., 2017).

En Colombia, el panorama de la educación y la cultura del emprendimiento, aunque con estudios aún limitados, revela tanto desafíos como oportunidades para su fortalecimiento en diversos niveles educativos. La Ley 1014 de 2006, diseñada para promover la cultura del emprendimiento mediante un marco de políticas públicas, estableció normativas clave que buscaban impulsar propuestas legales, iniciativas de innovación y estrategias de apoyo a la

academia en los ámbitos social y productivo. Sin embargo, la implementación de esta ley ha enfrentado obstáculos, resultando ser ineficientes y generando insatisfacción entre las instituciones educativas colombianas. Este escenario pone de manifiesto la necesidad de realizar ajustes sustanciales, que incluyan una formación docente más sólida y el fortalecimiento de la cátedra de emprendimiento. En efecto, la necesidad de una formación docente más sólida es crucial para que la ley pueda cumplir con sus objetivos, y que los estudiantes puedan desarrollar actitudes y aptitudes emprendedoras. Es por esto que los esfuerzos deben estar dirigidos a mejorar la capacitación de los docentes, y a la mejora de los programas de emprendimiento en todos los niveles educativos. Estos puntos son cruciales para el desarrollo de la cultura emprendedora en el país. (Congreso de la República de Colombia, 2006; Guarnizo Vargas et al., 2018)

La investigación colombiana en educación y cultura del emprendimiento se ha concentrado principalmente en instituciones de educación superior, explorando áreas como la normatividad, los ajustes curriculares y el desarrollo de habilidades prácticas. Además, se ha buscado fortalecer las redes de colaboración entre universidades, organizaciones y el Estado. Sin embargo, persisten desafíos importantes, especialmente en lo que respecta a la capacitación docente y la integración de tecnologías de la información. De esta manera, la formación docente y la implementación de estrategias curriculares emergen como prioridades cruciales, no solo para la educación superior, sino también para los niveles de educación básica y secundaria. La necesidad de fortalecer estas áreas es un factor crucial para mejorar la cultura emprendedora en todos los niveles educativos, ya que la educación básica y media, son la base para la formación de futuros emprendedores. (Valdivieso Oscar et al., 2017; Méndez-Picazo et al., 2021; Guarnizo Vargas et al., 2018).

En relación con los ajustes curriculares, las investigaciones en Colombia sugieren que las instituciones educativas deben enfocarse en el desarrollo de habilidades clave en los estudiantes, tales como la autoconfianza, la capacidad de asumir riesgos y la resiliencia. Además, se destaca la importancia de promover la innovación y la responsabilidad social desde la infancia, a través de estrategias educativas integrales que aborden aspectos individuales, sociales e institucionales. La meta es consolidar una cultura emprendedora

sostenible en el país, que permita a los estudiantes desarrollar sus habilidades y aptitudes emprendedoras, y que estos a su vez generen un impacto positivo en la sociedad. El fortalecimiento de estas habilidades es crucial para la formación de futuros emprendedores que sean capaces de afrontar los retos del mundo actual. (Martins et al., 2018; Melo-Perdomo et al., 2021; Silva Calpa & Trejos Moncayo, 2014).

En cuanto al estudio de la educación y la cultura emprendedora, estas se han nutrido de una variedad de enfoques teóricos que buscan explicar sus fundamentos, procesos y resultados. Entre ellos, la Teoría del Comportamiento Planeado, propuesta por Ajzen (1991), destaca al sostener que las intenciones emprendedoras se forman a partir de actitudes, normas subjetivas y la percepción de control. Esta perspectiva teórica ha sido fundamental para el diseño de programas de emprendimiento, ya que numerosos estudios sugieren que considerar estas dimensiones es esencial para fomentar intenciones emprendedoras más sólidas. Estos estudios han permitido mejorar los programas de emprendimiento, y han dado como resultado un mejor desarrollo de las habilidades emprendedoras de los estudiantes. (Ajzen, 1991; António Porfírio et al., 2023; Armuña et al., 2020; Cekule et al., 2023; Mcgee et al., 2009).

El Aprendizaje Experiencial, un enfoque teórico destacado, subraya la importancia de las experiencias prácticas en el desarrollo de competencias emprendedoras. En este sentido, herramientas pedagógicas como simulaciones, proyectos reales y actividades basadas en situaciones auténticas han demostrado ser eficaces para fomentar dichas competencias. Por lo tanto, es fundamental que las instituciones educativas adopten metodologías que integren experiencias prácticas en entornos reales, contribuyendo no solo a la enseñanza del emprendimiento, sino también a la consolidación de una cultura emprendedora sólida. La implementación de este tipo de metodologías permite a los estudiantes desarrollar habilidades de una forma más dinámica, en donde la teoría y la práctica se conectan, lo cual resulta fundamental para la formación de emprendedores exitosos. (Kolb & Kolb, 2009; Kolb & Kolb, 2008; Neck & Corbett, 2018; Neck & Greene, 2011; Rahman et al., 2015).

La Teoría del Capital Social y Redes destaca la importancia de las relaciones interpersonales y las redes sociales para facilitar el acceso a recursos, ideas y oportunidades. Este enfoque

subraya la necesidad de que las instituciones educativas fomenten interacciones entre estudiantes, mentores y comunidades emprendedoras dentro de los entornos educativos. Al hacerlo, se fortalece la formación emprendedora y se crean espacios colaborativos que impulsan el desarrollo integral de futuros emprendedores. La creación de redes colaborativas permite que los estudiantes tengan acceso a una gran cantidad de información y a diferentes puntos de vista, lo cual les ayuda a mejorar su perspectiva como emprendedores. (Urteaga, 2013; Thorgren & Wincent, 2015).

La Teoría de la Efectuación propone que los emprendedores construyen el futuro a través de la utilización de recursos disponibles y la creación de alianzas estratégicas. De manera complementaria, la Perspectiva Sociocultural resalta la influencia de los factores culturales y sociales en el emprendimiento, promoviendo programas educativos que incorporan la diversidad cultural y se adaptan a las particularidades de las comunidades donde se implementan. Estas perspectivas teóricas enriquecen el diseño de iniciativas educativas, fomentando la creatividad en el uso de recursos y la creación de proyectos colaborativos desde edades tempranas, así como impulsando iniciativas que se adaptan a las características culturales y sociales de las comunidades, valorando la diversidad y fortaleciendo la identidad local. La combinación de estas teorías permite que los estudiantes desarrollen habilidades emprendedoras, y que estas habilidades tengan un impacto positivo en sus comunidades. (Sarasvathy, 2001; Perry et al., 2012; António Porfirio et al., 2023; Liñán & Fayolle, 2015; Bird, 2015; Nabi et al., 2017; Jardim et al., 2021).

Además de esto, la Teoría de la Necesidad de Logro destaca la motivación como un factor clave en el espíritu empresarial, señalando que el deseo de alcanzar el éxito impulsa a los individuos hacia el emprendimiento. Este enfoque se complementa con el Aprendizaje Centrado en Problemas, que utiliza situaciones reales como oportunidades para sensibilizar a los estudiantes sobre las necesidades de sus comunidades y estimular su capacidad de innovación. Por lo tanto, es esencial que las instituciones educativas fomenten la motivación hacia el éxito mediante el reconocimiento de los logros y metas personales de los estudiantes, y que diseñen actividades basadas en desafíos reales de sus comunidades, incentivando la creatividad y la innovación para proponer soluciones significativas. La implementación de

estas estrategias permite que los estudiantes desarrollen habilidades emprendedoras, y que estas habilidades sean utilizadas para mejorar sus comunidades. (Shaver, 1991; Terán & Guerrero, 2020; Cekule et al., 2023; Rahman et al., 2015; Kolb & Kolb, 2008; Neck & Corbett, 2018).

Por último, diversos estudios integran habilidades cognitivas y no cognitivas en el análisis del emprendimiento, mientras que otros aplican la Teoría del Aprendizaje Significativo en la educación emprendedora. Desde la perspectiva de la Teoría Social Cognitiva, se destaca la importancia de que los estudiantes aprendan observando y ajustando su comportamiento emprendedor para responder a las necesidades sociales y generar valor social, cultural y económico. La aplicación de estas teorías permite que los estudiantes desarrollen un pensamiento emprendedor integral, que les permite tener en cuenta todos los aspectos necesarios para el éxito de sus proyectos. (Moberg, 2014; Rosendahl Huber et al., 2021; Kolb & Kolb, 2008; Loi et al., 2016; OECD, 2018).

