

---

# ***Emprendimiento & Universidad:***

GIROS Y DESAFÍOS DE UNA RELACIÓN  
PROBLEMÁTICA

---



**Cita este libro:**

Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (Eds. científicos). 2021. *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática*. Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali

**Palabras Clave / Keywords:**

Emprendimiento laboral, egresados de Administración, estamento universitario, innovación y emprendimiento, educación superior, actitud emprendedora, modelos de desarrollo, educación y emprendimiento, Cali, Colombia.

Entrepreneurship, management graduates, university students, innovation and entrepreneurship, higher education, entrepreneurial attitude, development models, education and entrepreneurship, Cali, Colombia.

**Contenido relacionado:**  
<https://investigaciones.usc.edu.co/>

---

# ***Emprendimiento & Universidad:***

**GIROS Y DESAFÍOS DE UNA RELACIÓN  
PROBLEMÁTICA**

---

**José Londoño-Cardozo  
Marco Alexis Salcedo Serna  
Diana Milec Cifuentes-Leiton**

**Editores científicos**



VIGILADA  
MINISTERIO DE  
EDUCACIÓN

EDITORIAL

Emprendimiento y Universidad: giros y desafíos de una relación problemática / José Londoño-Cardozo, Marco Alexis Salcedo Serna y Diana Milec Cifuentes-Leiton [Editores científicos]. -- Santiago de Cali: Universidad Santiago de Cali, 2021.  
328 páginas; 24 cm.  
Incluye referencias bibliográficas.

**ISBN: 978-628-7501-42-3 ISBN (Digital): 978-628-7501-43-0**

1. Emprendimiento laboral 2. Egresados de administración 3. Innovación y emprendimiento  
4. Actitud emprendedora I. José Londoño-Cardozo II. Marco Alexis Salcedo Serna  
Universidad Santiago de Cali. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

SCDD 658.11 ed. 23

CO-CaUSC  
JRGB/2021



## **EMPRENDIMIENTO Y UNIVERSIDAD: GIROS Y DESAFÍOS DE UNA RELACIÓN PROBLEMÁTICA**

© Universidad Santiago de Cali

© **Editores científicos:** José Londoño-Cardozo, Marco Alexis Salcedo Serna  
y Diana Milec Cifuentes-Leiton

© **Autores:** Marco Alexis Salcedo Serna, José Londoño-Cardozo, Bryan Yazir Gaitán Vera, Alexandra Eugenia Arellano Guerrero, Jonny Alexander Cruz Bolaños, Diana Milec Cifuentes-Leiton, Romario Barrios Hernández, Juan Luis De La Hoz Pacheco, Paola Andrea Salazar Valencia, Ana Cristina Galvis Galvis, Andrés Felipe Parra Perea, Edward Andrés Benavides-Sánchez, Camilo Andrés Castro-Ruiz, Mauricio Quintero-Ángel, Saulo Bravo García, Wilson Araque Jaramillo, Mercedes Martínez Lizarralde, Andrés Argüello Salazar & Juan David Mera Porras.

Edición 100 ejemplares

Cali, Colombia -

2021

**Proceso de arbitraje doble ciego:**

“Double blind” peer-review.

### **Comité Editorial**

#### **Editorial Board**

Claudia Liliana Zúñiga Cañón

Edward Javier Ordóñez

José Fabián Ríos

Herman Alberto Revelo

Mónica Carrillo Salazar

Santiago Vega Guerrero

Milton Orlando Sarria Paja

Sandro Javier Buitrago Parias

Mónica Alexandra Monsalve Álvarez

**Recepción/Submission:**

Julio (July) de 2021.

**Evaluación de contenidos/  
Peer-review outcome:**

Agosto (August) de 2021.

**Aprobación/Acceptance:**

Septiembre (September) de 2021.



La editorial de la Universidad Santiago de Cali se adhiere a la filosofía de acceso abierto. Este libro está licenciado bajo los términos de la Atribución 4.0 de Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), que permite el uso, el intercambio, adaptación, distribución y reproducción en cualquier medio o formato, siempre y cuando se dé crédito al autor o autores originales y a la fuente <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

# TABLA DE CONTENIDO

|                         |    |
|-------------------------|----|
| ÍNDICE DE FIGURAS ..... | 13 |
| ÍNDICE DE TABLAS .....  | 15 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| INTRODUCCIÓN ..... | 17 |
|--------------------|----|

## CAPÍTULO I.

|   |           |
|---|-----------|
| <b>El papel de las formaciones técnicas previas en el emprendimiento<br/>laboral de las nuevas generaciones de egresados de programas de<br/>Administración .....</b> | <b>29</b> |
|---|-----------|

Marco Alexis Salcedo Serna, José Londoño-Cardozo y Bryan Yazir Gaitán Vera  
/ Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

|  |    |
|--|----|
| Introducción .....   | 32 |
| La crisis del estamento universitario en el siglo XXI como centro de<br>formación y preparación de las nuevas generaciones.....  | 34 |
| ¿Puede una facultad de Administración formar emprendedores?<br>Lo que ilustra la trayectoria profesional de algunos emprendedores<br>sobre la relación formación y empleo..... | 49 |
| Conclusiones .....   | 58 |
| Referencias bibliográficas.....  | 60 |

## CAPÍTULO II.

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Innovación y emprendimiento: ¿nuevos retos para el contexto<br/>universitario? .....</b> | <b>71</b> |
|---|-----------|

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero  
/ Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

|  |     |
|--|-----|
| Introducción .....   | 74  |
| Emprendimiento.....  | 77  |
| Innovación .....   | 91  |
| Relación Estado-Universidad-Empresa: el modelo de Triple Hélice..... | 102 |
| Reflexiones finales .....  | 118 |
| Referencias bibliográficas.....                                      | 120 |

### **CAPÍTULO III.**

#### **Emprendimiento y universidad: reflexión sobre la reproducción discursiva del Estado moderno y de la academia como estrategia ..... 127**

Jonny Alexander Cruz Bolaños  
/ Universidad Cooperativa de Colombia –Campus Cali

Diana Milec Cifuentes -Leiton  
/ Universidad del Valle –Sede Cali

|  |     |
|--|-----|
| Introducción.....  | 130 |
| Papel de la Educación en el Proyecto Ilustrado .....                       | 132 |
| El desarrollo económico en la triada Universidad-Industria-Estado .....    | 142 |
| La apuesta de “empresarización” de la Educación en tiempos de crisis...144 |     |
| Reflexiones finales .....  | 151 |
| Referencias bibliográficas.....  | 155 |

### **CAPÍTULO IV.**

#### **Universidad y Emprendimiento: una perspectiva desde la innovación y la transformación del conocimiento ..... 161**

Romario Barrios Hernández y Juan Luis De La Hoz Pacheco  
/ Universidad del Atlántico

|   |     |
|---|-----|
| Introducción.....   | 164 |
| Emprendimiento como concepto .....  | 166 |
| Universidad y Emprendimiento .....  | 170 |
| La innovación: piedra angular de la enseñanza y el emprendimiento ....173 |     |
| Patentes y emprendimiento .....   | 175 |
| Reflexiones finales .....   | 184 |
| Referencias bibliográficas.....   | 187 |

### **CAPÍTULO V.**

#### **Intencionalidad emprendedora de los estudiantes UPB – Palmira: un análisis desde la teoría del comportamiento planeado ..... 191**

Paola Andrea Salazar Valencia  
Ana Cristina Galvis Galvis  
Andrés Felipe Parra Perea  
/ Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Palmira

|                     |     |
|---------------------|-----|
| Introducción.....   | 194 |
| Emprendimiento..... | 196 |

|   |     |
|---|-----|
| Teoría del Comportamiento Planeado .....                        | 200 |
| Intencionalidad Emprendedora: investigaciones en Colombia ..... | 203 |
| Diseño metodológico .....                                       | 207 |
| Resultados .....  | 209 |
| Análisis de factores .....                                      | 214 |
| Ventajas y Desventajas del Emprendimiento .....                 | 216 |
| Valoración del Entorno .....                                    | 218 |
| Valores Individuales .....                                      | 219 |
| Variables socio – culturales .....                              | 221 |
| Variables antecedentes personales y familiares .....            | 224 |
| Variables de valores individuales .....                         | 226 |
| Ventajas y desventajas del emprendimiento .....                 | 229 |
| Discusión.....  | 231 |
| Conclusiones .....  | 233 |
| Referencias bibliográficas.....                                 | 235 |

## **CAPÍTULO VI.**

### **Capacidades para la creación de Unidades de Emprendimiento**

#### **Universitarias: El caso de estudio de la Universidad del Valle, sede Palmira .... 243**

Edward Andrés Benavides-Sánchez  
Camilo Andrés Castro-Ruíz  
Mauricio Quintero-Ángel  
/ Universidad del Valle – Sede Palmira

|   |     |
|---|-----|
| Introducción.....                                   | 246 |
| Características del Emprendimiento en Colombia..... | 250 |
| Formación en emprendimiento .....                   | 254 |
| Diseño metodológico .....                           | 257 |
| Resultados .....                                    | 262 |
| Discusión.....                                      | 271 |
| Conclusiones .....                                  | 282 |
| Referencias bibliográficas.....                     | 286 |

## **CAPÍTULO VII.**

### **Comparativo de la actitud emprendedora entre estudiantes de dos organizaciones de Educación Superior: UNICUCES de Colombia y**

### **Andina Simón Bolívar de Ecuador..... 291**

Saulo Bravo García / Universidad Santiago de Cali

Wilson Araque Jaramillo / Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Mercedes Martínez Lizarralde / UNICUCES

Andrés Argüello Salazar / Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

Juan David Mera Porras / UNICUCES.

José Londoño-Cardozo / Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira

Introducción.....294

Actitud emprendedora.....297

Diseño metodológico .....299

Resultados .....302

Discusión.....311

Conclusiones .....313

Referencias bibliográficas.....315

**Acerca de los autores ..... 319**

**Pares evaluadores ..... 325**

# TABLE OF CONTENTS

|                        |    |
|------------------------|----|
| INDEX OF FIGURES ..... | 13 |
| INDEX OF TABLES.....   | 15 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| INTRODUCTION ..... | 17 |
|--------------------|----|

## CHAPTER I.

### **The role of previous technical training in the labor entrepreneurship of new generations of graduates from management programs. .... 29**

Marco Alexis Salcedo Serna, José Londoño-Cardozo & Bryan Yazir Gaitán Vera  
/ Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

|  |    |
|--|----|
| Introduction.....  | 32 |
| The crisis of the university in the 21st century as a training and preparation center for the new generations .....  | 34 |
| Can a business school train entrepreneurs?<br>What the professional trajectory of some entrepreneurs illustrates on the relationship between training and employment ..... | 49 |
| Conclusions.....   | 58 |
| Biographical references .....  | 60 |

## CHAPTER II.

### **Innovation and entrepreneurship: new challenges for the university context? ..... 71**

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero  
/ Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

|   |     |
|---|-----|
| Introduction .....  | 74  |
| Entrepreneurship.....   | 77  |
| Innovation.....   | 91  |
| State-University-Business Relationship: the Triple Helix model..... | 102 |
| Final Reflections .....   | 118 |
| Bibliographical references.....                                     | 120 |

### **CHAPTER III.**

#### **Entrepreneurship and university: reflection on the discursive reproduction of the modern state and academia as a strategy. .... 127**

Jonny Alexander Cruz Bolaños  
/ Universidad Cooperativa de Colombia –Campus Cali

Diana Milec Cifuentes-Leiton  
/ Universidad del Valle –Sede Cali

|   |     |
|---|-----|
| Introduction .....  | 130 |
| The Role of Education in the Enlightenment Project .....                        | 132 |
| Economic development in the University-Industry-State triad .....               | 142 |
| The challenge of “entrepreneurialization” of education in times of crisis ..... | 144 |
| Final Reflections .....   | 151 |
| Bibliographical references .....  | 155 |

### **CHAPTER IV.**

#### **University and Entrepreneurship: a perspective from innovation and knowledge transformation ..... 161**

Romario Barrios Hernández & Juan Luis De La Hoz Pacheco  
/ Universidad del Atlántico

|   |     |
|---|-----|
| Introduction .....  | 164 |
| Entrepreneurship as a concept .....                             | 166 |
| University and Entrepreneurship.....                            | 170 |
| Innovation: cornerstone of education and entrepreneurship ..... | 173 |
| Patents and entrepreneurship.....                               | 175 |
| Final reflections .....   | 184 |
| Bibliographical references.....                                 | 187 |

### **CHAPTER V.**

#### **Entrepreneurial intentionality of UPB - Palmira students: An analysis from the theory of planned behavior ..... 191**

Paola Andrea Salazar Valencia  
Ana Cristina Galvis Galvis  
Andrés Felipe Parra Perea  
/ Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Palmira

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| Introduction .....    | 194 |
| Entrepreneurship..... | 196 |

|  |     |
|--|-----|
| Theory of Planned Behavior .....                           | 200 |
| Entrepreneurial Intentionality: Research in Colombia ..... | 203 |
| Methodological Design .....                                | 207 |
| Results .....  | 209 |
| Factor Analysis .....                                      | 214 |
| Advantages and Disadvantages of Entrepreneurship .....     | 216 |
| Assessment of the Environment.....                         | 218 |
| Individual Values .....                                    | 219 |
| Socio-cultural variables .....                             | 221 |
| Personal and family background variables .....             | 224 |
| Individual Values Variables .....                          | 226 |
| Advantages and disadvantages of entrepreneurship .....     | 229 |
| Discussion .....   | 231 |
| Conclusions .....  | 233 |
| Bibliographical references.....                            | 235 |

## **CHAPTER VI.**

### **Capacities for the creation of University Entrepreneurship Units:**

#### **The case study of the Universidad del Valle, Palmira Campus..... 243**

Edward Andrés Benavides-Sánchez  
Camilo Andrés Castro-Ruíz  
Mauricio Quintero-Ángel  
/ Universidad del Valle – Sede Palmira

|   |     |
|---|-----|
| Introduction .....                                    | 246 |
| Characteristics of Entrepreneurship in Colombia ..... | 250 |
| Entrepreneurship Training .....                       | 254 |
| Methodological Design .....                           | 257 |
| Results .....   | 262 |
| Discussion .....                                      | 271 |
| Conclusions .....                                     | 282 |
| Bibliographical references .....                      | 286 |

**CHAPTER VII.**

**Comparison of the entrepreneurial attitude among students of two  
higher education organizations: UNICUCES of Colombia and**

**Andina Simón Bolívar of Ecuador. .... 291**

Saulo Bravo García / Universidad Santiago de Cali  
Wilson Araque Jaramillo / Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador  
Mercedes Martínez Lizarralde / UNICUCES  
Andrés Argüello Salazar / Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador  
Juan David Mera Porras / UNICUCES.  
José Londoño-Cardozo / Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| Introduction .....              | 294        |
| Entrepreneurial attitude .....  | 297        |
| Methodological design .....     | 299        |
| Results .....                   | 302        |
| Discussion .....                | 311        |
| Conclusions .....               | 313        |
| Bibliographical references..... | 315        |
| <br>                            |            |
| <b>About the authors .....</b>  | <b>319</b> |
| <br>                            |            |
| <b>Peer evaluators .....</b>    | <b>325</b> |

# ÍNDICE DE FIGURAS

|  |     |
|--|-----|
| <b>FIGURA 1-1.</b> Generaciones socio culturales humanas .....   | 42  |
| <b>FIGURA 1-2.</b> Características de un emprendedor. ....   | 47  |
| <b>FIGURA 1-3.</b> Habilidades para futuros emprendedores .....  | 48  |
| <b>FIGURA 2-1.</b> Principales elementos del proceso de aprendizaje .....  | 101 |
| <b>FIGURA 2-2.</b> Principales elementos del proceso de aprendizaje .....  | 104 |
| <b>FIGURA 2-3.</b> Ciclo de transferencia del conocimiento .....   | 108 |
| <b>FIGURA 2-4.</b> Beneficios potenciales de la relación universidad<br>-industria .....                                   | 109 |
| <b>FIGURA 4-1.</b> Instituciones de Educación Superior con tres o más<br>solicitudes de patentes de invención - 2019 ..... | 182 |
| <b>FIGURA 4-2.</b> Solicitudes de patentes de modelo de utilidad de<br>Instituciones de Educación Superior - 2019 .....    | 182 |
| <b>FIGURA 4-3.</b> Solicitudes de patentes de invención de residentes<br>por tipo de solicitante residente .....           | 183 |
| <b>FIGURA 4-4.</b> Solicitudes de patentes de modalidad de uso por<br>tipo de solicitante residente .....                  | 184 |
| <b>FIGURA 5-1.</b> Descripción respuestas pregunta 15 sobre<br>intencionalidad emprendedora .....                          | 211 |
| <b>FIGURA 5-2.</b> Descripción respuestas pregunta 16 sobre<br>intencionalidad emprendedora .....                          | 212 |
| <b>FIGURA 5-3.</b> Descripción respuestas pregunta 17 sobre<br>intencionalidad emprendedora .....                          | 212 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>FIGURA 5-4.</b> Descripción respuestas pregunta 18 sobre intencionalidad emprendedora.....  | 213 |
| <b>FIGURA 5-5.</b> Descripción respuestas pregunta 19 sobre intencionalidad emprendedora ..... | 213 |
| <b>FIGURA 5-6.</b> Descripción respuestas pregunta 19 sobre intencionalidad emprendedora ..... | 214 |
| <b>FIGURA 7-1.</b> ventajas de los estudios paramétricos .....                                 | 301 |
| <b>FIGURA 7-2.</b> Hipótesis aprobadas y falseadas en la investigación. ...                    | 310 |

# ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| <b>TABLA 1-1.</b> Doce casos de emprendimientos exitosos de la historia empresarial moderna.....                | 51  |
| <b>TABLA 2-1.</b> Principales definiciones sobre emprendimiento .....   | 78  |
| <b>TABLA 2-2.</b> Tipos de emprendimiento Vs Modelos de desarrollo.....   | 80  |
| <b>TABLA 2-3.</b> Enfoques de los artículos de investigación sobre educación para el emprendimiento.....        | 84  |
| <b>TABLA 2-4.</b> Evolución de la pedagogía en investigación sobre educación para el emprendimiento.....        | 86  |
| <b>TABLA 2-5.</b> Causation vs. Effectuation .....  | 89  |
| <b>TABLA 4-1.</b> Tipo de solicitantes y número de solicitudes de patentes de invención 2019.....               | 181 |
| <b>TABLA 5-1.</b> Descripción información sociodemográfica de los estudiantes universitarios participantes..... | 210 |
| <b>TABLA 5-2.</b> Descripción Programa Académico de pregrado .....  | 210 |
| <b>TABLA 5-3.</b> Análisis de factores.....   | 215 |
| <b>TABLA 5-4.</b> Ventajas y desventajas.....   | 216 |
| <b>TABLA 5-5.</b> Valoración del entorno .....  | 218 |
| <b>TABLA 5-6.</b> Valores individuales .....  | 219 |
| <b>TABLA 5-7.</b> Modelo de variables socio – culturales .....  | 222 |
| <b>TABLA 5-8.</b> Resultado del Modelo de variables socio – culturales ....                                     | 223 |
| <b>TABLA 5-9.</b> Resumen resultado del Modelo de variables socio – culturales .....                            | 223 |

|  |     |
|--|-----|
| <b>TABLA 5-10.</b> Modelo de variables antecedentes personales y familiares.....                         | 224 |
| <b>TABLA 5-11.</b> Resultado del Modelo de variables antecedentes personales y familiares .....          | 225 |
| <b>TABLA 5-12.</b> Resumen resultado del Modelo de variables antecedentes personales y familiares .....  | 225 |
| <b>TABLA 5-13.</b> Modelo de variables valores individuales.....   | 227 |
| <b>TABLA 5-14.</b> Resultado modelo de variables de valores individuales.....                            | 228 |
| <b>TABLA 5-15.</b> Resumen resultado modelo de variables de valores individuales.....                    | 228 |
| <b>TABLA 5-16.</b> Modelo de variables ventajas y desventajas del emprendimiento .....                   | 229 |
| <b>TABLA 5-17.</b> Resultado Modelo de variables ventajas y desventajas del emprendimiento .....         | 230 |
| <b>TABLA 5-18.</b> Resumen resultado modelo de variables ventajas y desventajas del emprendimiento ..... | 230 |
| <b>TABLA 6-1.</b> Descripción de los ejes temáticos .....  | 261 |
| <b>TABLA 6-2.</b> Guía de preguntas.....   | 263 |
| <b>TABLA 6-3.</b> Estrategias DO y DA .....  | 271 |
| <b>TABLA 6-4.</b> Estrategias FO, FA .....   | 276 |
| <b>TABLA 7-1.</b> Temáticas del instrumento .....  | 295 |
| <b>TABLA 7-2</b> Medidas de tendencia central para Ecuador y Colombia parte 1 .....                      | 304 |
| <b>TABLA 7-3.</b> Medidas de tendencia central para Ecuador y Colombia parte 2 .....                     | 306 |

# INTRODUCCIÓN

## INTRODUCTION

Este es un libro compilatorio en el que profesores de diversas universidades, ofrecen al público los resultados de proyectos de investigación y de reflexiones hechas en diversos escenarios académicos en los que se analizan las implicaciones que trae para el estamento universitario el emprendimiento como nuevo desafío para la educación superior.

Este proyecto de publicación surgió de un encuentro académico de profesores vinculados con facultades de administración, que fueron convocados para pensar el papel que puede cumplir la formación universitaria en la preparación de los estudiantes para la posterior integración del egresado al mercado laboral actual. En el marco de tal encuentro, un libro que analizase la relación universidad-emprendimiento se concibió como una necesidad al coincidir los profesores presentes en dos cuestiones.

Primero, que el emprendimiento se está convirtiendo para los egresados universitarios, especialmente para quienes se gradúan de carreras administrativas y económicas, en la alternativa laboral más real a la que pueden acudir para asegurar un ingreso pecuniario suficiente para sí mismos, y un escenario de trabajo efectivo para aplicar sus conocimientos profesionales aprendidos en la universidad. Y segundo, que la relación emprendimiento y universidad se vislumbra de entrada como extremadamente desafiante y problemática. Desafiante porque no resulta del todo clara la malla curricular que los programas de pregrado tienen

que ofrecer a sus estudiantes para que los eventuales esfuerzos de emprendimiento de sus egresados cuenten con mayor probabilidad de éxito, si es que la educación superior puede realizar alguna contribución trascendente al respecto. Y problemático porque tampoco resulta evidente que la educación superior deba enfocar sus recursos para que los egresados salgan de la universidad a crear empresa, pues su naturaleza misional podría estar más bien enfocada a garantizar, no la competitividad económica y laboral de una nación, sino su estabilidad política y democrática.

Emprendimiento y universidad es entonces el nombre que se le da a la clásica pregunta por la relación que se puede presentar entre formación y empleo. Aquí, al reconocer que es la universidad el hipotético escenario ideal de cualificación para desarrollar la mayor competencia profesional posible, y al emprendimiento, la modalidad de empleo que podría llegar a ser dominante en el siglo XXI. Si esto va a ser así, el emprendimiento se va a convertir en el mayor desafío que enfrentará la formación universitaria. Su intrínquis se encuentra en la tensión que produce la idealidad de un sujeto que desea pertenecer al mercado, al tiempo que quiere ser políticamente autónomo, formado en una dinámica profesionalizante.

La diada emprendimiento-universidad se teje aquí desde lecturas disciplinares distintas y el lector va a encontrar apertura de pensamiento. En general, este es un libro escrito desde las ciencias sociales, desde una actitud científica comprensiva, que quiere brindar una perspectiva de sujeto y subjetividades, de sociedad, de organizaciones, de lo económico, histórico, político, tecnológico y cultural que teje la diada propuesta. En su reflexión, teje tópicos holísticos que consideran la realidad laboral como un todo complejo, en el que el emprendimiento se vislumbra como una

dinámica positiva para quienes lo desarrollan, y en general, para todos los que hacen parte de ese ecosistema y que puede por ello contribuir al desarrollo económico del país, pero que requiere una fuerza institucional que le geste de manera eficiente y políticamente pertinente para nuestro contexto social.

Los autores que han contribuido con este libro compilatorio abordan la relación entre emprendimiento y universidad tratando de responder, de manera explícita o implícita, a esta pregunta: ¿qué líneas se pueden adoptar para pensar el emprendimiento en un contexto universitario colombiano? Lo que el lector va a encontrar como capítulos es la formulación de diversos tipos de líneas que se configuran en niveles de análisis de la relación universidad-emprendimiento. Esta combinación de niveles que constituyen este proyecto de publicación es una condición afortunada que no se estableció desde el principio como un propósito a cumplir. Surgió como resultado no previsto. Tales líneas de análisis de la relación universidad emprendimiento se pueden sintetizar en cuatro y constituye cada una de ellas el núcleo argumentativo diferenciado de alguno de los capítulos de este libro en contraste con el de otro. Estas vendrían a ser las siguientes:

- **La línea aplicativa.** Interroga por la contribución que pueden realizar los estamentos universitarios en la aplicación de conocimiento técnico o tecnológico y ello de modo tal que permita generar productos innovadores, susceptibles de patentes que pueden posteriormente constituirse en la materia prima de un nuevo proyecto de negocio. En esta línea encontrará el lector dos capítulos de este libro, que hacen de las expresiones “transformación del conocimiento”, “transferencia tecnológica”, “innovación” y “patentes”, los términos claves de su discusión.

- **La línea creativa.** Interroga por la contribución que puede hacer la formación universitaria en la creación de nuevas ideas de negocios. Lo fundamental en esta línea es todo el componente económico-administrativo que implica un emprendimiento y en el que la triada Empresa-Estado-Universidad resulta decisiva para que se pueda concretar un nuevo proyecto de negocios. En esta línea encontrará el lector un texto que hace de los términos “sostenibilidad”, “modelos de negocios” y “nuevas ideas de negocios”, “incubadoras de empresas”, las expresiones claves de su discusión.
- **La línea analítica.** Interroga desde una perspectiva crítica la cultura del emprendimiento en la que las universidades deben incursionar, para instaurarse en dinámicas de gobernanza y gobernabilidad escalar. En esta línea se subraya la complejidad de la diada universidad-emprendimiento determinada principalmente por la tensión que produce el ideal de un sujeto que desea pertenecer al mercado, al tiempo que quiere ser políticamente autónomo y formado en una dinámica profesionalizante. El lector encontrará en esta línea un capítulo en el que los términos “modernidad”, “emancipación”, “educación” y “progreso” son las expresiones claves de su discusión.
- **La línea evaluativa.** Interroga por los efectos que ha tenido la educación universitaria en la formación de emprendedores una vez los estudiantes egresan de la universidad. En esta línea encontrará el lector tres capítulos que tienen como objeto de análisis el estudiante universitario, en los que se evalúan y debaten las competencias emprendedoras desarrolladas, la motivación para emprender y la actitud hacia todo lo que representa el emprendimiento. Los tres capítulos vinculados

con esta línea se caracterizan además por basarse en investigaciones empíricas, a diferencia de las otras tres líneas mencionadas anteriormente, que se constituyen en reflexiones que tienen como eje de discusión la dimensión curricular en la formación universitaria. Las palabras claves en esta línea son “competencias”, “formación”, “motivación”, “actitudes”.

Como caracterización general de este libro hay que indicar que el lector del texto no va a encontrar en sus capítulos un consenso sobre el rol que debe cumplir la universidad en la sociedad. Así se podrá encontrar en este documento algunos análisis que se posicionan frente a la educación superior en la relación emprendimiento-universidad vía *management*, lo que hace que al estatuto de productor y difusor de conocimiento conferido a la universidad se le añada la obligatoriedad de dar resultados tangiblemente económicos a la sociedad. Son análisis que proyectan a la universidad desde un doble rol: accionadora y gestora de actividades económicas, laborales y científicas. Sería un espacio institucional en el que se gestan dinámicas para emprender; al tiempo que es un actor importante en el objetivo de jalonar, junto a otros actores, el emprendimiento, y con ello, el desarrollo escalar (local, regional y nacional).

Pero también encontrará el lector posiciones de los autores sobre el rol de la universidad que plantea cuestiones históricas, geográficas e identitarias, percibidas como centrales para Latinoamérica como condición para ganar autonomía política de pensamiento, que permita abandonar un modelo hegemónico externo instaurado como realidad social implacable sobre nosotros, hasta ahora. Todos los autores, sin embargo, coinciden en que actualmente se vive un cambio de época y que la educación superior está hoy día, más que nunca, puesta en cuestión.

El espíritu de este libro se alimenta de reconocer que existe una dinámica de la enseñanza-aprendizaje en el contexto universitario que ya no responde a los propósitos y valores del proyecto moderno, lo que le impone al estamento universitario latinoamericano el deber de producir un pensamiento propio, diferente y diferenciador, sobre el camino que los países latinoamericanos debemos recorrer en el sistema educativo para cualificar a los jóvenes y se encuentren realmente preparados para responder a los desafíos que tiene el actual mundo laboral.

Ahora bien, entrando en detalles con respecto a cada uno de los capítulos del texto, cabe señalar que este libro fue concebido desde la Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira como una herramienta que aporte en la discusión sobre la relación que tienen el emprendimiento y la universidad. Se invitó autores de variadas posturas y universidades para que participaran con sus trabajos, lo que permitió enriquecer la visión que se tiene de los dos temas enfrentados. El llamado fue atendido por académicos pertenecientes a la Universidad del Valle, en sus sedes Cali y Palmira; la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira; la Universidad Santiago de Cali; la Universidad del Atlántico, UNICUCES de Cali, la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador y de la Universidad Nacional de Colombia.

Los siete capítulos del libro tienen una arquitectura que hace que el lector se sumerja en la complejidad de la relación emprendimiento-universidad. Al iniciar se encuentra con cuatro capítulos que reflexionan críticamente sobre ella desde áreas disciplinares como la Administración, la Psicología Social y la Economía para situarla y contextualizarla. Posteriormente, el lector reconoce su aplicabilidad en la praxis y realidad colombiana, con casos de investigación aplicada, desde la Administración y la Economía.

En el primer capítulo los autores discuten sobre la pertinencia de la educación en Administración frente al emprendimiento de cara a los desafíos del siglo XX. En el documento se plantean unos cuestionamientos que permiten debatir sobre el desarrollo de algunos de los emprendimientos de mayor reconocimiento en la historia moderna. Este capítulo identifica como factor común, experiencia y conocimiento previo respecto al tema o modelo de negocio desarrollado y en la mayoría de los casos, poco o ningún tipo de conocimiento respecto a la administración. Marco Salcedo, José Londoño-Cardozo y Bryan Gaitán traen argumentos sobre la pérdida de importancia del estudio universitario, principalmente en temas administrativos, frente a las posibilidades de ascenso social. En tal sentido, para los autores es necesario repensar la educación en Administración de cara a la entrada de la inteligencia artificial, las nuevas formas de intercambio económico resultantes del ingreso de las TICS en ambientes personales y organizacionales y a los desafíos que las generaciones más jóvenes, *millennials* y *centennialls*, manifiestan tanto para el mercado laboral como para el entorno académico.

El segundo capítulo propone que el desarrollo de un proyecto empresarial que sea innovador y se perfile con probabilidad alta de ejecución, debe estar amparado por las universidades como la oferta principal y primera opción para sus estudiantes. Esto se debe a las inestables características del entorno laboral y económico, que desfavorecen la clase trabajadora (desde la seguridad, salud y en general, otros derechos). Propone la necesidad inminente de que la universidad haga parte de una relación estrecha con el Estado y la empresa. A partir del modelo de la Triple Hélice, Alexandra Arellano, exhorta a un cambio de paradigma social que ponga a la universidad como jalonadora de innovación para el desarrollo regional. De este modo, la relación Empresa-Universidad-Estado ha de tener

acuerdos a la manera de “todos ponen” y “todos se benefician”, pone de manifiesto que el actual rol de la universidad está rezagado puesto que no se autoanaliza para entrar en dinámicas actuales de mercado, que incluso le pueden permitir autofinanciación. Ella señala que la universidad tiene el deber de generar procesos de innovación que fortalezcan el avance de la sociedad. El papel de la empresa y del Estado estará en constante retroalimentación desde la dinámica universitaria de investigación y docencia. En este sentido, la universidad puede comportarse como un emprendedor colectivo desde un modelo interactivo de innovación.

El tercer capítulo tiene como objetivo discutir el papel de la educación superior como mecanismo homogeneizador, productor y reproductor de la cultura, desde una ubicación histórica concreta: la Modernidad. Época donde parece haber una mayor valoración de la educación como la instancia en la que se materializan los objetivos del proyecto de la Filosofía de la Ilustración. Jonny Alexander Cruz y Diana Milec Cifuentes analizan cómo los procesos de moldeamiento ocultan las razones históricas de la pobreza y la miseria, en un sistema global de exclusiones y exfoliación del mundo a favor de unas cuantas naciones, que, gracias a la guerra y a sus políticas imperialistas, han logrado capitalizar para sí, no sólo los recursos materiales sino además los ideológicos, imponiendo en un proyecto civilizatorio, sus maneras de interpretar la realidad. De este modo, permiten comprender cómo se presenta la pérdida del valor intelectual que la universidad encarnaba desde lo que se llama docto o formación (*bildung*) orientada desde los intereses y potencialidades del educando, para llegar a unas necesidades de formación establecidas y direccionadas, cada vez más por agendas políticas estatales y del *management*. Los autores señalan la necesidad de evidenciar que la relación entre los sistemas de

gobierno y los procesos educativos ha sido una estrategia exitosa para el sostenimiento del sistema económico y productivo. Los procesos de emprendimiento como parte de las funciones formativas de las universidades contemporáneas podrían correr el riesgo de dejar en un segundo plano la función principal de la educación como generadora de conocimiento, asumiendo desde una postura funcionalista al servicio de la economía, la figura de universidades-empresa que se preocupan más por vender sus ideas al sector industrial que por producir ideas revolucionarias.

En el capítulo cuatro, Romario Barrios Hernández y Juan Luis de la Hoz, invitan al lector a comprender cómo las universidades contribuyen al desarrollo de competencias para el emprendimiento, en perspectiva de la construcción de procesos de innovación y transformación del conocimiento. Plantean que las instituciones de educación superior son actores importantes en los objetivos del emprendimiento, la innovación, creación de productos, bienes y servicios. Enfatizan en que la innovación es la piedra angular en la relación universidad-emprendimiento pues su enseñanza es fundamental para el progreso de las sociedades contemporáneas. Pensar la universidad instaurada en la economía del conocimiento, permitiría atribuirle la generación de productos que juegan un doble estatuto: le permiten financiarse y proyectarse socialmente. En este doble atributo se posiciona y proyecta el emprendimiento, puesto que teje procesos de innovación que le jalonan para permanecer vigentes y sostenibles. El proceso de patentación es así el principal indicador de la relación emprendimiento-universidad.

En el quinto capítulo, Edward Benavides, Camilo Castro y Mauricio Quintero, discuten la necesidad que tienen las universidades de revisar su infraestructura, recursos humanos, impactos sociales, am-

bientales y económicos, y los impactos desde el Índice Departamental de Innovación de Colombia –IDIC–, para crear sus Unidades de Emprendimiento. El análisis DOFA que realizan en un caso de estudio con una universidad, permite poner en evidencia que se tienen condiciones que debe identificar y aprovechar, así como modificar, combatir y eliminar, para que el direccionamiento estratégico lleve a cabo los jalos en innovación y emprendimiento. La relación de la universidad con los grupos de interés es una de las principales capacidades que tienen las unidades de emprendimiento para su creación, gestión y sostenibilidad. La capacidad institucional de la universidad también lo es, comprende tanto el brazo financiero, tecnológico, logístico y de talento humano como el trabajo colaborativo e interdisciplinario con metas definidas y medibles, así como la visibilización de la unidad de emprendimiento en la sociedad vía procesos de extensión y proyección social. La vigilancia tecnológica ha de gestar una dinámica constante de innovación y emprendimiento. La universidad, vía unidades de emprendimiento, hará parte de la gobernanza de la región donde ésta se encuentre ubicada.

El capítulo seis aporta la visión de lo que la universidad puede hacer para anclarse a la dinámica de desarrollo económico regional. Desde una mirada institucional, Paola Salazar, Cristina Galvis y Andrés Felipe Parra, muestran el posicionamiento de ésta como un actor social importante en la cultura del emprendimiento. También lo que las unidades de emprendimiento tienen que hacer para diagnosticar sus oportunidades y proyectar su sostenibilidad. Se sitúa el emprendimiento como una actividad intelectual al tiempo que institucional, no fortuita y que debe ser administrada para la eficacia.

Finalmente, el capítulo siete, tuvo como objetivo identificar la percepción de los estudiantes de dos universidades, una en Colombia

y una en Ecuador, acerca de la influencia de factores como el apoyo institucional desde las universidades, el conocimiento previo y las condiciones sociales y políticas de sus países frente a su decisión de emprender. Basados en evidencia científica, Saulo Bravo, Wilson Araque, Mercedes Martínez, Andrés Argüello, Juan David Mera y José Londoño-Cardozo, aseguran que un proceso de emprendimiento puede llegar a tener éxito desde la universidad, puesto que ella es vista como un escenario ideal para el desarrollo de estos proyectos. A ello se añade la actitud y la capacidad emprendedora; en ese sentido se torna pertinente reconocer que la incertidumbre y el trabajo bajo presión podrían ser competencias que los emprendedores desarrollarán en su dinámica de innovación y gestión de ideas nuevas, sin que las condiciones sociales o económicas sean limitantes a la hora de emprender.

Para finalizar, los compiladores agradecen la disposición de cada uno de los autores con la gestión de las diferentes etapas de corrección que se presentaron. De igual forma, los autores y compiladores esperan que la lectura genere discusiones tanto en la academia como en el hacer cotidiano. Hay en ello un goce, que surgió de manera genuina, y coincidió con el llamado de Paulo Freyre de hacer de la educación una práctica de la libertad.