Teoría del aprendizaje experiencial y enfoque basado en la práctica.

La teoría del aprendizaje experiencial de Kolb explica cómo adquirimos conocimiento al transformar nuestras experiencias, enfatizando que el aprendizaje no ocurre solo al vivir algo, sino al reflexionar y aplicar lo aprendido. Este proceso continuo permite que las personas asimilen mejor el conocimiento cuando participan activamente, analizan sus experiencias y las trasladan a nuevas situaciones. Su aplicación en educación favorece un aprendizaje más profundo y facilita que los estudiantes usen sus conocimientos en distintos contextos (Kolb & Kolb, 2009; Kolb & Kolb, 2008; Cárcamo-Solís et al., 2017; Neck & Corbett, 2018; Neck & Greene, 2011).

La teoría del aprendizaje experiencial describe un ciclo continuo con cuatro etapas interrelacionadas. Primero, la experiencia concreta implica la vivencia directa de una situación, marcando el inicio del aprendizaje con una experiencia real y tangible. Luego, en la observación reflexiva, el individuo analiza y evalúa la experiencia, considerando sus reacciones y el contexto en que ocurrió. En la siguiente fase, la conceptualización abstracta, se integran los aprendizajes con teorías o principios previos para generar una comprensión

más amplia. Finalmente, en la experimentación activa, se aplican los conocimientos adquiridos en nuevas situaciones, reiniciando el ciclo. Kolb y Kolb (2009) destacan que este proceso no es lineal y puede comenzar en cualquier fase, aunque pasar por todas permite un aprendizaje más completo. Este modelo facilita que los estudiantes profundicen en sus conocimientos y los apliquen en distintos contextos (Cárcamo-Solís et al., 2017; Neck & Corbett, 2018; Rahman et al., 2015).

Diversos estudios indican que las personas pueden desarrollar conciencia sobre su propio aprendizaje y la manera de regularlo, lo que se conoce como metacognición. Esta capacidad permite a los individuos monitorear y gestionar su aprendizaje a través de dos componentes principales: el conocimiento metacognitivo, que implica reconocer fortalezas y limitaciones como aprendices, comprender las exigencias de una tarea y seleccionar estrategias adecuadas; y la regulación metacognitiva, que abarca la planificación del aprendizaje, el seguimiento del progreso y la evaluación de los resultados. Fomentar la metacognición ayuda a los estudiantes a ser más autónomos y a adaptarse a diferentes situaciones y contextos (António Porfirio et al., 2023; Cárcamo-Solís et al., 2017; Divac et al., 2022; Neck & Corbett, 2018).

En este proceso metacognitivo, la identidad de aprendizaje juega un rol fundamental. Este concepto se refiere a la confianza que una persona tiene en su capacidad para aprender de la experiencia, entendiendo el aprendizaje como un camino continuo en lugar de un logro único. La identidad de aprendizaje se fortalece a través de la reflexión, la autoevaluación y el apoyo del entorno, ayudando a las personas a adaptarse y crecer constantemente (Kolb & Kolb, 2009; Neck & Corbett, 2018).

Asimismo, los espacios de aprendizaje, tanto físicos como psicológicos, son esenciales para un proceso educativo efectivo. Estos deben ser seguros, desafiantes y respetuosos, generando un ambiente que facilite el aprendizaje. Además, la flexibilidad es una habilidad clave para que los estudiantes se adapten a diferentes contextos, aprender de manera más eficiente y afrontar desafíos con resiliencia y creatividad. También contribuye al crecimiento personal al integrar nuevas experiencias y conocimientos, favoreciendo la resolución de conflictos internos. Diseñar espacios de aprendizaje adecuados y fomentar la flexibilidad ayuda a los

estudiantes a desarrollar habilidades emprendedoras que pueden aplicar para mejorar sus comunidades (António Porfirio et al., 2023; Cárcamo-Solís et al., 2017; Divac et al., 2022; Neck & Greene, 2011; Rahman et al., 2015).

En el ámbito de la educación y la cultura emprendedora, la teoría del aprendizaje experiencial ha sido clave para diseñar programas educativos que integran experiencias prácticas, como simulaciones de negocios y proyectos reales, permitiendo a los estudiantes vivir el proceso emprendedor de manera directa. Diversos estudios han evidenciado el impacto positivo de este enfoque en el desarrollo de competencias como la toma de decisiones, la creatividad, la innovación y la resolución de problemas. Sin embargo, Neck y Corbett (2018) proponen un enfoque aún más práctico que fomente la acción y la adaptación a entornos inciertos. Basándose en los principios del aprendizaje experiencial, plantean una metodología centrada en la práctica que promueve la experimentación, fortalece la resiliencia ante la ambigüedad y potencia el espíritu emprendedor, preparando a los estudiantes para enfrentar con éxito un mundo en constante cambio. La implementación de estos programas permite a los estudiantes desarrollar habilidades emprendedoras de manera más efectiva y afrontar con mayor seguridad los desafíos actuales (Cárcamo-Solís et al., 2017).

Según Neck and Corbett (2018), la educación emprendedora históricamente ha dado más peso a la teoría que a la práctica, y aunque se ha venido transformando, la educación emprendedora tiene la necesidad de verse no como un proceso lineal, sino como un método práctico donde los emprendedores usan los recursos disponibles para crear nuevas oportunidades y el fracaso es visto como una oportunidad de aprendizaje, adoptando una mentalidad abierta hacia el diseño del futuro, en lugar de intentar predecirlo.

También mencionan que un enfoque basado en la práctica en la educación emprendedora debe integrar teoría y práctica a través de actividades experienciales y deliberadas, adoptando una perspectiva más interactiva y centrada en el estudiante. En este modelo, se destacan cinco prácticas clave: el juego, la creación, la experimentación, la reflexión y la empatía. Estas prácticas permiten a los estudiantes aprender de manera activa y colaborativa, lo que fortalece su capacidad para enfrentar desafíos y desarrollar soluciones innovadoras.

Dentro de la orientación a la práctica, el concepto de Design Thinking desempeña un papel crucial en el desarrollo de la empatía. Esta metodología se ha convertido en una herramienta esencial para la innovación y la resolución de problemas en los negocios, ya que fomenta la generación de ideas creativas y transforma las limitaciones en oportunidades para diseñar soluciones efectivas. En el ámbito educativo, el Design Thinking facilita el aprendizaje de comportamientos emprendedores mediante la empatía, permitiendo a los estudiantes comprender y diseñar en función de las necesidades del usuario. Su enfoque iterativo abarca fases como inspiración, ideación y ejecución, o bien, empatizar, definir, idear, prototipar y probar. La aplicación de esta metodología permite a los estudiantes desarrollar habilidades emprendedoras de manera efectiva y utilizarlas para generar un impacto positivo en sus comunidades (Linton & Klinton, 2019; Sarooghi et al., 2019; Neck & Greene, 2011).

METODOLOGÍA

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo orientado a lograr una comprensión amplia (Yin, 2009) sobre las herramientas pedagógicas para desarrollar una educación emprendedora en educación primaria y las estrategias que fomentan una cultura del emprendimiento en un colegio privado de Medellín, Colombia. Este enfoque permite abarcar una diversidad de datos, desde percepciones individuales (Welch et al., 2011) hasta documentos que respaldan cómo la organización objeto de estudio define y trabaja en torno a su proceso de educación y cultura del emprendimiento. Este estudio se caracteriza como una investigación descriptiva (Roig-Tierno et al., 2017) en la medida en que describe las herramientas desplegadas en la enseñanza del emprendimiento y las estrategias implementadas para lograr consolidar una cultura de emprendimiento en la institución educativa. Además, este estudio es no experimental, ya que el fenómeno fue observado en su contexto natural sin manipular variables, lo que permitió un análisis más auténtico y contextualizado (Eisenhardt & Graebner, 2007; Eisenhardt, 1989).

Esta investigación se estructura como un estudio de caso único (Gustafsson, 2017), enfocado en analizar un curso de cuarto grado de primaria de un colegio privado de Medellín, Colombia, el cual se ha distinguido por su enfoque orientado a la educación emprendedora y la propensión de una cultura institucional que promueve el emprendimiento. En ese sentido,

el diseño investigativo asociado a un estudio de caso único está estrechamente vinculado con la naturaleza cualitativa de la investigación, lo que facilita una comprensión profunda y contextualizada del fenómeno (Stake, 1995; Yin, 2009). Además, este enfoque resulta especialmente valioso para describir y analizar la educación y la cultura de emprendimiento en contextos educativos concretos, proporcionando un marco robusto para investigar fenómenos específicos y complejos (González, 2013).

La unidad de análisis de esta investigación es el Colegio San José de Las Vegas, un establecimiento privado de educación primaria y secundaria que se selecciona como caso de estudio. Así mismo, las unidades de recolección de datos incluyen a los estudiantes del cuarto grado de primaria, el docente encargado del área de emprendimiento en ese grado y los directivos de la institución educativa, quienes aportan perspectivas clave para comprender la educación y la cultura de emprendimiento en la institución. El estudio entonces se centra en una selección estratégica de participantes que cumplen con los criterios relevantes para los objetivos del estudio.

El colegio San José de Las Vegas se selecciona de manera intencional, empleando la técnica de muestreo intencional por su disponibilidad en la participación del estudio y por su relevancia para el tema de estudio. Según Isaac (2023), la técnica de muestreo intencional es especialmente útil cuando el propósito principal es obtener una comprensión detallada de un fenómeno específico, en lugar de realizar inferencias estadísticas.

El Colegio San José de Las Vegas es una institución educativa privada ubicada en Medellín, Colombia, que se destaca por su compromiso con el desarrollo integral de sus estudiantes. Su misión se centra en ofrecer una formación académica de calidad, basada en principios cristianos y humanistas, que fomente el respeto, la responsabilidad social y el liderazgo en los jóvenes. Su visión es convertirse en un referente educativo en la región, promoviendo la innovación, el emprendimiento y el servicio a la comunidad, para formar ciudadanos comprometidos con el bienestar social y el progreso del país. La propuesta de valor del colegio radica en su enfoque educativo integral, que no solo prioriza el desarrollo de habilidades académicas, sino también el fomento de competencias emprendedoras, la

creatividad y la sostenibilidad, preparando a los estudiantes para afrontar los desafíos del futuro con una visión global y una fuerte responsabilidad social.

Las posibilidades de acceso al campo para esta investigación dependieron de varios factores clave. En primer lugar, fue indispensable obtener la autorización del Colegio San José de las Vegas, lo que implicó establecer un acuerdo mutuo que permitiera realizar el estudio dentro de la institución. Una vez obtenido este permiso, fue necesario coordinar con los docentes y directivos para garantizar el acceso a los estudiantes que cursaban la asignatura de emprendimiento de cuarto grado durante el periodo de recolección de datos. Esto incluyó la planificación conjunta de horarios y actividades para facilitar entrevistas y otras técnicas de recopilación de información.

En términos éticos, fue fundamental priorizar la protección y el bienestar de los participantes, particularmente de los estudiantes. Para ello, fue necesario obtener el consentimiento informado tanto de los padres o tutores legales como de los directivos del colegio, asegurando la participación voluntaria. El consentimiento incluyó una explicación clara de los objetivos del estudio, los procedimientos a seguir, así como los posibles beneficios y riesgos asociados. Asimismo, se garantizó la confidencialidad y privacidad de los participantes. Los datos recopilados fueron tratados de manera estrictamente confidencial y utilizados únicamente para fines investigativos. Para ello se protegió la identidad de los participantes mediante medidas como el anonimato y la no divulgación de información personal sin su consentimiento explícito. Por último, fue crucial mantener la imparcialidad y objetividad en todas las etapas del análisis e interpretación de los datos (Welch et al., 2011). Esto permitió minimizar cualquier sesgo o prejuicio que pudiera comprometer la validez y la fiabilidad de los hallazgos (Creswell, 2014; Gibbert & Ruigrok, 2010).

En cuanto a la recolección de los datos, se emplearon entrevistas semiestructuradas como técnica cualitativa principal. Este enfoque permitió obtener información detallada sobre los métodos y metodologías aplicadas en el colegio para fomentar el emprendimiento, así como evaluar su efectividad en la generación de una cultura emprendedora. Además, estas entrevistas permitieron identificar similitudes y diferencias en las habilidades emprendedoras desarrolladas por los estudiantes, siguiendo las categorías propuestas por diversos autores

(Welch et al., 2011) dentro del perfil emprendedor: creatividad, innovación, iniciativa y responsabilidad, planificación, comunicación, gestión y compromiso, responsabilidad social y trabajo en equipo, actitud frente al cambio y autoconfianza.

Así mismo, las entrevistas permitieron hacer una descripción detallada del ecosistema de emprendimiento presente en la institución, incluyendo logros, proyecciones, actores clave y recursos involucrados con lo que se logra identificar la cultura institucional en relación con el emprendimiento. Paralelamente, se realizó un análisis documental para complementar y reforzar la identificación de los métodos y metodologías que fomentan el emprendimiento. Este análisis fue triangulado con los datos obtenidos a través de las entrevistas con los estudiantes, el docente y los directivos de la institución, fortaleciendo así la validez de los hallazgos (Creswell, 2014; Gibbert & Ruigrok, 2010).

El trabajo incluyó tres entrevistas semiestructuradas dirigidas a los diferentes actores clave: una para los directivos, otra para el docente encargado de la materia, y una tercera en formato de grupo focal con los estudiantes de cuarto grado de primaria. Además, la revisión documental se llevó a cabo mediante una lista de verificación y una memoria analítica, lo que permitió integrar diversas fuentes de información en el análisis. Así mismo, se realizó un análisis descriptivo de los datos recopilados a partir de diversas fuentes, incluyendo la revisión documental de los planes de estudio y programas de la asignatura de emprendimiento.

Como tal, el análisis se estructuró en varias etapas. En primer lugar, los datos recopilados fueron organizados y resumidos para facilitar su comprensión. Posteriormente, se codificaron las respuestas obtenidas en las entrevistas y el grupo focal, lo que permitió una descripción más precisa y detallada de los datos. Esta codificación fue clave para identificar patrones, tendencias y temas recurrentes relacionados con el desarrollo de habilidades emprendedoras en los estudiantes y con el ecosistema de emprendimiento existente en la institución educativa. Finalmente, se compararon los resultados obtenidos sobre el nivel de desarrollo de habilidades emprendedoras en los estudiantes con las perspectivas recopiladas de los docentes y directivos, así como con la información extraída de la documentación

institucional. Esta comparación permitió elaborar un diagnóstico integral del estado actual de la cultura del emprendimiento en el colegio.

Para el análisis de la información, se emplearon herramientas básicas y avanzadas que facilitaron la organización, codificación y presentación de los datos recolectados. MS Word fue utilizado para documentar y estructurar el análisis inicial de la información, proporcionando una plataforma accesible para consolidar hallazgos y observaciones clave. Adicionalmente, se utilizó Atlas.ti, una herramienta especializada en el análisis de datos cualitativos. Esta plataforma permitió realizar la codificación sistemática de los datos y analizar las categorías identificadas. Su capacidad para organizar y presentar los datos de manera estructurada y visualmente atractiva resultó particularmente útil para interpretar los resultados y comunicar los hallazgos de manera efectiva. El uso combinado de estas herramientas aseguró un análisis detallado, eficiente y claro de los datos cualitativos recopilados.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Como el propósito del estudio es identificar las herramientas pedagógicas que definen una educación emprendedora y las estrategias que fomentan una cultura del emprendimiento en un colegio privado de Medellín, Colombia, el estudio analiza los hallazgos en el marco de las preguntas de investigación que son: ¿Qué herramientas se utilizan en el proceso pedagógico para la enseñanza y el desarrollo de habilidades para el emprendimiento? ¿Cuáles son las estrategias para fomentar una cultura del emprendimiento? Es importante señalar que el análisis se basó principalmente en datos cualitativos obtenidos a través de las entrevistas y la documentación revisada, lo que garantiza un enfoque profundo y contextualizado de la investigación.