## Capítulo 1.

# EL PAPEL DE LAS FORMACIONES TÉCNICAS PREVIAS EN EL EMPREDIMIENTO LABORAL DE LAS NUEVAS GENERACIONES DE EGRESADOS DE PROGRAMAS DE ADMINISTRACIÓN

*The role of previous technical training in the labor entrepreneurship  
of new generations of graduates from management programs*

**Marco Alexis Salcedo Serna\***

✉ [masalcedos@unal.edu.co](mailto:masalcedos@unal.edu.co)

© <https://orcid.org/0000-0003-0444-703X>

**José Londoño-Cardozo\***

✉ [jodlondonoca@unal.edu.co](mailto:jodlondonoca@unal.edu.co)

© <https://orcid.org/0000-0002-5739-1191>

**Bryan Yazir Gaitán Vera\***

✉ [bygaitanv@unal.edu.co](mailto:bygaitanv@unal.edu.co)

© <https://orcid.org/0000-0002-3662-6377>

\*Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira  
Colombia

### Cita este capítulo:

Salcedo Serna, M. A., Londoño-Cardozo, J. y Gaitán Vera, B. Y. (2021). El papel de las formaciones técnicas previas en el emprendimiento laboral de las nuevas generaciones de egresados de programas de Administración. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.29-70). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

# EL PAPEL DE LAS FORMACIONES TÉCNICAS PREVIAS EN EL EMPRENDIMIENTO LABORAL DE LAS NUEVAS GENERACIONES DE EGRESADOS DE PROGRAMAS DE ADMINISTRACIÓN

Marco Alexis Salcedo Serna  
José Londoño-Cardozo  
Bryan Yazir Gaitán Vera

## Resumen:

**Objeto:** Este es un texto reflexivo que analiza el papel que puede cumplir la educación universitaria de pregrado, fundamentalmente la que se brinda en las facultades de Administración, para formar una generación de jóvenes que tienen en el emprendimiento la opción más real para tener empleo. **Referentes teóricos:** la reflexión está basada en análisis realizados por diversos autores que evalúan la relación formación universitaria-empleo y las nuevas tendencias laborales en el siglo XXI, especialmente desde la sociología del trabajo y observatorios de la educación superior en Colombia. **Discusiones:** Se aborda algunos de los cuestionamientos que diversos sectores hacen a la formación universitaria contemporánea a partir de las transformaciones que se están dando en el mundo laboral actual y el papel que tiene el emprendimiento como estrategia laboral de los jóvenes profesionales para garantizar un ingreso económico en el siglo XXI; se analiza la importancia de la formación técnica no administrativa en la formación de los futuros administradores. **Conclusiones:** La

experiencia empírica de emprendedores célebres indica que la relación entre el conocimiento técnico previo y el éxito emprendedor es positiva, lo que debe conllevar a que las facultades de Administración repiensen el tipo de formación que imparten, usualmente centrada en procesos de gestión administrativa, como también los procesos de selección de los estudiantes para que se promueva la formación de egresados con competencias técnicas previas en diversas áreas del conocimiento (ingenierías, tecnologías, etc).

**Palabras Clave:** emprendimiento, educación universitaria, competencias técnicas, facultades de Administración

**JEL:** I21, I23, J01, M10, L26

### **Abstract**

**Objective:** This is a reflective text that analyzes the role that undergraduate university education can fulfill, fundamentally that offered in management faculties, to train a generation of young people who have in entrepreneurship the most real option to have a job. **Theoretical references:** the reflection is based on analyzes carried out by various authors who evaluate the relationship between university education and employment and the new labor trends in the 21st century, especially from the sociology of work (ECLAC and De la Garza Toledo) and education observatories higher in Colombia. **Discussions:** Some of the questions that various sectors make to contemporary university education are addressed based on the transformations that are taking place in the current world of work and the role that entrepreneurship has as a labor strategy of young professionals to guarantee an economic income in the 21st century; And the importance of non-administrative technical training in the training of future administrators is analyzed.

**Conclusions:** The empirical experience of famous entrepreneurs indicates that the relationship between prior technical knowledge and entrepreneurial success is positive, which should lead Administration faculties to rethink the type of training they impart, usually focused on administrative management processes, as well as the student selection processes so that the training of graduates with prior technical competencies in various areas of knowledge (engineering, technologies, etc.) is promoted.

**Keywords:** entrepreneurship, university education, technical skills, Management faculties

**JEL:** I21, I23, J01, M10, L26

## **Introducción**

Sin duda es fundamental estudiar y comprender los factores que permiten que los estudiantes en la actualidad que egresan de un programa de Administración en Colombia puedan incursionar con éxito en el mercado laboral. Distintos indicadores laborales muestran que la empleabilidad de un egresado de una carrera universitaria no está garantizada con la mera obtención de un grado profesional, ni conlleva a una remuneración que esté acorde con el nivel de estudios alcanzado y el esfuerzo financiero que realizó (González, 2017; Llanes, 2015; Observatorio Laboral para la Educación, 2018).

Es en ese punto en que surgen preguntas como las siguientes: ¿están las universidades capacitadas para preparar a los futuros profesionales en las competencias que les permitan afrontar el mundo laboral actual y futuro? ¿A las nuevas generaciones de jóvenes les interesa la preparación universitaria? ¿Los aprendizajes que se adquieren en la actual formación universitaria son el

ideal para las necesidades sociales y laborales de estas nuevas generaciones? Y finalmente ¿Cuál es la mejor forma de prepararse para los desafíos laborales devenidos de los cambios políticos, sociales y generacionales futuros?

Este documento aportará argumentos que busquen dar respuesta a estos cuestionamientos y debatir acerca del ideal educativo para los futuros profesionales de administración, de cara a la primera mitad del siglo XXI. Además, en este texto se declara la necesidad de reconocer y superar las limitantes que tiene la educación universitaria en el mundo actual, especialmente en el caso colombiano. Esto, a través de cambios curriculares que permitan una mayor vinculación con las organizaciones nacionales e internacionales y con los sectores económicos productivos locales y globales.

En este sentido, este documento abordará varias cuestiones. En primer lugar, la crisis que enfrentan actualmente las universidades por la caída de matrículas (Cajiao, 2019; El Tiempo, 2019; Revista Semana, 2020), los cuestionamientos que diversos sectores realizan a esta institución educativa y la relación que tienen estos cuestionamientos y esta crisis con las transformaciones que dan en el mundo laboral actual. En segundo lugar, se abordará la cuestión del emprendimiento como una de las más importantes estrategias laborales que pueden adoptar los jóvenes profesionales para garantizar un ingreso económico suficiente en el siglo XXI; y finalmente, se analizará el caso de la administración al mostrar la importancia de promover entre sus estudiantes la formación técnica no administrativa. Por ejemplo, mediante la preferencia que le pueden conceder al ingreso en las facultades de Administración de las universidades de Colombia a los estudiantes que se han entrenado primero en oficios y competencias técnicas antes de

aspirar a instruirse en los conocimientos administrativos. Esto se ilustrará con la revisión que se hace de la trayectoria profesional de algunos emprendedores de reconocimiento mundial. Por último, se plantean algunos de los obstáculos de la educación universitaria en administración para afrontar este desafío.

### **La crisis del estamento universitario en el siglo XXI como centro de formación y preparación de las nuevas generaciones**

La educación terciaria aún es vista como una vía efectiva para mantener u optimar las condiciones de vida de la población atrapada en situación de pobreza y de exclusión social. La creencia generalizada sobre esta cuestión señala que la formación universitaria, sobre todo entre las personas que proceden de clases más bajas, puede resultar un poderoso factor protector frente al riesgo de desempleo en épocas de crisis económicas, además de ayudarle a mejorar la posición social (Vélez Vázquez, 2014).

Sin embargo, en la actualidad aparecen indicios que advierten que la educación universitaria progresivamente pierde su capacidad de producir movilidad social en los ciudadanos. Tal es el caso de la disminución del impacto de la educación universitaria en el cierre de las brechas sociales o en la poca capacidad que tienen los egresados de cambiar su situación socioeconómica (Ministerio de Educación Nacional de Colombia, 2017). Esto es un hecho que podría originar un desencanto, especialmente en los jóvenes pertenecientes a los sectores más vulnerables de la sociedad. Ello, en tanto les haría creer que ir a la universidad puede ser una pérdida de tiempo. En este sentido, puede resultar más conveniente apostarle a otras vías, en ocasiones vinculadas a la ilegalidad y a la criminalidad, para garantizar un buen ingreso económico; incluso mejor que el que puede obtener un profesional con alta cualificación.

Inurrieta consideró que el mercado de trabajo no está en la capacidad de acoger toda la mano de obra calificada (2017). Ello, desencanta a los jóvenes acerca de cursar un programa universitario, especialmente al analizar la diferencia de salario entre trabajadores que tienen titulación superior y quienes no la tienen (Inurrieta, 2017). En este sentido, Inurrieta señaló lo que sigue:

La vieja idea de que la educación era una vía para el ascenso social (...) se ha venido abajo (...). De hecho, la pléyade de Universidades hoy en España es una fábrica de futuros parados, primero por su escaso valor añadido dado el exceso de oferta sin regular; y, en segundo lugar, porque el propio modelo productivo no absorbe esta mano de obra poco cualificada, a pesar de la titulación. (2017).

En el caso colombiano, según datos del Observatorio Laboral para la Educación (2018), el salario promedio de enganche para todas las áreas de conocimiento a nivel nacional sigue la misma dirección. Su valor tiene una tendencia de caída año tras año. Pasó de un promedio nacional que era cercano a los cinco salarios mínimos mensuales vigentes en 2006, a estar en el año 2016 en un promedio nacional cercano cada vez más a los dos salarios mínimos mensuales. Estos son salarios que acercan los ingresos de un profesional a los que históricamente han obtenido egresados de niveles técnicos o tecnológicos.

Pero esta situación no parece darse de manera equivalente en todas las profesiones, sometidas algunas a mayores procesos de precarización laboral por diversas causas, entre ellas la excesiva oferta de profesionales titulados. Según un diagnóstico que el Observatorio laboral para la educación emitió en 2015 al respecto – entre 2011 y 2014 – las áreas de Economía, Administración, Contaduría

y afines presentaron el mayor número de titulados en la educación superior, con un total de 469 705 personas. Por otra parte, Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y afines –con 305 906 graduados– le seguían en la lista de carreras que más títulos otorgaron. Ciencias Sociales y Humanas y Ciencias de la Educación estuvieron en tercer y cuarto lugar con 221 572 y 153 720 titulaciones, respectivamente (Observatorio Laboral para la Educación, 2015).

Economía, Administración, Contaduría y afines fue también la segunda área de mayor crecimiento en número de titulaciones respecto de otros años (8,2 %), después de Bellas Artes (creció un 9,8%). A nivel de maestría fue la segunda que más creció en titulaciones en el 2012. Con respecto a los salarios, Administración quedó ubicada en el grupo de profesiones en Colombia con alta tasa de vinculación, pero bajo salario promedio. Y finalmente el grupo profesional de Economía, Administración, Contaduría y afines fueron ubicadas en el área de carreras en el que las personas tenían más baja tasa de relación entre sus empleos y su formación, en comparación con otras áreas (Observatorio Laboral para la Educación, 2015).

En conclusión, los profesionales del grupo de Economía, Administración, Contaduría y afines pertenecen a los programas de los que egresan mayor número de estudiantes en Colombia, obtienen bajos salarios de enganche y suelen trabajar en ocupaciones por debajo de su cualificación. Esto, con la consecuente reducción de ingresos que eso propicia. De este modo, la idea de la educación superior como ascensor social no parece un supuesto que pueda generalizarse a todas las carreras, lo que puede darle validez a la apreciación que consignó el mencionado Observatorio Laboral del Ministerio de Educación en un informe citado en Finanzas Personales sobre la existencia de carreras que pierden vigencia hoy

día (Finanzas Personales, 2016). Tales el caso de Administración dadas las nuevas necesidades que han surgido en torno a la tecnología, la globalización, los cargos gerenciales que se imponen en el mundo y las condiciones económicas y políticas que se han transformado con el cambio de siglo. Adicionalmente, la llegada a la edad adulta de las generaciones llamadas *millenials* y *centenials* ha dinamizado cambios en diferentes aspectos de las sociedades (Díaz-Sarmiento et al., 2017).

Desde su fundación, la universidad en Colombia ha contado con innumerables apoyos de la sociedad y del gobierno nacional de turno desde el supuesto de que esta organización garantiza el desarrollo del talento humano necesario para el crecimiento económico, social y cultural de un país. Es celebre en la historia de Colombia el aporte que hizo el general Santander en el siglo XIX al sistema universitario colombiano con su empeño de convertir a la educación superior, especialmente la pública, en el pilar del ejercicio democrático de la ciudadanía y del desarrollo social y económico de la nueva República que se gestaba durante su periodo en la presidencia de la Nueva Granada (Mantilla, 2017).

Sin embargo, dos siglos después, la universidad colombiana no parece estar a la altura de las expectativas que tuvo el general Santander con la educación superior. Las altas tasas generales de desempleo entre los profesionales, los periodos relativamente largos de vacancia laboral, el creciente fenómeno de sobre cualificación profesional (Olaz, 2008) y las bajas remuneraciones que obtienen, pueden indicar que el talento humano que sale de las universidades colombianas carece de las competencias pertinentes para aportar a las organizaciones del país. Esto, dado que la universidad parece formar egresados para un modelo laboral y un mercado económico que ya no existe, con condiciones que desde hace décadas cambiaron.

En este sentido, aplica la tesis del filósofo español Ortega y Gasset (1966) acerca de un atraso generalizado de aproximadamente quince años que mantiene la educación superior frente a los adelantos y devenires de la sociedad en la que se encuentra. Algo que quizás pudiera ser mucho mayor en el caso colombiano.

Después de los acontecimientos generados durante Segunda Guerra Mundial, el mundo sufrió un periodo de constantes cambios. El campo laboral no fue una excepción y poco a poco inició el camino para reinventarse y dirigirse hacia el modelo capitalista. Según lo reseñó Albán (2009), el primer elemento que sufrió un cambio fue la figura del patrón. Una figura que según Archila, “se hizo cosa del pasado” (1991, p. 142) a causa de los diferentes cambios que se dieron en el campo laboral “[a]hora los obreros enfrentaban una distante administración que rechazaba el orden paternalista y atomizaba a los trabajadores como fichas de un gran conglomerado que ya no se podía concebir en términos familiares” (1991, p. 142).

En el mundo post-patronal el trabajo se convirtió en el mecanismo que le permitió a las personas crecer y moverse en la escala social. Por esto, aquellos trabajadores de la época eran motivados a mejorar su habilidad personal mediante el estudio de carreras profesionales y la adquisición de nuevas habilidades que les permitirían ascender al interior de las organizaciones en que trabajaban. En este entorno fordista, el mundo laboral también se caracterizaba por la baja rotación de personal (Núñez, 2005). La creación de relaciones laborales solidas que perduraban en el tiempo, con adhesión y lealtad a una sola organización eran el factor común (Sennett, 2005). Ello, generaba mayor motivación a los trabajadores por adquirir nuevos niveles educativos, y así poder proyectarse a futuro. El estudio universitario se consolidaba como el principal medio para

acceder a una vida familiar próspera (Sennett, 2005); esto aplicaba en cualquier aspecto laboral (Figueroa, 2014).

Sin embargo, las condiciones para lograr conformar la población laboral han cambiado acorde a los cambios que se han presentado en la sociedad. Con el cambio de las condiciones materiales en que opera el mercado del trabajo surgieron nuevas generaciones de sujetos que ostentan, lo que Richard Sennett (2005) llamó un nuevo carácter “una palabra que abarca más cosas que la moderna personalidad, un término referido a deseos y sentimientos que pueden existir dentro de nosotros sin que nadie más lo sepa” (2005, p. 12). Según este autor, las nuevas formas de organización del trabajo tienen efectos en las trayectorias laborales de los individuos y en sus los proyectos de vida toda vez que impactan en decisiones como dónde vivir, cuántos hijos tener, y cuándo y con quién casarse.

Pero la mayor impronta sobre el carácter que ha traído la flexibilización contemporánea del mercado laboral se hace ver en el tipo de vínculos emocionales que las nuevas generaciones establecen, que algunos nombran, con un tono de idealización, más libres, más independientes. Esto es un modo de vinculo que Zygmunt Bauman llamó “relaciones líquidas” (2013, 2015) al suponer ligaduras entre las personas muy frágiles, móviles y superficiales, en la que la falta de compromiso emocional entre las partes se convierte en el denominador común de los lazos sociales contemporáneos. Con la llegada del nuevo siglo, entraron en crisis las relaciones laborales sólidas que eran la base de las condiciones contractuales que promovieron los modelos fordista y toyotista en el mundo laboral de las posguerras mundiales (Cuellar, 2009). Después de haber sido durante algunas décadas fordista el mercado del trabajo, ahora se ha “tinderizado” (Varela, 2019), en alusión a la popular aplicación de citas.

De modo equivalente a como Tinder permite cambiar de pareja sexual conforme al estado del ánimo del sujeto, los nuevos modelos contractuales llevan a que el trabajador cambie, quiéralo o no, de sitio de trabajo, gracias a los adelantos tecnológicos, que permean el mercado laboral. Lo anterior, en contextos de la *gig economy* o economía de conciertos, donde las relaciones empleado-empleador son nulas, en estrecha relación con modelos de negocio de base tecnológica donde no existe contrato laboral, se emplea la flexibilización y se tiende a la precarización del trabajo (Graham et al., 2017; Koutsimpogiorgos et al., 2020; McKinsey Global Institute, 2016; Morales Muñoz & Abal Medina, 2020; Muntaner, 2018; Sotelo Valencia, 1998); o también, en contextos de economía colaborativa (Agarwal & Steinmetz, 2019; Botsman, 2015; Botsman & Rogers, 2010a, 2010b; Londoño-Cardozo, 2020), una nueva institución económica (Acosta, 2020; Londoño-Cardozo, 2020), en la que los sujetos pasan a ser ante todo prosumidores (Jarne, 2016; Serrano et al., 2017) y se promueve mucho el autoempleo para la satisfacción compartida y en comunidad de las necesidades (Acosta, 2020; Codagnone & Martens, 2016; de Luna et al., 2020; Londoño-Cardozo, 2020; Ospina Díaz et al., 2019; Zysman & Kenney, 2018).

Las relaciones laborales ahora cuentan con un alto nivel de incertidumbre, por lo que los trabajadores y las organizaciones no crean vínculos emocionales estrechos. Esto, en un contexto en que la calidad del trabajo se encuentra cada vez más precarizada. Al punto en que poseer un título universitario no asegura un crecimiento, ni en la organización en que trabaja el sujeto, ni en la escala social. Además de que el nivel de ingreso por salario de los profesionales ya no presenta gran diferencia con el de aquellos que solo cuentan con estudios tecnológicos (Coyle, 2017; Morales & Abal, 2020; Sotelo, 1998).

En este mundo laboral “tinderizado”, aparecen nuevas figuras de trabajadores que pretenden adaptarse a las nuevas condiciones laborales. Por ejemplo, según lo indicó Varela, en Francia

Se ha creado una figura denominada auto-entrepreneur, creada hace diez años y que ha sido varias veces modificada (...), con la que se está avanzando hacia un ámbito especial para el trabajador independiente de plataforma, creando una serie de protecciones y beneficios extras para él, pero manteniendo el estatus de trabajador autónomo (2019).

Según este autor, en Reino Unido se ha creado una categoría específica llamada *worker* “la cual, junto con el self-employee y el employee, funciona como instrumento para dar encaje a las relaciones de trabajo en las plataformas” (Varela, 2019). Estas son figuras laborales que encajan a la perfección en los mencionados modelos de relación y contratación de la *gig economy*. Estas diferencias en las exigencias y condiciones laborales, sociales, familiares y educativas a las que ha estado sometido el trabajador en el siglo XX, y lo que va del siglo XXI, delinean diferentes tipos de generaciones de trabajadores. Un consolidado de esas diferencias generacionales, se puede observar en la figura 1-1.

**Figura 1-1.** Generaciones socio culturales humanas

| <p><b>Baby Boomer</b><br/>1943 – 1960</p>   | <p><b>X</b><br/>1960 – 1980</p>  | <p><b>Y</b><br/>(Millennials)<br/>1980 – 1994</p>  | <p><b>Z</b><br/>(Centennials)<br/>1994–presente</p>  |
|---|--|--|--|
| <p>• <b>Características socioculturales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Nacidos al terminar la segunda guerra mundial.</li> <li>-Buscan estatus y calidad de vida</li> <li>-Criados por madres jóvenes, tradicionalistas y amas de casa.</li> <li>- Leales e independientes</li> </ul> <p>• <b>Características para el trabajo y la educación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adición al trabajo.</li> <li>- Capacidad para guiar a otras personas</li> <li>- Buscan humanizar la vida de oficina</li> <li>- Permanencia y cargos vitalicios</li> <li>- La educación es un medio de progreso</li> <li>- Su vida se define por lo que son (cartero, lechero, gerente, banquero, etc.).</li> </ul> | <p>• <b>Características socioculturales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ambos padres trabajaban o estaban divorciados.</li> <li>- Se formaron en entornos inseguros, cambiantes y diversos.</li> <li>- Sin afiliación política particular</li> <li>- Convencidos de la educación superior como camino para un empleo valioso y una vida digna.</li> <li>- Materialistas, consumistas, cínicos y desconfiados.</li> <li>- Dejarían todo por sus hijos y buscan darles la estabilidad que ellos no tuvieron.</li> </ul> <p>• <b>Características para el trabajo y la educación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pragmáticos e individualistas.</li> <li>- Trabajo como medio para conseguir los objetivos mas no como el fin en sí mismo.</li> <li>- Adaptación al cambio y al uso de la tecnología</li> <li>- Esfuerzo por alcanzar metas</li> <li>- Valoran el reconocimiento.</li> <li>- Gusto por estudiar y capacitarse</li> </ul> | <p>• <b>Características socioculturales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nativos digitales.</li> <li>- Quieren cambiar el mundo, ser más correctos, más honestos, más ecológicos, más orgánicos, más exitosos.</li> <li>- No existen las fronteras físicas, viven en un mundo globalizado.</li> <li>- Desapego por las afiliaciones políticas y religiosas.</li> <li>- Hiperconectados</li> </ul> <p>• <b>Características para el trabajo y la educación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ingresan a laborar con total e innato control de la tecnología</li> <li>- Asfixia en trabajos donde no se les promociona o asciende con frecuencia</li> <li>- Poca lealtad con los empleadores y constantemente buscan el cambio de organización</li> <li>- Priorizan sus intereses personales a los organizacionales</li> <li>- Incomodidad con estructuras rígidas</li> <li>- Demandan crecimiento personal constante</li> </ul> | <p>• <b>Características socioculturales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hiperactividad</li> <li>- Inmadurez innata</li> <li>- Adicción a la Internet.</li> <li>- Se interesan en aquello que consideran relevante.</li> <li>- Apertura y tolerancia ante la realidad social que les rodea.</li> <li>- Nativos digitales.</li> <li>- Hiperconectados</li> </ul> <p>• <b>Características para el trabajo y la educación</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Practicidad</li> <li>- Leer o escribir textos largos es considerada una tarea engorrosa.</li> <li>- Prefieren uso de imágenes, contracciones lingüísticas, emoticonos, memes, vídeos y demás herramientas.</li> <li>- Se interesan en mayor medida por medios de aprendizaje y de trabajo que integren el uso de la tecnología.</li> </ul> |

Fuente: Elaboración propia a partir de Carrington et al. (2015), Díaz-Sarmiento et al. (2017), Guerrero Trevino (2018), Hayes et al. (2018), Puiu (2017), Soto del Águila (2018) y Southgate (2017) .

En consonancia con las transformaciones que ha sufrido el mercado laboral se han modificado los requerimientos en habilidades y conocimientos técnicos que hacen los empleadores a los trabajadores para integrarse al mundo del trabajo. Ciertamente, las competencias laborales no permanecen estáticas en el tiempo. Estas también son afectadas por fenómenos como la globalización y el constante avance tecnológico (Botero Carvajal & Loaiza Ceballos., 2018; Ortega Ruiz, 2014). Para las organizaciones, las nuevas competencias laborales deben estar enfocadas en poder desarrollar innovación total en el mercado, como lo menciona Schumpeter (1997).

La OCDE (2005) afirmó que la innovación está tanto en el trabajo como en la sociedad, y exige que las personas adopten nuevas prácticas, métodos, herramientas y dispositivos en la vida diaria. Algunos tipos de trabajo tienden a desaparecer y aparecen otros con requerimientos de otras competencias laborales. Esta velocidad de la innovación obliga a las universidades a actualizar sus mallas curriculares a un ritmo más rápido de lo que se requería en el siglo XX. Así, entidades de control y vigilancia de las universidades colombianas como el MEN (Ministerio de Educación Nacional), ponen como uno de los requisitos a las universidades, para que los distintos programas de pregrado puedan recibir certificaciones de alta calidad, el que realicen actualizaciones periódicas que lleven a introducir nuevos conocimientos y experiencias en los planes de estudio. Esto sucede a veces en detrimento de las asignaturas clásicas que se impartían y que antes se consideraban imprescindibles en la formación de un estudiante universitario (Arreguit & Hugues, 2019).

Sin embargo, queda en el ambiente la impresión que estas actualizaciones no se dan con la profundidad y rapidez que demanda el mundo laboral y económico vigente. Esto haría que la cifra

universal de 15 años que tasó Ortega y Gasset (1966) para cuantificar la brecha que se daba entre las universidades y sus conocimientos impartidos, con respecto a los conocimientos que se necesitan para ingresar al mundo laboral presente, pueda haberse incrementado notablemente en estas últimas décadas.

Ahora bien, en los años sesenta del siglo XX se dieron desarrollos teóricos importantes que intentaron organizar esa conflictiva relación que se puede dar entre el empleo y la formación. La teoría del capital humano (Becker, 1993), introdujo un amplio consenso sobre los beneficios que daba la educación en el desarrollo social y económico de una nación (Köhler & Artiles, 2005). Es por ello por lo que la educación dejó de ser percibida como un mero asunto de consumo al que cada individuo o familia podía, discrecionalmente, decidir si realizaba o no la inversión de dinero, de tiempo y energía que la formación superior demandaba.

Desde los años sesenta, según lo señaló Becker, se dejó de creer que la economía sólo estaba supeditaba a los elementos que resaltaba la visión decimonónica del mundo industrial. Se pasó a suponer que los factores centrales para el desarrollo de cualquier nación como el crecimiento económico, la modernización, la mejora individual y colectiva de las condiciones de vida, la innovación tecnológica y el incremento de la productividad estaban determinadas por la calidad y cantidad de inversiones que realizaban los gobiernos en el sector educativo (Becker, 1993). El enfoque funcionalista del capital humano convirtió a la institucionalidad, al Estado, más que a los individuos, en el gran inversor y planificador de la educación (Köhler & Artiles, 2005).

Desde este modelo funcionalista las universidades debían contribuir a la competitividad de la economía una nación, al capacitar a la po-

blación en labores cada vez más complejas y cualificadas. Ello, dado que el desarrollo tecnológico iba a llevar a desaparecer en un tiempo no muy lejano los empleos más básicos y rutinarios. Es decir, la figura del obrero, en el sentido descrito por Marx (2001), iba a desaparecer y, con el tiempo, la fuerza laboral. La oferta de empleo sólo se iba a dar en labores muy cualificadas, en entornos muy tecnificados en el que el trabajador asumía más responsabilidades de dirección y control que acciones operativas (Daft, 2011). Este mayor énfasis en empleos que demandan esfuerzos más cognitivos que físicos, dedicados más a identificar y resolver problemas que en realizar tareas repetitivas, monótonas y secuenciales, explica la trascendencia que tuvo a finales del siglo XX la figura del ejecutivo, un trabajador formado en la universidad que lograba con su empleo ascender en la escala social, con el consecuente incremento de su capacidad de consumo.

En contraste, en un mundo globalizado como el actual, el ejecutivo ha dejado de ser el paradigma ideal del trabajador contemporáneo. Ahora lo es, en primer lugar, el teletrabajador, un sujeto que tiene tradiciones culturales meramente urbanas, a diferencia del típico obrero del siglo XIX o XX y que tiende a conformar familias distintas a la tradicional (parejas del mismo sexo, familias reorganizadas o vive solo). Trabaja en contextos laborales flexibilizados y abiertos a la economía internacional en la que hay sobreoferta de productos a consumir y en el que su sitio de trabajo no está en una oficina o en una fábrica.

Aquel que se desempeña en el mundo del teletrabajo cuenta con la ventaja de desarrollar su trabajo desde múltiples lugares físicos, por lo general por fuera de la ubicación física de la organización. Adicionalmente, el teletrabajo entrega la posibilidad de flexibilizar las jornadas de trabajo al posibilitar estar en Internet para realizar

la gestión de la actividad laboral (Cifuentes, 2016, 2020; Cifuentes & Londoño-Cardozo, 2020) y de uno u otro modo, flexibilizar la carga salarial tanto de las organizaciones como de los trabajadores. Debe tener poco apego a la estabilidad (movilidad laboral, movilidad relacional, movilidad geográfica) y una predisposición para moverse internacionalmente. Además, debe disponer de capacidades emocionales para adaptarse a medios culturales distintos, ser empático, sensible, diplomático, entender la diversidad cultural, y no convertir las diferencias en motivos de problemas.

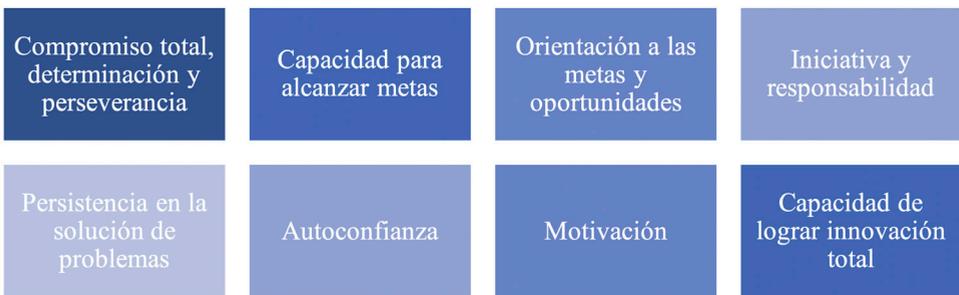
En segundo lugar, el emprendedor. El emprendimiento es una de las diversas modalidades de empleo o trabajo que tienen las personas actualmente. La reducción de los cupos de trabajo en la modalidad empleo permite la emergencia de estas nuevas opciones o modalidades (Rentería Pérez, 2001); este es el mismo caso del outsourcing y la prestación de servicios profesionales y técnicos, entre otros (Rentería Pérez, 2001).

Esta reducción de cupos de trabajo va acompañada, además, por los cambios asociados a la capacidad de las nuevas generaciones para adaptar nuevas costumbres y configuraciones (Mannheim & Sánchez de la Yncera, 1993). Es decir a los cambios institucionales (North, 1992, 2006). Según Londoño-Cardozo (2018), el emprendimiento debe entenderse como:

El acto de iniciar, crear una modalidad de trabajo denominada en algunos lugares como auto empleo. Este acto se basa en iniciar una organización de cualquier clasificación por el impulso de una o varias personas que buscan satisfacer necesidades económicas o sociales y que no encontraron solución en las modalidades existentes (p. 99).

El emprendimiento le permite a las personas ciertas flexibilidades para mantener sus estilos de vida cambiantes. Aun cuando este no es una figura moderna, si es una configuración de las modalidades de trabajo que se ajusta en mayor medida a las exigencias del entorno social y laboral del siglo XXI y a cierto contexto económico. Toda persona que cuente con ciertas características, económicas, políticas, sociales, financieras, entre otras, está en capacidad de emprender (Bravo, 2015; Bravo et al., 2020). En este orden de ideas, Alcaraz aportó una síntesis de los requerimientos que debe tener un emprendedor y que se sintetiza en la figura 1-2.

**Figura 1-2.** Características de un emprendedor.

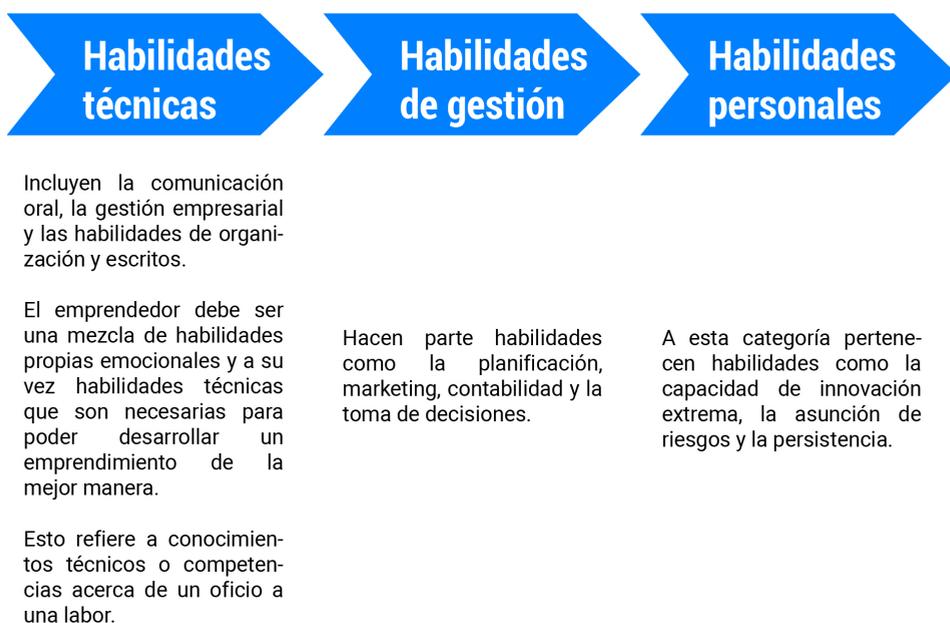


Fuente: Elaboración propia a partir de Alcaraz (2011) y Bravo et al. (2021)

Los emprendedores en la actualidad deben ser capaces de leer los cambios en el entorno, especialmente si buscan generar innovaciones en épocas de altos cambios tecnológicos. Elmuti et al. (2012) y Bravo et al. (2021) determinaron que las habilidades que requieren los futuros emprendedores se pueden dividir en tres categorías (figura 1-3). Se trata de a) habilidades técnicas. Estas son aquellas que se desarrollan con el tiempo y están relacionadas con las características técnicas al momento de emprender. A estas habilidades también

se les refiere como competencias técnicas; b) habilidades de gestión empresarial; y c) habilidades relacionadas al aspecto personal.

**Figura 1-3.** *Habilidades para futuros emprendedores*



Fuente: Elaboración propia partir de Elmuti et al.(2012) y Bravo García et al. (2021)

Estas son las habilidades más recurrentes y mencionadas en la literatura como centrales para que alguien pueda emprender con éxito (Elmuti et al., 2012), y que ponen al descubierto un ecosistema institucional proclive a la creación y desaparición de distintas modalidades de trabajo.

Así pues, con los argumentos aquí expuestos se dibuja el estado actual de la educación superior y se describe una crisis sistemática. La paquidermia y poca exactitud en la actualización curricular

frente a las necesidades del mercado laboral y la poca capacidad de crecimiento socioeconómico que ofrece una carrera universitaria originan que el estudio universitario cada día sea visto con mayor precaución.

En este punto, cabe hacer esta pregunta a continuación: ¿puede la educación universitaria de pregrado, fundamentalmente la que se brinda en las facultades de Administración, formar a una generación de jóvenes que tienen en el emprendimiento una de sus posibilidades más reales para tener empleo?

### **¿Puede una facultad de Administración formar emprendedores? Lo que ilustra la trayectoria profesional de algunos emprendedores sobre la relación formación y empleo**

El emprendimiento es un movimiento que ganó especial importancia y auge desde de los años 50 del siglo pasado; es decir después de la terminación de la segunda guerra mundial. Las principales organizaciones industriales y las principales marcas del mundo nacieron entre las décadas de los 70 y 90 del pasado siglo impulsadas por soñadores que perseguían el cambio en sus realidades de vida.

La historia de algunos de estos emprendedores se resalta por sus recorridos, sus decisiones académicas, sus arriesgadas posturas frente al mercado y por su deseo de superación. La revista *Fortune* publicó en el año 2012 un artículo de John Byrne donde da cuenta de los doce principales emprendedores de la historia moderna a nivel internacional.

Los casos de éxito presentados por Byrne (2012) son una muestra heterogénea de acontecimientos en diferentes industrias. Sin embargo, el principal sector en que se presentó este fenómeno social

y económico, según el autor, es el tecnológico. A continuación, en la tabla 1-1, se presentarán, algunos de los casos reseñados por el autor. En la mayoría de estos, con excepción de FedEx y Walmart, sus fundadores no tenían conocimiento alguno relacionado con la Administración o la Economía. Aun así, en cada una de estas menciones de *Fortune* se evidencia como factor común la tenencia o el desarrollo previo de alguna competencia técnica que sirvió de base para el emprendimiento.

Sin embargo, pensar que los casos presentados en la tabla 1-1 son exitosos únicamente por las habilidades previas de sus fundadores es hilar delgado. En este caso se pueden presentar dos factores, el primero son esas cualidades, competencias o habilidades previas de los fundadores de las grandes compañías y el otro es el contexto institucional.

Sin lugar a duda, las habilidades técnicas fueron el desencadenante del éxito de los emprendimientos. Fue la explotación de estas habilidades la que facilitó la generación de las ideas de negocio y el ingreso en el mercado. No obstante, se debe tener en cuenta que todos estos casos logran nacer y permanecer gracias al contexto institucional en que fueron concebidos.

El sistema político y económico de los Estados Unidos de América permite la creación de empresa a través de facilidades y normas proteccionistas, que facilitan la generación de sociedades entre dueños del capital y emprendedores (Tello-Castrillón, 2018). A esto se le suman las facilidades de acceso a crédito que ofrece el sistema financiero (Zambrano-Santos et al., 2020). En tal sentido, aunque las habilidades técnicas previas son un desencadenante principal, no se pueden obviar otros factores que influyen en la generación de emprendimientos y que son objeto de otras investigaciones. Esta misma relación se puede encontrar en el contexto colombiano.