Con respecto a las herramientas que se utilizan en el proceso pedagógico para la enseñanza y el desarrollo de habilidades para el emprendimiento, se evidencia que los estudiantes han avanzado mucho en el desarrollo de características propias de un emprendedor. Esto ha sido posible gracias a la educación emprendedora que reciben, apoyada en la estrategia curricular “*Talent Road Map*”, una herramienta fundamental en el proyecto educativo del colegio. Este

hallazgo refuerza lo que afirman diversos autores consultados (Divac et al., 2022; Fayolle & Klandt, 2006; Linton & Klinton, 2019; Loi et al., 2016; Nabi et al., 2017; Solomon, 2007; Walter & Block, 2016), quienes aseguran que las habilidades emprendedoras no son innatas, sino que pueden desarrollarse y perfeccionarse a través de la educación.

Así mismo, las metodologías utilizadas en las clases de emprendimiento están en sintonía con la misión del colegio: “Ser más para servir mejor” y están alineadas con metas globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) e incorporan herramientas como el “*Design Thinking*” y metodologías activas que hacen que las clases sean prácticas y enriquecedoras. Desde las aulas, el colegio inspira a los estudiantes a crear proyectos con impacto social, algo que fortalece no solo sus habilidades, sino también su sentido de propósito. Estas prácticas están respaldadas por las estructuras conceptuales diseñadas para alcanzar los objetivos de la asignatura.

Una de las iniciativas más destacadas es el “*Medellín Challenge*”, un evento que reúne a instituciones locales e internacionales para resolver problemáticas de la ciudad de forma creativa y alineada con los ODS. Este evento, que utiliza metodologías como el “*Design Thinking*”, ha dado visibilidad al colegio a nivel local e internacional. Además, el colegio ha creado un intraemprendimiento llamado MAEX, que amplía su oferta educativa no formal sin perder de vista su filosofía. También se organiza un “*bootcamp*” para niños, donde se fomenta el desarrollo de habilidades emprendedoras desde edades tempranas.

Para el análisis de las características del emprendedor, se encuentra que los estudiantes lograron desarrollar efectivamente las 8 características tomadas del trabajo de Coronado García et al. Para mayor comprensión de estas competencias y capacidades, se listan a continuación:

- A. **Creatividad:** Los estudiantes de cuarto grado han demostrado una gran capacidad creativa en los proyectos desarrollados durante la clase de emprendimiento. Entre las ideas destacadas se encuentran un robot recolector de basura y una creativa combinación de “*cupcake*” y pizza. Estos logros han sido posibles gracias al apoyo del docente, quien ha promovido un ambiente de confianza donde los estudiantes

pueden expresar sus ideas con libertad. Asimismo, el entorno de aprendizaje del colegio, con su fuerte enfoque en innovación y emprendimiento, ha proporcionado un espacio propicio para cultivar la creatividad. Estos resultados evidencian que, cuando se implementa de manera adecuada, la educación emprendedora puede convertirse en una herramienta clave para potenciar las habilidades creativas de los niños y prepararlos para los desafíos del futuro.

B. Iniciativa y responsabilidad: Los estudiantes compartieron que sus ideas fueron tomadas en cuenta durante el desarrollo de los proyectos de emprendimiento. Algunos explicaron que sus propuestas fueron aceptadas según la opinión del equipo, mientras que otros mencionaron que, aunque ciertas ideas fueron consideradas, no todas llegaron a aplicarse. A pesar de esto, varios estudiantes destacaron su proactividad al trabajar en la mejora de sus productos, basándose en las recomendaciones tanto de sus compañeros como del docente. En cuanto a la responsabilidad, muchos señalaron que esta experiencia les permitió fortalecer su compromiso, especialmente al colaborar en equipo. Aprendieron a respetar las opiniones de los demás, a cumplir con los materiales necesarios para elaborar los prototipos y a preparar los diálogos para sus presentaciones. También comentaron que participar en estos proyectos les ayudó a desarrollar disciplina, una cualidad que consideran fundamental para alcanzar el éxito en el mundo del emprendimiento.

C. Planificación: Los estudiantes subrayaron la importancia de planificar adecuadamente antes de iniciar un proyecto, considerando que este paso es clave para garantizar buenos resultados. También señalaron que elaborar bocetos previos les ayuda a plasmar y visualizar sus ideas antes de pasar a la fase de ejecución. En este sentido, valoraron el uso de estrategias como la lluvia de ideas, que les permite definir con claridad los objetivos que quieren alcanzar. Asimismo, resaltaron que asignar roles específicos a cada integrante del equipo contribuye a que el proyecto avance de manera más ordenada y eficiente. Para ellos, la organización, el trabajo colaborativo y la mejora constante son elementos fundamentales para asegurar el éxito de sus emprendimientos.

D. Gestión y compromiso: En relación con la gestión, los estudiantes señalaron que, aunque enfrentaron algunos obstáculos en sus proyectos, lograron resolverlos de manera efectiva gracias a la colaboración y la comunicación dentro del equipo. Además, aprendieron a no dejarse afectar por comentarios negativos, lo que les permitió seguir adelante con sus ideas. Respecto al compromiso, mencionaron que la perseverancia es fundamental, ya que no se debe abandonar un proyecto al primer inconveniente. También reconocieron que, a lo largo de este proceso, mejoraron su capacidad para gestionar el tiempo y los recursos, considerándolo una de las habilidades esenciales para cualquier emprendimiento.

E. Responsabilidad social y trabajo en equipo: Los estudiantes comentaron que algunos de sus proyectos tienen un impacto positivo en el medio ambiente, como el reciclaje de papel y la creación de juguetes con materiales reciclados, con el propósito de reducir la tala de árboles y reutilizar materiales para evitar la contaminación. Otros proyectos, como la fabricación de sillas de ruedas impresas en 3D con filamento reciclado, buscan beneficiar a la comunidad. Estas ideas surgieron a partir de un trabajo en equipo que les permitió distribuir las tareas de manera más eficiente, lo que hizo el proceso menos pesado. Además, destacaron que les gusta trabajar en equipo porque les permite combinar ideas y mejorar sus proyectos de manera colaborativa.

F. Actitud para enfrentar el cambio: La perseverancia es una cualidad que los estudiantes destacaron como esencial para no rendirse en sus proyectos y para encontrar soluciones frente a los retos que pudieran surgir. Además, algunos mencionaron que intentan ser flexibles y adaptarse a las nuevas circunstancias. De este modo, si una idea no funcionaba como esperaban, estaban dispuestos a modificarla y a buscar nuevas alternativas.

G. Autoconfianza: Los estudiantes expresaron que confiar en sus propios proyectos es fundamental y que, a pesar de las críticas, es importante mantener la seguridad en sus ideas y continuar avanzando. La mayoría también comentó que reciben las críticas constructivas con una actitud positiva, considerándolas una oportunidad para mejorar sus proyectos. Por otro lado, optan por ignorar los

comentarios negativos para evitar desmotivarse, demostrando así una resiliencia clave para fortalecer su autoconfianza.

H. Comunicación: Los estudiantes resaltaron la comunicación como una habilidad fundamental para trabajar en equipo, resolver conflictos y asegurar el éxito de sus proyectos de emprendimiento. Mencionaron que la comunicación interpersonal no solo fortaleció sus amistades, sino que también les permitió expresar sus ideas de manera clara y concisa, lo cual fue clave para que todos comprendieran las tareas asignadas. Además, destacaron la importancia de escuchar activamente, ya que esto ayuda a que todos se sientan incluidos y previene posibles malentendidos. Consideraron que una comunicación efectiva les permitió manejar conflictos de forma respetuosa, escuchando las opiniones de los demás y valorando diferentes puntos de vista. Aprendieron también a negociar y llegar a acuerdos, lo que les ayudó a integrar ideas diversas y mejorar sus proyectos. Finalmente, señalaron que la empatía y la asertividad fueron esenciales para mantener un ambiente de trabajo positivo y productivo.

Triangulando esta información con el docente de emprendimiento de la institución, se puede reconocer el uso de los métodos y metodologías mencionadas para el desarrollo de capacidades de emprendimiento en estudiantes del grado 4º, los logros del programa con los estudiantes, las proyecciones, y los retos y oportunidades. Para mayor comprensión, se describen es detalle cada una de ellas:

A. Métodos y metodologías: El método Canva se utiliza de manera intuitiva y sencilla para ayudar a los estudiantes a comprender mejor el negocio que están creando. Esta herramienta les permite visualizar sus ideas en un formato claro, identificando las variables clave y anticipando posibles retos que podrían enfrentar en el desarrollo de sus proyectos. Por otro lado, se aplica la metodología “*Design Thinking*”, un enfoque que guía a los estudiantes a través de las etapas de empatizar, idear, prototipar y testear. Este proceso no solo les ayuda a generar soluciones innovadoras, sino que también les enseña a enfrentar desafíos de manera estructurada y creativa. La construcción de prototipos de baja fidelidad les da la oportunidad de

acercarse a una versión tangible de sus ideas, permitiéndoles perfeccionarlas y ajustarlas según sea necesario.

Además, los estudiantes trabajan en la preparación de un” *elevator pitch*”, una actividad que les enseña a comunicar sus proyectos de forma concreta y persuasiva. Para facilitar la organización y el seguimiento de sus trabajos, utilizan herramientas digitales como OneNote, lo que les permite mantener sus proyectos bien estructurados. Finalmente, el uso de metodologías activas en el aula fomenta un aprendizaje más significativo, motivándolos a participar plenamente en sus procesos de creación y desarrollo, al tiempo que adquieren habilidades valiosas para el futuro.

B. Logros del programa: El programa tiene como propósito fomentar en los estudiantes habilidades fundamentales como la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo, la resiliencia, la comunicación y el liderazgo. Además, pone un fuerte énfasis en lo social y en la búsqueda de soluciones para problemáticas locales. Gracias a esta iniciativa, han surgido diversos emprendimientos que la institución se esfuerza por apoyar. Algunos de estos proyectos han logrado destacarse en concursos, obteniendo importantes reconocimientos. Este programa también se presenta como una oportunidad para preparar a los estudiantes con miras a su participación en el evento insignia del colegio, el “*Medellín Challenge*”. Este evento comparte una estructura de desarrollo muy similar a la trabajada en las clases de emprendimiento, aunque con un enfoque menos empresarial y más centrado en el impacto social.

C. Proyecciones: Aunque los resultados del proyecto han sido positivos, el objetivo a futuro es incorporar emprendimientos de base tecnológica para estar alineados con las necesidades y tendencias actuales. Esta propuesta se enmarca dentro de la estrategia curricular “*Talent Road Map*”, específicamente en la línea de Emprendimiento y Finanzas, con la intención de complementarla con la línea de Sistemas Digitales. El propósito es que esta integración no solo fomente habilidades tecnológicas, sino que también potencie las características emprendedoras de los estudiantes, aumentando sus posibilidades de éxito a largo plazo. Además, se busca extender estas clases a otros grados, ya que, por el momento, únicamente se ofrecen en cuarto grado.

D. Retos y oportunidades: Uno de los principales desafíos que se han identificado en la enseñanza del emprendimiento dentro de la institución es la confusión entre el concepto de reventa y el verdadero espíritu emprendedor. Este tema ha sido abordado de forma continua con los estudiantes, ya que el emprendimiento no se limita a comprar productos y venderlos a un precio más alto, sino que requiere de un proceso creativo que vaya más allá de esta simple transacción. Además, se busca superar los bloqueos creativos que pueden surgir en la fase de ideación, incentivando así la generación de ideas innovadoras. Otro aspecto a considerar es la posibilidad de ampliar el tiempo dedicado a las clases, ya que actualmente solo se disponen de dos horas semanales durante un periodo de 10 semanas, lo que limita la consolidación efectiva de los aprendizajes.

Cultura del emprendimiento

Con respecto a las estrategias para fomentar una cultura del emprendimiento, se evidencia que el colegio tiene una filosofía clara e implementa prácticas y acciones tales que generan un entorno institucional favorable para el emprendimiento como motor de desarrollo que incentiva la creatividad, la colaboración y el espíritu empresarial. En particular, el colegio define unos valores organizacionales y un ambiente alrededor de competencias y habilidades para que el emprendimiento sea parte integral de la identidad de una institución educativa.

El colegio ha logrado avances significativos en la construcción de una cultura de emprendimiento a través de estrategias como el “*Medellín Challenge*” y el currículo “*Talent Road Map*”, que promueven habilidades como la creatividad, la resolución de problemas y el pensamiento crítico, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Iniciativas como estas, junto con metodologías activas como *Design Thinking*, fomentan el pensamiento emprendedor y motivan a los estudiantes a diseñar proyectos con impacto social. Además, el colegio ha consolidado alianzas estratégicas con actores locales e internacionales y cuenta con recursos humanos especializados y materiales adecuados, aunque aún enfrenta retos, como incrementar los fondos disponibles y fortalecer el acompañamiento creativo para los estudiantes.

A pesar de los logros alcanzados, la institución reconoce la necesidad de superar desafíos relacionados con la diferenciación entre el espíritu emprendedor y actividades de menor impacto, así como con la integración de proyectos de base tecnológica y la expansión de la educación emprendedora a más grados. Las proyecciones incluyen iniciativas como una feria de emprendimiento, nuevos programas educativos como “*Bootcamps*” y diplomados, y la expansión del *Medellín Challenge*” a nivel internacional. Estas acciones reflejan un compromiso por formar estudiantes con mentalidad emprendedora desde una edad temprana, estableciendo bases sólidas para su crecimiento personal y profesional, y contribuyendo al desarrollo integral de sus comunidades.

Con el propósito de definir los logros, proyecciones, actores y recursos involucrados, se entrevistó a tres directivos del colegio: La directora general y las rectoras de cada una de las dos sedes (Medellín y El Retiro) para conocer el estado actual de la cultura del emprendimiento y el ecosistema emprendedor dentro de la institución. En las entrevistas, se destaca una filosofía clara y sólida, que pone un fuerte énfasis en lo social, la innovación y la creación de alianzas estratégicas con actores relevantes tanto a nivel local como internacional.

Logros: Uno de los logros más destacados de la institución es su proyecto emblemático denominado el “*Medellín Challenge*”, el cual ha tenido dos ediciones exitosas. Este evento reúne a estudiantes locales e internacionales para abordar problemáticas de las comunas de Medellín relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). A través de metodologías innovadoras como “*Design Thinking*”, los participantes desarrollan y presentan soluciones concretas. El proceso inicia de forma virtual, con un mes y medio de trabajo en las etapas de empatizar e idear, y culmina de manera presencial en la ciudad. Durante esta fase, los estudiantes interactúan directamente con las comunidades, completando las etapas de prototipar y testear sus propuestas. De la primera edición destaca una iniciativa que combina sostenibilidad y emprendimiento: la venta de hortalizas cultivadas en jardines verticales mediante tecnología avanzada para su riego y cuidado, un proyecto que sigue vigente y en operación.

Otro logro significativo es la consolidación de “*Talent Road Map*” como estrategia curricular, con un enfoque especial en la línea de emprendimiento y finanzas. Este programa busca ofrecer a los estudiantes una perspectiva integral del emprendimiento, abarcando tanto los aspectos empresariales como la gestión de finanzas personales y su conexión con el entorno. Gracias a esta estrategia, el colegio ha incorporado una mentalidad emprendedora en su modelo educativo, promoviendo habilidades y competencias que van más allá del ámbito académico. Asimismo, la implementación de metodologías activas en el proceso de aprendizaje ha fomentado la creatividad y la resolución de problemas, permitiendo a los estudiantes vivir experiencias educativas más cercanas a su realidad. Este enfoque les ayuda a conectar lo aprendido con su propio contexto, haciendo del aprendizaje un proceso más relevante y significativo.

Proyecciones: Una de las estrategias diseñadas para identificar y potenciar los talentos de los estudiantes de cuarto grado de primaria ha sido el “*Talent Road Map*”. A través de su enfoque en la línea de emprendimiento, la institución busca desarrollar habilidades clave que permitan a los estudiantes acceder a mayores oportunidades en el ámbito emprendedor, un terreno aún en desarrollo en esta etapa educativa. El objetivo principal es construir una visión a largo plazo que inspire a las futuras generaciones a adoptar una mentalidad emprendedora, influyendo positivamente en sus decisiones personales y profesionales, y contribuyendo al desarrollo del país.