**Tabla 1-1.** Doce casos de emprendimientos exitosos de la historia empresarial moderna

| <b>Compañía</b>       | <b>Año de Fundación</b> | <b>Sector</b>  | <b>Fundador</b>             | <b>Caso resaltado</b> | <b>Nivel educativo</b> | <b>Conocimientos previos a la fundación de la compañía</b> |
|-----------------------|-------------------------|--|-----------------------------|-----------------------|------------------------|--|
| Apple                 | 1976                    | Tecnología (software, hardware y servicios en la nube) | Steve Jobs<br>Steve Wozniak | Steve Jobs            | Educación Secundaria   | Diseño, tipografía   |
| Microsoft Corporation | 1975                    | Tecnología (software, hardware y servicios en la nube) | Bill Gates<br>Paul Allen    | Bill Gates            | Educación Secundaria   | Lenguajes de programación e informática                    |
| FedEx                 | 1971                    | Logística y mensajería global                          | Fred Smith                  | Fred Smith            | Economista             | Economía   |

|                   |             |  |   |                            |  |  |
|-------------------|-------------|--|---|----------------------------|--|--|
| Amazon            | 1994        | e-Commerce, logística y fabricación de dispositivos tecnológicos | Jeff Bezos  | Jeff Bezos                 | Ingeniero electrónico y comunicación   | Ingeniero electrónico y comunicación   |
| Google / Alphabet | 1998 / 2015 | Tecnología (software, hardware y servicios en la nube)           | Serguéi Brin<br>Larry Page  | Serguéi Brin<br>Larry Page | Maestría en Ciencias de la Computación | Programación, matemáticas, informática |
| Starbucks         | 1971        | Línea de cafeterías  | Howard Schultz <sup>1</sup>   | Howard Schultz             | Licenciado en comunicaciones           | Mercadeo y ventas                      |
| Facebook          | 2004        | Red social   | Mark Zuckerberg<br>Eduardo Saverin<br>Andrew McCollum<br>Dustin Moskovitz<br>Chris Hughes | Mark Zuckerberg            | Educación secundaria                   | Programación de sistemas informáticos  |

1 Aunque Howard Schultz es el fundador de Starbucks, el nombre comercial y la cafetería fueron fundados por Jerry Baldwin, Zev Siegl y Gordon Bowker en Seattle. Schultz le gustó el modelo de negocio, montó una competencia y posteriormente adquirió la marca.

|                              |      |   |   |                 |   |                                    |
|------------------------------|------|---|---|-----------------|---|------------------------------------|
| Whole Foods                  | 1980 | Venta masiva de alimentos naturales y orgánicos | John Mackey<br>Mark Skiles<br>Renee Hardy<br>Craig Weller | John Mackey     | Profesional en filosofía y religión         | Vegetarianismo y filosofía         |
| Southwest Airlines           | 1967 | Aerolínea de bajo costo                         | Rollin King<br>Herb Kelleher                              | Herb Kelleher   | Abogado y profesional en filosofía y letras | Filósofo                           |
| Infosys Technologies Limited | 1981 | Consultoría digital empresarial                 | Narayana Murthy   | Narayana Murthy | Ingeniero eléctrico                         | Magister en ingeniería electrónica |
| Walmart                      | 1962 | Grandes superficies                             | Sam Walton  | Sam Walton      | Economista                                  | Economía                           |
| Grameen Bank                 | 1983 | Banca ética                                     | Muhammad Yunus  | Muhammad Yunus  | Economista                                  | Economía                           |

Fuente: Elaboración propia a partir de Byrne (2012)

Varios de los emprendimientos de mayor renombre en la historia del país tuvieron como creadores a personas con poco o nulo conocimiento en administración. En el país, el emprendimiento es un tema de principal desarrollo a partir de la primera década del siglo XXI (Vásquez, 2011). Sin embargo, antes de ello se pueden ubicar emprendimientos o impulsos de nuevas empresas que marcan la historia empresarial del país. El emprendimiento en Colombia es un tema reciente, específicamente desde el año 2006, cuando la legislación suavizó los trámites para la creación de empresas, comenzó a dinamizarse especialmente entre la población joven (Ley 1014, 2006) y (Decreto 4463, 2006).

El desarrollo empresarial a través del emprendimiento devino en un crecimiento de diferentes sectores de la economía en Colombia, especialmente el tecnológico. Las universidades han querido aportar a este propósito a partir de las políticas del Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación, la Red de Emprendimiento Universitaria (REUNE), las políticas internas de promoción empresarial y los resultados de investigación de las universidades. Esta confluencia de elementos ha llevado a que las universidades configuren las denominadas *Spin-off* académicas (Bravo et al., 2019, 2020), y las unidades de emprendimiento o incubadoras empresariales (Bravo, 2011, 2012; Londoño-Cardozo, 2018).

Al realizar una revisión sobre los principales emprendimientos en Colombia, se identifican algunos de estos en sectores tecnológicos, de comida, cosméticos, entre otros. No obstante, se pudo identificar que es en el sector de tecnología, especialmente en el ámbito de las aplicaciones móviles, donde se presenta un mayor número de creación de empresas y *StartUps* que combinan la tecnología con servicios como la logística. Esto principalmente por el impulso que

la Ley Naranja (Ley 1834, 2017) ha dado a los sectores de la Economía Creativa donde la informática y la generación de software es uno de ellos (Hernández Madroño et al., 2019; Howkins, 2001; Londoño-Cardozo, 2020). Aquí aparecen algunos emprendimientos como MovilRed o Rappi, por nombrar algunos.

Según la *Revista Dinero* (2015) MovilRed es la principal “autopista tecnológica” para la realización de pagos y transacciones financieras de Colombia. Esta organización, que tiene veinte años de existencia, realiza aproximadamente cuarenta millones de transacciones al año. Su fundador es Hernando Rubio y señala que su organización vende alrededor de \$790.000 millones anuales. Él es administrador de empresas con un Máster en Gerencia de Negocios Digitales. Actualmente es considerado como el precursor de la revolución de la banca digital en Colombia (*Revista Dinero*, 2019).

Sin embargo, en los últimos años se considera que el rey de los emprendimientos en Colombia es Rappi. Una organización empresarial que vende servicios logísticos de compra y entrega de productos personalizados para personas del común. El servicio se presta a partir de una aplicación móvil, plataforma digital, que conecta a las personas con los tenderos. Los usuarios pueden solicitar que el tendero, rappitendero como les llaman en la organización, les haga compras específicas, pagos, y demás encomiendas urbanas. Rappi superó los US \$1000 millones en capitalización convirtiéndose en el primer emprendimiento colombiano en alcanzar dicha cifra. Según su fundador, Simon Borrero, la posibilidad de experimentar, de incursionar e innovar con modelos de negocios en nuevas industrias le permitió concretar lo que hoy es Rappi (Rappi corporativo, 2018). Esta organización actualmente es motivo de polémica dado que se considera que su forma de contratación con los rappitenderos no cumple con

los requisitos legales respecto a la seguridad social y otros aspectos. Cabe mencionar que estos puestos de trabajo son posibles gracias a las plataformas digitales (Graham et al., 2017; Muntaner, 2018) y que Rappi asegura que no tiene un relación laboral con quienes son mensajeros en su nombre (Pulzo, 2019).

En el análisis de las formaciones de los emprendedores se identifican dos momentos. El primero es el caso de MovilRed cuyo emprendedor, además de tener conocimientos en administración, tiene una maestría en negocios digitales; es probable que tales formaciones le permitieran el desarrollo de competencias específicas para la propuesta de negocios que adoptó, al igual que su experiencia previa en el sector bancario le pudo permitir identificar una oportunidad en el entorno. El segundo, es el caso de Rappi cuyo emprendedor es un administrador de empresas que contaba con competencias en programación previas y experiencia en plataformas digitales.

Al analizar la trayectoria de los emprendedores descritos, se evidencian ciertas similitudes. La mayoría de los casos de emprendimiento citados tienen la particularidad que el oficio desempeñado por las personas suele diferir de la profesión escogida, pero contaban con competencias técnicas previas a su emprendimiento. De este modo, sin una formación profesional previa en gestión, administración o alguna disciplina relacionada, pero con un profundo conocimiento técnico, las personas citadas se lanzaron a una actividad emprendedora. Es decir, su punto de partida fue cristalizar o afianzar el primer tipo de habilidades enumeradas en la figura 1-2. Casos como el de Jobs o Gates son otro ejemplo de que tener un conocimiento previo eminentemente técnico, puede resultar más clave para el posterior emprendimiento que un conocimiento profesional centrado en procesos de gestión administrativa.

Lo anterior, deja planteada un posible requerimiento, que sería recomendable que los estudiantes de administración cumplan antes de ingresar a la universidad. Se trata del hecho de adquirir, antes de su ingreso a la universidad, competencias técnicas que les permitan posteriormente orientarse en posibles proyectos de emprendimiento una vez se gradúen. Esto, porque al ser las universidades, en esencia profesionalizantes, no son precisamente ellas las que profundizan más en competencias técnicas, sí en cambio otras organizaciones educativas que, como el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), están centradas en la capacitación de oficios con actividades muy instrumentales del tipo saber-hacer. Esta parece ser, además la pauta de orientación que siguen entidades encargadas de promover el emprendimiento en Colombia. Por ejemplo, el Fondo Emprender, una organización de financiamiento y promoción del emprendimiento de origen estatal, que tiene como pauta para decidir si apoya a alguien, que el candidato domine un conocimiento de tipo técnico, que posea un saber hacer sobre lo que pretende emprender, más que tener conocimiento en formulación de proyectos y administración. Estos últimos dos aspectos son relegados como responsabilidad del asesor del orientado (Fondo Emprender, 2020).

En consonancia con esto, se puede considerar que, para mejorar las posibilidades de integración al mercado laboral, especialmente cuando este se realiza en la modalidad de emprendimiento, es recomendable tener conocimientos previos en algún oficio o contar con alguna competencia técnica que le permita al futuro administrador prosperar en su idea de negocio. Más aún cuando desde los diferentes programas de promoción de esta modalidad de trabajo se pregonan conocimientos previos, especialmente dirigidos hacia las ideas de negocio, como requisitos indispensables para el emprendimiento y no se exigen conocimientos de gestión y administración como

base. La mayoría de estas ideas de negocio suponen conocimientos y habilidades que son aprendidas en escenarios distintos a una universidad. Luego la universidad se puede constituir en un lugar de mayor tecnificación o formalización de su conocimiento. El puente entre las habilidades técnicas, relacionadas con el saber hacer, y las habilidades de gestión relacionadas con competencias propias de la disciplina administrativa<sup>2</sup>, o administración, puede darse en la capacitación profesional. La futura ocupación laboral de un emprendedor demanda una serie de competencias que aunque se pueden adquirir mediante el trasegar universitario, lo más probable es que se obtengan mediante acciones de autoaprendizaje o de aprendizaje previos o posteriores al estudio en una universidad (Soto, 2012). Sería pertinente revisar cómo desde los currículos y desde las facultades de Administración se promueven estos aprendizajes alternativos indispensables para realizar un proyecto de negocios de emprendimiento, en una época en que las nuevas generaciones, principalmente los *centenials*, llegan con nuevas formas de pensar y nuevas prácticas que afectarán los desempeños en las organizaciones y al mercado laboral en sí mismo.

## Conclusiones

El desarrollo de competencias técnicas, previo al ingreso a un programa profesional, permite poner en contexto la información y las habilidades que la universidad brinda. Un estudiante que tiene conocimientos en quehaceres, que cuenta con competencias técnicas, posiblemente tiene una visión más amplia de las situaciones. Aquí se fundamenta que las entidades de fomento al emprendimiento soli-

---

2 Para identificar de forma correcta este concepto ver Pineda-Henao (2014, 2017)

citen informalmente esto como condición previa. Esta viabilidad es una línea de estudio que podría abordarse posteriormente.

No obstante, la experiencia empírica, y la revisión aquí presentada, indica que la relación entre el conocimiento previo y el éxito emprendedor es positiva. Las facultades de administración deberán repensar el tipo de formación que imparten. Se dice que la administración es una de las disciplinas que debe replantearse su accionar de cara al futuro. La aparición de la inteligencia artificial, que ya es muy popular en las plataformas digitales, la destrucción de puestos de trabajo y la evolución de las organizaciones a partir del cambio institucional replantea el papel del administrador y en derecho propio, el papel del emprendedor que se convierte en la modalidad de empleo emergente.

La crisis en las universidades expuesta no significa que estos centros educativos deban dejar de ser el faro académico y una fuente inagotable ciencia y pensamiento crítico. Sin embargo, en áreas como la administración, donde la interacción con las organizaciones es el factor clave de su labor, es necesario repensar la educación y las competencias que se transmiten a los estudiantes, especialmente si quieren iniciar procesos emprendedores. Aquí es especialmente importante tener en cuenta los contextos digitales.

Las plataformas digitales y sus oportunidades son un caldo de cultivo para figuras como los *influencers*, los *youtubers*, los autónomos o las personas que con alguna competencia técnica ponen a disposición de otras personas sus servicios –*gig economy*– o que, mediante estrategias colaborativas, como el conocimiento colaborativo y compartido –economía colaborativa– se instruyen de forma autónoma únicamente en las necesidades que les plantea el entorno.

Todo ello no pone en tela de juicio la idoneidad de la universidad, sino que plantea un análisis crítico de distintos aspectos de la educación universitaria para el futuro, especialmente en lo relativo a la administración.

## Referencias bibliográficas

- Acosta, L. S. (2020). *Consumo colaborativo: Introducción, institucionalización y relación con la Responsabilidad Social Organizacional* [Tesis pregrado en Administración de empresas, Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/77678>
- Agarwal, N., & Steinmetz, R. (2019). Sharing Economy: A Systematic Literature Review. *International Journal of Innovation and Technology Management*. <https://doi.org/10.1142/S0219877019300027>
- Albán Conto, M. C. (2009). La cultura del trabajo en Colombia: Criterios de vinculación, búsqueda de empleo, promoción, empleo y despido de personal en la sociedad premoderna. *Historia Actual Online*, 18, 41–50.
- Alcaraz Rodríguez, R. E. (2011). *Perfil del Emprendedor, un estudio comparativo entre estudiantes de países de Iberoamérica. Propuesta de un modelo formativo universitario de emprendedores a partir del diseño de un instrumento de medición de características emprendedoras* [Tesis Doctoral]. Universidad de Deusto.
- Archila Meira, M. (1991). *Cultura e identidad obrera: Colombia 1910-1945* (Primera ed.). Bogotá: Cinep.
- Arreguit, X. & Hugues, J.-F. (2019). Competencias y educación para los trabajos y desafíos del mañana: La perspectiva de una empresa. *Aula Abierta*, 48(4), 373–392. <https://doi.org/10.17811/ri-fie.48.4.2019.373-392>

- Bauman, Z. (2013). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos* (M. Rosenberg & J. Arrambide, Trads.; Tercera reimpresión). México: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman, Z. (2015). *Modernidad líquida* (J. Arrambide Squirru & M. Rosenberg, Trads.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education* (Third Edition). Chicago: University of Chicago Press
- Botero Carvajal, A., & Loaiza Ceballos., P. A. (2018). Modelos mentales, globalización y desarrollo humano. In A. M. Jiménez Urrego & A. Botero Carvajal (Orgs.), *Globalización y Sintomatología Social* (1a. Edición, p. 175–186). Universidad Santiago de Cali. <https://repository.usc.edu.co/bitstream/handle/20.500.12421/336/Libro>
- Botsman, R. (2015, may 27). *Defining The Sharing Economy: What Is Collaborative Consumption—And What Isn't?* Fast Company. <https://www.fastcompany.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010a). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption* (First ed.). New York: Harper Collins.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010b, outubro). Beyond zipcar: Collaborative consumption. *Harvard Business Review*, 88(10), 30.
- Bravo García, S. (2011). Incubadoras de empresas en Colombia. *Revista Ingenium*, 5(9), 5–13.
- Bravo García, S. (2012). *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales* [Tesis doctorado en Administración y Economía, Universidad de Sevilla]. [https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/14890/M\\_TD-PROV15.pdf?sequence=1](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/14890/M_TD-PROV15.pdf?sequence=1)
- Bravo García, S. (2015). Análisis de las características de un emprendedor en proceso de incubación y no incubados. *Sotavento MBA*, 21, 40–48.

- Bravo García, S., Benavides Bustos, J. P., Bravo, M. E., Wagner Martínez, M. A., & Londoño-Cardozo, J. (2021). *Características emprendedoras y modelos spin-off académicos. Análisis de casos en Colombia* (Primera ed.). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Bravo García, S., Wagner Martínez, M. A., Benavides, J., & Londoño-Cardozo, J. (2019). Perspectivas de las spin-off académicas como modelo de emprendimiento en las universidades colombianas. *Desarrollo Gerencial*, 11(1), 131-156. <https://doi.org/10.17081/dege.11.1.3443>
- Byrne, J. A. (2012, abril). The 12 greatest entrepreneurs of our time. *Fortune*, 165(5). <http://archive.fortune.com/galleries/2012/news/companies/1203/gallery.greatest-entrepreneurs.fortune/2.html>
- Cajiao, F. (2019, octubre 21). La educación superior en jaque. *Razón Pública*. <https://razonpublica.com/la-educacion-superior-en-jaque/>
- Carrington, V., Rowsell, J., Priyadharshini, E., & Westrup, R. (2015). *Generation Z: Zombies, popular culture and educating youth* (First, Vol. 4). USA: Springer.
- Cifuentes Leiton, D. M. (2016). *Caracterización del teletrabajo desde versiones de integrantes del gobierno, empleadores y teletrabajadores: Una aproximación psicosocial* [Tesis de maestría en Psicología]. Universidad del Valle.
- Cifuentes Leiton, D. M. (2020). Teletrabajo en dos tiempos psicosociales: Gobierno, empleadores y teletrabajadores. *Desarrollo Gerencial*, 12(2), 1-25. <https://doi.org/10.17081/dege.12.2.3913>
- Cifuentes Leiton, D. M., & Londoño-Cardozo, J. (2020). Teletrabajo: El problema de la institucionalización. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 8(1), 12-20. <https://doi.org/10.15649/2346030X.749>

- Codagnone, C. & Martens, B. (2016). *Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues* (SSRN Scholarly Paper ID 2783662). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2783662>
- Coyle, D. (2017). Precarious and productive work in the digital economy. *National institute economic review*, 240(1), R5–R14. <https://doi.org/10.1177/002795011724000110>
- Cuellar, M. M. (2009). *Los sindicatos y la asignación del ingreso en Colombia. Un siglo de historia laboral* (Primera ed.). Bogotá: Universidad de los Andes: Asobancaria.
- Daft, R. L. (2011). *Teoría y diseño organizacional* (G. Meza Staines & M. E. Mavri Hernández, Trads.; Décima Edición). Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- De Luna, I. R., Fitó-Bertran, À., Lladós-Masllorens, J., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). *Sharing Economy and the Impact of Collaborative Consumption* (1 ed.). IGI Global.
- Díaz-Sarmiento, C., López-Lambraño, M., & Roncallo-Lafont, L. (2017). Entendiendo las generaciones: Una revisión del concepto, clasificación y características distintivas de los Baby Boomers, XY Millennials. *Clío América*, 11(22), 188–204. <https://doi.org/10.21676/23897848.2440>
- El Tiempo. (2019, setembro 25). ¿Por qué cayeron las matrículas en universidades? El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/matriculas-a-universidades-cayeron-en-2018-segun-mineducacion-416040>
- Elmuti, D., Houry, G., & Omran, O. (2012). Does entrepreneurship education have a role in developing entrepreneurial skills and ventures' effectiveness? *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 83–98.
- Figueroa Isaza, H. I. (2014). Estrategias de atracción y retención del talento humano en la industria minera colombiana. *Económicas*, 35(1), 61–77.

- Finanzas Personales. (2016, agosto 23). *Qué tan bien preparados están los profesionales en Colombia. Cómo está la educación superior en Colombia*. <http://www.finanzaspersonales.com.co/trabajo-y-educacion/articulo/como-esta-la-educacion-superior-en-colombia/64867>
- Fondo Emprender. (2020). *Que es FondoEmprender*. <http://www.fondoemprender.com/SitePages/Que%20es%20FondoEmprender.aspx>
- González Valenca, D. (2017). *Inserción laboral y empleabilidad de algunos egresados de comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana Cali* [Tesis pregrado en Comunicación]. Pontificia Universidad Javeriana Cali.
- Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: Impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. *Transfer: European Review of Labour and Research*, 23(2), 135–162. <https://doi.org/10.1177/1024258916687250>
- Guerrero Trevino, N. (2018). *The Arrival of Generation Z on College Campuses* [Doctoral Dissertations, University of the Incarnate Word]. [https://athenaeum.uiw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1337&context=uiw\\_etds](https://athenaeum.uiw.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1337&context=uiw_etds)
- Hayes, J. B., Parks, C., McNeilly, S., & Johnson, P. (2018). Boomers to Millennials: Generational Stereotypes at Work in Academic Librarianship. *The Journal of Academic Librarianship*, 44(6), 845–853. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2018.09.011>
- Hernández Madroñero, I., Ospina Díaz, L. P., Londoño-Cardozo, J., & Tello-Castrillón, C. (2019). Economía naranja o economía creativa. Una discusión conceptual respecto a la ley 1834 de 2017. In A. Beltrán Duque, R. D. Echeverry Romero, C. A. Restrepo Rivillas, & A. Rodríguez Orejuela, *Las nuevas tecnologías y los desafíos para la administración* (Primera Ed., p. 427–449). Fundación Universidad Externado de Colombia.

- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (First ed.). London: Penguin.
- Inurrieta, A. (2017, febrero 20). *La educación ya no garantiza el ascenso social*. Vozpópuli. [https://www.vozpopuli.com/economista\\_ciudadano/educacion-garantiza-ascenso-social\\_7\\_1001069886.html](https://www.vozpopuli.com/economista_ciudadano/educacion-garantiza-ascenso-social_7_1001069886.html)
- Jarne Muñoz, P. (2016). El «prosumidor» como figura clave en el desarrollo del derecho del consumo derivado del mercado digital. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, 19, 41–51.
- Köhler, H., & Artiles, M. (2005). *Manual de la sociología del trabajo y de las relaciones laborales* (Primera ed.). Madrid: delta Publicaciones Universitarias
- Koutsimpogiorgos, N., van Slageren, J., Herrmann, A., & Frenken, K. (2020). *Conceptualizing the Gig Economy and its Regulatory Problems* [Preprint]. SocArXiv. <https://doi.org/10.31235/osf.io/jmqyt>
- Ley 1014, 9 (2006). [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-94653\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-94653_archivo_pdf.pdf)
- Ley 1834, Pub. L. No. 1834 de 2017, 7 (2017). <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201834%20DEL%2023%20DE%20MAYO%20DE%202017.pdf>
- Llanes Ordóñez, J. (2015). *Inserción profesional y gestión de la carrera de titulados en Pedagogía* [Tesis Doctoral]. Universidad de Barcelona.
- Londoño-Cardozo, J. (2018). Educación para emprender ¿práctica o teoría? *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 4(1), 97–106.
- Londoño-Cardozo, J. (2020). *Propuesta de caracterización de la responsabilidad digital organizacional de la economía colaborativa* [Trabajo de grado de pregrado para optar al título en Administración, Universidad Nacional de Colombia]. <https://www>.

- researchgate.net/publication/347986045\_Propuesta\_de\_caracterizacion\_de\_la\_responsabilidad\_digital\_organizacional\_de\_la\_economia\_colaborativa
- Mannheim, K., & Sánchez de la Yncera, I. (1993). El problema de las generaciones. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 62, 193–242. <https://doi.org/10.2307/40183643>
- Mantilla, I. (2017, marzo 10). *La huella del general Santander en la universidad pública*. ELESPECTADOR.COM. <https://www.elespectador.com/opinion/la-huella-del-general-santander-en-la-universidad-publica-columna-683969/>
- Marx, K. (2001). *El capital: Crítica de la economía política* (P. Scaron, Org.; Vigésimo segunda Ed). Madrid: Siglo XXI.
- McKinsey Global Institute. (2016). *Independent work: Choice, necessity, and the Gig Economy* (Celebrating 25 Years of Insight) [Insight]. McKinsey & Company. <https://genunpal.page.link/BPnB>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (2017, junho 14). *MinEducación analiza estrategias de movilidad social con diferentes actores*. [https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-360783.html?\\_noredirect=1](https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-360783.html?_noredirect=1)
- Morales Muñoz, K., & Abal Medina, P. (2020). Precarización de plataformas: El caso de los repartidores a domicilio en España. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 19(1), Article 1. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol19-Issue1-fulltext-1680>
- Muntaner, C. (2018). Digital Platforms, Gig Economy, Precarious Employment, and the Invisible Hand of Social Class. *International Journal of Health Services*, 48(4), 597–600. <https://doi.org/10.1177/0020731418801413>
- North, D. C. (1992). *Instituciones, ideología y desempeño económico*. Washington: Cato Institute

- North, D. C. (2006). *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico* (A. Bárcena, Trad.; Tercera reimpresión). Madrid: Fondo de cultura Económica.
- Núñez, J. (2005). Éxitos y fracasos de la reforma laboral en Colombia [Documentos CEDE 002689]. [https://economia.uniandes.edu.co/components/com\\_booklibrary/ebooks/d2005-43.pdf](https://economia.uniandes.edu.co/components/com_booklibrary/ebooks/d2005-43.pdf)
- Observatorio Laboral para la Educación. (2015). *Movilidad laboral de los graduados de educación superior en Colombia*. Ministerio de Educación Nacional de Colombia. [https://ole.mineducacion.gov.co/1769/articles-380202\\_recurso\\_1.pdf](https://ole.mineducacion.gov.co/1769/articles-380202_recurso_1.pdf)
- Observatorio Laboral para la Educación. (2018). *Tasa de cotización por programas*. Ministerio de Educación Nacional de Colombia.
- OCDE. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (Grupo Tragsa, Trad.; Tercera Edición). OECD/European Communities.
- Olaz Capitán, Á. J. (2008). *Análisis de los procesos de transformación en las cualificaciones profesionales de los trabajadores en el sector financiero* [Tesis Doctoral]. Universidad de Murcia.
- Ortega Ruiz, C. A. (2014). Inclusión de las TIC en la empresa colombiana. *Suma de Negocios*, 5(10), 29–33. [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70006-0](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70006-0)
- Ortega y Gasset, J. (1966). Misión de la universidad. In *Obras completas de José Ortega y Gasset: Vol. Tomo IV* (Sexta Edición, p. 311–353). Madrid: Revista de occidente.
- Ospina Díaz, L. P., Cifuentes Leiton, D. M., Gaitán Vera, B., & Londoño-Cardozo, J. (2019). La RSO y la Economía Colaborativa: Principios de análisis. *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 5(1), 73–80.
- Pineda-Henao, E. F. (2014). Ontología de la administración: Una aproximación a la práctica administrativa como hecho institucional. *Ensayos. Revista de los Estudiantes de Administración de Empresas*, 7(1), 122–143.

- Pineda-Henao, E. F. (2017). *Disciplina administrativa y práctica administrativa: Una perspectiva analítica del problema del estatus epistemológico de la administración* [Tesis pregrado]. Universidad del Valle.
- Decreto 4463, Decreto 4463 3 (2006).
- Puiu, S. (2017). Generation Z--an educational and managerial perspective. *Young Economists Journal/Revista Tinerilor Economisti*, 14(29), 67-72.
- Pulzo. (2019, julio 18). *Rappi explica por qué los “rappitenderos” no son sus empleados*. pulzo.com. <https://www.pulzo.com/economia/rappi-aclara-figura-que-tienen-rappitenderos-sus-contratos-PP734394>
- Rappi corporativo. (2018, janeiro 13). ¡La historia de Rappi contada por su fundador! ¿Cómo nació? *Blog de Rappi*. <https://blog.rappi.com/como-nacio-rappi/>
- Rentería Pérez, E. (2001). El modelo educativo tradicional y los perfiles de competencias según las modalidades y tendencias de trabajo actuales. In Asociación Iberoamericana de Postgrado, *Vinculación universidad-empresa a través del postgrado. Pautas y lineamientos* (Primera, p. 51-61). Asociación Iberoamericana de Postgrado.
- Revista Dinero. (2015). *MovilRed, una empresa que tiene a todos conectados*. Por qué MovilRed es una de las empresas con más potencial en el país en 2015. <http://www.dinero.com/edicion-impres/caratula/articulo/por-que-movilred-empreas-mas-potencial-pais-2015/209372>
- Revista Dinero. (2019, abril 4). *La historia del empresario detrás de la revolución financiera*. La historia del empresario detrás de la revolución financiera. Hernando Rubio Scalability. <http://www.dinero.com/tecnologia/articulo/la-historia-del-empresario-detras-de-la-revolucion-financiera--hernando-rubio-scalability/269307>

- Revista Semana. (2020, janeiro 16). ¿Por qué caen las matrículas en las universidades en Colombia? ¿Por qué caen las matrículas en las universidades en Colombia? <https://www.semana.com/educacion/articulo/por-que-caen-las-matriculas-en-las-universidades-en-colombia/648207>
- Schumpeter, J. A. (1997). *Teoría del desenvolvimiento económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Sennett, R. (2005). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo* (D. Najmías Bentolilla, Trad.; Octava edición). Barcelona: Editorial Anagrama.
- Serrano, M. J. H., Arellano, P. R., Graham, G., & Greenhill, A. (2017). Del prosumidor al prodiseñador: El consumo participativo de noticias. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 50, 77–88. <https://doi.org/10.3916/C50-2017-07>
- Sotelo Valencia, A. (1998). La precarización del trabajo: ¿premisa de la globalización? *Papeles de población*, 4(18), 82–98.
- Soto del Águila, M. (2018). Generación Z: los universitarios del bicentenario. En *Líneas Generales*, 002, 180–187. <https://doi.org/10.26439/en.lineas.generales2018.n002.2677>
- Soto, M. (2012). ¿Educación, profesión u oficio? In M. Asensio, E. Asenjo, & Y. Castro, SIAM. *Series Iberoamericanas de Museología* (Vol. 2, p. 261–269). Universidad Autónoma de Madrid.
- Southgate, D. (2017). The Emergence of Generation Z And Its Impact in Advertising: Long-Term Implications For Media Planning and Creative Development. *Journal of Advertising Research*, 57(2), 227–235.
- Tello-Castrillón, C. (2018). El concepto de organización, tan cerca y tan lejos. In C. Tello-Castrillón & E. F. Pineda-Henao, *Conjeturas organizacionales: Fundamentos para el estudio de la organiza-*

- ción (Primera ed., p. 79–102). Editorial Universidad Nacional de Colombia.
- Varela, B. A. (2019, julho 25). La ‘tinderización’ del mercado de trabajo. *El País*. [https://retina.elpais.com/retina/2019/07/24/tendencias/1563974364\\_964996.html](https://retina.elpais.com/retina/2019/07/24/tendencias/1563974364_964996.html)
- Vásquez Estrada, R. D. (2011). Antecedentes del emprendimiento – caso colombiano. *Revista de Estudios e Investigaciones.*, 7, 24–32.
- Vélez Vázquez, M. G. (2014). Educación universitaria como factor de movilidad social. *Telos*, 16(2), 207–225.
- Zambrano-Santos, Z. L., Navajas-Romero, V. M., & Ceular-Villamandos, N. (2020). Los emprendimientos y perspectivas de financiación: Análisis bibliométrico. *Revista Espacios*, 41(03). <http://www.revistaespacios.com/a20v41n03/20410327.html>
- Zysman, J., & Kenney, M. (2018). The next phase in the digital revolution. *Communications of the ACM*, 61(2), 54–63. <https://doi.org/10.1145/3173550>

## Capítulo 2.

# INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO: ¿NUEVOS RETOS PARA EL CONTEXTO UNIVERSITARIO?

*Innovation and entrepreneurship: new challenges for the  
university context?*

**Alexandra Eugenia Arellano Guerrero**

✉ [aearellanog@unal.edu.co](mailto:aearellanog@unal.edu.co)

© <https://orcid.org/0000-0001-8115-8296>

Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira  
Colombia

### **Cita este capítulo:**

Arellano Guerrero, A. E. (2021). Innovación y emprendimiento: ¿nuevos retos para el contexto universitario?. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.71-126). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

# INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO: ¿NUEVOS RETOS PARA EL CONTEXTO UNIVERSITARIO?

Alexandra Eugenia Arellano Guerrero

## Resumen:

**Objetivo:** Este capítulo aborda el tema del emprendimiento en el contexto universitario. El objetivo del capítulo es identificar los retos que tienen las universidades para promover la innovación y el emprendimiento en procesos de transformación social y económica.

**Resultados:** Con base en las contribuciones teóricas relevantes en los temas, se plantearon tres ejes de análisis: el emprendimiento como un proceso relacionado estrechamente con el mercado; la innovación como proceso en el cual la universidad debe asumir y difundir en la sociedad en miras de dinamizar el mercado; y la relación Empresa-Universidad-Estado como un modelo que pone el desarrollo regional como pilar en la gestión. **Conclusiones:** A partir del análisis de los referentes teóricos, las principales reflexiones señalan que los grandes retos para las universidades son: la adopción de nuevas metodologías para formar desde la solución de problemas sociales, empresariales y ambientales que conlleven a la generación de emprendimientos y soluciones innovadoras, realizar ajustes a currículos para formar profesionales con orientación hacia el emprendimiento de oportunidad, superar de forma innovadora las limitaciones de inversión del sistema de ciencia y tecnología del país, desarrollar capacidades gerenciales, que apalanquen procesos toma de decisiones y negociación con el estado y la industria, y aproximen

a la academia al mundo empresarial, articular procesos en la relación Empresa-Universidad-Estado y contribuir en la construcción de política pública en temas de emprendimiento.

**Palabras Clave:** empresa, innovación científica, universidad, desarrollo económico

### **Abstract**

**Objective** This chapter addresses the topic of innovation and entrepreneurship in the university context. The objective of the chapter is to identify the challenges that universities must promote innovation and entrepreneurship in processes of social and economic transformation. **Results:** Based on the relevant theoretical contributions on the issues, three axes of analysis were proposed: entrepreneurship as a process closely related to the market; innovation as a process in which the university must assume and spread in society to stimulate the market; and the University-Industry-State relationship as a model that puts regional development as a pillar in management. **Conclusions:** The analysis of the theoretical referents and the reflections on the issues, indicate as great challenges for the universities: the adoption of new methodologies to train from the solution of social, business and environmental problems that lead to the generation of innovative ventures and solutions; make adjustments to curriculum that lead to training processes that promote entrepreneurship of opportunity; overcome the investment limitations of the country's science and technology system; develop managerial capacities that leverage decision-making and negotiation processes with the state and industry, and bring academia closer to the business world; articulate processes in the company-university-state relationship; contribute to the construction of public policy on entrepreneurship issues.

**Keywords:** entrepreneurial characteristics, entrepreneurship education, entrepreneurial attitude

**JEL:** O10, O30, O40

## Introducción

La innovación ha sido importante en el crecimiento y desarrollo de las organizaciones actuales gracias al marco de habilidades y herramientas que esta tendencia trae como un proceso de ajuste para la competitividad. En el contexto de las universidades, el proceso de formación actual exige que los estudiantes de pregrado y posgrado desarrollen habilidades y capacidades asociadas a la innovación y el liderazgo.

La formación de innovadores y emprendedores, asociada a las áreas de la ciencia, la tecnología, la ingeniería, las artes y las matemáticas<sup>3</sup> y los problemas sociales son grandes desafíos para las universidades del mundo, y en especial del país.

La realidad de la economía actual –economía del conocimiento– demanda no solo un nuevo conjunto de habilidades sino que todos los estudiantes las adquieran (Wagner et al., 2012). Entre las principales habilidades que se identifican:

---

3 También conocidas como STEAM, acrónimo del idioma inglés, que aborda las siguientes áreas: Science, Technology, Engineering, Arts and Mathematics; surge como una necesidad para promover el interés por las Ciencias Naturales y Matemáticas en los jóvenes estudiantes, en diversas partes del mundo, sobre todo en Estados Unidos, primero con STEM, y luego incorporando a las “Artes”, implícitamente involucrando al diseño, de ahí la incorporación de la letra “A” en el acrónimo (Wagner, 2014, p. 380).

1. Habilidades básicas: lectura, escritura y matemáticas, conocer cómo aprende
2. Habilidades de comunicación: escuchar y comunicación oral
3. Adaptabilidad: pensamiento creativo y resolución de problemas
4. Efectividad grupal: habilidades interpersonales, negociación y trabajo en equipo
5. Influencia: efectividad organizacional y liderazgo
6. Gestión personal: autoestima y motivación y establecimiento de metas
7. Actitud: estilo cognitivo positivo
8. Habilidades aplicadas: capacidades profesionales y ocupacionales son las habilidades requeridas en la sociedad del conocimiento, y no las que aún siguen orientando los procesos académicos en la gran mayoría de universidades, como son: escritura, hábitos de trabajo, motivación, habilidades básicas de matemáticas, curiosidad y respeto, que se enmarcan en necesidades pasadas (Wagner et al., 2012).

Emprender una actividad, un proyecto o un negocio debe ser algo natural y una oportunidad percibida por el joven en formación. En este capítulo se discute que desarrollar un proyecto empresarial innovador con alta probabilidad de ejecución debe estar contemplado por las universidades como la principal oferta y opción para sus estudiantes, debido a las características inestables del entorno económico y laboral, que día tras día desfavorecen la clase trabajadora en términos de seguridad, salud y continuidad, entre otros aspectos. Para ello se plantearon tres ejes, el primero de ellos es la concepción de emprendimiento como un proceso relacionado estrechamente con el mercado; el segundo eje es la innovación como proceso que la universidad debe auto aplicarse y difundir en la sociedad con miras a dinamizar el mercado; finalmente, se plantea

la relación Empresa-Universidad-Estado como un modelo que pone el desarrollo regional como pilar en la gestión.

Si se considera la contribución que hacen las universidades en la formación de profesionales, y con base en las actividades misionales, se observa que los proyectos de investigación aproximan al estudiante a la generación de nuevo conocimiento, al desarrollo de nuevas habilidades y capacidades asociadas a la Investigación, Desarrollo e Innovación – I+D+i. Sin embargo, estas actividades no son suficientes para la formación de innovadores y emprendedores.

Las universidades tradicionalmente se han dedicado a la generación de conocimiento, una actividad fundamental en procesos de desarrollo social y económico. No obstante, tal conocimiento debe responder en gran medida a dar soluciones integrales e innovadoras a los problemas económicos, sociales y ambientales. Bajo esta perspectiva de una sociedad que requiere de nuevas habilidades y capacidades para seguir transformándose, las universidades deberán darse a la tarea de entender el entorno en general, incluyendo la comprensión de las dinámicas del mercado para primero transformarse ellas y lograr acompañar la formación de innovadores que cambien el mundo (Wagner, 2014).