Dentro de sus proyecciones, se destaca la creación de una feria de emprendimiento innovadora y reconocida en el sector, que trascienda los formatos tradicionales de venta de productos básicos. Este espacio estará orientado a la presentación de proyectos con un verdadero potencial para generar impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. En paralelo, el colegio planea expandir el alcance del “*Medellín Challenge*”, replicando este modelo en otras entidades, incluyendo el sector público, y explorando su implementación en ciudades de Estados Unidos y Canadá. Además, se están desarrollando nuevas iniciativas, como un diplomado para maestras de primera infancia, la expansión de programas inmersivos como el “*English Camp*”, un “*Astrophysics Camp*” enfocado en el aprendizaje avanzado de astrofísica, así como un “*Bootcamp*” de emprendimiento para niños de 10 a 15 años, diseñado

para fomentar habilidades emprendedoras. Todas estas propuestas son impulsadas a través de un programa de intraemprendimiento denominado MAEX que busca fortalecer la innovación y el espíritu emprendedor en la comunidad educativa.

Actores: Los directivos identificaron tres grupos fundamentales de actores que contribuyen al ecosistema emprendedor del colegio. En primer lugar, se encuentran los actores internos, conformados por estudiantes, profesores y familias que participan activamente en los programas y proyectos de emprendimiento promovidos por la institución, así como en su línea de educación no formal (MAEX). En segundo lugar, los actores externos incluyen universidades locales e internacionales, empresas y líderes comunitarios, quienes colaboran con el colegio al aportar recursos y conocimientos especializados que fortalecen las iniciativas emprendedoras. Finalmente, los mentores desempeñan un rol esencial al brindar orientación experta y apoyo a los estudiantes durante el desarrollo de sus proyectos, ayudándolos a transformar ideas en propuestas viables y de impacto.

Recursos involucrados: La institución cuenta con recursos humanos altamente cualificados, conformados por un equipo de maestros especializados y colaboradores comprometidos, quienes desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de los distintos proyectos. En cuanto a los recursos financieros, estos provienen principalmente de las inversiones realizadas por la corporación en iniciativas específicas; sin embargo, se ha identificado la necesidad de aumentar estos fondos mediante alianzas estratégicas con empresas interesadas en apoyar las iniciativas. En términos de recursos materiales, la institución dispone de dos sedes estratégicas: una en Medellín y otra en el municipio de El Retiro. Estas instalaciones están complementadas por herramientas proporcionadas por los aliados, las cuales potencian el desarrollo de actividades y proyectos dentro de la institución.

En ese sentido, el análisis de los resultados revela avances significativos en la construcción de una cultura de emprendimiento. Gracias a la implementación de la estrategia curricular “*Talent Road Map*”, los estudiantes de cuarto grado han desarrollado habilidades esenciales como la iniciativa, el trabajo en equipo y la adaptabilidad. Esto se alinea con lo señalado por diversos autores (Block et al., 2013; López-Núñez et al., 2020), quienes destacan que la proactividad y la resolución de problemas son pilares fundamentales de la cultura

empresarial, y que estas competencias pueden fomentarse mediante la educación. Asimismo, los estudiantes han comenzado a adquirir las competencias descritas como características propias de un emprendedor capaz de crear nuevas organizaciones (António Porfirio et al., 2023; Armuña et al., 2020; Walter & Block, 2016).

Los hallazgos confirman también que las habilidades emprendedoras no son exclusivamente innatas, sino que pueden desarrollarse mediante herramientas y estrategias adecuadas (Divac et al., 2022; Linton & Klinton, 2019; Loi et al., 2016; Neck & Corbett, 2018). Metodologías como el “*Design Thinking*” y el método Canva han sido fundamentales para estimular el pensamiento emprendedor, mientras que las clases alineadas con la misión del colegio y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) han motivado a los estudiantes a diseñar proyectos con impacto social (Méndez-Picazo et al., 2021; Rahman et al., 2015).

De igual forma, los resultados confirman lo planteado por diversos autores (António Porfirio et al., 2023; Jardim et al., 2021; Moberg, 2014) en relación con la importancia de la educación emprendedora para fomentar una cultura de emprendimiento. En este caso, el enfoque educativo del colegio inspira a los estudiantes a crear proyectos que reflejan sus intereses personales y, al mismo tiempo, promueven valores éticos y el compromiso con la comunidad. Esto demuestra que la educación emprendedora en la institución está estrechamente integrada con su filosofía institucional.

A pesar de estos logros, la institución enfrenta retos importantes. Por un lado, es necesario reforzar el apoyo a los estudiantes para que comprendan la diferencia entre el verdadero espíritu emprendedor y la simple reventa de productos. Por otro, se requiere un acompañamiento más robusto para ayudar a los estudiantes a superar bloqueos creativos durante la generación de ideas innovadoras. Iniciativas como el evento “*Medellín Challenge*” y el intraemprendimiento MAEX desempeñan un papel clave en el fortalecimiento de esta cultura emprendedora, validando lo señalado por diversos autores (Amorós et al., 2021; Divac et al., 2022; Linton & Klinton, 2019; Loi et al., 2016; Solomon, 2007; Walter & Block, 2016), quienes afirman que una cultura de emprendimiento fomenta la prosperidad y el éxito organizacional.

Adicionalmente, el colegio ha recibido reconocimientos destacados en concursos de emprendimiento y está proyectando incorporar proyectos de base tecnológica, además de extender las clases de emprendimiento a otros grados académicos. Si bien queda por descubrir si esta formación permitirá a los estudiantes convertirse en emprendedores exitosos, la iniciativa del colegio de promover una cultura de emprendimiento desde edades tempranas merece reconocimiento. Este esfuerzo no solo fomenta habilidades clave, sino que también establece las bases para el crecimiento personal y el desarrollo integral de los estudiantes a largo plazo (European Commission, 2012; OECD, 2018).

CONCLUSIONES

Los resultados de este estudio indican que las herramientas pedagógicas definidas para la educación emprendedora en educación primaria y sus respectivas estrategias permiten el desarrollo de las actitudes y las capacidades claves en los alumnos para una iniciativa empresarial y también definen una cultura emprendedora en la institución educativa respectiva. Gracias a un estudio cualitativo de estudio de caso único de corte exploratorio y descriptivo, el estudio logra evidenciar que los estudiantes de cuarto grado de primaria del Colegio San José de Las Vegas han demostrado un notable desarrollo de habilidades emprendedoras clave como creatividad, iniciativa, planificación, gestión, responsabilidad social, trabajo en equipo, adaptabilidad y autoconfianza, a través de lo implementado en las clases de emprendimiento. Estas competencias son impulsadas mediante el uso de metodologías activas y herramientas innovadoras como “*Design Thinking*” y el modelo Canvas.

Además, el hecho de que se implementen estas metodologías, junto con el uso de herramientas digitales, ha sido fundamental para demostrar que se está fomentando la generación de ideas innovadoras y la resolución de problemas, al tiempo que se promueve la creatividad en los estudiantes. Los proyectos desarrollados no solo buscan la innovación, sino también generar un impacto positivo en la comunidad y el medio ambiente. Ejemplos destacados incluyen iniciativas relacionadas con el reciclaje y la creación de productos sostenibles, evidenciando un compromiso con la responsabilidad social y la sostenibilidad.

Con respecto a una cultura orientada al emprendimiento, el colegio ha construido un sólido ecosistema emprendedor, respaldado por programas emblemáticos como el “*Medellín Challenge*” y el programa de intraemprendimiento MAEX. Estas iniciativas no solo refuerzan el espíritu emprendedor, sino que también proporcionan a los estudiantes plataformas para desarrollar y presentar sus ideas. Además, con una visión ambiciosa, el colegio planea expandir su programa de emprendimiento mediante la incorporación de proyectos de base tecnológica, la extensión de las clases de emprendimiento a otros grados académicos y la creación de una feria de emprendimiento de gran reconocimiento. Asimismo, se proyecta llevar el “*Medellín Challenge*” a otras ciudades e incluso a nivel internacional.

El programa de educación emprendedora del colegio no solo prepara a los estudiantes para afrontar los retos del futuro, sino que también les brinda herramientas para convertirse en agentes de cambio en su comunidad. Este enfoque integral y práctico en la formación de habilidades emprendedoras es esencial para el desarrollo personal y profesional de los alumnos. La colaboración con actores internos y externos, incluyendo universidades, empresas y líderes comunitarios, también ha sido clave para el éxito de los programas de emprendimiento. Estas alianzas aportan recursos y conocimientos especializados que enriquecen los proyectos y fortalecen las iniciativas del colegio.