Cuando las actividades de investigación se articulan al mercado y buscan dar respuestas o soluciones a problemas reales empresariales o de la sociedad, como es definido en el *Modo de la Ciencia 2* (Etzkowitz & Leydesdorff, 1997, 2000; Lundvall, 2016a), surgen las oportunidades de nuevos proyectos de innovación y emprendimientos empresariales factibles y viables en el corto y mediano plazo, por parte de los innovadores.

Es por ello que la responsabilidad de las universidades va más allá de generar nuevos conocimientos y desarrollar nuevas tecnologías. En las últimas décadas, universidades alrededor del mundo han modificado no solo los planes curriculares, sino que han incluido y diseñado nuevas metodologías y estructuras que promueven y apalancan la innovación y el emprendimiento de forma sistémica, ya que identifican la innovación como eje central para la competitividad de las organizaciones, empresas y emprendimientos<sup>4</sup> y para la transformación social. Ellas comprendieron que su rol implica el liderar los procesos de innovación, de forma articulada con otros actores y agentes, como han planteado los abordajes teóricos de los Sistemas Nacionales de Innovación ( Nelson, 1993; Edquist, 1997; Freeman, 1988, 1994; Lundvall, 2016b, 2016a) y el Modelo de la Triple Hélice (Etzkowitz, 2003b, 2008; Etzkowitz & Klofsten, 2005; Etzkowitz & Leydesdorff, 1997, 2000).

## **Emprendimiento**

Davidsson (2016) define el emprendimiento como los comportamientos competitivos que impulsan el proceso del mercado y obtienen resultados de éxito. Los descubrimientos e invenciones no pueden incluirse como emprendimientos. Este autor afirmó que normalmente se asocia el emprendimiento al concepto de innovación, así como a un comportamiento orientado al cambio que incluye procesos de motivación, experiencia y expectativa de lucro (Davidsson, 2016).

---

4 Para el caso colombiano, las MiPymes tienen gran representatividad, ya que representan el 96,4% del total de establecimientos y contribuyen con el país en la generación de la mayoría de los puestos de trabajos (Saavedra García & Hernández, 2008).

De acuerdo con Sánchez Tovar et al (2015), la relación causal entre innovación y emprendimiento se da como resultado de las actividades derivadas de proyectos emprendedores generadores de empresas al identificar oportunidades ancladas en un enfoque innovador; que según Davidsson (2016) es lo que genera un factor diferencial frente a la competencia y responder a un alto nivel de incertidumbre que se desprende de la capacidad de análisis y respuesta al entorno desde prácticas exitosas o del fracaso.

Davidsson (2016) identifica las principales definiciones de emprendimiento, las cuales se presentan de forma resumida a continuación (tabla 2-1).

**Tabla 2-1.** Principales definiciones sobre emprendimiento

| CONCEPTO  | AUTORES                    |
|---|----------------------------|
| Entrar a un nuevo mercado   | Lumpkin & Dess (1996)      |
| Crear una nueva empresa   | Low & MacMillan (1988)     |
| Nuevas organizaciones   | Gartner (1988)             |
| Realizar una nueva actividad que genere nuevos negocios orientados al lucro.              | Cole (1949)                |
| Identificar y aprovechar oportunidades para generar innovaciones que impacten el mercado. | Wiklund (1998)             |
| Proceso de identificación de oportunidades para el aprovechamiento de recursos.           | Stevenson & Jarillo (1990) |

El proceso de creación de valor en el cual se invierte tiempo y capital y se asumen riesgos psicológicos y sociales para obtener beneficios.

---

Hisrisch & Peters (1989)

Fuente: *Adaptado de Davidsson (2016)*

Por lo general las diferentes definiciones de emprendimiento abordan dos realidades sociales relativamente distintas. La primera realidad social se relaciona con el fenómeno de personas que en lugar de trabajar para alguien más –bajo un contrato de trabajo– se ponen en marcha y generan su autoempleo como propietario-gerente de una empresa independiente. La segunda realidad social que emerge como un tema subyacente al desarrollo y la renovación de cualquier sociedad, economía u organización que requiere actores de micro nivel con iniciativa y persistencia para hacer que el cambio suceda.

Por lo general, los tipos de emprendimiento responden a los modelos económicos adoptados por las naciones, los cuales se estructuran en conceptos, nociones y modelos que han funcionado, son vigentes y varían en el tiempo (Tabla 2-2). De acuerdo con Sepúlveda et al (2003) y Sepúlveda & Gutiérrez (2016) esos modelos son: a. La economía dual-modernización, en que coexisten dos sectores económicos con distintos niveles de desarrollo y tecnología y que responden a demandas diferentes, un sector se centra en el uso intensivo de capital y tecnología y el otro sector en el uso intensivo de mano de obra, (modelo que tuvo vigencia en el periodo 1950 -1960); b. Los pequeños productores como agentes económicos racionales y eficientes, que deben ser tenidos en cuenta para la formulación de políticas, ya que responden frente a los cambios económicos y contribuyen en el proceso de desarrollo de un país (modelo que

tuvo vigencia en el periodo 1960-1970); c. Los enfoques de proceso-participación y empoderamiento; con un enfoque de abajo hacia arriba se constituye en un nuevo paradigma, en el cual las personas o ciudadanos toman control de sus acciones para generar el cambio, donde la participación es fundamental (este modelo tiene vigencia desde los años 1980); y d. El enfoque de los medios de vida sostenibles que incluye la sostenibilidad como elemento central, el cual no coloca en jaque los recursos naturales para mantener o mejorar capacidades, activos y actividades para desarrollar una forma de vivir (modelo vigente desde los años 1980) (Sepúlveda et al., 2003; Sepúlveda & Gutiérrez, 2016).

Por su parte Galvis Serna (2019, p. 31) identifica los diferentes tipos de emprendimiento como: emprendimiento de oportunidad, emprendimiento por necesidad, emprendimiento social, emprendimiento digital, emprendimiento corporativo y emprendimiento sostenible.

**Tabla 2-2.** Tipos de emprendimiento Vs Modelos de desarrollo

| <b>Tipología</b>                      | <b>Descripción</b>  | <b>Modelo de desarrollo al que responde</b>  |
|---------------------------------------|---|--|
| <b>Emprendimiento por oportunidad</b> | Es el emprendimiento desarrollado a partir de la identificación de una oportunidad de mercado, que genera valor y centra su atención en el cliente, con gran posibilidad de escalamiento y de alcanzar la sostenibilidad económica del negocio. | La economía dual-modernización (1950-1960)<br><br>Los pequeños productores como agentes económicos racionales y eficientes (1960-1970) |

|                                     |   |  |
|-------------------------------------|---|--|
| <b>Emprendimiento por necesidad</b> | Es el emprendimiento que genera el autoempleo y se basa en actividades tradicionales que no requieren o exigen un conocimiento o tecnología específica para generación de valor y por lo general de pequeña escala.   | La economía dual-modernización (1950-1960)<br><br>Los pequeños productores como agentes económicos racionales y eficientes (1960-1970) |
| <b>Emprendimiento social</b>        | Es el emprendimiento que surge como respuesta de solución a un problema social, su enfoque es el lucro social y se comparte valor.  |  |
| <b>Emprendimiento digital</b>       | Es el emprendimiento que mediante herramientas tecnológicas y digitales genera valor y da solución a las necesidades del mercado, actualizándose constantemente a nivel tecnológico.  | Los enfoques de proceso-participación y empoderamiento (partir de 1980)  |
| <b>Emprendimiento corporativo</b>   | Es el emprendimiento que surge al interior de una empresa o corporación, creado, desarrollado y validado con base en las capacidades de la empresa madre, que luego pasa a ser una empresa totalmente independiente, pero que trabaja en alianza con su creadora. | El enfoque de los medios de vida sostenibles (a partir de 1980)  |

|                                  |  |  |
|----------------------------------|--|--|
| <b>Emprendimiento sostenible</b> | Es el emprendimiento que incorpora tres aspectos fundamentales: económico, social y ambiental. Sus resultados impactan lo menos posible el medio ambiente y tiene el compromiso de cuidarlo. | Los enfoques de proceso-participación y empoderamiento (partir de 1980)<br><br>El enfoque de los medios de vida sostenibles (a partir de 1980) |
|----------------------------------|--|--|

Fuente: Adaptado de Galvis Serna (2019 p.31)

En la tabla anterior se relacionan los tipos de emprendimiento, sus conceptos y los modelos de desarrollo frente a los cuales responden las iniciativas de emprendimiento. Sin embargo, cabe resaltar que los emprendimientos por oportunidad y necesidad siguen siendo una realidad, aunque los modelos de desarrollo se hayan transformado. En el caso de los emprendimientos por necesidad, hay que tomar cuidados especiales, por parte de los hacedores de políticas como de los agentes y actores de los sistemas de innovación y emprendimiento, ya que surgen muchas iniciativas de emprendimientos y creación de nuevas empresas y en especial en nuestro país; como lo indica el Reporte GEM (2019), en Colombia la tasa de actividad emprendedora – TAE es del 21,2% y que desde el 2011 este ratio varía entre 21,2% y el 25%; siendo mayor la participación de los emprendedores frente a los nuevos empresarios; esto indica que muchos de los emprendedores no llegan a crear, ni consolidar una empresa nueva. La ratio de nuevos empresarios para el año 2018 bajó de 8,1% a 6,5%, siendo una cifra menor al promedio de América Latina. No cabe duda de que, para la economía de un país, emprender y crear empresa es importante, pero las acciones de política también deben enfocarse en generar las condiciones para que las nuevas empresas crezcan y se consoliden en el tiempo, ya que el mismo reporte

del GEM (2019) indica que solo el 6% de las nuevas empresas resistieron más de 3.5 años. Algunos aspectos importantes para resaltar del Reporte GEM (2019), es que los emprendimientos por oportunidad superaron los emprendimientos por necesidad, siendo los tecnólogos y profesionales los que más emprendieron en Colombia en 2018. De acuerdo con el Reporte GEM (2019), los emprendedores con nivel universitario fueron de 90.6%, seguidos de los que tenían educación técnica con 87,3%; mientras que los emprendedores por necesidad concentran su mayor nivel de formación en nivel de primaria en 21.6%; esos porcentajes indican que los emprendimientos pueden resistir más en el mercado al aprovechar los impactos positivos generados por el nivel educativo de los emprendedores, al aprovechar la oportunidad de creación de empresa.

La revisión sistemática de literatura sobre la educación para el emprendimiento a partir de 1980, explora la pedagogía que se ha desarrollado sobre ese tema con referencia a los profesores, contenido, objetivo y métodos de enseñanza-aprendizaje; muestra que la investigación sobre educación para el emprendimiento ha adoptado substancialmente abordajes pedagógicos basados en investigación y experiencia orientados a la acción, que motivan y soportan su autenticidad, y crean una relación cercana con los entornos del mundo real (Hägg, 2017).

La formación para el emprendimiento se alimenta por las recesiones económicas y por la concepción corroborada y soportada en investigaciones de que el emprendimiento es una fuerza orientadora clave para la transformación económica y social. Y principalmente, las nuevas formas de enseñanza orientadas que confrontan al estudiante con las pedagogías orientadas a la acción que los engancha a diseñar sus planes de negocio, desarrollar productos, modelos de negocio y servicios e iniciar un proyecto real (Hägg, 2017).

La investigación en este campo joven y fragmentado continúa en el debate del enfoque que ese proceso de formación debe tener. Algunos cursos se orientan a la formación de nuevos negocios, otros cursos se orientan a cubrir varios aspectos relacionados a la gestión de pequeños emprendimientos y otros cursos se orientan al desarrollo de aptitudes y comportamientos emprendedores. Tales enfoques se enmarcan en concepciones subyacentes de cómo es definido el emprendimiento, qué significa cuando se realizan ajustes al currículo académico, y cómo deben ser implementadas las pedagogías para mejorar el entorno del aprendizaje y fomentar el emprendimiento (Hägg, 2017).

La tabla 2-3 muestra algunos de los resultados obtenidos por Hägg (2017) alrededor de los enfoques de artículos publicados sobre la educación para el emprendimiento en el periodo 1980-2017. Puede observarse que el desarrollo del currículo tiene una curva en descenso (Hägg, 2017), lo cual podría relacionarse con una gran reestructuración de los currículos en las universidades en los top de los *ranking* y que incluyen el emprendimiento como un componente fundamental en la formación de sus estudiantes, para dar respuesta a las necesidades de la industria y acompañar los modelos de desarrollo de sus países.

**Tabla 2-3.** Enfoques de los artículos de investigación sobre educación para el emprendimiento

| Periodo   | Enfoque del artículo     |                            |            |          |       |
|-----------|--------------------------|----------------------------|------------|----------|-------|
|           | Desarrollo del currículo | Aprendizaje del estudiante | Evaluación | Política | Otros |
| 1980-1989 | 50%                      | 7%                         | 29%        | 7%       | 7%    |

|                  |     |     |     |    |     |
|------------------|-----|-----|-----|----|-----|
| <b>1990-1999</b> | 20% | 33% | 33% | 3% | 11% |
| <b>2000-2009</b> | 24% | 36% | 28% | 6% | 6%  |
| <b>2010-2017</b> | 15% | 36% | 33% | 3% | 13% |

Fuente: Adaptado de Hägg (2017)

Por otra parte, los datos de la tabla 3-3, permiten inferir que el enfoque en el aprendizaje del estudiante tiene un comportamiento incremental en el tiempo (Hägg, 2017), lo cual podría indicar la preocupación de las universidades y los académicos por lograr los objetivos de formación de emprendedores, y que la preocupación con la evaluación de la educación para el emprendimiento tiene un comportamiento promedio (Hägg, 2017).

Sobre la evolución de la pedagogía en investigación acerca de educación para el emprendimiento, Hägg (2017) plantea una estructura analítica (ver tabla 2-4). A partir del año 2010, el rol del profesor pasa a ser facilitador en el proceso de formación, ya que se incluyen la experiencia académica y profesional del emprendedor en el proceso de formación del emprendedor; el contenido de los currículos académicos incluye conocimiento y saber hacer, con bases fuertes en la dimensión teórica de la disciplina, el emprendimiento tiene objetivos asociados a un emprendimiento especializado y otro general y los métodos de enseñanza incluyen al propio emprendimiento como método, incluyendo modelos desarrollados para esos fines como son *Lean Start up* y *Business Model Canvas*.

**Tabla 2-4.** Evolución de la pedagogía en investigación sobre educación para el emprendimiento

| <b>Periodo tiempo</b> | <b>1980: periodo enfocado en el profesor</b>  | <b>1990: periodo enfocado en el proceso</b>  | <b>2000: periodo enfocado en el contexto</b>   | <b>2010: periodo enfocado en el aprendizaje</b>   |
|-----------------------|---|--|--|---|
| <b>Profesores</b>     | Pocos profesores especializados en emprendimiento, por lo general cuentan con antecedentes generales en escuelas de negocios. Poca integración entre enseñanza e investigación. | Aparición de profesores con doctorados en emprendimiento. Incremento de profesores investigando el emprendimiento. Aumento en la integración de la enseñanza y la investigación. | Profesores con antecedentes de dominio del emprendimiento. Uso aumentado de resultados de investigación en enseñanza.                                    | Profesores como facilitadores. Énfasis aumentado en combinar investigadores y empresarios en enseñanza.                                   |
| <b>Contenido</b>      | Enseñanza sobre emprendimiento. Ningún consenso sobre el contenido. Conocimiento general sobre administración, marketing, estrategia, etc.                                      | Se enseña sobre el emprendimiento y para emprender. Dimensión profesional. Aspectos prácticos de nuevas formas de gestión o pequeños negocios.                                   | Se enseña sobre el emprendimiento, para emprender y emprendiendo. Dimensión espiritual. Metodologías lean de recursos y cognitivas de creación de valor. | Se enseña sobre el emprendimiento, para emprender y emprendiendo. Dimensión teórica. Amplia alineación del principal contenido educativo. |

|                             |   |   |  |  |
|-----------------------------|---|---|--|--|
| <b>Objetivo</b>             | Investigaciones sin participación activa de estudiantes.<br>Poco alcance basado en supuestos de auto selección.   | Promoción del emprendimiento como una disciplina académica.<br>Enfoque aumentado en encontrar futuros estudiantes.  | Alta visibilidad en educación superior.<br>Enfoque en estudiantes que pueden ser emprendedores.                              | Dos fases: una fase de emprendimiento especializado y una fase de emprendimiento ampliado.   |
| <b>Métodos de enseñanza</b> | Métodos didácticos de enseñanza.<br>Conferencias, conferencias invitadas y casos.<br>Planes de negocio empiezan a ser un hecho central de la enseñanza. | Didácticas y métodos de enseñanza orientados a la acción.<br>Planes de negocios, conferencias, conferencias invitadas y casos.<br>Uso incrementado de simulaciones. | Aprendizaje experiencial (acción y reflexión).<br>Uso incrementado de iniciativas reales como vehículos para el aprendizaje. | Perspectiva constructivistaos experiencial sobre el aprendizaje.<br>Emprendimiento como método.<br><i>Lean start up</i> y <i>business model Canvas</i> . |

Fuente: Elaboración propia a partir de Hägg (2017)

Estos constructos analíticos pueden orientar los procesos de análisis y evaluación de los programas curriculares ofertados, las metodologías adoptadas para formar emprendedores y el cuestionamiento sobre en qué estado de evolución se encuentran los procesos de formación y las capacidades de los profesores que lideran esos procesos de formación en las aulas.

La enseñanza del emprendimiento se ha visto impactada por los procesos de *causation* y *effectuation* (Sarasvathy, 2001). Esta teoría cobró importancia después de que Sarasvathy presentara la base de *effectuation* por medio de dos ejemplos prácticos y definiera por primera vez sus principios. Los procesos de *causation* que toman un efecto particular como dado y se focaliza en la selección de medios dados para crear ese efecto. Las universidades, escuelas de negocios y cursos de Administración se han centrado en enseñar a elaborar planes de negocios alineados al enfoque de la planeación estratégica y basados en la *lógica de causalidad*, que asume premisas no necesariamente relacionadas a los recursos que el emprendedor posee para crear un nuevo negocio. Este proceso funcionó hasta los años 1970, donde las dinámicas del entorno iniciaron un proceso de aceleración en la generación de nuevas tecnologías y acortamiento de los ciclos de vida de los productos. Esa *lógica de causalidad* alejaba al emprendedor de la realidad del mercado, y lo ubicaba en procesos de planeación que demandaban mucho tiempo y recursos para su elaboración.

Durante las últimas décadas, la enseñanza del emprendimiento se basa en metodologías de aprendizaje experiencial, permitiendo al emprendedor experimentar actividades en la práctica y aprender de ellas. Las publicaciones que han impulsado el proceso de *effectuation* en el emprendimiento son: *The Lean Startup* (Ries, 2011), *Business*

Model Generation (Osterwalder & Pigneur, 2010) y *The Startup Owner's Manual* (Blank & Dorf, 2012), que proponen un proceso interactivo en la conformación de nuevos negocios. *Effectuation* es definido por Sarasvathy (2001, p. 245), como un proceso que toma un conjunto de medios dados y se concentra en seleccionar entre los efectos posibles que pueden ser creados con ese conjunto de medios. Por tanto, los emprendedores desarrollan su negocio con base en lo que pueden crear con el conjunto de recursos (o medios) con que cuentan, aprovechando la temporalidad y espacialidad para iniciar procesos de validación de ideas, productos y clientes lo más pronto posible y pasando a generar ingresos rápidos con base en el modelo de negocio diseñado y aprender en todo ese proceso. Las principales diferencias de dichos procesos se definen en la tabla 2-5.

**Tabla 2-5.** *Causation vs. Effectuation*

| <b>Categorías de diferenciación</b>                | <b>Proceso de Causation</b>  | <b>Proceso de effectuation</b>   |
|--|--|--|
| <b>Dados</b>                                       | El efecto es dado  | Son dados algunos medios y herramientas  |
| <b>Criterios de selección y toma de decisiones</b> | Ayuda a seleccionar entre los medios dados para lograr el efecto dado.<br>Criterios de selección sobre la expectativa de retorno.<br>Efecto dependiente: el cambio de significados es dado por las características de los efectos que el tomador de decisión quiere crear y de su conocimiento de los medios dados | Ayuda a seleccionar entre posibles efectos que pueden ser imaginados con medios dados.<br>Criterios de selección basados en riesgo aceptable.<br>Actor dependiente: medios específicos dados, el cambio de efecto es direccionado por las características del actor y sus habilidades para descubrir y usar contingencias. |
| <b>Capacidades empleadas</b>                       | Excelencia en la explotación del conocimiento  | Excelente en la explotación de contingencias   |

|                                     |  |   |
|-------------------------------------|--|---|
| <b>Relevancia del contexto</b>      | Más ubicuo en la naturaleza.<br>Usado en medios independientes, lineares y estáticos.  | Más ubicuo en acciones humanas.<br>Suposición explícita en ambientes ecológicos, no lineares y dinámicos. |
| <b>Naturaleza de las incógnitas</b> | Se focaliza en los aspectos predecibles de un futuro incierto                          | Se focaliza en aspectos controlables de un futuro impredecible.   |
| <b>Lógica subyacente</b>            | Subyacente a podemos predecir el futuro, nosotros lo podemos controlar.                | Subyacente a nosotros podemos controlar el futuro, no necesitamos predecirlo.                             |
| <b>Resultados</b>                   | Segmentación de mercados en mercados existentes por medio de estrategias competitivas. | Nuevos mercados creados por medio de alianzas y otras estrategias de cooperación.                         |

**Fuente:** *Elaboración propia con base en Sarasvathy (2001, p. 251)*

El estudio de Sarasvathy (2001) permite corroborar que los métodos de desarrollo de nuevos productos por empresas altamente innovadoras permiten orientar mejor las actividades de emprendimiento. Esos métodos permeados por el método científico, que, a partir de la observación e investigación del objeto de estudio, posibilitan aprender de forma continua, y no es necesario contar con un proyecto totalmente planificado para dar inicio al proceso de emprender. Es mucho más factible que un emprendedor estratégicamente aproveche los pocos recursos con que cuenta para entender el mercado, las necesidades del cliente, sus competidores, las dinámicas sectoriales y tecnológicas, posibles aliados de forma experiencial para aprender, al tiempo que mejora su oferta de valor y construye capacidades. Por eso es por lo que muchas empresas, sistemas de innovación y emprendimiento, hacedores de política han orientado sus acciones hacia estas nuevas metodologías, que son abarataadas y

eficientes pues se concentran en equivocarse rápidamente y aprender de la experiencia de emprender.

## **Innovación**

La definición más usada es la que propone *El Manual de Oslo*:

...una innovación es la implementación de un producto (bien o servicio) o proceso nuevo o significativamente mejorado, un nuevo método de comercialización o un nuevo método de organización en prácticas comerciales, organización en el lugar de trabajo o relaciones externas (OCDE, 2005, p. 146).

Otras definiciones incluyen aspectos relevantes que contribuyen a comprender mejor el abordaje de la innovación y su impacto en la sociedad y la economía. Para Shapiro (2005) la innovación es la capacidad de transformación de una organización para continuar generando valor que le permite evolucionar y situarse un paso por delante de sus competidores, a la vez que hace frente y se adapta rápidamente al entorno cambiante, consiguiendo así una ventaja competitiva.

Mathison et al. (2007), concluyen que la innovación es la capacidad adquirida para transformar los procesos empresariales y crear organizaciones más competitivas, dinámicas, ágiles y eficaces en la generación de nuevos productos, procesos productivos, mercados y modelos de negocio, y que cumple con el propósito fundamental de generar ventajas competitivas sostenibles.

Para Hana (2013) la innovación no sólo cubre mejoras y cambios técnicos sino su aplicación práctica a partir de la investigación.

El talento humano y el trabajo de investigación creativa son los determinantes más significativos del proceso de innovación (Zemplinerová, 2010). Por otra parte, Andrade (2005) afirma que paralelamente a la dinámica de la economía mundial y al aumento de la competitividad, el proceso de innovación también presenta una naturaleza continua donde la organización tiene un rol protagónico en su ritmo y progreso, mediado en gran parte por la combinación e interacción de sus recursos y capacidades.

Por su parte, Naranjo-Valencia et al. (2011) considera que el componente principal de la innovación es el conocimiento, que, junto a la experiencia, el aprendizaje, la actividad creativa, la investigación y la educación de los trabajadores, gerentes y dueños se refleja en los resultados económicos de la organización.

La participación de las organizaciones en cadenas de valor puede estimular sus procesos de innovación y mejora tecnológica por la inmersión en un campo del conocimiento más amplio y la demanda de organizaciones más grandes. Adicionalmente, la cooperación empresarial puede ser una vía importante para la transmisión de los conocimientos y experiencias en la red de producción (Romero, 2009), lo cual es de especial relevancia para las empresas pequeñas, que, a diferencia de las grandes, tienen una reducida autonomía innovadora y generalmente no participan de los centros tecnológicos, quedando finalmente sus proyectos de innovación y ventaja competitiva dependientes del objetivo de compartir recursos y conocimiento (Romero & Martínez-Román, 2012).

A partir de lo anterior, se concluye que la innovación se basa en conocimiento, competencias, habilidades y experiencia del talento humano; además aspectos internos a la organización influyen la

efectividad del proceso de innovación, y las fuentes de innovación para las organizaciones tienen componentes endógenos y exógenos que condicionan las estrategias adoptadas por ellas para la obtención de ventajas competitivas.

Sobre los factores internos organizacionales que impactan el proceso de innovación, Khazanchi et al. (2007) y Chang & Lee (2007) coinciden en que la cultura organizacional influye en la capacidad de innovación o imitación de la firma. Naranjo-Valencia, Sanz-Valle, & Jiménez-Jiménez (2010) y Naranjo-Valencia, Jiménez-Jiménez, & Sanz-Valle (2011) agregan que la cultura adhocrática tiene un efecto positivo sobre la estrategia de innovación, mientras que la cultura jerárquica tiene un efecto positivo sobre la estrategia de imitación. La primera se caracteriza por la flexibilidad, el cambio, la orientación hacia el exterior y la falta de formalidad, propia de empresas que operan en contextos dinámicos y que trata de ser líder del mercado (Cameron & Quinn, 2011); además es reconocida por valores como la creatividad, el espíritu empresarial, la asunción de riesgos, la libertad y la autonomía; elementos culturales que favorecen la innovación (Cameron & Quinn, 2011).

El segundo tipo de cultura se caracteriza por la estabilidad, las normas y reglamentos, autoridad excesiva, no asunción de riesgo y la escasa participación de los miembros de la empresa y rasgos culturales que obstaculizan la innovación (Naranjo Valencia et al., 2010, 2011). Si una firma no es capaz de introducir innovaciones en forma permanente, corre el riesgo de quedarse rezagada de sus competidores y ser absorbida por otras organizaciones (Hana, 2013).

Así, las innovaciones se convierten en una fuente clave de ventaja competitiva que determina el éxito económico de cada organización,

su subsistencia y crecimiento en el entorno turbulento y altamente competitivo de hoy. Por tanto, la innovación se refleja en una fuerte relación entre el rendimiento de mercado y el desarrollo de nuevos productos, el sostenimiento de la participación en el mercado y la mejora en la rentabilidad, el crecimiento por medio de factores diferentes al precio, la substitución de productos obsoletos, la incorporación de otros procesos que conduzcan al mejoramiento de la eficiencia productiva y la velocidad para introducir nuevos productos en relación con los competidores (Hana, 2013). Se puede decir entonces que difícilmente una organización tendrá éxito si aborda la innovación en el marco de los límites de la firma. Siendo las empresas los principales agentes de la innovación, sus actividades en este campo transbordan el ambiente empresarial.

La innovación es un proceso social de retroalimentación dinámica y compleja entre áreas intra e interorganizacionales, en el que participan múltiples actores con respuestas y comportamientos diferentes y desconocidos *a priori*, generando en muchas ocasiones resultados inciertos. Lo que puede funcionar en una empresa, puede que no funcione en otra, y esto se debe a que la innovación es un proceso multicausal y específico, en el que difícilmente se logran establecer relaciones de causa-efecto, haciendo que sus proyecciones en tiempo y espacio sean problemáticas, convirtiendo procesos o iniciativas innovadoras relativamente simples en complejas.

Por lo general, la capacidad de innovar se sustenta en una base de capacidades acumuladas históricamente en firmas, grupos de empresas, economías regionales y nacionales. Las implicaciones de esos factores heredados conllevan a que las actividades y decisiones del pasado de las organizaciones afecten las actividades presentes y futuras. De igual manera, las dimensiones espaciales imponen barreras y generan posibilidades para la organización. Por tanto, las

dinámicas de la innovación requieren de la articulación de actores del sistema o entorno, planificación de actividades y esfuerzos colectivos orientados a largo plazo y que se apoyen en políticas, estrategias y planes que conlleven a procesos de aprendizaje colectivos. También en la creación o fortalecimiento de sistemas apalancados en capacidades científicas y tecnológicas, que promuevan dinámicas de innovación evidenciadas en la consolidación de la competitividad de la industria, las empresas y la sociedad de manera sostenible.

La innovación y sus diferentes formas de expresión mueven el desarrollo económico, que conforma un proceso creativo y dinámico donde antiguas tecnologías son sustituidas por nuevas, y que fue denominado como *destrucción creativa*, ya que al crear innovaciones se destruye lo que existía hasta el momento (Montoya Suárez, 2004; Schumpeter, 1939). En ese proceso surgen cambios progresivos o radicales. Estos tipos de innovación permiten: a. La introducción de un nuevo producto; b. La introducción de un nuevo método de producción; c. El desarrollo de nuevas fuentes de materias prima o insumos; d. La creación y apertura de nuevos mercados y e. La creación de nuevas estructuras de mercado en un sector de actividad (Montoya Suárez, 2004; Schumpeter, 1939).

Según la OCDE (2005), la innovación puede apuntar al mejoramiento del producto en términos de la presentación, calidad, composición o estructura en general; también el mejoramiento, cambio o creación de un aspecto diferenciador o que potencie un proceso específico, el mejoramiento en los procesos contextuales y administrativos de las organizaciones en general y cambios, mejoramiento o creaciones al proceso en general de *marketing* relacionados especialmente con la mezcla del mercadeo.

Cuando se trabaja el tema de innovación es necesario abordar el concepto de Sistema Nacional de Innovación (SNI). Este fue abordado inicialmente por Lundvall (2016b) y Freeman (1988) y se enfoca en las interacciones institucionales, por lo que puede ser definido como una red de instituciones e interacciones de agentes y actores públicos y privados que generan, adoptan, modifican, transfieren y difunden nuevos conocimientos y tecnologías (Freeman, 1988). La dimensión del aprendizaje colectivo implícito y explícito en los SNI, es planteado por Lundvall (2016b) como un sistema social basado en las interacciones entre las personas y agentes de este que conllevan al aprendizaje colectivo. Lundvall (2016a), Nelson (1993) y Edquist (1997) analizan los SNI de manera diversa y se basan en experiencias nacionales diferentes. El concepto desarrollado por Edquist (1997) tiene un enfoque interdisciplinar e histórico.

De manera general, el principal enfoque del SNI considera la innovación y el aprendizaje como aspectos cruciales y, aunque las empresas son la espina dorsal del SNI, ellas necesitan interactuar con otros agentes o actores debido a que la innovación es un proceso de naturaleza interactiva y colectiva (Arellano, 2015). La diferencia entre el proceso lineal de innovación y el SNI radica, especialmente, en que el primero enfatiza en la generación de innovaciones, mientras que el segundo lo hace en la difusión del conocimiento.

De acuerdo con Lundvall (2016a), la innovación no solo es presentada en función del mercado y el Estado sino que incluye otras instituciones como universidades, bancos, la legislación de propiedad intelectual, los centros de investigación, y de servicios tecnológicos. Entre las grandes dificultades observadas en los SNI se encuentran la identificación y cuantificación de indicadores, gastos en I&D, número de patentes obtenidas y formas de protección

de la innovación. Sus principales debilidades se vinculan a la importancia de los insumos provenientes del exterior relacionados a los esfuerzos endógenos de absorción y generación de innovaciones y principalmente a los aspectos normativos de las políticas públicas de los SNI (Edquist, 1997; Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Lundvall, 2016b; Lundvall et al., 2002; Lundvall & Johnson, 1994).

En los SNI el proceso de adquisición de conocimientos científicos, técnicos y organizacionales que permiten el uso eficiente de las tecnologías disponibles es prolongado y de alto riesgo. Ello implica el desarrollo de capacidades tecnológicas y de organización mediante esfuerzos de aprendizaje en el proceso de producción (*learning by doing*) en procesos comerciales y de relacionamiento con el cliente (*learning by using*) actividades de I+D (*learning by searching*) interacciones con proveedores de equipos, partes y componentes, con socios, con universidades y centros de investigación, con sectores productivos y con los clientes, entre otros (*learning by interacting*) (Lundvall, 2016b, 2016a; Pavitt, 1984).

El conocimiento tecnológico es un requisito o resultado del proceso productivo, que a nivel individual y organizacional conlleva a un proceso de maduración debido a la acumulación de experiencias, expandiendo las actividades y emprendiendo nuevas (Lundvall, 2016b). Ese proceso de maduración genera diversas formas de capital humano individual y organizacional, en las cuales el aprendizaje está ligado con la educación del talento humano involucrado, de tal manera que se genera una complementariedad entre el capital humano, tecnológico y educativo (Lundvall, 2016a; Ocampo, 1998).

Sin embargo, ese capital no es apropiable totalmente, debido a que los conocimientos transmitidos, los recursos capacitados, pueden

circular entre las organizaciones, mientras que el conocimiento incorporado en equipos e insumos puede ser adquirido fácilmente (Lundvall, 2016b, p., 2016a; Lundvall & Johnson, 1994). Esto da origen a externalidades que pueden transformar el capital tecnológico y educativo en una forma de capital social, que puede denominarse *conocimiento capital* (Ocampo, 1998). La acumulación de ese capital es facilitada cuando existen instituciones apropiadas que apoyen su desarrollo, que generen interacciones dinámicas entre el sistema educacional, los centros de investigación y las empresas, permitiendo la amplia utilización de economías de escala de investigación y las externalidades que caracterizan el conocimiento tecnológico (Lundvall, 2016b, 2016a; Lundvall & Johnson, 1994; Ocampo, 1998).

De acuerdo con Levitsky (1996) y Lemos & Maculan (1998) las interacciones entre los diferentes agentes y actores del sistema implican que estas se realicen en las dimensiones local, regional y nacional y que las organizaciones desarrollen tanto habilidades para movilizar recursos políticos, financieros y organizacionales y capacidades para el aprendizaje organizacional y colectivo, como a obtener intercambios significativos de apropiación de nuevos conocimientos para sus procesos de innovación.

Esas habilidades y capacidades organizacionales cobraron importancia a partir de los años 90, al asociarlos al éxito de las firmas y a la naturaleza de la competición moderna (Prahalad & Hamel, 1990; Teece & Pisano, 1994; Pavitt, 1993). Las firmas ganadoras presentan una característica particular de respuesta rápida y flexible a desafíos, oportunidades y a estímulos exógenos a estas. Entonces, las firmas ganadoras serán aquellas capaces de generar y gestionar capacidades internas y externas a ellas; por tanto, tendrán ventaja competitiva si el aprendizaje ocurre a partir de interacciones con

agentes externos (Prahalad & Hamel, 1990; Teece & Pisano, 1994; Pavitt, 1993).

Con la creación de conocimiento como meta por parte de la firma, crear valor por acumulación se vuelve factor generador de ventajas competitivas y de construcción de nuevas competencias (Prahalad & Hamel, 1990), que pueden ser obtenidas a través de entrenamiento, solución de problemas y de relaciones sociales (Teece & Pisano, 1994). Ejemplo de esto sucede al enfrentar los cambios rápidos de los procesos productivos, estimulados por los avances en las tecnologías de información y comunicación. Según Gertler (2003), el conocimiento se constituye en la principal base de creación de valor y mejoría de productos y procesos de la firma. Generalmente, las innovaciones son consecuencia de esfuerzos de inversión en investigación y desarrollo y caracterizan el proceso de aprendizaje de forma estructurada en las firmas, por medio de sus departamentos de I&D (Pavitt, 1993).

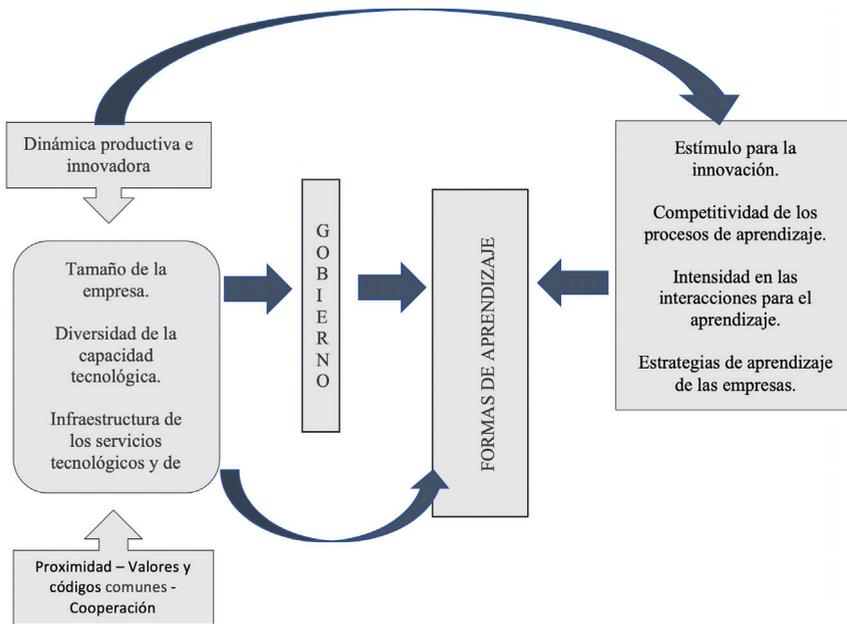
Sin embargo, de acuerdo con Campos, Cario, Nicolau & Vargas (2003) los procesos de aprendizaje derivados de la acumulación de experiencia en la producción y de las innovaciones incrementales en productos y procesos, pueden caracterizar mecanismos informales o no estructurados que también crean capacidades innovadoras internas a las firmas o *learning by doing* y *learning by using* (Lundvall, 1985; Lundvall, 1992). Es decir, aunque las actividades de investigación no estén bien estructuradas, las innovaciones en los procesos productivos y en productos pueden ocurrir, bien sea por medio de las interacciones con otros agentes, o por transferencia de tecnologías desde grandes empresas, universidades y centros de investigación (Arellano, 2015).

Las fuentes del conocimiento no se limitan al ámbito de la firma. Las fuentes externas enmarcadas en el sistema de ciencia y tecnología y el mercado (otras firmas, proveedores y usuarios de productos) pueden mezclarse con las fuentes internas de conocimiento (Campos et al., 2003). Según lo señalado por Lundvall (2016a), las relaciones intra y extra-firma pueden establecer formas diversas de aprendizaje por interacción (*learning by interaction*). Además, los procesos de aprendizaje son interactivos, influenciados y relativos al contenido en grado y dirección del juego institucional de la economía, lo que hace referencia a un papel importante de las instituciones (normas, leyes, política pública, costumbres, entre otros), como elementos influyentes en la actuación de las diferentes organizaciones en una sociedad (Lundvall, 2016a). En ese sentido, cuando la economía es vista más como un proceso de comunicación y de causa acumulativa de un sistema en equilibrio, aprender puede ser conceptualizado como la fuente de innovación técnica. Fuente que el emprendimiento viene explorando con las nuevas metodologías orientadas a la acción y con base en el aprendizaje experiencial (Hägg, 2017; Sarasvathy, 2001).

Según Campos et al. (2003), el análisis de los procesos de aprendizaje puede ser hecho a partir de los siguientes elementos: a. La identificación de los condicionantes del aprendizaje a través de variables que identifiquen la complejidad de los procesos y los estímulos a la actividad innovadora, que se identifican en relación con el nivel de complejidad de los procesos de aprendizaje y al estímulo de la actividad innovadora; b. La evaluación de los recursos y competencias del sistema local para los procesos de aprendizaje en relación a la posibilidad de obtención de informaciones, a las características de las relaciones entre los agentes productivos, a los estímulos proporcionados por las organizaciones (locales, regionales, nacionales), a las acciones de estímulo, a la cooperación

entre los actores locales y al capital social e intelectual del sistema educacional; c. Observación de las estrategias de aprendizaje en relación a las formas de los procesos de aprendizaje en las empresas, al esfuerzo interno para el aprendizaje y a las interacciones para el aprendizaje. Los principales elementos del proceso de aprendizaje identificados por Campos et al. (2003), se sintetiza en la figura 3-1.

**Figura 2-1.** Principales elementos del proceso de aprendizaje



Fuente: Adaptado de Campos et al. (2003)

Como se observa en la figura 3-1., los elementos de mayor influencia en las empresas son la proximidad, valores/códigos comunes y cooperación, que sumados a la gobernabilidad –condicionada por factores internos y externos a la firma– conllevan al establecimiento de formas de aprendizaje. Así, cada organización deberá identificar e intensificar las actividades que le permitirán aprender y generar

conocimientos y diseñar la mejor forma de inserción en el mercado y fuentes para la innovación y acceso a conocimientos técnicos y tecnológicos (Lundvall et al., 2002).

Desde el abordaje del aprendizaje, el proceso de innovación en las organizaciones tiene como premisa que las empresas no innovan de forma aislada. La innovación sucede en el contexto de un sistema de redes de relaciones directas o indirectas con otras empresas, instituciones de enseñanza e investigación, la infraestructura de investigación pública y privada, la economía nacional e internacional, el sistema normativo y un conjunto de otras instituciones. Este abordaje también entiende que la innovación y el desarrollo económico tienen origen en condiciones particulares, sociales, organizacionales, institucionales y características histórico-culturales, siendo los elementos presentes en determinado sistema los que pueden determinar la capacidad de aprendizaje e innovación de un país, región o localidad (Freeman, 1988, 1994; Lundvall, 2016b, 2016a; Suzigan et al., 2004).

### **Relación Estado-Universidad-Empresa: el modelo de Triple Hélice**

La relación entre Estado, universidad y empresa es analizado como un modelo propuesto por Etzkowitz & Klofsten (2005). La universidad es una organización creadora de conocimiento en el modelo y se relaciona con la industria y el Estado. De acuerdo con Castillo (2010), la universidad tiene un rol estratégico en el modelo porque es la base para generar las relaciones con la empresa. Por tanto, ella debe crear estrategias y acciones que estimulen la investigación y el desarrollo, e institucionalizar el involucramiento de la industria en el desarrollo de actividades de investigación y desarrollo.

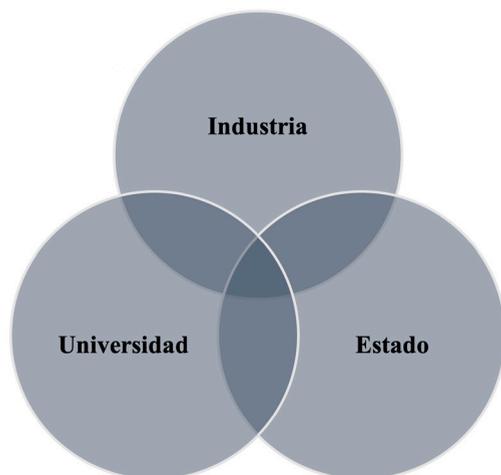
En la sociedad del conocimiento, la producción y difusión de conocimiento es evidentemente aceptada como un factor crítico para el crecimiento económico, en el cual las universidades han desempeñado un rol clave. El modelo de la Triple Hélice se centra en las fuertes relaciones creadas entre universidad, industria, Estado y es propuesto como una estrategia para países desarrollados para acelerar su transición para la economía basada en conocimiento (Durán Peralta & Peña Ríos, 2020; Dzisah & Etzkowitz, 2008), ver Figura 2-2.

Este modelo orienta las políticas de innovación teniendo en cuenta que el eje empresa enmarca los negocios que conforman el tejido empresarial de un país. La industria toma el papel de la universidad en el desarrollo de entrenamiento e investigación, con frecuencia de este alto nivel como en las universidades; el eje universidad hace referencia a la actividad que realizan las universidades y centros de educación superior de un país, siendo su gran contribución a la innovación empresarial los graduados e investigadores y el conocimiento que ofrece. La academia juega un papel importante para el desarrollo regional sumado a su rol tradicional como proveedor de personas entrenadas y de conocimiento básico; el eje gobierno juega un papel fundamental como el principal beneficiario y financiador de la innovación del país. El gobierno ayuda a dar soporte a los nuevos desarrollos por medio de cambios en la regulación ambiental, tasas de incentivos y provisión de capital de inversión público<sup>5</sup>.

---

5 La mayoría de los autores han hecho énfasis en una aumentada interacción entre universidades, industria y Estado en planes de trabajo desarrollados en colaboración y estrategias de previsión que pueden potencialmente conducir a un crecimiento económico más sostenible y una ventaja competitiva (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Schofield, 2013) the national organization of the system of innovation has historically been important in determining competition.

**Figura 2-2.** Principales elementos del proceso de aprendizaje



Fuente: Elaboración propia a partir de Leydesdorff & Etzkowitz (1998)

El modelo de la triple hélice es presentado como un *modelo de innovación en espiral* que detiene relaciones múltiples y recíprocas en diferentes estados de la creación, apropiación y transferencia de conocimiento que permiten la construcción de nuevas estructuras que incorporan o hibridan organizaciones con facilidades de incubación. También como la estrategia clave de innovación de la agenda multinacional o nacional del siglo XXI (Etzkowitz & Leydesdorff, 1997).

Provee la capacidad regional para construir recursos que generen nichos de innovación tecnológica y asegura un lugar dentro de la división del trabajo en la economía global (Etzkowitz, 2008). Las diferentes resoluciones de la relación entre las esferas institucionales de universidad, industria y Estado pueden ayudar a generar

---

Reorganizations across industrial sectors and nation states, however, are induced by new technologies (biotechnology, ICT).

alternativas estratégicas para la transformación social y crecimiento económico.

Serán las universidades el eje orientador de este modelo. Por lo general, las universidades se enfocan solo en las actividades tradicionales de docencia e investigación, lo cual limita enormemente el direccionar sus cuestionamientos alrededor de problemáticas socioeconómicas en las cuales pudieran intervenir. Sin embargo, el papel de las universidades es más significativo con la emergencia de la economía basada en conocimiento. Actualmente, las universidades son vistas como orientadoras poderosas de innovación y cambios en ciencia y tecnología. Son las responsables por formar profesionales con conocimientos y habilidades y el colchón para el desarrollo de nuevas industrias, productos y servicios. Las universidades son las principales actrices en el proceso de generación de conocimiento, desarrollo de nuevas habilidades, generación de contextos para el aprendizaje, y promotoras de cambios en las formas de trabajar y pensar en organizaciones e individuos (Cofield & Willimson, 1997; Mavin & Bryans, 2000).

Gibbons et al. (1994) y Gibbons (1998) señalaron que, debido al advenimiento de la sociedad del conocimiento y la economía de bienestar, la producción de conocimiento científico y tecnológico sufrió transformaciones que hicieron que se moviera del denominado Modo 1 o Ciencia 1, hacia el Modo 2 o Ciencia 2. En el Modo 1, los problemas planteados y solucionados corresponden a inquietudes o intereses académicos de una comunidad específica y se enmarcan en una sola disciplina; y en el Modo 2, los problemas a solucionar parten de problemáticas sociales y buscan ser de utilidad para la sociedad, el Estado y las empresas, además de configurarse con carácter transdisciplinario, siendo su principio rector la

responsabilidad social. Los factores que contribuyeron para ese cambio fueron políticas de gobierno, expectativas de la comunidad, la expansión del sector de la educación superior, las necesidades tecnológicas y la emergencia de un sistema de producción de conocimiento distribuido (Gibbons, 1998).

Por tanto, las universidades como instituciones creadas para liderar la creación de nuevos conocimientos son las llamadas a integrar sus funciones sociales y científicas, a sobrepasar las dificultades de la transferencia del conocimiento hacia la sociedad por medio de la articulación de sus actividades como la investigación y la docencia. Como se puede observar en la figura 2-3, ellas deben extenderse hacia un conjunto de actividades para transferir conocimiento a sus grupos de interés, en busca del bienestar social y contribuir con los objetivos públicos y privados (Gibbons, 1998; Martin & Etzkowitz, 2000; Sheen, 1992).

Al cumplir con la atención de las problemáticas y necesidades sociales del territorio en cual se encuentran inmersas, pueden permitirle alcanzar ingresos adicionales que huyen de su objetivo principal, pero que contribuyen para su propia sostenibilidad por medio de la comercialización tecnológica de recursos e invenciones (Martin & Etzkowitz, 2000), al ser actividades relacionadas directamente al emprendimiento universitario (Etzkowitz, 2003b).

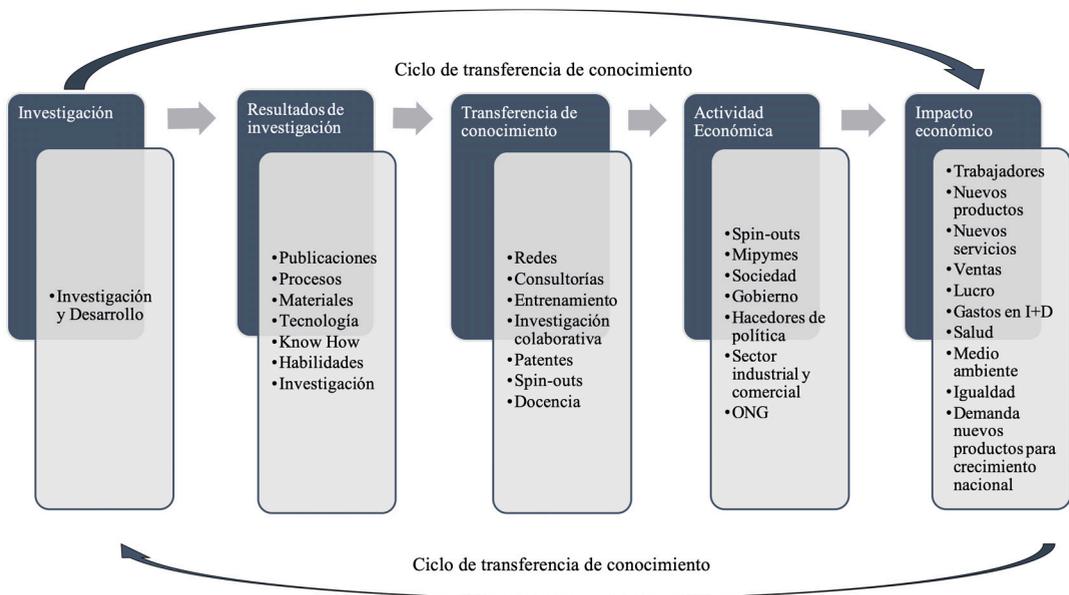
De acuerdo con Holi et al. (2008), las universidades pueden generar impacto económico y social por medio de los resultados del proceso de I+D. Esos conocimientos de tipo científico y tecnológico son socializados generalmente en libros, artículos en revistas académicas, patentes, entre otras formas de protección de la propiedad intelectual, configurándose en mecanismos o canales mediante los cuales se transfieren al Estado, la industria y la comunidad. Sin

embargo, para Mavin & Bryans (2000) el papel de las universidades debe ser el de facilitar el diálogo interprofesional entre individuos en las organizaciones aliadas para que puedan alcanzar los objetivos de las políticas de gobierno y producir soluciones creativas para problemas multidisciplinares del sector público que promuevan aprender a asumir nuevos roles en respuesta a los cambios de la sociedad contemporánea.

Las actividades de transferencia de conocimiento entre empresa-universidad-Estado han permitido a las universidades proveer beneficios substanciales para todos los actores. El ciclo de transferencia de conocimiento (Schofield, 2013) tiene su inicio en actividades de investigación que generan un conocimiento científico o tecnológico, que puede ser transferido e impactar diferentes sectores de actividad y la economía (figura 2-3). A su vez, ese proceso es de retroalimentación para las actividades de investigación porque por lo general la investigación parte de dar solución a un problema de un sector económico, industria o sociedad, cuando se ha avanzado a un Modo 2 o Ciencia 2 (Schofield, 2013).

Los procesos de transferencia basada en la relación tripartita del modelo generan beneficios substanciales para las diferentes hélices (Schofield, 2013). La figura 2-4. permite comprender que las universidades que se benefician de la financiación industrial acceden a las instalaciones de pruebas industriales y casos de estudio prácticos que demuestran el impacto de traslación. La industria, por su parte, potencialmente ahorra en I + D y la necesidad de desarrollar una experiencia específica local; es más beneficioso acceder a una piscina de talento, instalaciones de laboratorio y compartir costos de las actividades I+D. Como resultado, tal asociación apoya la innovación abierta, la competitividad y el crecimiento nacional (Schofield, 2013).

**Figura 2-3.** Ciclo de transferencia del conocimiento



Fuente: Elaboración propia a partir de Schofield (2013)

Sin embargo, el escenario de la colaboración empresa-universidad-Estado es compleja y variada en su alcance, duración, mecanismo de financiación, la ubicación geográfica, los resultados esperados y el impacto (Schofield, 2013).

**Figura 2-4.** Beneficios potenciales de la relación universidad-industria



Fuente: Elaboración propia a partir de Schofield (2013)

El modelo de la Triple Hélice (TH) fue fundamentado con base en diez proposiciones, de acuerdo con Etzkowitz (2003a): 1. Fuente de innovación, 2. Generación de innovaciones, 3. Modelo interactivo de innovación, 4. Capitalización del conocimiento, 5. Formación de diferentes tipos de capital, 6. Nuevas configuraciones económicas, 7. Solución de problemas locales, 8. Desarrollo de nuevas tecnologías, 9. Rol relevante de las universidades, 10. Capacidad de transición entre paradigmas tecnológicos.

La fuente de la innovación descansa en las redes y acuerdos entre las tres esferas institucionales de la TH y no en alguna de ellas por separado. La generación de innovaciones organizativas, de nuevos ordenamientos sociales, y de nuevos canales para la interacción, llega a ser tan importante para acelerar la innovación como la creación de dispositivos físicos. Ejemplos de estas innovaciones sociales son las incubadoras de empresas, los parques de la ciencia o las redes, las

cuales llegan a ser fuentes de actividad económica, de formación de comunidad y de intercambio internacional. El modelo interactivo de innovación es resultado de la interacción entre la dinámica lineal y la dinámica lineal inversa de transferencia de conocimiento. Cuando la tecnología se produce en la academia se da el paso del modelo lineal al lineal asistido (por ejemplo, con las empresas de las incubadoras). Cuando sucede en el modelo lineal inverso que comienza en las industrias o los problemas sociales, proporciona el punto de partida para nuevos programas de investigación y nuevas disciplinas. (Etzkowitz, 2003a)

La capitalización del conocimiento sucede en paralelo con la cognitivización del capital, lo que significa que los procesos de creación de conocimiento y de creación de capital surgen en cuanto se inventan nuevas formas de financiación de investigaciones que responden a las necesidades de empresas locales, transformando el conocimiento en capital que da origen a innovaciones organizativas. La formación de capital sucede en dimensiones nuevas en la medida en que se crean diversas formas de capital que se transmutan en otras (financiero, social, cultural e intelectual). Las nuevas formas de capital se crean sobre la base de la interacción social (a quién conoces) o las actividades intelectuales (qué sabes) y son intercambiables. El capital financiero surge sobre el capital social e intelectual acumulado y éstos se redefinen en tanto que las universidades interactúan más intensamente con las industrias y el gobierno. (Etzkowitz, 2003a)

La globalización se descentraliza y tiene lugar a través de redes regionales entre universidades, así como a través de corporaciones multinacionales y organizaciones internacionales. Las nuevas configuraciones se convierten en la base de un proceso continuo de formación de empresas, diversificación y colaboraciones entre

competidores. Los países en desarrollo y las regiones tienen la posibilidad de hacer progresos rápidos basando sus estrategias de desarrollo en la construcción de nichos de fuentes de conocimiento apoyados por la economía local. Los ordenamientos políticos y sociales basados en principios de equidad y transparencia son la base para un rápido desarrollo en un entorno estable. Las universidades y las redes de incubadoras pueden usarse a la vez para adaptar tecnologías avanzadas para solucionar problemas locales y para ampliar las fronteras de la investigación en áreas especiales y transferir al exterior las innovaciones locales (Etzkowitz, 2003a).

Las reorganizaciones entre esferas institucionales, sectores industriales y Estados-nación son inducidas mediante oportunidades en nuevas tecnologías. Éstas emergen en un flujo constante desde síntesis entre innovaciones interdisciplinarias previas. Las universidades se convierten de forma creciente en la fuente de desarrollo económico regional y las instituciones académicas se reorientan o se crean con este fin. Lo que distingue a una región Triple Hélice es la capacidad para hacer una transición de un paradigma tecnológico a otro cuando el anterior régimen se agota (Etzkowitz, 2003a). Las interacciones Triple Hélice institucionalizadas y renovadas a través de generaciones de tecnologías son la base de redes aparentemente auto organizadas de innovación. De acuerdo con Etzkowitz (2003a), esas diez proposiciones son propuestas para emprender acciones destinadas a potenciar la innovación.

El modelo de desarrollo regional que presentan en su trabajo Etzkowitz & Klofsten (2005), tiene como elemento central el conocimiento y es concebido como un conjunto de dinámicas multi-lineales basado en paradigmas tecnológicos alternativos. Se basa en una política de innovación *bottom-up*, resultado de un *emprendedor*

colectivo en el cual intervienen las hélices: academia, industria y Estado, como su motor (Etzkowitz & Klofsten, 2005)<sup>6</sup>.

Los representantes de los diferentes ejes institucionales se unen y combinan elementos extraídos de cada eje para crear una nueva organización. Esos grupos generalmente tienen una dimensión espacial que es de naturaleza regional, aunque pueden trascender definiciones regionales anteriores con base en factores topográficos, nacionales o culturales. El proyecto de creación de una región basada en conocimiento normalmente tiene como eje la utilización o expansión de las capacidades de las universidades o incluso en el establecimiento de nuevas instituciones académicas para este propósito (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

Según Etzkowitz y Klofsten (2005), el modelo de desarrollo regional se define en cuatro etapas: inicial, implementación, consolidación y renovación. El evento clave en ese modelo es la creación de una universidad emprendedora, ya sea a partir de una base académica existente o de una nueva fundación o entidad, que tome iniciativas en conjunto con el gobierno y la industria para crear una estructura de apoyo para la creación de empresas y el crecimiento regional. El resultado de estas iniciativas es una dinámica autosustentable en el que el papel de la academia y el gobierno parece retroceder como actores para que la industria pase a primer plano y se crea un linaje de empresas, para luego volver al primer plano para la creación

---

6 Según estos autores, el ejemplo clásico de un emprendedor colectivo es el papel del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, en la creación del Sistema de innovación agrícola de ese país. (Schumpeter, (1951) citado por Etzkowitz & Klofsten, 2005). Organizaciones como esa, desempeñan el papel de *Organizador de la innovación regional* en el diseño de nuevas iniciativas para fomentar el desarrollo económico y social (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

de las condiciones necesarias para la próxima ola de innovación (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

De acuerdo con Etzkowitz y Klofsten (2005) y Etzkowitz (2003a), aunque la universidad juega un papel importante, por lo general actúa como parte de una configuración más amplia. Contrariamente, cuando la universidad falla en su papel emprendedor, con frecuencia se debe a una coalición institucional amplia que fomenta ese papel deficiente. En relación con la ubicación de la investigación, surge una polémica debido principalmente, a que sus resultados, contenidos en documentos y publicaciones que fluirían en cualquier lugar, se han convertido en una cuestión política (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

Las implicaciones prácticas de la investigación se generan con mayor cercanía al tiempo de realización de un descubrimiento, y al surgimiento de una nueva industria a partir de estos descubrimientos, por tanto, la ubicación de la investigación se vuelve relevante para las diferentes localidades. En ese sentido, surgen los defensores de la concentración de los recursos de investigación en unos pocos sitios clave, típicamente regiones urbanas más grandes y fundaciones académicas mayores, que van en contra de los defensores de renovar las viejas regiones industriales y el desarrollo de zonas no urbanizadas alrededor de nuevas fundaciones académicas (Etzkowitz, 2003a; Etzkowitz & Klofsten, 2005).

Los conjuntos de conflictos resultantes de las presiones de ese movimiento se expanden hacia las actuales fuentes de financiamiento de los consejos nacionales de investigación y se establecen nuevas fuentes a nivel multinacional, regional y local (Etzkowitz & Klofsten, 2005). Siendo así, las fuentes de financiación de las actividades de investigación, uno de los grandes problemas de las universidades.

Como eje base del modelo de la TH, la universidad puede generar también recursos, ya que los ejes pueden asumir las actividades que entre ellas activan el modelo. En ese sentido, la universidad en sí es vista como una fuente de financiación de la investigación a través de sus actividades de transferencia de tecnología, como parte de una visión a largo plazo de una universidad emprendedora auto gestionada (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

En ese sentido, se espera que la universidad asuma el rol de emprendedor colectivo. Se requiere de la habilidad de establecer su propia dirección estratégica, el compromiso que los conocimientos desarrollados en la universidad sean utilizados, especialmente en el contexto local, el desarrollo de capacidades internas para la transferencia tecnológica y la comercialización de investigaciones para jugar un papel de colaboración en el establecimiento de una estrategia para el desarrollo económico regional basado en el conocimiento y la participación en iniciativas para la aplicación de esa estrategia, tener un considerable grado de independencia del gobierno, la industria y los patrocinadores eclesiásticos, y por último, tener un alto grado de participación con otros actores sociales (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

De acuerdo con el modelo de TH, evidentemente las características internas de las universidades y sus estrategias reflejan su orientación regional. Una universidad con un alto nivel de capacidad de investigación puede estar vinculada principalmente a los ámbitos industriales tradicionales. Sin embargo, el enfoque de una universidad como emprendedora deberá estar frente a nuevos roles académicos tales como formación de firmas y la creación de capacidades organizativas para lograr este objetivo (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

De otro lado, en la construcción de una región innovadora, la universidad de investigación juega un papel fundamental. La región innovadora requiere múltiples conocimientos de base que le permitan renovarse, sus universidades de manera individual o colectivamente deben ser lo suficientemente capaces de desarrollar las competencias para estar a la vanguardia de las diversas áreas de la ciencia y la tecnología avanzada, algunas de las cuales tienen un potencial de corto plazo para su aplicación (Etzkowitz & Klofsten, 2005). Ese último aspecto, implica desarrollar capacidades de respuesta frente a las necesidades de la industria, poseer una variedad de capacidades de investigación es una condición necesaria para el crecimiento económico basado en conocimiento a largo plazo, pero no una condición suficiente. Por tanto, la universidad y la región deben seguir un camino cuidadoso entre la *Scylla* de la concentración y la *Charybdis* de la falta de concentración de investigaciones (Etzkowitz & Klofsten, 2005).

Según Dagnino (2004), la idea generalizada de que habría beneficios para la actividad de investigación desarrollada en la universidad, consecuente de la mayor interacción con la empresa privada ha pasado a ser revisada, incluso con base en la realidad de los países avanzados, como los Estados Unidos, tomada como modelo para pautar la relación universidad-empresa, en otros países. En ese sentido, se viene cuestionado de forma insistente sobre la efectividad de los sistemas institucionales de vinculación universidad-empresa alineados a los argumentos de la TH para aumentar la competitividad de los países, pasando a ser aceptada la idea que la investigación universitaria debe interesarle a las empresas no porque sus resultados sean directamente aplicables sino porque ella entrena los investigadores capaces de concebir tecnologías en sus centros de I+D, volviéndolas competitivas, es decir enfocarse en la formación y la investigación como sus dos actividades primordiales (Dagnino, 2004).

De forma paralela, otros argumentos se vienen gestando en el ambiente de los involucrados en esa relación. Entre ellos, algunos que se oponían a posiciones asumidas por el propio gobierno. Un ejemplo de esto es el serio cuestionamiento que sufre la propuesta de que la universidad pública, en el caso del Brasil, emprenda su descenso de la torre de marfil por medio de una mayor interacción con las empresas para que, de esa manera, pase a auto sustentarse y fortalecerse (Dagnino, 2004). Ese es un cuestionamiento que también atañe al contexto universitario colombiano, ya que la financiación de las actividades de investigación en el país, en su gran mayoría es garantizada por el Estado. Financiación que no apoya plenamente las áreas de la ciencia ni destina recursos suficientes que permitan grandes avances y desarrollo de capacidades de transferencia.

Las universidades ya generan recursos propios cercanos al 50% del presupuesto requerido para operar, pero pasar a financiar la investigación implicaría el desarrollo de nuevas capacidades de gestión comercial de su portafolio de servicios y afianzar su relación con la industria y el Estado como es señalado por Etzkowitz (2003a). Para el caso de los países de América Latina, un factor que aparece como hipótesis en este trabajo, es que las empresas además de no financiar actividades de I+D, buscan el subsidio de estas, lo cual afecta los resultados del sistema planteado en el modelo de la TH. En ese sentido, es necesario trabajar elementos de tipo cultural, social y de política pública, que favorezcan la participación de la empresa nacional en el financiamiento de las actividades de I+D, donde se cree una cultura para la innovación, que cambie la forma de participación tradicional de los tres ejes propuestos. En los países latinoamericanos, se observan políticas paternalistas, y muy atractivas para grandes empresas y de capital extranjero, con el fin de asegurar la inversión en el país, sin embargo, atraer firmas

innovadoras no es suficiente garantía para dinamizar las prácticas, rutinas y capacidades en todo el sistema nacional.

La reflexión sobre los cambios requeridos a nivel cultural e institucional para la innovación sistémica llevan a observar que, en el contexto nacional, las universidades públicas del país continúan más cercanas al Modo 1 de la ciencia, y siguen sin responder o respondiendo solo en parte a la solución de los problemas de la industria nacional. Para pasar al Modo 2 de la ciencia, son necesarios cambios importantes que van desde replantear metodologías usadas en las aulas, los procesos de formación, diseñar y establecer una estrategia de articulación real con la industria y la sociedad, ancorados en los lineamientos de la autonomía académica que orienta sus intereses en las actividades de investigación, hasta el replanteamiento estratégico del papel de las universidades públicas en el país.

Se precisa reconocer que el tema de la innovación en el país empieza a tener una estructura formal e institucional. A partir del año 1994, cuando se reestructuró Colciencias (Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología) y se creó una nueva subdirección denominada Innovación y Desarrollo Empresarial, se impulsó una propuesta aprobada en 1995 por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología con el título de *Política Nacional de Innovación Tecnológica*, cuyo concepto orientador es el de Sistema Nacional de Innovación (ver Colombia. Colciencias, 1995).

Uno de los objetivos de la estrategia nacional de innovación es diversificar, ampliar y consolidar las capacidades institucionales para el desarrollo científico y tecnológico del país, particularmente en relación con aquel tipo de instituciones que funcionan como mecanismos de interfaz entre las capacidades científicas

e investigativas universitarias y las capacidades tecnológicas y productivas empresariales. Específicamente, cuatro modelos particulares de instituciones se han impulsado: 1. Los Centros de Desarrollo Tecnológico (CDT); 2. Los Centros de Productividad (Nacional y Regionales); 3. Las Incubadoras de Empresas de Base Tecnológica (IEBT); y 4. Los Parques Tecnológicos. (Colciencias, 1995). Ellos aún no muestran resultados significativos en relación con generar empresas de alto impacto en mercados internacionales, ni en haber logrado un sistema de escalamiento y expansión de nuevas unidades productivas altamente innovadoras. Aún estamos lejos de contar con un Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación eficiente, que promueva no solo empresas e instituciones innovadoras sino personas líderes e innovadoras que transformen la sociedad y solucionen sus problemas.

## **Reflexiones finales**

Los abordajes teóricos sobre innovación presentados en este capítulo evidencian que es necesario orientar las actividades económicas y productivas hacia prácticas con alto potencial innovador, para alcanzar mejores índices de productividad y competitividad en mercados internacionales. Esto solo es posible si la innovación permea no solo el desarrollo de nuevos productos, sino que hace parte de las prácticas cotidianas de la industria y la sociedad.

La educación y los procesos de formación a nivel técnico y profesional deben estar acordes a formar no solo profesionales sino innovadores. Es decir, formar desde la solución de problemas sociales, empresariales y ambientales, adoptando o construyendo nuevos métodos que permitan crear, desarrollar e implementar soluciones de forma colectiva.

La articulación empresa-universidad-Estado aparece entonces como un desafío adicional en el contexto de las universidades colombianas. Generar conocimiento, al tiempo que comprender las necesidades y problemas del entorno nacional y global, es necesario para partir de esos problemas y formular programas y proyectos de investigación que soporten con conocimiento científico las soluciones, a esos problemas y necesidades.

Esta articulación, desde la mirada de las universidades públicas en nuestro país, tiene un agravante de cultura asociada, no solo ligada a la autonomía universitaria de decidir qué investigar sino de planteamientos filosóficos que alejan a la academia del mundo empresarial o económico. No es posible, en el escenario universitario, para la mayoría de los académicos, que la academia esté al servicio de los industriales del país. Aquí, surge un gran desafío de reflexionar sobre las formas de articulación establecidas hasta el momento y encontrar nuevas formas de relacionamiento y negociación que no agredan la autonomía académica. El elemento negociación, implica conocimientos gerenciales, apalancados en aspectos económicos, sociales y sociológicos. Las capacidades gerenciales son importantes para lograr mejores negociaciones, sin embargo, quienes dirigen las universidades y toman las decisiones y son académicos de gran renombre en su área de estudio, carecen de las capacidades gerenciales necesarias para liderar procesos de negociación con el Estado y la industria.

La universidad es pues central en los procesos de generación de conocimiento para transformar la sociedad. Aún las mejores universidades se enfrentan a la innovación y el emprendimiento como grandes desafíos a superar o como capacidades que deben ser construidas. Para el contexto colombiano, estos desafíos son aún mayores, debido a las limitaciones de inversión en un sistema

de ciencia que permita acompañar investigaciones y desarrollos tecnológicos que requiere el país. Desde los planteamientos de Hägg (2017) y Sarasvathy (2001) son muchos los ajustes que se deben hacer en cuanto a profesores, contenidos, objetivos y metodologías para que el emprendimiento innovador sea posible y sostenible en el tiempo. Pero, también queda en evidencia que un sistema de innovación requiere políticas públicas acordes a las necesidades de un país y la articulación entre los diferentes actores y agentes del sistema.

### Referencias bibliográficas

- Andrade, T. de. (2005). Inovação e ciências sociais: Em busca de novos referenciais. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 20(58), 145–156. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092005000200007>
- Arellano Guerrero, A. E. (2015). *Propuesta de formulación de estrategias de competición y activación económica del sector Biocomercio para el municipio de Palmira—Valle del Cauca* (Informe de investigación N° 22231; p. 124). Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira. <https://cutt.ly/PuppyzF>
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner’s Manual: The Step-by-step Guide for Building a Great Company* (First Edition, Número v. 1). USA: K & S Ranch Incorporated.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework* (Third Edition). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Campos, R. R., Cario, S. A., Nicolau, J. A., & Vargas, G. (2003). *Aprendizagem por interação: Pequenas empresas em sistemas produtivos e inovativos locais*. 51–66.
- Chang Castillo, H. G. (2010). El modelo de la triple hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y empresa.

- Revista Nacional de Administración, 1(1), 85–94. <https://doi.org/10.22458/rna.v1i1.286>
- Chang, S.-C., & Lee, M.-S. (2007). The effects of organizational culture and knowledge management mechanisms on organizational innovation: An empirical study in Taiwan. *The Business Review*, 7(1), 295–301.
- Dagnino, R. (2004). A Relação Universidade-Empresa no Brasil e o Argumento da Hélice Tripla. *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, 11(35), 253–291.
- Davidsson, P. (2016). *Researching Entrepreneurship. Conceptualization and Design* (Second Edition, Vol. 33). Luxemburgo: Springer.
- Durán Peralta, J., & Peña Ríos, L. (2020). Incidencia de la educación en el desarrollo económico de los municipios de Colombia. In D. L. Andrade Agudelo & J. Duran Peralta (Orgs.), *Estudios institucionales, empresariales y económicos* (Primera ed., p. 95–112). Universidad Santiago de Cali.
- Dzisah, J., & Etkowitz, H. (2008). Triple helix circulation: The heart of innovation and development. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 7(2), 101–115. [https://doi.org/10.1386/ijtm.7.2.101\\_1](https://doi.org/10.1386/ijtm.7.2.101_1)
- Edquist, C. (1997). *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations* (First Ed.). U.K.: Pinter Publishers.
- Etkowitz, H. (2003a). Research groups as ‘quasi-firms’: The invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32(1), 109–121. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(02\)00009-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(02)00009-4)
- Etkowitz, H. (2003b). Innovation in Innovation: The Triple Helix of University-Industry-Government Relations. *Social Science Information*, 42(3), 293–337. <https://doi.org/10.1177/05390184030423002>
- Etkowitz, H. (2008). *The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation in Action* (First published). U.K.: Routledge.

- Etzkowitz, H., & Klofsten, M. (2005). The innovating region: Toward a theory of knowledge-based regional development. *R&D Management*, 35(3), 243–255. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.2005.00387.x>
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1997). *Universities and the Global Knowledge Economy: A Triple Helix of University-industry-government Relations* (First ed.). U.K.: Cassell Academic.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Freeman, C. (1988). Japan: A New National System Of Innovation? In G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, L. Soete, & G. Silverberg, *Technical Change and Economic Theory* (First edition, p. 38–66). Pinter Publishers.
- Freeman, C. (1994). The economics of technical change. *Cambridge Journal of Economics*, 18(5), 463–514.
- Galvis Serna, D. A. (2019). *Diseño e implementación de un modelo de gestión para la unidad de innovación y emprendimiento de la Universidad Nacional de Colombia Sede Palmira* [Tesis Maestría en Administración]. Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira.
- Gibbons, G., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P., & Trow, M. (1994). *The New Production of Knowledge: The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies* (First published). New York: SAGE Publications.
- Gibbons, M. (1998). *Pertinencia de la educación superior en el siglo XXI*. Education, Human Development Network, World Bank. <http://www.uninavarra.edu.co/wp-content/uploads/2016/06/Pertinencia.pdf>

- Hägg, G. (2017). *Experiential entrepreneurship education: Reflective thinking as a counterbalance to action for developing entrepreneurial knowledge* [Doctoral dissertation]. Lund University.
- Hana, U. (2013). Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82–96. <https://doi.org/10.7441/joc.2013.01.06>
- Holi, M., Wickramasinghe, R., & Van Leeuwen, M. (2008). Metrics for the evaluation of knowledge transfer activities at universities. *Cambridge: Library House*, 5.
- Khazanchi, S., Lewis, M. W., & Boyer, K. K. (2007). Innovation-supportive culture: The impact of organizational values on process innovation. *Journal of Operations Management*, 25(4), 871–884. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2006.08.003>
- Lemos, M. V., & Maculan, A. (1998). As incubadoras e o apoio às pequenas empresas de base tecnológica para superação de suas dificuldades. *Seminário nacional de parques tecnológicos e incubadoras de empresas*, 8, 351–362.
- Levitsky, J. (1996). Support systems for SMEs in developing countries. *Small and Medium Enterprises Programme Discussion Paper*. Vienna: United Nations Industrial Development Organization. *Small and Medium Enterprises Programme Discussion Paper*, Vienna.
- Leydesdorff, L., & Etzkowitz, H. (1998). The Triple Helix as a model for innovation studies. *Science and Public Policy*, 25(3), 195–203. <https://doi.org/10.1093/spp/25.3.195>
- Lundvall, B.-Å. (2016a). National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. In B.-Å. Lundvall, *The Learning Economy and the Economics of Hope* (First Edition, p. 85–106). Anthem Press.
- Lundvall, B.-Å. (2016b). Product Innovation and User-Producer Interaction. In B.-Å. Lundvall, *The Learning Economy and the Economics of Hope* (First Edition, p. 19–60). Anthem Press.