Como resultado de esa orientación al emprendimiento y la filosofía institucional del colegio, centrada en el servicio y la innovación, el colegio ha recibido importantes reconocimientos en concursos de emprendimiento, lo que evidencia la efectividad de su programa y el talento de sus estudiantes. Estos logros no solo reflejan el éxito alcanzado, sino que también motivan a los alumnos a seguir desarrollando sus habilidades y consolidar su espíritu emprendedor. Gracias a un enfoque integral que incluye no solo la formación de habilidades emprendedoras, sino también el desarrollo de competencias sociales y éticas, el colegio ha proporcionado las herramientas para que los alumnos no solo se conviertan en emprendedores exitosos, sino también en ciudadanos responsables y comprometidos con el bienestar de su comunidad.

Finalmente, el Colegio San José de Las Vegas ha logrado avances significativos en la construcción de una cultura emprendedora, gracias a su enfoque en la sostenibilidad y su

visión estratégica. Su compromiso con la comunidad y la implementación de proyectos de impacto social reflejan una propuesta educativa que va más allá del aula, preparando a los estudiantes para los desafíos futuros. Este énfasis en el servicio y la responsabilidad social es clave para consolidar una cultura emprendedora duradera y significativa. Con una proyección a largo plazo, el colegio planea expandir sus programas y crear nuevas oportunidades para sus estudiantes, reafirmando su compromiso con el desarrollo integral de toda la comunidad educativa

Limitaciones

Aunque el estudio presenta resultados positivos y un enfoque integral hacia la educación y la cultura emprendedora, existen limitaciones que se deben considerar y que podrían convertirse en avenidas de investigación. El estudio se enfoca exclusivamente en un solo colegio privado en Medellín, lo cual limita la generalización de los resultados a otros contextos educativos, especialmente a aquellos que puedan tener recursos o condiciones diferentes, como los colegios públicos o de otras regiones. En ese sentido, sería útil expandir la muestra a diversas instituciones educativas para obtener una visión más representativa del panorama de la educación emprendedora en diferentes contextos.

Además, el estudio es de corte exploratorio y descriptivo, lo que implica que no se realizó una evaluación a largo plazo de los efectos de las herramientas pedagógicas y las estrategias implementadas. Una oportunidad de investigación es realizar un seguimiento longitudinal para analizar cómo se consolidan las competencias emprendedoras a lo largo del tiempo, y si los estudiantes continúan aplicando lo aprendido en su vida personal y profesional después de graduarse. Por otro lado, el colegio privado elegido para el estudio podría no ser representativo de todos los tipos de instituciones educativas en Colombia en la medida en que las características socioeconómicas, el acceso a recursos y las metodologías implementadas pueden diferir significativamente en otros colegios. Sería importante realizar este mismo tipo de estudios en instituciones educativa de diferentes características socioeconómicas y mejorar la validez externa de los resultados.

Finalmente, como el estudio se enfoca principalmente en el desarrollo de habilidades emprendedoras a nivel individual, como la creatividad, la iniciativa y la responsabilidad social, otros estudios podrían profundizar más en cómo se facilita y fomenta la colaboración efectiva entre los estudiantes y los actores externos, como empresas y universidades. Además, como se mencionan metodologías activas e innovadoras como el "*Design Thinking*" y el método Canva, sería valioso explorar cómo estos métodos fueron recibidos por los estudiantes y los desafíos que se presentaron en el proceso.

REFERENCIAS

- Ahmad, S., & Bajwa, I. A. (2023). The role of social entrepreneurship in socio-economic development: a meta-analysis of the nascent field. In *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* (Vol. 15, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2021-0165>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amorós, J. E., Cristi, O., & Naudé, W. (2021). Entrepreneurship and subjective well-being: Does the motivation to start-up a firm matter? *Journal of Business Research*, 127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.044>
- António Porfírio, J., Augusto Felício, J., Carrilho, T., & Jardim, J. (2023). Promoting entrepreneurial intentions from adolescence: The influence of entrepreneurial culture and education. *Journal of Business Research*, 156. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113521>
- Armuña, C., Ramos, S., Juan, J., Feijóo, C., & Arenal, A. (2020). From stand-up to start-up:

- exploring entrepreneurship competences and STEM women's intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1). <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00627-z>
- Bird, B. (2015). Entrepreneurial Intentions Research: A Review and Outlook. *International Review of Entrepreneurship*, Article #1512, 13(3).
- Block, J. H., Hoogerheide, L., & Thurik, R. (2013). Education and entrepreneurial choice: An instrumental variables analysis. *International Small Business Journal*, 31(1). <https://doi.org/10.1177/0266242611400470>
- Borrayo Rodríguez, C. L., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3). <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i3.27358>
- Bouncken, R. B., Lapidus, A., & Qui, Y. (2022). Organizational sustainability identity: 'New Work' of home offices and coworking spaces as facilitators. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 1(2). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2022.100011>
- Bravo Bravo, I. F., Bravo Bravo, M. X., Preciado Ramírez, J. D., & Mendoza Ferrín, M. M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*. <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>
- Brixiová, Z., Ncube, M., & Bicaba, Z. (2015). Skills and Youth Entrepreneurship in Africa: Analysis with Evidence from Swaziland. *World Development*, 67. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2014.09.027>
- Cárcamo-Solís, M. de L., Arroyo-López, M. del P., Alvarez-Castañón, L. del C., & García-López, E. (2017). Developing entrepreneurship in primary schools. The Mexican experience of "My first enterprise: Entrepreneurship by playing." *Teaching and Teacher Education*, 64. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.02.013>
- Cekule, L., Cekuls, A., & Dunska, M. (2023). The role of education in fostering entrepreneurial intentions among business students. *International Conference on Higher Education Advances*. <https://doi.org/10.4995/HEAd23.2023.16159>

Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. *Reglamentada Parcialmente Por El Decreto 1192 de 2009 y Por El Decreto 4463 de 2006*, 2006(enero 26).

Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.

Din, B. H., Anuar, A. R., & Usman, M. (2016). The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.413>

Divac, V. M., Stašević, F., Kostić, M. D., Popović, D., & Nikolić, J. Đ. (2022). INQUIRY AND PROJECT-BASED LEARNING AS AN APPROACH FOR DEVELOPING ENTREPRENEURSHIP COMPETENCIES IN PRIMARY SCHOOL HIGH-ACHIEVING STUDENTS. *Journal of Baltic Science Education*, 21(6). <https://doi.org/10.33225/jbse/22.21.1143>

Edelman, L. F., Brush, C. G., Manolova, T. S., & Greene, P. G. (2010). Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 48(2). <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00291.x>

Eisenhardt, & Graebner. (2007). Theory building from cases: opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50(1), 25–32. <https://doi.org/10.5465/AMJ.2007.24160888>

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *The Academy of Management Review*, 14(4), 532. <https://doi.org/10.2307/258557>

European Commission. (2012). Entrepreneurship Education at School in Europe: National strategies, Curricula and Learning Outcomes. In *Eurydice*.

Fayolle, A., & Klandt, H. (2006). Issues and newness in the field of entrepreneurship education: New lenses for new practical and academic questions. In *International Entrepreneurship Education: Issues and Newness*.

<https://doi.org/10.4337/9781847201652.00006>

- Fernández-Herrería, A., & Martínez-Rodríguez, F. (2016). Deconstruyendo el “Ser emprendedor” neoliberal. Una perspectiva crítica desde una “conciencia biofílica” global. *Policy Futures in Education* 14(3), 314-326. DOI: 1177/1478210316631709
- García Bullé, S. (2019). El emprendimiento como recurso y agente de cambio en la educación. *Observatorio de Innovación Educativa*.
- Gibbert, M., & Ruigrok, W. (2010). The “What” and “How” of Case Study Rigor: Three Strategies Based on Published Work. *Organizational Research Methods*, 13(4), 710–737. <https://doi.org/10.1177/1094428109351319>
- González, W. O. L. (2013). El estudio de casos: una vertiente para la investigación educativa. *Educere*, 17(56).
- Guarnizo Vargas, C. M., Velasquez Moreno, J. R., Jiménez Guzmán, C. P., & Álzate Gómez, B. H. (2018). Educación para el emprendimiento: análisis y aportes a la política pública de educación en Colombia desde la sistematización de experiencias en instituciones de educación básica y media. *Revista Complutense de Educación*, 30(1). <https://doi.org/10.5209/rced.57165>
- Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. multiple case studies: A comparative study. *Academy of Business, Engineering and Science Halmstad University, Sweden*.
- Hamadneh, B. M., Alqarni, T. M., & Al Fahade, A. A. R. (2023). The Role of Najran University in Spreading the Culture of Entrepreneurship and Innovation in Achieving the Goals of Sustainable Development Among Students. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7). <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.2738>
- Hernández-Chavarria, J., & Lechuga-Névarez, M. del R. (2023). Actitud y cultura emprendedora en los emprendedores universitarios del municipio Victoria de Durango. *REGEPE Entrepreneurship and Small Business Journal*. <https://doi.org/10.14211/regepe.esbj.e2067>