- Lundvall, B.-Å., & Johnson, B. (1994). The learning economy. *Journal of industry studies*, 1(2), 23–42.
- Lundvall, B.-Å., Johnson, B., Andersen, E. S., & Dalum, B. (2002). National systems of production, innovation and competence building. *Research Policy*, 31(2), 213–231. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(01\)00137-8](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(01)00137-8)
- Martin, B. R., & Etzkowitz, H. (2000). The Origin and Evolution of the University Species. *Science and Technology Policy Research*, 59, 25.
- Mathison, L., Gándara, J., Primera, C., & García, L. (2007). Innovación: Factor clave para lograr ventajas competitivas. *Revista Negotium*, 0(7), 65–83.
- Mavin, S., & Bryans, P. (2000). Management development in the public sector – what roles can universities play? *International Journal of Public Sector Management*, 13(2), 142–152. <https://doi.org/10.1108/09513550010338809>
- Montoya Suárez, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et technica*, 2(25). <https://doi.org/10.22517/23447214.7255>
- Naranjo Valencia, J. C., Sanz Valle, R., & Jiménez Jiménez, D. (2010). Organizational culture as determinant of product innovation. *European Journal of Innovation Management*, 13(4), 466–480. <https://doi.org/10.1108/14601061011086294>
- Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation or imitation? The role of organizational culture. *Management Decision*, 49(1), 55–72. <https://doi.org/10.1108/00251741111094437>
- Nelson, R. R. (1993). *National Innovation Systems: A Comparative Analysis* (First Ed.). Oxford University Press.
- Ocampo, J. A. (1998). Más allá del Consenso de Washington: Una visión desde la CEPAL. *Revista de la CEPAL*, 86, 7–28.

- OCDE. (2005). *Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (Grupo Tragsa, Trad.; Tercera Edición). OECD/European Communities.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers* (First ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pavitt, K. (1984). Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, 13(6), 343–373. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(84\)90018-0](https://doi.org/10.1016/0048-7333(84)90018-0)
- Ries, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* cover (1st ed). Crown Business.
- Romero Luna, I. (2009). PYMES y cadenas de valor globales. Implicaciones para la política industrial en las economías en desarrollo. *Small and medium size enterprises and global value chains. Industrial policy's implications on the developing economies.*, 24(57), 199–216.
- Romero Luna, I., & Martínez-Román, J. A. (2012). Self-employment and innovation. Exploring the determinants of innovative behavior in small businesses. *Research Policy*, 41(1), 178–189. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2011.07.005>
- Saavedra García, M. L., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, 11(17), 122–134.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
- Schofield, T. (2013). Critical Success Factors for Knowledge Transfer Collaborations between University and Industry. *Journal of Research Administration*, 44(2), 38–56.

- Schumpeter, J. A. (1939). *Business cycles* (First ed., Vol. 1). New York: McGraw-Hill.
- Shapiro, B. (2005). Innovar para ser competitivo. *Harvard Deusto Márketing y Ventas*, 66, 76–79.
- Sheen, M. R. (1992). Barriers to scientific and technical knowledge acquisition in industrial R&D. *R&D Management*, 22(2), 135–143. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9310.1992.tb00802.x>
- Suzigan, W., Furtado, J., Garcia, R., Sampaio, S., Suzigan, W., Furtado, J., Garcia, R., & Sampaio, S. (2004). Clusters ou Sistemas Locais de Produção: Mapeamento, Tipologia e Sugestões de Políticas. *Brazilian Journal of Political Economy*, 24(4), 548–570. <https://doi.org/10.1590/0101-35172004-1606>
- Wagner, T. (2014). *Creando innovadores: La formación de los jóvenes que cambiarán el mundo* (M. Ramos, Trad.; Primera ed.). Madrid: Kolima.
- Wagner, T., Kegan, R., & Laskow Lahey, L. (2012). *Change Leadership: A Practical Guide to Transforming Our Schools* (Second Ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.
- Zemplinerová, A. (2010). Inovační aktivita firem a konkurence. *Politická Ekonomie*, 58(6), 747–760. <https://doi.org/10.18267/j.polek.760>

### Capítulo 3.

# EMPRENDIMIENTO Y UNIVERSIDAD: REFLEXIÓN SOBRE LA REPRODUCCIÓN DISCURSIVA DEL ESTADO MODERNO Y DE LA ACADEMIA COMO ESTRATEGIA

*Entrepreneurship and university: reflection on the discursive  
reproduction of the modern state and academia as a strategy*

**Jonny Alexander Cruz Bolaños**

✉ [cruzjonnyalexander@gmail.com](mailto:cruzjonnyalexander@gmail.com)

🌐 <https://orcid.org/0000-0001-7501-0850>

Universidad Cooperativa de Colombia –Campus Cali

**Diana Milec Cifuentes-Leiton**

✉ [diana.milec.cifuentes@correounivalle.edu.co](mailto:diana.milec.cifuentes@correounivalle.edu.co)

🌐 <https://orcid.org/0000-0003-2221-2322>

Universidad del Valle –Sede Cali

#### **Cita este capítulo:**

Cruz Bolaños, J. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (2021). Emprendimiento y universidad: reflexión sobre la reproducción discursiva del Estado moderno y de la academia como estrategia. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.127-160). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

# EMPRENDIMIENTO Y UNIVERSIDAD: REFLEXIÓN SOBRE LA REPRODUCCIÓN DISCURSIVA DEL ESTADO MODERNO Y DE LA ACADEMIA COMO ESTRATEGIA

Jonny Alexander Cruz Bolaños  
Diana Milec Cifuentes-Leiton

## Resumen:

**Objetivo:** Discutir el papel de la educación superior como mecanismo homogeneizador, productor y reproductor de la cultura, desde una ubicación histórica concreta: la Modernidad, que en Occidente ha representado una mayor valoración de la educación como la instancia en la que se materializan los objetivos del proyecto de la filosofía de la Ilustración. **Resultados:** se discute cómo los procesos de moldeamiento ocultan razones históricas de la pobreza y la miseria, se caracteriza un sistema global de exclusiones y exfoliación del mundo a favor de unas cuantas naciones, que, gracias a la guerra y a sus políticas imperialistas, han logrado capitalizar para sí, no sólo los recursos materiales sino además los ideológicos, imponiendo en un proyecto civilizatorio en sus maneras de interpretar la realidad. Se finaliza presentando una pérdida del valor intelectual que la universidad encarnaba desde lo que se denomina docto o formación, que estaba orientada desde los intereses y potencialidades del educando. Pasa a recubrir ese valor intelectual la satisfacción de necesidades de formación establecidas y direccionadas, cada vez más desde el management y las agendas políticas estatales. **Conclusiones:** La academia podría proponerse

deconstruir el ejercicio de jerarquización producido por modelos extranjeros, comprendiendo cómo es que la realidad que vivimos fue impuesta.

**Palabras Clave:** emprendimiento, universidad, Estado, empresa, Modernidad, modelamiento educativo

### **Abstract**

**Objective:** to discuss the role of higher education as a homogenizing, producing, and reproducing mechanism of culture, from a specific historical location: Modernity. From an epochal moment there seems to be a greater appreciation of education as the instance in which the objectives of the project of the philosophy of the Enlightenment materialize. **Results:** it is discussed how the shaping processes hide historical reasons for poverty and misery, a global system of exclusions and exfoliation of the world is characterized in favor of a few nations, which, thanks to the war and their imperialist policies, have achieved capitalize for himself, not only material resources but also ideological ones, imposing on a civilizing project in his ways of interpreting reality. It ends by presenting a loss of the intellectual value that the university embodied from what is called doctorate or training (bildung), which was oriented from the interests and potentialities of the student. This intellectual value is now covered by the satisfaction of established and directed training needs, increasingly from management and state political agendas. **Conclusions:** The academy could propose to deconstruct the hierarchical exercise produced by foreign models, understanding how the reality we live in was imposed.

**Keywords:** entrepreneurship, university, State, bbusiness, Modernity, educational modeling

**JEL:** B21; D21; E12; E24; E26; F02; J21; J23; J24

## **Introducción**

Los procesos educativos han existido en todas las civilizaciones y han sido descritos históricamente a partir de su ubicación en las distintas edades del Hombre, evidenciando el lugar de la educación como mecanismo homogeneizador, productor y reproductor de la cultura. Desde esta ubicación histórica, es en la modernidad donde parece haber una mayor valoración de la educación como la instancia en la que se materializan los objetivos del proyecto de la filosofía de la Ilustración, como lo señala Arturo Escobar (citado por Ibáñez, 1996), el movimiento de la Ilustración se empeñó en acentuar la centralidad de la razón, definidora incluso del Yo, como se puede encontrar en la frase célebre de René Descartes *pienso, luego existo*.

Escobar señala que durante la Modernidad aparece una relación intrínseca entre razón y otras instancias de la vida humana. Así, los dualismos razón-libertad, razón-progreso y razón-emancipación sitúan la razón como su posibilitadora, lo que quiere decir que ella conlleva, en sí misma, la posibilidad de libertad, progreso y emancipación.

La exacerbación de la razón no es otra cosa que el proceso de ilustración del Hombre donde es la educación su mediadora. El proyecto ilustrado se materializa por medio de lo que en la actualidad se llama *educación*. Como lo señalaron Molina & Cruz (2016), el sistema de escolarización es una forma de disciplinar que se propone que el funcionamiento social sea abonado y estructurado desde la edad temprana de los sujetos sociales. La escuela configura un sistema de normalización indispensable para poder ser parte de la

sociedad, administrada por el Estado, el cual constituye “la esfera en donde todos los intereses encontrados de la sociedad pueden llegar a una síntesis, esto es, el locus capaz de formular metas colectivas, válidas para todos” (Castro-Gómez, 1993, p.147).

Las instituciones han realizado históricamente un proceso de homogenización social (Cruz, 2013). Esto se ha llevado a cabo a través de estrategias de eliminación, marginalización y exclusión, que se materializan en acciones como: evangelizar, educar, controlar, vigilar, militarizar, torturar, democratizar. Dinámicas sociales que se convierten en las formas esenciales de *gestionar* la diferencia (Cruz, 2013).

Autores como Foucault (2002), De Certeau (1996) y Elías (1987) estudiaron y caracterizaron el proceso de disciplinamiento y control de las sociedades a través de las instituciones homogeneizantes (psiquiátricos, escuelas, hospicios, talleres, cárceles, etc.). Ellos son autores referentes cuando se alude al lugar que la palabra escrita ha tenido en el establecimiento de saberes hegemónicos que excluyen los saberes tradicionales, el sentido común, y otros saberes que no hacen uso de la palabra escrita. Se afirma pues que se deja en manos de las instituciones académicas la construcción de normativas que re-producen identidades nacionales, así como las tipografías y normas del comportamiento adecuado (constituciones, mapas, gramáticas, manuales, tratados de higiene, normas de civismo, etc.), configurando lo que ha sido llamado por el grupo Modernidad/Colonialidad: el *entramado colonial*. El grupo Modernidad/Colonialidad tiene como premisa el análisis de exclusiones –raciales y políticas– y de paradigmas disciplinares que direccionan la dominación, la explotación económica, y obviamente, el control social hegemónico de los grupos sociales que han sido marginados históricamente.

Para desarrollar este capítulo se discute de manera crítica la dinámica de la educación en el Proyecto Ilustrado para situarla de manera diferencial en el contexto actual. Se caracteriza el desarrollo económico en la triada universidad-industria-Estado. Finalmente, se analiza cómo vía management se presenta una empresarización de la educación en la que la oferta de profesionales es mayor a la demanda, y cómo es que el emprendimiento corrige la falla del sistema económico capitalista. Junto al emprendimiento ha de configurarse una fragilización subjetiva del sujeto que lo lleva a cabo.

### **Papel de la Educación en el Proyecto Ilustrado**

Durante los inicios de la Modernidad la educación fue promovida como el elemento emancipador de las masas. El proceso de ilustración buscó la igualdad entre los Hombres, dinámica de poder-saber que en la lógica Medieval era exclusiva para unos pocos. En la Modernidad, el hombre es capaz de iluminarse a sí mismo, ya no es el índice de Dios el que ilumina al Hombre. El cultivar la razón, por medio del conocimiento, ya no provenía de lo divino, sino de un proceso institucional, posible a través de la educación.

Nunca obtener títulos había estado tan al alcance de la gran mayoría de personas, especialmente de quienes no pertenecían a la nobleza. El más plebeyo de los hombres, parecía en la Modernidad, tener la libertad de trazar su destino y construirse a sí mismo.

La Revolución Industrial y el avance en los desarrollos tecnológicos en las ciencias naturales aparecen como evidencia de la relación conocimiento-progreso. La promoción de las ciencias vendrá a ser entonces el empuje del desarrollo, en cuyo trabajo mancomunado

se encomienda el progreso de los nuevos Estados modernos. No es posible separar desarrollo y progreso del desarrollo de las ciencias naturales, las tecnologías, y en general, de la industrialización

.  
Sin embargo, Escobar (citado por Ibáñez, 1996) describió cómo fue que el uso del concepto *desarrollo* empezó a ser utilizado como concepto de las ciencias sociales, específicamente en la economía. Este concepto, tradicionalmente había sido usado para describir procesos biológicos como el crecimiento de los seres vivos, es decir el desarrollo fisiológico, en términos de ciclos o etapas vitales relacionadas con el tiempo, propios de disciplinas como la biología, las ciencias naturales en general.

El concepto de desarrollo traído de la biología funcionará como una metáfora que inviste de significados tales como, que se presenta de modo natural, que es generalizable como característica a todo concepto al cual se le asigne, que unido al concepto de *progreso* configuran una visión de que se habla de un proceso natural, lineal y sucesivo en el tiempo.

De este modo, los conceptos de “Desarrollo-Progreso” son aplicados para designar dinámicas socioeconómicas a las que anteriormente no eran aplicadas: desarrollo industrial, desarrollo económico, desarrollo tecnológico, desarrollo humano, etc. En todos los casos parece implicar que todas estas instancias sufren o deberían pasar por un proceso *normal* de *crecimiento*, lineal, progresivo y secuencial, ignorando aspectos como la variabilidad (avances y retrocesos en el desarrollo) o la posibilidad de desarrollo en espiral, o que la noción del tiempo en algunas culturas no es lineal ni progresiva (por ejemplo, en las cosmovisiones indígenas).

Escobar (citado por Ibáñez, 1996) señaló la manera como la Modernidad (entendida como época) determinó criterios para definir lo que era una Sociedad Avanzada. Según Escobar (2007), tener “altos niveles de industrialización, urbanización, tecnificación de la agricultura, rápido crecimiento de la producción material y los niveles de vida, y adopción generalizada de la educación y los valores culturales modernos” (p.20) significan un *modus vivendi* de dicha sociedad. El aumento del capital, la dinámica desarrollista de la ciencia y la tecnología eran los pilares para lograr la paz, la abundancia y el progreso para todos los pueblos del planeta. Se trata pues de un propósito unificado para las sociedades, y con ello la necesidad de creación de condiciones necesarias para reproducir las características de esas sociedades avanzadas en todo el mundo.

El final de la Segunda Guerra Mundial permitió poner de relieve la existencia de un gran sector del mundo que vivía en condiciones de pobreza y miseria –el tercer mundo. Evidencia que contrarió el discurso progresista y desarrollista que las revoluciones industriales y la Ilustración habían prometido en la Modernidad. Los inicios de una visión global de la economía pusieron en evidencia lo que Escobar (2007) denominó “el descubrimiento de la pobreza” (p.48), ello suscitó en el lenguaje –y con ello en la realidad– la existencia de categorías/ conceptos como *subdesarrollo*, usado para adjetivar la condición inferior en el avance de un país, en dicha sociedad avanzada. Cabe anotar, que este término fue reemplazado estratégicamente por *país en vía de desarrollo* con la intención de imponer y asignar la tarea de entrar en la dinámica de *desarrollo* caracterizada por esa sociedad avanzada, y no –como se cree– para hacer un uso políticamente correcto del lenguaje (De la Garza, 2006).

Organizaciones internacionales (como Naciones Unidas, Banco Mundial, Unesco, entre otras)<sup>7</sup> se propusieron diseñar políticas y directrices concretas con el fin de acompañar a los países subdesarrollados en el fin último: llegar al mundo desarrollado. De hecho, el direccionamiento para conseguirlo se puede ver claramente en esta proclama de 1951 de las Naciones Unidas:

El progreso económico acelerado es imposible sin ajustes dolorosos. Las filosofías ancestrales deben ser erradicadas; las viejas instituciones sociales tienen que desintegrarse; los lazos de casta, credo y raza deben romperse; y grandes masas de personas incapaces de seguir el ritmo del progreso deberán ver frustradas sus expectativas de una vida cómoda. Muy pocas comunidades están dispuestas a pagar el precio del progreso económico (Naciones Unidas, 1951 p.15 Citado por Escobar, 1999 p.34).

Extrapolar el concepto *desarrollo* a las ciencias sociales desligó el orden de ocurrencia de los hechos. Ello hizo que, sin ningún contexto, y negando con ello la historicidad, las naciones o sociedades avanzadas se erigieran en el pedestal que actualmente ostentan. Con ello, pudieron imponer un modo de producción, o de *work* como lo llamó Arendt (1993), como modelo ideal, cuya existencia jalonaría el *progreso* de otros países. Esto por medio de diferentes acciones, rutas y estrategias, por las que ellos nunca tuvieron que trasegar. Es un proceso de imposición a través de la reestructuración total de los países subdesarrollados –tal como se lee en la cita anterior– para su alcance del anhelado *desarrollo*.

Se teje entonces un problema fundamental para las sociedades subdesarrolladas: ¿cómo desarrollarse? En palabras de Escobar

---

7 Muchas de ellas surgidas a partir de la Segunda Guerra Mundial.

(1999) la angustia de “des-subdesarrollarse” (p.37) hace que se acepte el sometimiento de dichas sociedades a intervenciones paulatinamente pensadas, sistemáticas, detalladas, densas y extensas. Las intervenciones han estado alrededor de cuestiones como la transferencia de políticas y modelos organizacionales, institucionales, empresariales<sup>8</sup>, educativos, entre otros, para *modernizar* lo existente en el tercer mundo, de manera que queden lo más fiel posible a una realidad ideal, o ideada sin una razón histórica justificable.

En la pedagogía particularmente, los efectos de estos modelamientos homogeneizantes fueron analizados por Freire (1979), como una manera de mostrar la posibilidad esperanzadora, al tiempo que imperativa, de abandonar lo deliberado e impuesto por otros. Este autor afirmó que “si los hombres son los productores de esta realidad y si ésta, en la “inversión de la praxis”, se vuelve sobre ellos y los condiciona, transformar la realidad opresora es tarea histórica, es la tarea de los hombres” (Freire, 1979, p.39). Sin embargo, los procesos de moldeamiento lo que ocultan son las razones históricas de la pobreza y la miseria, se trata de un sistema global de exclusiones y exfoliación del mundo a favor de unas cuantas naciones, que, gracias a la guerra y a sus políticas imperialistas, han logrado capitalizar para sí, no sólo los recursos materiales sino además los ideológicos, imponiendo en un proyecto civilizatorio, sus maneras de interpretar la realidad.

Ignorar los fines económicos e imperialistas de las naciones consideradas del primer mundo, más que una ingenuidad es una

---

8 La tecnificación de procesos, los estándares de calidad que derivan en certificación evidencian el esfuerzo de las “sociedades no avanzadas”, por ingresar en la vía del desarrollo.

posición perversa. Aceptar que existe de fondo una preocupación para que no haya subdesarrollo es contradictorio a todo intento por lograr la verdadera liberación de quienes han sufrido la opresión histórica y la exclusión de los verdaderos elementos que llevan al progreso de los pueblos. Ello subsume a las naciones –no solo “subdesarrolladas” sino también oprimidas por las políticas económicas mundiales, las desestabilizaciones e injerencias en la autonomía democrática– en una práctica de moldeamiento similar a lo que Freire (1979) señaló como una práctica en la que se asume la contradicción del oprimido de querer ser opresor, con nuevos oprimidos luchando por ser el opresor.

Hay que reconocer que existe un modelo ideal sobre la manera en que las naciones deberían lograr el progreso y la solución de sus dificultades, sin embargo, muchas veces dicho modelo ideal no ve más allá de la toma del poder como mecanismo de cambio, no establece otras formas de relación de poder, sino un cambio de administrador o poseedor de éste. Esto lleva al oprimido a desear tener el poder de oprimir, creando empatía y posicionándose en una relación de dominación que contribuye a reproducir y solidificar el modelo de superioridad cultural, económica, social y empresarial que denotan aspectos como el clasismo y el elitismo.

Los procesos de modelación en la educación hacen parte de la historia de la pedagogía en Colombia. Existe todo un historial de transferencia de modelos y políticas educativas, implementadas sin análisis del contexto receptor (James & Lodge, 2003; Aguilar, 2006; Roth, 2016), de modo que se ignoran necesidades locales y construcciones identitarias particulares –y por ello emblemáticas– para conseguir metas de orden global, todo esto bajo la fantasía de hacer parte de un proyecto mayor, globalizado, y por ello venerado. El fracaso sistemá-

tico de esos intentos puede evidenciarse en las mediciones de distintos organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), cuyos resultados han sido siempre vergonzosos para el sistema educativo colombiano.

Como se afirmó anteriormente, un sistema educativo en un país subdesarrollado es un esfuerzo por moldearse a la luz de sociedades avanzadas. Procesos educativos con una visión funcionalista de la educación, en la que los fines liberadores de la Ilustración –fuente de la que emerge el *ser de la Modernidad* y de la *Razón* como determinante del espíritu humanista– pasan a un segundo lugar. Es un proceso de domesticación (Freire, 1979) el que emerge de asumirse *seguidor de*, centrado en el sostenimiento del dualismo sistema-mundo.

La posibilidad de transformar dicha realidad de la educación es llevar a los estudiantes a una conciencia crítica de esta domesticación. Sin embargo, según Freire (1979) la relación educador-educando está tan arraigada al funcionalismo que ha sido una “educación bancaria” (p.62), en la que el educador da su repertorio al educando, como si este fuese un *depósito* que guarda solo hechos descontextualizados y descargados de significado. Narrará la realidad el educador, y recibirá el educado la experiencia guardándola en la memoria sin cuestionarla, convirtiéndose en un recipiente vacío en el que se puede verter un contenido, y re-creando el sujeto de producción que dicho sistema requiere.

El proceso educativo visto desde este análisis puede entenderse no como un proceso liberador, sino por el contrario, como el mecanismo mismo de opresión, para que los oprimidos sean receptores pasivos de un lugar, de un mundo en el que la transformación no será posible: “[...] cuanto más se les imponga pasividad, tanto más ingenuamente

tenderán a adaptarse al mundo en lugar de transformar.” (Freire, 1979 p.64).

Un claro ejemplo de la educación como mecanismo de control y de sostenimiento del Sistema, lo presenta el Modelo Educativo Prusiano, del cual provienen en gran parte las prácticas de enseñanza tradicional del sistema educativo de la mayoría de los países. En el siglo XVIII, el Reino de Prusia fue el pionero en imponer la educación primaria obligatoria y gratuita, que consistía en ocho años en los que los educandos adquirirían conocimientos académicos mínimos y primordiales en lenguaje (materno) y matemática, con normas de relacionamiento estrictas, apegadas a un código pre-escrito de ética sin reflexión y obediencia disciplinada con maestros militares retirados del servicio con buena conducta.

En este modelo se instauró una relación funcional: un proceso educativo-necesidades del Estado. Las ideas de Rousseau planteadas en *El Contrato Social* o *Los Principios Del Derecho Político* en 1792 de emplear la educación para formar ciudadanos libres pasan a un segundo plano y esta vez lo que se buscará es la dominación del pensamiento. Así, la educación prusiana adoptó un modelo fabril en la escuela. Ahí los contenidos temáticos –y en general el currículo– fueron fragmentados por áreas de conocimiento y contenidos, distribuidos por niveles, ubicados espacialmente en aulas en las cuales los educadores enseñaban como parte de un proceso de producción en cadena. En cada aula, el encargado (docente) imparte los contenidos pedagógicos, cuando los estudiantes terminan de ser *ilustrados* en dicho proceso, pasan al siguiente nivel. El docente deberá aprobar para un siguiente nivel, o reprobar y obligar a repetir a quien no demuestre haber tenido éxito en su aprendizaje. Así será hasta que los educandos lleguen al último nivel, en el cual serán

graduados, titulados y egresados. Estarán listos y disciplinados para que encajen perfectamente en la fábrica, la cual será una extensión de la escuela.

El modelo fabril de la escuela prusiana permitió el cambio del modo de producción. Las rutinas en asientos individuales enfilados, el cumplimiento de horarios de entrada, salida, ir al baño, producir tareas/trabajos, y para su alimentación –en fila-, también los continuos procesos de evaluación, uso de uniformes, además de la presencia de un tutor a modo de capataz, constituyeron un proceso de ideologización nacionalista, además de una dinámica para que la masa campesina de este sector de Rusia pasara de una cultura proveniente de un Sistema Feudal, a un nuevo modelo en el que emerge la figura del ciudadano, el obrero de la fábrica.

Se trata pues de un modelo con enorme éxito. Funcionó no solo como estrategia de transformación y adaptación de las masas a las nuevas dinámicas socioculturales de la naciente época (Modernidad), sino que además tuvo éxito en evitar las revoluciones políticas y populares, que eran comunes en el resto del mundo. Es importante anotar, que, si bien la Revolución Industrial es reconocida como la apuesta económica de las naciones modernas, en el caso de Rusia, las reformas políticas y la modernización del Estado se evitaban a toda costa<sup>9</sup>.

---

9 El Zarismo como modelo de gobierno en Rusia perduró hasta inicios del siglo XX y no era otra cosa que un anacronismo. Era una figura medieval de un gobierno monárquico que con el apoyo de la Iglesia Ortodoxa Rusa –y gracias al modelo educativo prusiano– logró mantener a las masas controladas y funcionando para el sistema por más de cien años después de la Revolución Francesa. Este sistema Monárquico solo caería durante Revolución Bolchevique y por efecto de la crisis económica y desestabilización que provocó la participación de Rusia en la Primera Guerra Mundial.

Aportar a la ideologización desde posiciones políticas nacionalistas hizo que el modelo educativo fuese susceptible para ser copiado por otras naciones. A partir del siglo XVII los Estados comenzaron a hacerse del control de la educación como una de sus obligaciones administrativas, implementándose como obligatoria para toda la población. Era una novedad puesto que hasta el momento la docencia se desempeñaba de modo informal, o solo para ciertos sectores de la sociedad.

Se puede comprender entonces la configuración de una relación de conveniencia mutua entre educación y Estado. Aunque la educación conservaba la promesa liberadora de Rousseau en su ideología –la cual resultaba perfecta en periodos de revolución y en el espíritu de la época de la naciente Modernidad– en el desarrollo y fortalecimiento del nuevo orden mundial la libertad es menos pragmática.

El robustecimiento del sistema educativo como *nueva* institución moderna estableció diferentes ciclos en el proceso formativo. Se vinculó la educación al ciclo vital, evidencia de ello es la inclusión reciente del concepto *Primera Infancia* en el contexto escolar, estableciéndose así en el ciclo propedéutico la vinculación de los niños al sistema educativo en una edad más temprana; seguidas de esta etapa estarían entonces la básica primaria, básica secundaria (obligatorios y gratuitos en Colombia), y finalmente, la formación técnica, tecnológica y universitaria, en el mejor de los casos.

## **El desarrollo económico en la triada universidad-industria-Estado**

La relación educación-Estado también puede comprenderse cuando se estudia la universidad. Con la tradición de la *Bildung* (del alemán: formación) fue posible aplicar distintas formas de educación, basadas en que el sujeto podía jugar un papel importante al tomar como guía de su aprendizaje sus propios intereses e inclinaciones (Liedman. 1996. p 100).

La Universidad de Berlín fue la primera academia del mundo occidental que integraba investigación y formación profesional. Se acogió a la tradición de *bildung* y el pensamiento de Humboldt. Desde 1818 buscaba un proceso auto formativo y participativo para dar forma a las disposiciones y capacidades naturales del Hombre, donde el papel del docente era autónomo y protagónico.

Esta Universidad fue pionera en la profesionalización de algunas disciplinas como la biología, y en la práctica colectiva de grupos de investigación en la ciencia. A partir de ello, se dio la formalización de la investigación a los procesos productivos y de desarrollo tecnológico en países como Estados Unidos de América, lo que se puede observar en el Acta Morrill de 1862, que favoreció el vínculo entre la universidad y la dinámica económica (Croissant & Smith-Doerr, 2008; Baldini, Grimaldi & Sobrero, 2006). Orozco & Schuler (citados por Orozco & Chavarro, 2008) afirmaron que el avance de la ciencia en las universidades –en el siglo XIX– tuvo estrecha relación con el desarrollo de la industria química.

Después de la Segunda Guerra Mundial la tradición del *Bildung* enfrentó un desafío: la masificación de la educación. Devino la

exigencia de una mirada pragmática y eficiente de los procesos educativos. La academia no podía ser más el lugar donde –al estilo medieval de los monasterios– los académicos podrían alejarse de las interrupciones del mundo para dedicarse plenamente a la reflexión y a profundizar en el conocimiento. La nueva era exigía una revolución de la universidad, buscaba una institución capaz de realizar de modo eficaz la gestión de profesionalizar a las masas para que estas lograran ser competentes y productivas.

Se presenta pues una pérdida del valor intelectual que la universidad encarnaba. Se podría afirmar que se pasa de una formación (*Bildung*) orientada desde los intereses y potencialidades del educando a unas *necesidades de formación* establecidas y direccionadas, cada vez más por agendas políticas estatales y del *management*. Al explorar nuevos campos de aplicación –no del saber– la universidad ahora estaría al servicio del aprendizaje, su papel no era ya permitir que el educando desarrolle su potencial humano, sino que ahora determinaría lo que el humano podría ser.

En este proceso de transformación de la universidad, la *investigación aplicada* establecería campos de estudio en actividades específicas del sector industrial. Crece de esa forma el aporte al sistema económico, que vuelve a iniciar el ciclo con inyección de capital a la investigación y la formación (Croissant & Smith-Doerr, 2008). Las patentes dan cuenta de esta lógica de estrecha relación, también lo hace el record de profesores y estudiantes trabajando en núcleos de pensamiento ubicados en las empresas y no en la universidad, pero recibiendo salario desde ellas (Powers & McDougall, 2002, 2005; Bray & Lee, 2000; Lockett, Wright & Franklin, 2003; Markman et al., 2002, Markman, Phan, Balkin & Gianiodis, 2005; Steffensen et al., 2000; Shane, 2002, 2004 citados por Orozco & Chavarro, 2008).

La producción de conocimientos por parte de las universidades – que pueden ser aplicados a la economía o a la industria, así como a resolver problemas sociales, por lo general de tipo económico– se denomina generalmente *innovación*. Vestergaard (2005) y Marotta et al. (2007) citados por Orozco & Chavarro(2007) señalaron, “Para el caso colombiano muestran que, de acuerdo con los planteamientos de política que promueve el Banco Mundial, la relación universidad-empresa es el pilar fundamental del desarrollo de la innovación” (p.72), estableciendo además contenidos y programas de posgrado, actividades de extensión y consultoría, bajo visiones netamente funcionalistas del conocimiento.

### **La apuesta de “empresarización” de la educación en tiempos de crisis**

La promoción de los procesos educativos en masa ha sido la gran apuesta del proyecto de la Ilustración en la Modernidad; pese a ello, en la modernidad tardía o posmodernidad, la crisis económica y de las instituciones podrían explicar el porqué del lugar que está tomando el emprendimiento como proyecto formativo en las universidades. Lo primero es reconocer que estamos en un período de crisis, la crisis terminal de la Modernidad y del Sistema Mundo<sup>10</sup> que por extensión a las instituciones que sostienen dicho sistema, es también la crisis de la educación.

El proyecto de masificación de la educación prometió un sujeto formado para la fábrica. En los países industrializados (primer mundo),

---

10 El concepto de Sistema Mundo, entendido como propone Immanuel Wallerstein, a un centro determinado por las naciones industrializadas o Primer Mundo, hacia las cuales confluyen los intereses y metas de la periferia.

el paso de la universidad al trabajo fue parte del proceso natural del proyecto educativo. Sin embargo, en los países del tercer mundo donde los procesos de desarrollo distan de los referentes del primer mundo –de cuyos modelos fueron moldeados– la relación educación-progreso deja mucho que desear. Se habla, ante todo, de economías en crisis, países con procesos precarios de industrialización y desarrollo tecnológico, que, a pesar de eso, tienen un sector amplio de sujetos que han pasado por procesos de profesionalización en universidades, pero que no encuentran el paso natural de empleabilidad que supone la relación educación-empresa.

Un experto para hablar de economía en tiempos de crisis es sin duda John Maynard Keynes. La teoría keynesiana que fue planteada como una propuesta a corto plazo para atender la crisis del 29, se ha convertido en el modelo para hacer frente a una crisis permanente para Latinoamérica y el tercer mundo. En la *Teoría general del empleo, el interés y el dinero* (Keynes, 1936), en medio de la crisis económica que experimentaba Europa y Estados Unidos en 1929, este autor propone que la intervención del gobierno puede estabilizar la economía, aumentando los niveles de empleo y producción, principalmente mediante el aumento del gasto público en períodos de desempleo.

Keynes explicó la crisis económica como un problema debido a que hay una demanda que sobrepasa la capacidad de producción, esto a causa de los trabajadores en paro (desempleados) que generan una cantidad de recursos disponibles y sin uso. La solución es aumentar el gasto público para generar la reactivación económica con inversiones en obras públicas, por ejemplo, que generen empleos y reactiven a las empresas adjudicatarias de modo que los empleados aumenten su capacidad adquisitiva y puedan gastar e incrementar la demanda de bienes y servicios, reactivando a su vez a las empresas que venden dichos bienes y generando más empleo.

En la empresarización de la educación la oferta de profesionales es mayor a la demanda. La cantidad de profesionales en paro (desempleo) se acumula a medida que las políticas de ampliación de cobertura educativa aumentan, en otras palabras, cada vez hay más gente estudiando y menos lugares en los cuales emplearse.

La solución keynesiana de un estado que sea capaz de cubrir el vacío de la sobreoferta no es posible, o al menos no se ha visto hasta el momento una intención del Estado por endeudarse y asumir la empleabilidad de los profesionales en paro. La premisa sería que permita que el aumento de ingresos de éstos pueda ser invertido en gastos que reactiven la economía y favorezcan que las empresas cuyo crecimiento se vea favorecido por estos nuevos consumidores, produzcan a su vez nuevos empleos.

Al contrario, la estrategia estatal ha sido devolver a los profesionales el problema de la falta de oportunidad laboral que sufren, los obliga a llenar el vacío que el Estado no asumirá. De este modo, el profesional tendrá que ser un *emprendedor* que transforme la crisis en oportunidad, que se forme para ser un empleado, pero que además sea capaz de crear de modo milagroso e innovador, su propia empresa. Eso sí, si sobreviviere a lo que en el argot del emprendimiento se llama *valle de la muerte*, serán bienvenidos al mundo empresarial. Al Estado cooptar a la educación, y vía *management*, y despojarla de toda acción liberadora se torna una declarante de la lucha de clases.

La empresarización de las universidades las convirtió en productoras de una nueva subjetividad. Ya no solo eran productoras de conocimiento aplicado a las tecnologías, sino que además eran capaces de sostener la formación de sujetos capaces de comportarse como empresas. Ball (2013) afirmó que dicho rol necesitaba que

“se construya y se complete un nuevo ser a manera de persona con carácter empresarial, un tipo de ciudadano, de trabajador y de aprendiz” (p.111).

Esta *nueva* subjetividad del educando configura lo que se define bajo la noción de *emprendedor*. Según Orozco & Chavarro (2008) los orígenes del concepto, en la literatura académica, son señalados en “los escritos de Cantillón en 1725, quien definió al emprendedor empresario como aquél que asume la incertidumbre de comprar a precios ciertos y vender a precios inciertos” (p.69). Ekelund & Hébert (2005) detallaron que la definición de la teoría de Veblen –que se instaura desde una lectura del comportamiento de la sociedad y la teoría de la evolución de Darwin– describe a un empresario como quien produce ganancias, característica que el emprendedor no cumpliría pues él obtiene ganancias con lo ofertado. Cifuentes & Londoño (2020) afirmaron que Veblen “se aleja de la esterilidad de la teoría económica clásica y defendió una postura en la que los acontecimientos históricos son comprendidos a través de la comprensión del grupo que los vivió” (p.16), desde ahí pudo comprender la dinámica de los excluidos del mercado, y es justo ahí donde se ubica el emprendedor.

La relación emprendimiento-universidad, en general, reconoce la importancia de la tríada conocimiento-innovación-desarrollo. Es esa tríada la que puede llevar al emprendedor a interpretar que puede aventurarse en una situación económica nueva y/o afrontar una situación inesperada o de crisis, todo ello será una oportunidad de ganancia.

La realidad ontológica y epistemológica del emprendimiento lo ligan con el desarrollo, reafirma cuestiones como las que Pardo y

Alfonso (2017) presentaron como beneficiosas para Colombia. Estos autores mostraron que en las últimas décadas este fenómeno, en algunos lugares de Colombia, ha generado un jalonamiento de la economía que dinamiza el mercado de trabajo y la producción, otros autores como Olaison & Sorensen (2014) añaden a esto, particularmente, la promoción de la innovación, la movilidad social, la generación de empleo y la eficiencia económica.

Lo anterior, según Barnes, Pashby & Gibbons (2002), hace que cada vez más se encuentre en la universidad la disponibilidad de oportunidades de aprendizaje que incentivan el emprendimiento en sus estudiantes. Se vuelven incluso protectoras de los derechos intelectuales de las creaciones de sus estudiantes o comparten con ellos la comercialización de sus productos modificando sus mallas curriculares, planes estratégicos u objetivos misionales (Etzkowitz, Webster, Gebhardt & Cantisano, 2000; Ferreira, Fernandes y Ratten, 2017; Palalić, Ramadani, Đilović y Ratten, 2017), aunque existen estudios como los planteados por Franke y Lüthje (2004) y Alvarado & Rivera (2011) que mostraron que si la universidad no proporciona el conocimiento inicial, los recursos y los servicios necesarios, esto afectará directamente la intención empresarial del estudiante. Es lo que mencionaron Orozco & Chavarro (2008) al describir que la política científica es una acción *managerial* que dio paso a que la universidad se convirtiera en actor principal en el crecimiento económico.

El emprendedor es entonces el sujeto capaz de producir una nueva empresa. Lo interesante del concepto es que debe ir acompañado de conceptos como *innovación*, *riesgo* y *crisis*. Él encuentra en la crisis la *oportunidad*, y realiza cambios o propone soluciones novedosas para trabajar sobre ella. El emprendedor encarna al héroe, una metáfora

en la que la hazaña extraordinaria de mantenerse en un mercado pensado para grandes peces del *Shark Tank*, hace que el guerrero –emprendedor– sea una figura valorada. Sin embargo, desde la lectura de lo que hace el emprendedor –ya no de la lectura que él mismo hace de sí– es un corrector de la falla del mercado, o como lo concluyó Torres (2020) “la ideología del emprendimiento ofrece una única alternativa con la que se buscaría resolver el problema de la existencia material, movilizandoo individuos para realizar prácticas de producción dirigidas al mercado” (p.238).

El emprendimiento se presenta como la respuesta para los excluidos de la dinámica del sistema económico capitalista. Las categorías *empleado* y *empresario* no son lo suficientemente robustas en un sistema económico-productivo que está basado en la concentración de riqueza, por ello genera residuos en la división del capital. Aquellos que no alcanzan a pertenecer a dichas categorías son excluidos, pero deben seguir luchando para alcanzar la adherencia.

Al ser excluidos, los emprendedores realizan otras acciones con las que son considerados seres innovadoramente poderosos. Caen de esta manera en una “fragilización subjetiva” (Wlosko y Ros, 2019 p.84) que muestra cómo se debaten entre el estar por fuera de un sistema económico robusto hegemónico, pero incluirse en uno que es más digno y ajustado a su situación porque revela lo esforzado. De Gaulejac (2005) denominó a este culmen *sistema socio-psíquico*, un conjunto de procesos de subjetivación que hacen que el sujeto emerja entre contradicciones del mundo social y del mundo psíquico para lograr alcanzar la promesa de libertad del Proyecto Moderno.

Esta promesa de libertad es el señuelo que el desarrollo, vía crecimiento económico, utiliza como dispositivo de mantenimiento

del emprendedor en el lugar del excluido. Derrida (1967) sugiere que ante esto se comprende un basamento ontológico y epistemológico occidental, donde lo hegemónico es lo visibilizado y connotado de valor, mientras que lo demás es marginado. El señuelo del que se habla tiene la posibilidad de ser seguido porque existen dispositivos basados en la seducción, la misma que según De Gaulejac (2005) reemplaza la represión, y que, para el caso del emprendimiento, refuerza la existencia del modelo económico hegemónico.

Ser emprendedor no es solo una manera de mantenerse activo en el mercado de trabajo, es justificar el sistema. Zangaro (2019) mencionó que en este proceso de cambio que exige el modelo económico actual “son los y las trabajadoras quienes, en un contexto de inestabilidad e imprevisibilidad, deben asumir militantemente y sin garantías la tarea de ser y mantenerse empleables” (p.138). Pero es ese sistema, y su forma de producción, el que se juega en la construcción de las sociedades modernas (Anzolega, 2019).

En el modelo capitalista actual, flexible-neoliberal (Stecher, 2019), se configuran lógicas diferentes a las de subordinación en el mundo del trabajo, entre ellas el emprendimiento. En este fenómeno que no deja de ser laboral, se identifica un sujeto laboral en el que se encuentra desarticulación de identidades ocupacionales tradicionales, se identifica un paso, también, a identidades “crecientemente individualizadas, empresarizadas y con menor capacidad de acción política en el trabajo” (p.136). Lo anterior va en contravía de la producción industrial fordista, que como lo anotó Stecher (2019), citando el trabajo del sociólogo francés Jean Pierre Durand, creó “un sujeto laboral: disciplinado, apegado a las normas y horarios, saludable y con fortaleza física, estable y predecible, inscrito en formas colectivas de identificación y regulación laboral” (p.135). El

emprendimiento obedece a la praxis de una actividad económica que supone a quienes se adhieren a él como sujetos capaces de proponer ideas nuevas en un mundo neoliberal, Pfeilstetter (2011) llamaría a esto: “la expresión máxima del hombre moderno” (p.2).

Los estudios sobre el éxito o fracaso de los proyectos de emprendimiento como vía para el desarrollo económico podrán dar razón o refutar esta apuesta de la educación: una apuesta por la inestabilidad, por la inversión del riesgo, por una visión funcionalista de la educación, que dista mucho del ideal de lograr por medio de ella, el bien mayor para el individuo y la sociedad a la que pertenece, propuesto por Rousseau en su Contrato Social, o el de la “Educación Como Práctica de la Libertad”, que soñó Paulo Freire, en donde la educación libere no solo al oprimido sino también al opresor, para que las sociedades no continúen siendo la lógica de una tensión y lucha de clases.

### **Reflexiones finales**

La relación entre los sistemas de gobierno y los procesos educativos ha sido una estrategia exitosa para el sostenimiento del sistema económico y productivo. Desde la capacidad de homogenización, disciplinamiento y control a partir de la producción y reproducción de contenidos culturales ideológicos en cada sociedad se les construye un buen nido. El disciplinamiento permite que el cuerpo, en cualquiera de sus actividades, sea susceptible de control, lo que ha de servir al sistema económico y a sus modelos de producción.

La sujeción existente en estas dinámicas construye personas siempre dispuestas a servir a los fines de otros, reconociendo estas relaciones

de poder como naturales, lógicas, indiscutibles e incluso deseables, lo que redonda y renueva el ciclo de institucionalización y con ello, en la continuidad, extensión y trascendencia de prácticas serviles.

El lugar que tuvo la educación en el proceso de transición de la edad media a la modernidad configuró una relación de centralidad de la razón, con una sobrevaloración de los procesos educativos como estrategias para la iluminación y el alcance de las anheladas promesas de la Modernidad: la libertad, igualdad, progreso y desarrollo humano.

La evolución y consolidación del proyecto moderno, la posmodernidad y el actual estado de crisis sistémica, evidencian el colapso institucional del Sistema Mundo. El sistema educativo no logró salir ileso del ocaso de la era que lo puso en el pedestal como el forjador del desarrollo económico y social y de la Ilustración del hombre. Contrario a la búsqueda del conocimiento y la libertad, la educación se ha convertido en una aliada de un sistema que se niega al cambio, que obedece a las dinámicas económicas y donde las instituciones académicas en lugar de buscar transformar un sistema económico en crisis y decadencia se han moldeado a las exigencias de los sistemas económicos mundiales y han generado subjetividades donde el hombre libre de la Ilustración terminó siendo la máquina de la Revolución Industrial.

Los procesos de emprendimiento como parte de las funciones formativas de las universidades contemporáneas podrían correr el riesgo de dejar en un segundo plano la función principal de la educación como generadora de conocimiento, asumiendo desde una postura funcionalista al servicio de la economía, la figura de universidades-empresa que se preocupan más por vender sus

ideas al sector industrial que por producir ideas revolucionarias. La adaptación del conocimiento a las necesidades del sistema dista mucho de la idea de la Ilustración de transformar el mundo por medio de las ideas. Pensar en el bienestar común cuando se trata de observar el comportamiento y gestión de las organizaciones es tarea difícil si se parte del solo reconocer que el paradigma económico es el único existente; si la universidad documentara dichas dinámicas propias de dichos contextos, los discursos hegemónicos europeos y norteamericanos por lo menos estarían relativizados o evidenciados.

Asegurar la variable *cantidad* puso a la educación en una posición servil a los intereses económicos de los Estados, la lucha por la productividad máxima y la eficiencia es reproducida en la cotidianidad de los emprendimientos, y los modelos son obtenidos en la academia consolidando de este modo, tributo al modelo de empresarización del sujeto. Este tributo es acompañado de uno de los dispositivos de control –y segmentación social– más comunes en la actualidad: el *marketing*. El *marketing* –personal o empresarial– ha de potenciar y abrir la gestión del emprendedor al mundo, consentirá que sea conocido bajo una categoría que le da existencia dentro del sistema de modo formal, acción con la cual se obnubila la reflexión sobre la relación educación-progreso, el *marketing* le permitirá la entrada en el mercado, pero no cambiará su rol ni sus condiciones de trabajador precario.

El *statu quo* de los modelos estandarizados por el *management*, y su discurso de emprendimiento empresarial basado en la autogestión, calidad y eficiencia, es un ejercicio de implementación abominable en contextos que desarrollan dinámicas de comunidad que no se refieren a introyección de la competitividad sino más bien a la posibilidad de ayudarse mutuamente en el sector, en continuación de las lógicas

de *modus vivendi* que lo organizaron y le originaron. La academia podría proponerse deconstruir el ejercicio de jerarquización producido por modelos extranjeros, comprender cómo es que la realidad que vivimos fue impuesta, no marca el emprendimiento como la máxima expresión del hombre *managerial*, que es capaz de gestionar su vida con el ideal de una empresa exitosa. Al respecto, Pulido-Martínez (2004) mencionó que se deben crear “nuevos caminos de investigación e intervención ante las condiciones en las que se desenvuelve el trabajo contemporáneamente” (p.213).

Según Escalada (2019) actuar sin cuestionar las formas de intervención es adherirse a “posiciones que terminan siendo funcionales a los modelos sociales ya establecidos” (p.279). La herencia del modelo educativo prusiano podría replantearse en la medida que las sociedades, especialmente las latinoamericanas, puedan volver a sus procesos identitarios y la academia que surja de ello responda a sus propias necesidades, toda vez que “urge que, al pensar en su posicionamiento, la academia pueda asumir un problema fundamental. Estamos formando a nuestros estudiantes, en muchos casos, con teorías que fueron pensadas para un mundo que está dejando de ser” (Escalada, 2019 p.283).

Adaptar a la universidad y a los profesionales a un modelo económico que colapsa podría significar, a largo plazo, que las universidades y profesionales colapsen junto con ese sistema hacia el cual han dirigido toda su atención y razón de ser. La capacidad de pensar críticamente y tener posturas por fuera de las impuestas por los sistemas de gobierno ha sido lo que caracterizó históricamente la postura de los grandes intelectuales y de las comunidades académicas. En estos momentos ante la pandemia mundial por el Covid-19 –en la cual se ha puesto a prueba la capacidad global del Sistema Mundo

para resolver de modo eficaz la crisis– se requiere que la capacidad de innovación de los profesionales y universidades, no se limite a hacer uso de sus capacidades de *emprendimiento* para hacer de esta crisis una oportunidad de ganancia o empresa. Al contrario, se pone a prueba la capacidad de desarrollo de pensamiento, de producción de ideas para afrontar la crisis y para comprender el momento de cambio que se vendrá, una vez la crisis pase o se agudice, todo con miras a la búsqueda de alcanzar –como propone Rousseau– lo que debe motivar el desarrollo intelectual del aprendiz, siempre la búsqueda del mayor bien posible en beneficio de la sociedad de la que forma parte.

## **Referencias bibliográficas**

- Aguilar, L. (2006). *Gobernanza y gestión pública*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Arendt, H. (1993). *La condición Humana*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Alvarado, O y Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de administración*. Vol. 27. No.45 Recuperado <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225019868005.pdf>
- Anzoleaga, M. E. (2019). La relación entre psicología y políticas públicas: rol público y responsabilidad ética. En: Franco, S. y Escudero, E. (eds.). *El presente del futuro del trabajo*. Pp247-256. Montevideo: Psicolibros Universitario.
- Baldini, N., Grimaldi, R. y Sobrero, M. (2006). Institutional changes and the commercialization of academic knowledge: A study of Italian universities' patenting activities between 1965 and 2002. *Research Policy* Vol. 35, N. 4. Pp518-532 <https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.01.004>

- Ball, R. (2013). Accounting informs investors and earnings management is rife: Two questionable beliefs. *Accounting Horizons*, 27(4), pp847-853. Recuperado <https://aaapubs.org/doi/abs/10.2308/acch-10366?journalCode=acch>
- Barnes, T., Pashby, I. y Gibbons, A. (2002). Effective university - industry interaction: a multi-case evaluation of collaborative R&D projects. *European Management Journal*, 20(3), 272-285. [https://doi.org/10.1016/S0263-2373\(02\)00044-0](https://doi.org/10.1016/S0263-2373(02)00044-0)
- Castro-Gómez, S. (1993). Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de “la invención del otro”. En Lander, E. (Comp). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas Latinoamericanas*. Pp 145-162. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Cifuentes, D. M y Londoño-Cardozo, J. (2020). Teletrabajo: el problema de la institucionalización. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*. Vol 8, No. 1 Pp. 12-20 Recuperado <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/749/973>
- Croissant, J. y Smith-Doerr, L. (2008). Organizational Contexts of Science: Boundaries and Relationships between University and Industry. En Hackett, E., Amsterdamska, O., Lynch, M. y Wajcman, J. (eds.). *The handbook of science and technology studies*. 3 ed. Pp. 691-718. Massachusetts Institute of Technology. Recuperado <https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/data-crone-wyatt-2007b.pdf#page=707>
- Cruz, J. (2013). La intervención psicosocial: ¿un factor de cambio social o un instrumento de dominación? *Revista Poiésis*, No.25 pp1-12. Recuperado <https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/article/view/640/612>
- De Certeau, M. (1996). *La invención de lo cotidiano*. Buenos Aires: Giard, Luce editorial.

- De Gaulejac, V. (2005). *La société malade de la gestion–Idéologie gestionnaire, pouvoir managérial et harcèlement social*. Paris: Seuil.
- De la Garza, E. (2006). La flexibilidad del trabajo en América Latina. En: Tratado Latinoamericano de sociología del trabajo. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Derrida, J. (1967). *De la grammatologie*. Paris: Les Edition de Minuit.
- Elias, N. (1987). *El proceso de civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Escobar, A. (2007). *La invención del Tercer Mundo. Construcción y deconstrucción del desarrollo*. Caracas: Fundación editorial el perro y la rana.
- Escobar, A. (1999). *El final del salvaje*. Bogotá: Giro Editores Ltda.
- Escalada, R. (2019). El lugar de las POT en las políticas públicas. En: Franco, S. y Escudero, E. (eds.). *El presente del futuro del trabajo*. Pp.267-284. Montevideo: Psicolibros Universitario.
- Ekelund, R. y Hébert, R. (2005). *Historia de la teoría económica y de su método*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A.
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C. y Castisano, B.R. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy*, 29 (2), 313-330. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00069-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00069-4)
- Ferreira, J., Fernandes, C. y Ratten, V. (2017). *The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions*. *Entrepreneurial Universities, Innovation, Technology and Knowledge Management*, Springer, Cham, 19-34. Recuperado [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-47949-1\\_2](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-47949-1_2)
- Freire, P. (1979). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI editores S.A.
- Foucault, M. (2002). *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

- Franke, N. y Lüthje, C. (2003). The making of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, 33(2), 135-147. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/1467-9310.00288>
- Ibanez, T. (1996). *Fluctuaciones Conceptuales: en torno a la Postmodernidad y la Psicología*. Caracas: Comisión de Estudios de Postgrado de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela.
- James, O. y Lodge, M. (2003). The limitations of policy transfer and lesson drawing for public policy research. *Political Studies Review*. 1. 179-193. Recuperado [https://www.researchgate.net/publication/262898528\\_The\\_Limitations\\_of\\_'Policy\\_Transfer'\\_and\\_'Lesson\\_Drawing'\\_for\\_Public\\_Policy\\_Research](https://www.researchgate.net/publication/262898528_The_Limitations_of_'Policy_Transfer'_and_'Lesson_Drawing'_for_Public_Policy_Research)
- Keynes, M (1936): *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*. México D. F.: Fondo de Cultura Económica.
- Liedman, S. (1996). A la búsqueda del Isis: educación general en Alemania y Suecia. En Rothblatt, S. y Wittrock, B. (comps.): *La universidad europea y americana desde 1800. Las tres transformaciones de la universidad*. pp. 84-118. Barcelona: Pomares-Corredor.
- Molina, V. L. y Cruz, J. A. (2016). Normalización, subjetividad y alternativas al bajo rendimiento escolar. *Revista Poiésis*, No.31 pp30-45. Recuperado <https://www.funlam.edu.co/revistas/index.php/poiesis/article/view/2074/1585>
- Olaison, L., & Sørensen, B. M. (2014). The Abject of Entrepreneurship: Failure, Fiasco, Fraud. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20(2), 193-211. <https://doi.org/10.1108/IJEER-09-2013-0143>
- Orozco, L. y Chavarro, D. (2008). Universidad y emprendimiento. *Revista Hallazgos* No.10. Pp65-97. Recuperado <https://www.redalyc.org/pdf/4138/413835171006.pdf>

- Palalić, R., Ramadani, V., Đilović, A., Dizdarević, A. y Ratten, V. (2017). Entrepreneurial intentions of university students: a case-based study. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(3), 393-413. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0167>
- Pardo, C. y Alfonso, W. (2017). Applying “attribution theory” to determine the factors that lead to the failure of entrepreneurial ventures in Colombia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24 (3), 562-584.
- Pfeilstetter, r. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27. Recuperado [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/16114/file\\_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/16114/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Pulido-Martínez, C. (2004). En búsqueda de una psicología crítica en los ámbitos laborales. *Revista Univeritas Psychologica* 3 (2): 213-222 En <https://pdfs.semanticscholar.org/a734/fddc4b-1803457bbd1db40aca40729427818c.pdf>
- Roth, A. (2016). La enseñanza del análisis de políticas públicas en los programas universitarios de Ciencia Política en Colombia. *Estudios Políticos*, 49. 260-283. Recuperado <http://www.scielo.org.co/pdf/espo/n49/n49a14.pdf>
- Stecher, A. (2019). La erosión de las indentidades ocupacionales en contextos de flexibilización neomanagerial. Implicancias para las subjetividades laborales y las experiencias de precarización. Pp135-136. En: Franco, S. y Escudero, E. (eds.). *El presente del futuro del trabajo*. Montevideo: Psicolibros Universitario.
- Torres, C. F. (2020). *La función ideológica del emprendimiento en la producción y reproducción de la vida en una zona rural de Colombia en el contexto del Posacuerdo de Paz*. (Tesis doctoral) Universidad Federal Rio Grande do Sul.

- Wlosko, M. y Ros, C. (2019). La fabricación de precarixs: disciplinamiento de los trabajadores en Argentina a la luz de los despidos masivos y la precarización. En: Franco, S. y Escudero, E. (eds). *El presente del futuro del trabajo*. Pp.83-84. Montevideo: Psicolibros Universitario.
- Zangaro, M. (2019). Precarios sin y con empleo: prácticas de gestión para la implicación subjetiva. En: Franco, S. y Escudero, E. (eds.). *El presente del futuro del trabajo*. Pp.137-138. Uruguay: Psicolibros Universitario.

## Capítulo 4.

# UNIVERSIDAD Y EMPRENDIMIENTO: UNA PERSPECTIVA DESDE LA INNOVACIÓN Y LA TRANSFORMACIÓN DEL CONOCIMIENTO

*University and Entrepreneurship: a perspective from innovation and  
knowledge transformation*

**Romario Barrios Hernández\***

✉ rebarrios@mail.uniatlantico.edu.co

⑩ <https://orcid.org/0000-0002-3108-3000>

**Juan Luis De La Hoz Pacheco\***

✉ Juanl-delahozp@unilibre.edu.co

⑩ <https://orcid.org/0000-0003-0549-3409>

\*Universidad del Atlántico  
Barranquilla, Colombia

### Cita este capítulo:

Barrios Hernández, R. y De La Hoz Pacheco, J. L. (2021). Universidad y Emprendimiento: una perspectiva desde la innovación y la transformación del conocimiento. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.161-189). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

# UNIVERSIDAD Y EMPRENDIMIENTO: UNA PERSPECTIVA DESDE LA INNOVACIÓN Y LA TRANSFORMACIÓN DEL CONOCIMIENTO

Romario Barrios Hernández  
Juan Luis De La Hoz Pacheco

## Resumen:

**Objetivo:** Establecer la relación existente entre la universidad y el emprendimiento desde una perspectiva de la innovación y la transformación del conocimiento. **Método:** La presente reflexión es de tipo cualitativa y se ubica en el nivel descriptivo-explicativo. Los procesos de recolección de información tienen soporte en la revisión bibliográfica de referentes teóricos del emprendimiento y la innovación. **Resultados:** Como resultado se obtienen y analizan datos que muestran la participación dinámica de las universidades en patentes de invención; **Discusiones:** La transformación del conocimiento, la transferencia tecnológica y la innovación, se constituyen en factores para desarrollar actividades de emprendimiento en la universidad, por medio del desarrollo de patentes de invención; el papel de las universidades en la economía del conocimiento es esencial para el fomento y el crecimiento del emprendimiento en el país. **Conclusiones:** Las patentes de invención permiten mostrar cuánto están aportando las universidades en Colombia en materia de innovación, reflejando la transformación del conocimiento en productos y servicios; además reflejan la efectividad y la calidad de la universidad en la formación

de competencias emprendedoras capaces de impactar en el seno de la sociedad. Son las instituciones educativas actores importantes en los objetivos del emprendimiento, la innovación, creación de productos, bienes y servicios. Por ello, es necesario una política pública de educación, que le apueste a la ciencia, la investigación, la tecnología y la innovación como elementos propios de desarrollo para la sociedad colombiana, reconociendo que modelos importados generan irrupciones culturales que pueden frenar los procesos innovadores.

**Palabras clave:** emprendimiento, universidad, conocimiento, transferencia de tecnología, propiedad intelectual

### **University and Entrepreneurship: a perspective from innovation and knowledge transformation**

#### **Abstract:**

**Objective:** Establish the existing relationship between the university and entrepreneurship from an innovation and knowledge transformation perspective. **Method:** This reflection is qualitative and is located at the descriptive-explanatory level. The information gathering processes are supported by the bibliographic review of theoretical references of entrepreneurship and innovation. **Results:** As a result, data are obtained and analyzed that show the dynamic participation of universities in invention patents; **Discussions:** The transformation of knowledge, technology transfer and innovation are factors to develop entrepreneurial activities at the University, through the development of invention patents; The role of universities in the knowledge economy is

essential for the promotion and growth of entrepreneurship in the country. **Conclusions:** Invention patents allow to show how much universities in Colombia are contributing in terms of innovation, reflecting the transformation of knowledge into products and services, also reflecting the effectiveness and quality of the university in the formation of entrepreneurial skills capable of impacting on the bosom of society. Educational institutions are important actors in the objectives of entrepreneurship, innovation, creation of products, goods, and services. For this reason, a public education policy is necessary, which bets on science, research, technology, and innovation as elements of development for Colombian society, recognizing that imported models generate cultural irruptions that can slow down innovative processes.

**Keywords:** entrepreneurship, university, knowledge, technology transfer, intellectual property

**Códigos JEL:** K11, L26, A22

## **Introducción**

Desde el plano académico se encuentra una elevada atención a los estudios sobre emprendimiento. La literatura publicada muestra la relación que existe entre este tema y el desarrollo para mejorar la calidad de vida de las comunidades, la innovación, la transformación del conocimiento y la generación de riqueza. Se observa cómo lo que inicialmente le interesa a la academia, termina por interesarle también a la política, dado que el emprendimiento se ha vislumbrado como una posibilidad que ofrece salidas para el desarrollo de las comunidades.

La torre termina de edificarse cuando se empieza a creer que el emprendimiento no solo es una actitud o aptitud que surge de manera espontánea en algunos seres humanos extraordinarios, sino que se puede promover intencionalmente a través de la educación.

Algunos elementos contingentes al emprendimiento son innovación, creatividad, capacidad de asumir riesgos, motivación, toma de decisiones, futuro y oportunidad. Ellos se interrelacionan con el producto, el mercado y sus actores, etc. Sin lugar a duda, el impacto que representa la innovación y el emprendimiento presenta relación con las contribuciones realizadas por algunos países, los cuales a través del desarrollo de tácticas competitivas buscan potenciar algunos sectores económicos y generar oportunidades para un aumento de la productividad.

La relación universidad-emprendimiento se entiende natural bajo la concepción de que la universidad es la institución de la sociedad encargada, dotada y capacitada para liderar la enseñanza de las aptitudes necesarias para la formación de seres humanos emprendedores. Pero ¿Cómo las universidades contribuyen al desarrollo de competencias para el emprendimiento en perspectiva de la construcción de procesos de innovación y transformación del conocimiento? Para responder a esta pregunta se realizó, en primer momento, un análisis histórico del concepto de emprendimiento; luego, se desarrolló el tópico sobre la relación universidad-emprendimiento que a su vez incorpora el tema de la importancia de la innovación en la enseñanza y el emprendimiento; por último, se trabaja sobre las patentes y el emprendimiento, con el fin de demostrar cómo las universidades contribuyen a través de la transformación del conocimiento y la consolidación final de bienes y servicios nuevos y con valor comercial, presentándose

unos indicadores que cuantifican el porcentaje de participación de las universidades en las solicitudes de patentes como referente de la transformación del conocimiento y el emprendimiento seleccionado por esta investigación.

## **Emprendimiento como concepto**

Durante los últimos cincuenta años el término *emprendimiento* ha tenido un auge. Es común ver el uso de dicho concepto en la cotidianidad, sobre todo cuando se habla de iniciativas empresariales y de gestión de negocios. Se ha asociado a actitudes y aptitudes de algunos individuos, a la capacidad de estos de identificar oportunidades para desarrollar ideas de innovación por medio de proyectos, y a la gestión del riesgo y la incertidumbre.

Su origen etimológico muestra que proviene del francés *entrepreneur*. En el siglo XV se usaba para denominar a los hombres relacionados con expediciones militares (Hidalgo, 2014). Hoselitz (1960), citado por Moyá y Santana (2016, p. 3) mencionó que el término emprendimiento originalmente se acuñó para referirse al hombre encargado de las grandes obras arquitectónicas: castillos, fortificaciones, edificios públicos, abadías y catedrales.

En sentido estrictamente económico “Cantillon (1755) define el término como el proceso de enfrentar la incertidumbre” (Hidalgo, 2014, p.47). Cantillon es considerado el primer economista teórico y su obra cumbre es el *ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. Es con Cantillón en el siglo XVIII que el concepto de emprendimiento recibe una connotación económica y se convierte en la base conceptual del término que se usa hoy en día.

No es hasta el siglo XIX que el término comienza a ser relevante en el campo económico. Durante el periodo de 1880 fue Marshall el primero en reconocer la importancia del emprendimiento como mecanismo esencial para la generación de riquezas y el aumento de la productividad (Formichella, 2004). El ser emprendedor significa tener la capacidad para crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, generando un impacto en su propia vida y en el entorno que habita (Formichela, 2004).

Kundel (2004) define “la acción de emprender como parte de la gestión del cambio radical o renovación estratégica, sin importar si esta ocurre dentro o fuera de organizaciones existentes, y si da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Formichela, 2004, p.3).

La literatura ha permitido identificar tres enfoques teóricos que a lo largo de la historia han intentado explicar el concepto del emprendimiento. El primer enfoque es el que hace énfasis en el individuo –visión clásica donde se entiende que se aborda– en la que se trata de entender el emprendimiento desde la particularidad de un sujeto. Siendo así, el énfasis se presenta en tratar de conocer ese conjunto de características, rasgos y capacidades de una personalidad que inciden en un individuo para actuar como un emprendedor (Rosero y Molina, 2008).

En la misma línea, Rosero y Molina (2008) añaden que la capacidad de actuar en función del logro, innovación, creatividad, toma de riesgos, autonomía, introversión, neuroticismo y motivación son aspectos que evidencian en mayor o menor grado y determinan el potencial de un sujeto para emprender.

Coherente con este enfoque clásico, a mediados del siglo XIX, autores como Mangoldt (s.f., citado por Orozco y Chavarro, 2008, p.69), describieron al sujeto que emprende como un empresario cuya capacidad y talento innatos le permiten obtener sus ganancias.

El segundo enfoque hace énfasis en el comportamiento. En este enfoque solo interesa lo que el emprendedor es capaz de hacer, perdiendo importancia lo que podría ser. En este enfoque, el emprendimiento es estudiado desde el aspecto de la organización como instancia básica de análisis. El papel del sujeto se analiza con base a las actividades que logra hacer para instituir una estructura organizativa. Luego entonces, la pregunta ideal de este enfoque es: ¿Cómo se crea una empresa? No se trata de olvidar al emprendedor, sino que se concibe desde el rol que juega en el proceso de estructuración organizacional (Marvez, 2011). En la vía mencionada, se destaca el economista neoclásico “Alfred Marshall (s.f.), quien identifica en la empresa el dominio del empresario y la forma para hacer riqueza, no como resultado de la especulación sino de la capacidad de organizar los negocios” (Orozco y Chavarro, 2008, p.69).

En efecto, este enfoque de comportamiento resalta el proceso dinámico que implica la creación de una organización. Se puede afirmar que el emprendimiento, bajo esta perspectiva, se manifiesta en la empresa misma, la cual se compone tanto de elementos materiales como de gestiones administrativas y jurídicas que van desde la estructuración de un manual de funciones hasta el otorgamiento de vida y entidad jurídica a la organización. En este orden de ideas, también se entiende al emprendimiento como un proceso de planificación, donde como bien se afirmó, se produce riqueza no como resultado de la incertidumbre, especulación o espontaneidad sino por el necesario desarrollo de la organización y la planificación en la empresa.

Hay que advertir que este enfoque no es tan simple como decir que el emprendedor es quien crea una organización, dado que además de la voluntad deliberada y planificada de crear una empresa, el emprendedor debe tener la intención de hacer riqueza y acumular capital, entendiendo el término *hacer riqueza* como la *creación de valor* (Marvaez, 2011).

El tercer enfoque es el de las oportunidades. Es este, una oportunidad debe entenderse como una situación que en el pensamiento de un individuo (el emprendedor) puede crear valor, con el uso de diferentes recursos dentro de un marco de referencia de medios y fines (Marvez, 2011). Orozco y Chavarro (2008) mencionaron que:

El economista Mill aportó que el empresario es quien aparte del interés por su capital, gana un plus por el riesgo que asume. Mientras que, bajo la inspiración de Mises y Hayek, la escuela austriaca entre quienes se destaca Knight (1926) definió al empresario como: el que asume el riesgo y la incertidumbre para obtener sus ganancias y diferenció el riesgo, en tanto elemento controlable por el cálculo dentro de la organización, de la incertidumbre, como fenómeno que surge al enfrentar su producción al mercado (p.70).

Las apreciaciones mencionadas tienen un punto de encuentro, dado que el énfasis se ubica en el costo de oportunidad que asume el emprendedor con su proyecto, ese riesgo es el que a fin de cuentas genera la utilidad y los incentivos del emprendimiento.

En definitiva, se puede concluir que el emprendimiento no es un concepto nuevo, pero que el desarrollo de su definición económica viene de la mano con el desarrollo mismo de la economía como ciencia, empezando con los fisiócratas, hasta la escuela neoclásica

del siglo XX. Al mismo tiempo, hay que advertir que la aspiración de esta primera reflexión no era ser determinista rastreando el concepto de emprendimiento definitivo o superior, sino por el contrario ofrecer una baraja de enfoques y visiones que permita entender que el emprendimiento es una categoría compleja y amplia.

## **Universidad y Emprendimiento**

Después de presentar las definiciones de emprendimiento se da paso a analizar la relación que existe entre este y la universidad. El concepto de Universidad etimológicamente proviene del latín *universitas* que en la Edad Media se usaba para denominar comunidades o corporaciones en sus aspectos colectivos. Cuando el término se empleaba para designar un cuerpo que tenía como finalidad la enseñanza y la educación se complementaba con el término *magistrorum et scholarium*, significando *universitas magistrorum et scholarium* en español “totalidad del gremio de maestros y alumnos” (Moncada, 2008).

La Universidad como institución surge en la Europa Medieval. Con antecedentes en la cultura griega, árabe y romana, pero estructurándose y organizándose formalmente en Europa occidental. La evolución de la Universidad se dio de manera paulatina hasta el siglo XVII (Gonzales, 1997), convirtiéndose así la investigación en uno de los elementos misionales de la Universidad a nivel mundial, en un modelo representado por la Universidad de Berlín en 1818 en Alemania y el pensamiento científico-educativo de Humboldt (Orozco y Chavarro, 2008).

La universidad se instaura en la dinámica de la economía del conocimiento al adquirir la visión de generar actividad económica a partir del conocimiento devenido de su desarrollo científico e investigativo. En Colombia tienen por objetivos misionales la docencia, la investigación y la extensión, los cuales constituyen articuladamente los ejes que orientan y le dan vida al quehacer académico y formativo. Sin duda, estos tres ejes funcionan de manera equilibrada y armónica con el fin de otorgarle aplicación práctica a la función social de la educación.

La docencia se entiende como el componente que desarrolla actividades intelectuales y científicas que potencializan a la comunidad académica. Por otra parte, la investigación representa la fuente del saber que genera, contrasta y discute el conocimiento; es el medio y soporte de la docencia en el desarrollo de la ciencia, la técnica y la innovación que permiten proponerle alternativas y soluciones a los problemas de la sociedad. Por último, la extensión es el componente en el que se decanta la relación entre docencia e investigación para articular a la universidad con la sociedad en la construcción de tejido social.

La necesidad de hacer énfasis en los objetivos misionales se expresa en que la relación universidad-emprendimiento se evidencia justamente en la articulación que existe entre la aplicación armónica de los objetivos misionales de las universidades y la enseñanza del emprendimiento como competencia útil y necesaria en una sociedad globalizada y del conocimiento.

Crissien (s.f.) señala que el emprendimiento se ha vinculado con los elementos misionales de docencia, investigación y extensión de los centros de educación superior, y hace énfasis en el aparente consenso

general en la academia respecto a una serie de características personales y competencias requeridas para ser emprendedor, las cuales en algunos casos son parte innata de su personalidad, pero en otros se pueden adquirir por medio de la enseñanza (Martínez, Bajaña, Chávez, Guerrero, Oña, 2016, p.252).

Lo anterior permite entender que el emprendimiento es un término que tiene una aplicación esencial en la economía, por lo que no es algo nuevo; sin embargo, desde la perspectiva de la inclusión a la academia, si lo es, al punto que se aproxima al quehacer académico y científico. Cuando se descubre la vinculación del emprendimiento con el desarrollo económico, se empieza a abandonar la idea de que es una característica aislada y espontánea de algunos individuos y se comienza a promover intencionalmente a través de la educación.

Según Hidalgo (2014) en 2004 el 60% de las universidades en Estados Unidos contaban con materias relativas a la creación de emprendimientos, es decir, la mayoría de instituciones tenían currículos que reflejaban la necesidad de los centros de educación superior de formar emprendedores.

Álvarez, Andrade, Bravo, Rodríguez y Govea (2016) plantean que el interés por la educación en emprendimiento ha provocado la creación de varios centros de investigación en emprendimiento en todo el mundo. En el caso de los Estados Unidos hay más de 1600 centros de investigación con eje en actividades de emprendimiento, educación y transferencia de tecnología. Welter y Lasch (2008) mencionan que “los centros de investigación y las cátedras reflejan una institucionalización de la investigación en emprendimiento, logrando importantes avances moviéndose más allá de la iniciativa individual, y obteniendo una acumulación progresiva de conocimientos” (Álvarez et al., 2016, p.234).

Se entiende que al interior de la academia se están creando planes de estudio y espacios como los centros de investigación que permiten día a día seguir incorporando al emprendimiento a la enseñanza como una competencia importante para desarrollar el componente de innovación que demanda una economía globalizada y del conocimiento. En este orden de ideas, surge el siguiente cuestionamiento: ¿Cuál es el papel de la innovación en la enseñanza y el emprendimiento?

### **La innovación: piedra angular de la enseñanza y el emprendimiento**

La innovación es una de las palabras más referenciadas en estos tiempos. Es utilizada en las escuelas de economía, administración e ingeniería, como también ha sido incorporada al lenguaje corriente y cotidiano de las personas. Aparece formalmente en la literatura económica como el producto que genera distinción en la labor del empresario en la producción. Este concepto es introducido por Schumpeter al argumentar la necesidad de *offerring opportunities to new enterprises* (Orozco y Chavarro, 2008).

Orozco y Chavarro (2008) mencionaron que para Schumpeter:

[...] la innovación es mucho más que el reconocimiento de las oportunidades del empresario para desarrollar su función distintiva, exponiendo la necesidad de analizar las especificidades culturales, los eventos políticos, los recursos específicos, las opciones de la invención y los marcos institucionales en los que se puede emprender nuevas actividades para el desarrollo económico. Esto nos lleva a pensar en las políticas de los países, y su dotación de recursos, que

sinérgicamente se enfocan a generar sociedades del conocimiento y empresas innovadoras, así como en las ventajas que ofrece la invención producto de la actividad científica y tecnológica (p.66).

Con base en lo anterior, las universidades se recogen en ese marco institucional dentro del cual pueden emprender nuevas actividades que contribuyan al avance de la nación, por tanto, la enseñanza de la innovación emprendedora se convierte en una de las respuestas a la necesidad de creación de crecimiento económico y calidad de vida en las sociedades contemporáneas.

Ravasi y Turati (s.f.) citados por Rosero y Molina (2008, p.34) plantearon que, frente al tema de la innovación emprendedora, existen ciclos de aprendizaje que se auto refuerzan y los cuales conducen a los emprendedores a obtener capacidades que les permiten la exploración y búsqueda de ciertas oportunidades a expensas de otras.

Otros autores ofrecen una visión más amplia de la innovación, basada en el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio, lo suficientemente capaces de generar valor para las organizaciones (Álvarez et al., 2016) y está relacionada con el crecimiento económico, el tamaño y la dinámica de los mercados, la estrategia de las empresas y la identificación de necesidades latentes en los consumidores, entre otros elementos.

Por tanto, la innovación es la implementación de una idea útil y nueva. Innovar es lograr una realización efectiva la cual produce un cambio en el sistema, con el fin de crear mejoras y aportar al perfeccionamiento de algunas de sus características funcionales o estructurales (Vélez y Ortiz 2016). Por lo anterior, la innovación es

tangible y evidenciable puesto que materializa las ideas en productos o mejoras de estos.