- Iizuka, E. S., de Moraes, G. H. S. M., & de Souza, M. G. (2024). College environment and entrepreneurial intention in high school. *Revista de Gestao*, 31(1). <https://doi.org/10.1108/REGE-10-2021-0189>
- Isaac, E. (2023). Convenience and Purposive Sampling Techniques: Are they the Same? *International Journal of Innovative Social & Science Education Research*, 11(1).
- Jardim, J., Bártolo, A., & Pinho, A. (2021). Towards a global entrepreneurial culture: A systematic review of the effectiveness of entrepreneurship education programs. In *Education Sciences* (Vol. 11, Issue 8). <https://doi.org/10.3390/educsci11080398>
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2009). Experiential learning theory: A dynamic, holistic approach to management learning, education and development. In *The SAGE Handbook of Management Learning, Education and Development*. <https://doi.org/10.4135/9780857021038.n3>
- Kolb, D. A., & Kolb, A. Y. (2008). A Dynamic , Holistic Approach Education and Development. *Management Learning, Edu. and Develop.*, June.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5). [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Lackéus, M. (2004). Entrepreneurship in Education - What, Why, When, How. In *OECD Publishing: Paris*.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4). <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Linton, G., & Klinton, M. (2019). University entrepreneurship education: A design thinking approach to learning. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-018-0098-z>
- Loh, J. & Hu, G. (2014). Subdued by the system: Neoliberalism and the beginning teacher.

Teaching and Teacher Education, 41. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2014.03.005>

Loi, M., Castriotta, M., & Di Guardo, M. C. (2016). The theoretical foundations of entrepreneurship education: How co-citations are shaping the field. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(7). <https://doi.org/10.1177/0266242615602322>

López-Cadauid, D. A., Vanegas-López, J. G., & Baena-Rojas, J. J. (2020). Aplicación de un método multicriterio en la enseñanza de la investigación de mercados internacionales. *Información Tecnológica*, 31(1). <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000100113>

López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., Aparicio-García, M. E., & Díaz-Ramiro, E. M. (2020). Are entrepreneurs born or made? The influence of personality. *Personality and Individual Differences*, 154. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.109699>

Marini, A., von Luebke, C., Zulela, Maksum, A., Zahari, M., Safitri, D., Lestari, I., Rihatno, T., Nuraini, S., Suntari, Y., Nafiah, M., Siregar, R., & Sudrajat, A. (2022). Entrepreneurship Education Model for Higher Education Students. *Eurasian Journal of Educational Research*, 2022(97). <https://doi.org/10.14689/ejer.2022.97.15>

Martínez-Gregorio, S., & Oliver, A. (2023). Generalización de los efectos de alineamiento y clasificación en educación secundaria: evaluación de la eficacia de una actividad para la promoción de la competencia emprendedora. *Revista de Psicodidáctica*, 28(2). <https://doi.org/10.1016/j.psicod.2023.05.001>

Martins, I., Monsalve, J. P. P., & Martinez, A. V. (2018). Self-confidence and fear of failure among university students and their relationship with entrepreneurial orientation: Evidence from Colombia. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, 31(3). <https://doi.org/10.1108/ARLA-01-2018-0018>

Mcgee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(4). <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>

Melo-Perdomo, S. M., Orrego, C., & Gómez-Roldán, I. (2021). Propuesta de modelo para

- diagnosticar la cultura de emprendimiento sustentable en la comunidad académica. Caso: Universidad de Cundinamarca, Seccional Ubaté, Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 89. <https://doi.org/10.21158/01208160.n89.2020.2870>
- Méndez-Picazo, M. T., Galindo-Martín, M. A., & Castaño-Martínez, M. S. (2021). Effects of sociocultural and economic factors on social entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(2). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.06.001>
- Moberg, K. (2014). Two approaches to entrepreneurship education: The different effects of education for and through entrepreneurship at the lower secondary level. *International Journal of Management Education*, 12(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.002>
- Momete, D. C. (2015). Fostering Innovation and Entrepreneurial Culture in Romania through Engineering Higher Education Programs. *Procedia Economics and Finance*, 22. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00253-1](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00253-1)
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. In *Academy of Management Learning and Education* (Vol. 16, Issue 2). <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- Neck, H. M., & Corbett, A. C. (2018). The Scholarship of Teaching and Learning Entrepreneurship. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2515127417737286>
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1). <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- OECD. (2018). The Future of Education and Skills: Education 2030. *OECD Education Working Papers*.
- Perry, J. T., Chandler, G. N., & Markova, G. (2012). Entrepreneurial Effectuation: A Review and Suggestions for Future Research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(4).

<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00435.x>

Rahman, S., Yasin, R. M., Buang, N. A., Oganisjana, K., Fernate, A., & Koke, T. (2015). Using Problem-focused Approach to Nurture Creativity and Entrepreneurship among Students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.628>

Roig-Tierno, N., Gonzalez-Cruz, T. F., & Llopis-Martinez, J. (2017). An overview of qualitative comparative analysis: A bibliometric analysis. *Journal of Innovation and Knowledge*, 2(1). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.002>

Rosendahl Huber, L., Sloof, R., & van Praag, M. (2021). The Effect of Early Entrepreneurship Education: Evidence from a Randomized Field Experiment. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2051355>

Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), 243. <https://doi.org/10.2307/259121>

Saroghi, H., Sunny, S., Hornsby, J., & Fernhaber, S. (2019). Design Thinking and Entrepreneurship Education: Where Are We, and What Are the Possibilities? *Journal of Small Business Management*, 57(S1). <https://doi.org/10.1111/jsbm.12541>

Shaver, K. (1991). Scott. LR 1991. Person, process, choice: The psychology of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter.

Silva Calpa, A. C., & Trejos Moncayo, C. R. (2014). Diagnóstico de la situación actual del emprendimiento en las instituciones educativas (grados decimo y once) de la ciudad de Pasto. *Revista Estrategia Organizacional*, 3. <https://doi.org/10.22490/25392786.1514>

Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2). <https://doi.org/10.1108/14626000710746637>

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage Publications.

- Talukder, S. C., Lakner, Z., & Temesi, Á. (2024). Development and State of the Art of Entrepreneurship Education: A Bibliometric Review. In *Education Sciences* (Vol. 14, Issue 3). <https://doi.org/10.3390/educsci14030295>
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, 41(7).
- Thorgren, S., & Wincent, J. (2015). Passion and habitual entrepreneurship. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(2). <https://doi.org/10.1177/0266242613487085>
- Torres, R., Espinoza Henry, Macías, R., Chávez, C., Fajardo, J., & Martínez, F. (2018). Interacción universidad-entorno. Una mirada para el emprendimiento en el siglo XXI. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 60.
- Toscano, F. C. (2014). Promotion of Entrepreneurial Culture in Andalusia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.040>
- Urteaga, E. (2013). Social capital theory of Robert Putnam: Originality and shortcomings. *Revista Reflexión Política*, 15(29).
- Valdivieso Oscar, Z., González Sandra, E., & Ardila José, H. (2017). Cultura del emprendimiento en instituciones de educación superior: estrategia de inclusión social. *Desarrollo gerencial*, 9(1). <https://doi.org/10.17081/dege.9.1.2732>
- Walter, S. G., & Block, J. H. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>
- Welch, C., Piekkari, R., Plakoyiannaki, E., & Paavilainen-Mäntymäki, E. (2011). Theorising from case studies: Towards a pluralist future for international business research. *Journal of International Business Studies*, 42(5). <https://doi.org/10.1057/jibs.2010.55>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research : design and methods* (Sage). Sage Publications.
- Zubizarreta, A. C., Arellano, P. R., & Sánchez, B. de L. (2014). Education for

Entrepreneurship: The case of Cantabria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*,
139. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.056>