Como se ha podido notar hasta este punto, la innovación y el emprendimiento tienen una connotación fundamentalmente económica, por lo cual, el principal desafío que se afronta es el de encontrar soluciones concretas a las problemáticas sociales. Sin embargo, esto solo será posible reforzando lo humano en la enseñanza del innovador y el emprendedor, es decir, proveer de formación humanista a una labor que se desarrolla en el marco de la cultura capitalista dominante es uno de los grandes retos de la enseñanza de la innovación emprendedora.

Formichella (2004) plantea que “la innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad” (Vélez y Ortiz, 2016, p.351). Cabe decir que, por medio de la ciencia, la investigación y la tecnología las universidades realizan la transformación del conocimiento en bienes y servicios. Los productos finales obtenidos son protegidos por el Estado por medio de derechos patentarios.

### **Patentes y emprendimiento**

El entorno en el que las universidades se desenvuelven ha sufrido cambios sustanciales. Las universidades se han visto obligadas a generar resultados que respondan a las necesidades del órgano social y del Estado. Las universidades como instituciones no pueden abstraerse del entorno, es por ello, que a través de sus actividades de investigación y producción científica se ven en el deber de impactar en el crecimiento de las regiones en que se encuentran.

Con el fin de impulsar la ciencia y generar producción científica, tanto docentes como investigadores, recurren al desarrollo de actividades entre las que se encuentran el diseño de proyectos de investigación, su ejecución y desarrollo, la producción de conocimiento, la apropiación social de los resultados investigativos y la transferencia social, tecnológica y científica (Aboites y Soria, 2008).

Para poder hablar de patentes y transformación del conocimiento, primero hay que entender el concepto de transferencia de tecnología. Según Velásquez (2010), “[...] la transferencia de tecnología se entiende como un proceso que implica la conversión, aplicación o adecuación de las invenciones o ideas innovadoras de las personas para la obtención de beneficios o la generación de usos prácticos” (p.431). Se puede entender la transferencia de tecnología como el proceso por medio del cual el conocimiento científico y tecnológico se transforma, aplica o adecua en productos finales que pueden ser bienes o servicios, al final es una de las actividades claves que realizan las universidades en la actualidad y que incide favorablemente en el progreso económico y social de las comunidades y el país (Donneys y Blanco, 2016).

Es la transferencia de tecnología la que permite la transformación de conocimientos en bienes y servicios que, con características innovadoras y como productos de la ciencia y la investigación, buscan generar un valor agregado en las sociedades, esto a su vez refleja las actividades de emprendimiento desarrolladas por las instituciones de educación superior y el direccionamiento de estas a la economía del conocimiento.

Una vez se obtiene el producto de transferencia de la tecnología, se debe gestionar la protección de los derechos de propiedad

intelectual del mismo. Existen diferentes derechos de propiedad intelectual, pero antes de ahondar en ellos, es necesario definir qué es la propiedad intelectual, para ello se comenzará definiendo el concepto de propiedad desde una óptica jurídica.

El artículo 669 del Código Civil de Colombia define la propiedad como “el dominio (que se llama también propiedad) es el derecho real en una cosa corporal, para gozar y disponer de ella, no siendo contra ley o contra derecho ajeno” (Ley 157, 1887, art.671), haciendo énfasis en el concepto jurídico de dominio, el cual se relaciona con los derechos de goce y disposición sobre una cosa corporal. Mientras tanto, el artículo 671 del Código civil de Colombia define la propiedad intelectual como “las producciones del talento o del ingenio son una propiedad de sus autores. Esta especie de propiedad se registrará por leyes especiales” (Ley 157, 1887, art.671), priorizando en la propiedad sobre las creaciones que sean producto del intelecto humano.

Los elementos jurídicos descritos anteriormente tienen como fundamento el poder legal para el goce, la disposición y la reivindicación sobre un objeto, teniendo la propiedad intelectual la particularidad de presentarse sobre un elemento de naturaleza abstracta el cual es la creación producto del intelecto humano.

Rodríguez (2008) define la propiedad como “el conjunto de derechos otorgados por el estado al inventor, a su vez, caracteriza al inventor como “el creador de un producto o procedimiento dotado de novedad, altura inventiva, aplicabilidad industrial y repetibilidad” (p.91).

Para Morín y Seurat (s.f, citado por Sánchez, Medina, y León, 2007, p.250), en un entorno lleno de competitividad, el direccionamiento hacia la innovación tecnológica es uno de los elementos que le permite sobrevivir a una organización y mantenerse vigente. La

innovación tecnológica permite la generación de valor agregado sobre los bienes y servicios que esta pueda ofrecer. La gestión de la innovación tecnológica requiere de la puesta en marcha de un conjunto de mecanismos de protección, entre los que se encuentra la propiedad intelectual.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2006) define la patente como, “[...] un derecho exclusivo de explotación comercial que concede el Estado al titular de una invención, a cambio de que la misma se ponga en conocimiento público” (p.47). Esta se caracteriza por:

- Impide copias e imitaciones de los productos o servicios de una empresa por parte de los competidores.
- Evita inversiones antieconómicas en actividades de investigación y desarrollo y de comercialización.
- Por medio de estrategias basadas en el registro de marcas, permite crear identidad como empresa constituida en sociedad de capital.
- Permite negociar licencias, franquicias u otros acuerdos contractuales basados en propiedad intelectual.
- Contribuye al aumento del valor comercial de la empresa
- Permite a la organización adquirir capital de riesgo y mejorar el acceso a fuentes de financiamiento.
- Permite a la organización introducirse en nuevos mercados.
- Mecanismos como las patentes, licencias, derechos de autor, marcas y secretos comerciales hacen parte de la caja de herramientas legales, a través de las cuales, inventores e innovadores buscan el cumplimiento, de su legítimo derecho, a mantener la propiedad intelectual de sus hallazgos (Sánchez, Medina, y León, 2007).

En Colombia el régimen de propiedad intelectual se clasifica en dos: propiedad industrial y derechos de autor. Dentro del grupo de propiedad industrial se encuentran los mecanismos de protección a nuevas creaciones en los que se encuentra la patente como herramienta de protección y concesión de derechos exclusivo de explotación. Es pues la herramienta de protección más común sobre los productos y/o servicios que se generan en las universidades por medio de la transferencia de tecnologías y que representa la investigación como elemento misional de los centros de educación superior, el emprendimiento institucional y la participación de las instituciones de educación superior en la economía de conocimiento.

Uno de los elementos de mayor importancia de las patentes es su estructura. Santos, Muñoz y Becerra (2007), distinguieron tres tipos básicos de documentos generados en el proceso de patentamiento:

1. Solicitud de patente: es la descripción original presentada por el inventor ante la oficina de patentes, esta contiene:
  - Hoja de solicitud.
  - Reporte de búsqueda de anterioridades.
  - Hoja técnica: resumen del invento.
  - Memoria descriptiva: descripción de lo conocido en la materia, detalle de la invención y ejemplos de realización, también descripción de los dibujos.
  - Dibujos y/o ejemplos: dibujos, esquemas, diagramas, gráficos.
  - Pliego de reivindicaciones: incluye aquellos elementos que establecen la novedad de la invención y que son necesarios e imprescindibles para llevarla a cabo, definatorios de lo que se desea proteger (Santos et al., 2007).

2. Patente concedida como el documento que concede al titular el derecho de exclusividad sobre la invención. Esta define en forma precisa el derecho conferido y el alcance de la protección. Describe el campo y la situación tecnológica (Diessler et.al, 2010).
3. Informe del estado de la técnica: redactada íntegramente por las Oficinas de Patentes, contiene citas a otras patentes u otros tipos de documentos relacionados con la solicitud de la patente (tesis, artículos científicos, catálogos, etc.) (Santos et al., 2007).

En Colombia la superintendencia de industria y comercio es la autoridad encargada de realizar el proceso de patentamiento, que agota cada una de las etapas del proceso y quien considera que una patente es un modelo de algo nuevo o diferente. Existen dos modelos de patente en Colombia, las patentes de invención y de modelo de utilidad. Se tiene claro que un problema al que se le pueda encontrar una solución técnica, todo producto nuevo y procedimiento que tenga una forma única de hacer algo, puede ser protegido por una patente de invención. El Artículo 16 de la decisión 486 del acuerdo de Cartagena de la comisión de la comunidad andina define que:

[...] una invención se considerará nueva cuando no está comprendida en el estado de la técnica. El estado de la técnica comprenderá todo lo que haya sido accesible al público por una descripción escrita u oral, utilización, comercialización o cualquier otro medio antes de la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso, de la prioridad reconocida (Comunidad Andina de Naciones, 2000, p.15).

Las instituciones de educación superior del país se encuentran dentro del grupo de solicitantes residentes. Se puede decir que

las solicitudes de patentes en ambas modalidades por parte de las instituciones de educación superior del país en 2019 muestran el número de productos que resultaron de la transformación del conocimiento e innovación en las instituciones de educación superior (tabla 4-1). Las personas naturales son los solicitantes con mayor participación (58%), seguidas de las empresas (27%).

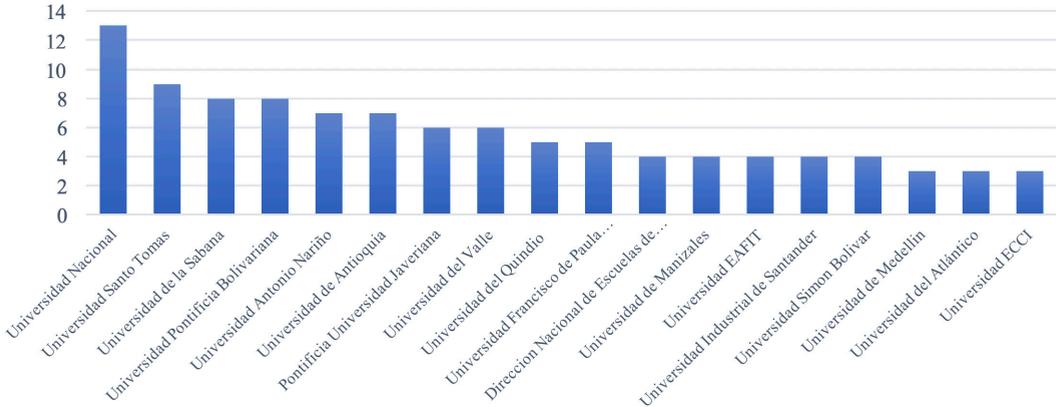
**Tabla 4-1.** Tipo de solicitantes y número de solicitudes de patentes de invención 2019

| <b>TIPO DE SOLICITANTE</b>         | <b>CANTIDAD DE SOLICITANTES</b> |
|------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Empresas</b>                    | 93                              |
| <b>Personas Naturales</b>          | 201                             |
| <b>Inst. de Educación Superior</b> | 50                              |
| <b>Centros de investigación</b>    | 3                               |
| <b>Total</b>                       | 347                             |

Fuentes: Elaboración propia. Basado en Superintendencia de Industria y comercio de Colombia (2019)

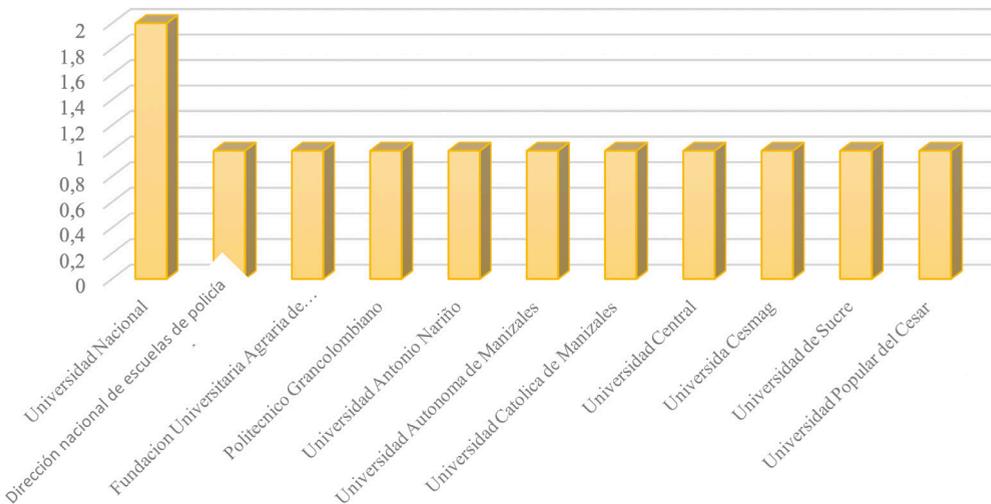
El 92% de las solicitudes realizadas por las instituciones de educación superior del país son patentes de invención. En la figura 4-1 se muestran las universidades que realizaron tres o más solicitudes de patentes de invención en el periodo en mención y en la figura 4-2 las que presentaron solicitudes de patentes de modelo de utilidad. Se destaca que la Universidad Nacional de Colombia es la que presenta más solicitudes de patentes de invención (9.48%).

**Figura 4-1.** Instituciones de Educación Superior con tres o más solicitudes de patentes de invención - 2019



Fuentes: Elaboración propia. Basado en Superintendencia de Industria y comercio de Colombia (2019)

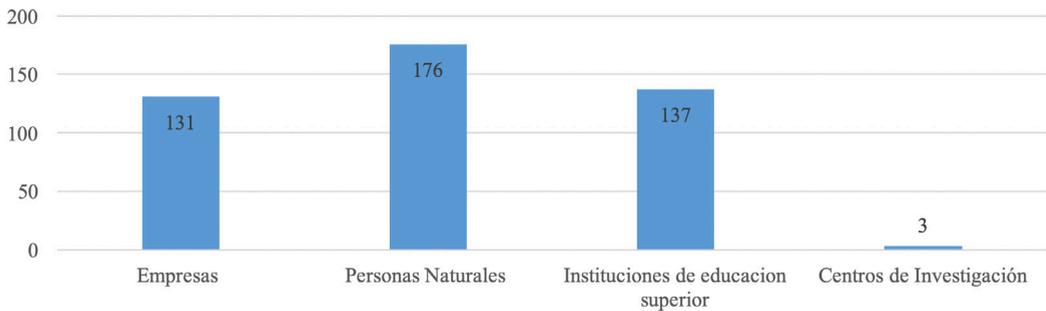
**Figura 4-2.** Solicitudes de patentes de modelo de utilidad de Instituciones de Educación Superior - 2019



Fuente: Elaboración propia. Basado en Superintendencia de Industria y comercio de Colombia (2019)

El tipo de solicitante que más realizó solicitudes de patentes de invención fue el de personas naturales, en el cual se realizaron 176 de solicitudes de patentes de invención (39%), seguido de instituciones de educación superior con 137 solicitudes de patentes de invención (31%), las empresas se encuentran como tercer grupo con más solicitudes (29%), y los centros de investigación con 3 solicitudes (1%) (figura 4-3).

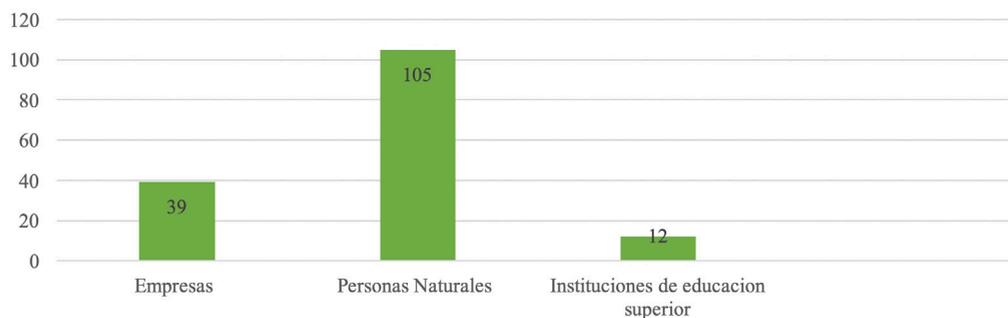
**Figura 4-3.** Solicitudes de patentes de invención de residentes por tipo de solicitante residente



Fuente: Elaboración propia. Basado en Superintendencia de Industria y comercio de Colombia (2019)

En la figura 4-4 se puede observar que el tipo de solicitante que más realizó solicitudes de patentes de modelo de utilidad fue el de personas naturales, quienes realizaron 105 solicitudes (67%), seguido de las empresas con 39 (25%), y por último las instituciones de educación superior con 12 solicitudes (8%).

**Figura 4-4.** Solicitudes de patentes de modelo de utilidad por tipo de solicitante residente



Fuente: Elaboración propia. Basado en Superintendencia de Industria y comercio de Colombia (2019)

## Reflexiones finales

El emprendimiento no es algo nuevo, sin embargo, su incorporación al mundo académico es un hecho que podría decirse que es reciente. El emprendimiento como concepto se ha relacionado en la Modernidad con una concepción estrictamente económica que ha evolucionado de la mano del desarrollo mismo de la ciencia económica. Se pueden encontrar tres enfoques para estudiarlo, el individuo como emprendedor, el comportamiento del emprendedor y las oportunidades aprovechadas por el emprendedor. Estos énfasis han sido asumidos y abordados por diferentes escuelas, lo que lo hace un concepto complejo, y construye la necesidad de abandonar el determinismo económico como eje único de análisis.

Se ha precisado que el emprendimiento es un componente central en el progreso y el crecimiento económico de las sociedades, por tanto, se ha entendido que este puede ser promovido por medio de la

educación de manera intencional y que no existe lugar mejor dotado, capacitado y con la vocación para asumirlo que las universidades, en ese sentido es un fenómeno tejido profundamente en lo social.

La universidad y el emprendimiento guardan una relación cercana dado que las instituciones educativas contemporáneas se encuentran guiadas por objetivos misionales que les hacen un llamado a constituir procesos de innovación que permitan transformar el conocimiento en bienes y servicios capaces de impactar en la sociedad y en la construcción de tejido social.

Las universidades de todo el mundo están creando planes de estudio y espacios como centros de investigación orientados al emprendimiento para abrirle campo de acción a esta área del conocimiento, que hoy por hoy ha alcanzado una gran relevancia social, política, económica y académica. La principal muestra de lo anterior es la cantidad de emprendedores que día a día surgen con nuevas ideas de negocios, además, la gran cantidad de literatura y publicaciones que se promueven en esta área por todo el mundo.

La innovación por otra parte es la piedra angular en dicha relación pues su enseñanza es fundamental para el progreso de las sociedades. El emprendimiento innovador es una de las tendencias más importantes que ha incorporado la educación en los tiempos recientes, básicamente permite al emprendedor tener la capacidad de identificar en qué oportunidades debe enfatizar sus esfuerzos y en cuáles no, a partir de sus propias reflexiones.

La innovación se ha convertido en una de las variables de desarrollo y crecimiento económico más relevantes, al punto que según la literatura, puede ser uno de los factores diferenciadores más

relevantes de una nación. Es así como los hacedores de política pública han optado por apostarle esfuerzos y recursos a la generación de procesos innovadores. Al mismo tiempo, los emprendedores son el principal canal de fomento de la innovación.

Las universidades son lugares que tienen un rol importante en la economía del conocimiento, por ello, es común que sean unos de los principales actores solicitantes de patentes en el mundo. Se puede decir que en las universidades se termina reflejando el emprendimiento, la transformación del conocimiento y la innovación de diferentes maneras, pero una buena forma de cuantificar ese proceso es a través de la presentación de solicitudes de patentes.

La patente es un reconocimiento legal que protege un proceso de transformación del conocimiento, cuando se habla de ello es imprescindible aludir a transferencia tecnológica, lo cual se entiende como un proceso donde se obtienen beneficios a través de la transformación, estudio o ajustes de las iniciativas o ideas innovadoras de los seres humanos. Ella permite la transformación de conocimientos en bienes y servicios, cuyas características se basan en la innovación y son resultado de procesos científicos e investigativos.

Las patentes de invención permiten mostrar cuánto están aportando las universidades en Colombia en materia de innovación, reflejando la transformación del conocimiento en productos y servicios, que en últimas son los elementos que se patentan y pueden adquirir naturaleza comercial, pero fundamentalmente científica. Es un elemento que refleja al mismo tiempo qué tan efectiva es la universidad en la formación de competencias emprendedoras capaces de impactar en el seno de la sociedad.

Son las instituciones educativas actores importantes en los objetivos del emprendimiento, la innovación, creación de productos, bienes y servicios. Por ello, es necesario una política pública de educación, que le apueste a la ciencia, la investigación, la tecnología y la innovación como elementos propios de desarrollo para la sociedad colombiana, reconociendo que modelos importados generan irrupciones culturales que pueden frenar los procesos innovadores. Así mismo, se debe incentivar y fomentar actividades que permitan la capacitación y la formación de habilidades en procesos de transferencia de tecnologías en edad temprana, desde el sistema educativo del país.

## **Referencias bibliográficas**

- Aboites, J., & Soria, M. (2008). *Economía del conocimiento y Propiedad Intelectual. Lecciones para la economía mexicana*. Siglo XXI.
- Alvarez, P., Andrade, M., Bravo, J., Rodríguez, M., & Govea, J. *Innovación y emprendimiento: Necesidades de la Educación Superior. Didasc@lia: Didáctica y Educación*. Cuba, N° 4, p 229-246.
- Comunidad Andina de Naciones. (2000). Decisión 486: régimen común de propiedad industrial. Recuperado de: <https://www.ucc.edu.co/investigacion/Documents/Doc-Interes-guia-de-patentes.pdf>
- Congreso de Colombia (1887). *Ley 57 de 1887. Código Civil Colombiano*.
- Diessler, G. (2010). Las patentes como fuente de información para la innovación en entornos competitivos Información, cultura y sociedad. *Revista del Instituto de Investigaciones Bibliotecológicas*, núm. 22, junio, 2010, pp. 43-77 Universidad de Buenos Aires Buenos Aires, Argentina.

- Donneys González, F. & Blanco Campins, B. (2016). *La transferencia de tecnología en universidades colombianas*. *Economía y Desarrollo*, 157(2), 182-198. Recuperado en 16 de abril de 2020, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S025285842016000200013&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S025285842016000200013&lng=es&tlng=es)
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Convenio INTA – Ministerio de Asuntos Agrarios y Producción - Provincia de Buenos Aires
- Gonzales, O (1997). *El concepto de Universidad*. *Revista de la educación superior*, 102 ANUIES. Abril, 199. Recuperado de: <http://posgradosci.azc.uam.mx/descargas/CV2011-GonzalezOscar.pdf>
- Hidalgo, L. (2014). *La Cultura del Emprendimiento y su Formación*. *Rev. Alternativas UCSG*, 2014; Vol. 15, No. 1, pp. 46 – 50.
- Martínez, F., Bajaña, J., Chávez, C., Guerrero, M., & Oña, B. (2016). *Ecosistema del emprendimiento en las universidades contemporáneas*. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*. Cuba, N° 6, p 249-269.
- Marvez, G. (2011). *Emprendimiento*. *Cuadernos unimetanos*, p. 1-5.
- Moncada, J. (2008). *La universidad: un acercamiento histórico – filosófico*. *Ideas y valores*, No. 137, pp. 131 -148.
- Moya, P. y Santana, S. (2016). *Sobre el concepto de emprendimiento*. Santiago, Chile. Recuperado de: <https://www.openbeauchef.cl/wp-content/uploads/2016/12/Sobre-el-concepto-de-emprendimiento.pdf>
- OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual). (2006). *Inventar el futuro: introducción a las patentes dirigida [sic] a las pequeñas y medianas empresas*. [S.l.]: OMPI. 47 p. (La propiedad intelectual y las empresas; 3). [Consulta: 16 abril de 2020].

- Orozco, L. y Chavarro, D. (2008) Universidad y emprendimiento. *Hallazgos* [en línea]. 2008, (10), 65-97[fecha de Consulta 13 de abril de 2020]. ISSN: 1794-3841. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413835171006>
- Rodríguez, F. (2008). El Sistema de Patentes y el Desarrollo Tecnológico: Algunas Consideraciones en el Marco de la Libre Competencia. *Revista Propiedad Intelectual*, vol. VII, núm. 11, enero-diciembre, 2008, pp. 87-109 Universidad de los Andes Mérida, Venezuela
- Rosero, O., & Molina, S. (2008). Sobre la investigación en emprendimiento. *Informes psicológicos*. Colombia, N°10, p. 29-39.
- Sánchez, J., Medina, J., & León, A. (2007). Publicación internacional de patentes por organizaciones inventores de origen colombiano. *Cuadernos de Economía*, 26(47), 247-270. Retrieved April 17, 2020, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S012147722007000200010&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012147722007000200010&lng=en&tlng=es).
- Santos, M., Muñoz, L., y Becerra, R. (2007). El estado de la técnica y los recursos de información en el proceso de patentamiento. Santiago, Chile: UTEM. p. 1-76 (Serie Bibliotecología y Gestión de la Información; 21). Recuperado el 16 de abril de: <http://eprints.rclis.org/8813/1/21-serie.pdf>
- Velásquez, Luis Alexis. (2010). Transferencia de tecnología: consideraciones y desafíos en escenarios de globalización. *Revista Venezolana de Gerencia*, 15(51), 428-445. Recuperado el 16 de abril de 2020, de [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S131599842010000300005&lng=es&tlng=es](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131599842010000300005&lng=es&tlng=es).
- Vélez, X. & Ortiz, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Revista científica dominio de las ciencias*. Vol. 2, N° 4, P 346-379



## Capítulo 5.

# INTENCIONALIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UPB – PALMIRA: UN ANÁLISIS DESDE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO

*Entrepreneurial intentionality of UPB - Palmira students:  
An analysis from the theory of planned behavior*

**Paola Andrea Salazar Valencia\***

✉ [paolaandrea.salazar@upb.edu.co](mailto:paolaandrea.salazar@upb.edu.co)

© <https://orcid.org/0000-0001-6977-7772>

**Ana Cristina Galvis Galvis\***

✉ [anacristina.galvis@upb.edu.co](mailto:anacristina.galvis@upb.edu.co)

© <https://orcid.org/0000-0002-1306-8552>

**Andrés Felipe Parra Perea\***

✉ [andresfelipe.parra@upb.edu.co](mailto:andresfelipe.parra@upb.edu.co)

© <https://orcid.org/0000-0001-7790-1315>

\*Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Palmira  
Colombia

### Cita este capítulo:

Salazar Valencia, P. A., Galvis Galvis, A. C. y Parra Perea, A. F. (2021). Intencionalidad emprendedora de los estudiantes UPB – Palmira: un análisis desde la teoría del comportamiento planeado. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.191-242). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

# INTENCIONALIDAD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES UPB – PALMIRA: UN ANÁLISIS DESDE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANEADO<sup>11</sup>

Paola Andrea Salazar Valencia

Ana Cristina Galvis Galvis

Andrés Felipe Parra Perea

## **Resumen:**

Se considera que el emprendimiento está ligado al progreso y crecimiento económico, y es un proceso que se adapta al cambio del entorno, no solo de las variaciones del mercado, sino que se incluye variables propias del emprendedor y estas oscilan entre las aspiraciones propias en cuestión profesional y personal. En este sentido, el objetivo principal de este estudio es caracterizar la intencionalidad de creación de empresas de los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana - seccional Palmira, procurando que se puedan establecer estrategias que ayuden a consolidar y fortalecer la ruta de formación, los programas y contenidos académicos y el acompañamiento institucional orientado a la promoción del emprendimiento. En primera instancia se realiza un barrido teórico sobre diversos estudios que han abordado la teoría de la acción razonada, la intencionalidad emprendedora

---

11 El presente documento es resultado del proyecto de investigación Multicampus: Intencionalidad emprendedora de los estudiantes UPB -sistema nacional - adscrito al Grupo de Investigación: Estudios Sobre Organizaciones - Programa Administración de Empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Palmira

y el emprendimiento, buscando entender los determinantes que afectan la intención de crear empresa en los estudiantes de la seccional. Posteriormente se recolectó información de los jóvenes universitarios vinculados en distintas carreras de pregrado que ofrece la UPB- Palmira sobre aspectos individuales y grupales asociados con las actitudes, creencias, motivaciones y normas que caracterizan la intencionalidad de emprender. Los resultados mostraron que los estudiantes universitarios tienen intención de emprender, por lo que la enseñanza debería enfocarse en cumplir con las expectativas y acciones emprendedoras de los estudiantes, destacando que, en lo referente a la formación, es pertinente crear un ambiente propicio para motivar y apoyar el emprendimiento y actividades que fomenten la cultura el emprendimiento, más allá de los cursos ofertados.

**Palabras Clave:** emprendimiento, teoría de la acción razonada, intencionalidad emprendedora.

### **Abstract**

Considering that entrepreneurship is linked to progress and economic growth and is a process that adapts to the change in the environment, not only to market variations, but also to the entrepreneur's own variables and these oscillate between one's own aspirations in a professional matter and personal. In this sense, the main objective of this study is to characterize the intention of creating companies of the students of the Universidad Pontificia Bolivariana - Palmira, trying to establish strategies that help to consolidate and strengthen the training route, programs and academic content and institutional support aimed at promoting entrepreneurship. In the first instance, a theoretical sweep is carried out on various stud-

ies that have addressed the theory of reasoned action, entrepreneurial intentionality, and entrepreneurship, seeking to understand the determinants that affect the intention to create a company in the students of the section. Subsequently, information was collected from young university students linked to different undergraduate careers offered by the UPB-Palmira on individual and group aspects associated with the attitudes, beliefs, motivations, and norms that characterize the intention to undertake. The results showed that university students have the intention to undertake, so teaching should focus on meeting the expectations and entrepreneurial actions of students, highlighting that, regarding training, it is pertinent to create an environment conducive to motivating and support entrepreneurship, activities that promote entrepreneurship culture, beyond the courses offered.

**Keywords:** entrepreneurship, entrepreneurial intention. theory of reasoned action

**JEL:** M10, M13, M21

## **Introducción**

El emprendimiento es una actividad que ha cobrado relevancia y despierta el interés gubernamental y de organizaciones privadas, dado que se ha convertido en motor clave del crecimiento y sostenibilidad económica, especialmente en países en vía de desarrollo. El emprendimiento se ha transformado en Colombia desde hace siete décadas (Varela, 2016) y en América Latina (Kantis, 2004) se ha fortalecido una cultura emprendedora.

El emprendimiento tiene una relación con las condiciones económicas, sociales y culturales e incluso con las regulaciones, instituciones y políticas que fomentan la creación de empresas (Kantis, 2008). Todos estos factores se agrupan en categorías internas del empresario y externas o parte del ambiente que arroja el sistema de desarrollo emprendedor.

El emprendimiento empresarial es un proceso sujeto a cambios del entorno y a la factibilidad del emprendedor (Varela et al., 2011), incluso se consideran factores como la verdadera vocación del emprendedor (Lanero et al., 2015). En este sentido, el emprendimiento no solo se ve afectado por el mercado, sino que se incluyen variables propias del emprendedor o futuro empresario y estas oscilan entre las aspiraciones propias en cuestión profesional y personal.

La Universidad Pontificia Bolivariana, desde su Vicerrectoría Académica y el Centro de Desarrollo Empresarial, realiza esfuerzos en generar del emprendimiento toda una cultura, pues dentro de sus currículos existen cursos que están motivados en promover la cultura emprendedora; estos cursos son dirigidos a la totalidad de los estudiantes de la institución bajo la figura del ciclo básico universitario. Sin embargo, algunas actividades suelen estar aisladas y se desconocen institucionalmente, a la vez que no se cuenta con una directriz corporativa que permita diseñar, rediseñar, hacer seguimiento y valorar la declaración por la promoción de una cultura emprendedora.

Este capítulo tiene como objetivo caracterizar la intencionalidad de creación de empresas de los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana - seccional Palmira. Se conceptualiza el emprendimiento como una posibilidad y un proceso de inmersión en oportunidades

de negocio diferenciales y se mencionan las características del perfil emprendedor; también se describe la teoría del comportamiento planeado como sustento del análisis del comportamiento de un emprendedor basado en la intencionalidad de este. Existe también un apartado sobre los estudios de intencionalidad en Colombia, que muestra que la idea de ser autónomos y autosostenibles es la principal idea de un emprendedor para insertarse en esta dinámica. Este capítulo muestra que el diseño metodológico de la investigación es cualitativo, y sus análisis se apoyan en técnicas cuantitativas para el establecimiento de relaciones entre las variables analizadas desde la teoría del comportamiento planeado. Los resultados mostraron que los estudiantes universitarios tienen intención de emprender, por lo que la enseñanza debería enfocarse en cumplir con las expectativas y acciones emprendedoras de los estudiantes.

Se espera que, con el conocimiento de las intenciones respecto del emprendimiento, se puedan establecer estrategias que ayuden a consolidar y fortalecer la ruta de formación, los programas y contenidos académicos y el acompañamiento institucional orientado a la promoción del emprendimiento, dado que se considera que el emprendimiento está ligado al progreso y crecimiento económicos, pues el emprendimiento empresarial posibilita la generación y distribución de la riqueza (Galindo-Martín et al., 2016).

## **Emprendimiento**

El economista Joseph Alois Schumpeter se ha convertido en un icono del emprendimiento en el mundo. En su obra *Teoría del desenvolvimiento económico* (1978) deja ver la función del emprendedor con un enfoque empresarial al afirmar que esta es:

[...] reformar o revolucionar las formas de producir poniendo en uso una invención o, más en general, una posibilidad tecnológica aún no probada de producir una mercancía nueva o de producir una ya conocida en una forma nueva: abriendo una nueva fuente de abastecimiento de materias primas o un nuevo mercado, reorganizando la empresa, etcétera. Actuar con confianza más allá del horizonte de lo conocido y vencer la resistencia del medio requiere aptitudes que solo están presentes en una pequeña fracción de la población y que definen tanto el tipo como la función del emprendedor (Schumpeter, 1978, p.132.).

En Colombia, los lineamientos de la política que fomentará una cultura emprendedora es la Ley 1014 de 2006. Esta política brinda directrices y lineamientos que se vienen trabajando en temas de emprendimiento por diferentes entidades.

Esta Ley define el emprendimiento como:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Ley 1014 de 2006).

Además, esta misma Ley, define al emprendedor como: “Una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva” (Ley 1014 de 2006).

El emprendimiento se puede definir pues como una actividad que permite descubrir y evaluar las oportunidades implícitas en el

desarrollo empresarial y el contacto con el consumidor (Romero-Martínez et al., 2016). Para tener emprendimiento, primero se deben tener oportunidades empresariales, es decir situaciones en las que se pueden introducir y vender nuevos bienes y servicios (Casson, 1982), Sin embargo, estas oportunidades que ofrece el mercado no siempre son percibidas por todos los individuos, ya que su reconocimiento es un proceso subjetivo (Shane & Venkataraman, 2000).

En muchos escenarios es común encontrar que el significado de emprendedor y empresario se utilizan como sinónimos, sin embargo, cabe resaltar que no significan lo mismo. Un emprendedor es una persona que utiliza su entusiasmo y audacia, para implementar nuevas ideas o procesos. Por su parte el empresario invierte recursos y dirige una empresa con el objetivo primordial de obtener utilidades (Bucardo et al., 2015).

El desarrollo de la teoría del emprendimiento requiere considerar y analizar las motivaciones de personas que toman la decisión de emprender (Shane et al., 2003) por lo que se aborda la teoría del comportamiento planeado la cual procura analizar las motivaciones de las personas para realizar o no alguna acción.

Es importante también, reconocer el perfil del emprendedor. Las investigaciones que procuran establecer el perfil emprendedor relacionan las características del comportamiento emprendedor con la motivación humana, las cuales abarcan, en general, las necesidades del logro, la búsqueda de oportunidades, la exigencia de eficiencia y calidad, el cumplimiento de sus compromisos, necesidades de poder, autoconfianza e independencia realizando una definición de estas (McClelland, 1989; Velasco Arboleda, 2008). Incluso, algunas investigaciones están enfocadas a identificar cómo

estas características inciden en el éxito de las empresas (Morales-Gualdrón, & Pineda Zapata, 2015; Ortiz Vásquez & Santacruz Jaramillo, 2016).

Una orientación recurrente en las investigaciones es realizar estudios sobre el perfil emprendedor de los estudiantes y egresados universitarios (Moriano, Palací & Morales, 2006; Vilorio Escobar, Daza Corredor & Miranda Terraza, 2016). Los resultados son diversos, sin embargo, se logra identificar características emprendedoras y habilidades para emprender, especialmente al considerar tres espacios de interacción del emprendedor: familiar, social laboral y personal.

Finalmente, se precisa mencionar que los programas orientados a fomentar el emprendimiento coinciden en algunos puntos clave: autoeficacia, actitud emprendedora, percepción de las dificultades del entorno e intención emprendedora (Díaz-García et al., 2015; Goyanes & Serra, 2016). Con respecto a los objetivos de los programas, es aconsejable considerar una amplia definición del espíritu empresarial centrada en el desarrollo de mentalidades empresariales. Para alcanzar mejores niveles de intención emprendedora, las universidades pueden, por ejemplo, introducir algunos cursos orientados al desarrollo de actitudes empresariales desde el principio del grado, fomentar actividades extracurriculares enfocadas al emprendimiento, o crear maestrías o currículos con un fuerte énfasis en el autoempleo.

En los ecosistemas de emprendimiento es necesario desarrollar el entorno empresarial y social, para que las empresas emergentes superen la primera etapa de supervivencia y tengan un crecimiento (Weinberger Villarán, 2019).

## **Teoría del Comportamiento Planeado**

En este estudio, la teoría de comportamiento planeado (Ajzen, 1985, 1987, 1991) se toma como referente a fin de comprender la intencionalidad empresarial en individuos. Dicha teoría ha sido empleada de manera efectiva en diferentes estudios que vinculan actitudes y comportamientos (Conner & Armitage, 1998; Sutton, 1998), en situaciones relacionadas con el uso del tiempo libre (Ajzen & Driver, 1992), las acciones políticas colectivas (Kelly & Brienlinger, 1995), las prácticas ecológicas (Boldero, 1995) y el comportamiento ético (Kurland, 1995) entre otros.

La intencionalidad comportamental es, respectivamente, un indicativo del esfuerzo que un individuo hace a fin de adoptar un comportamiento, capturando los aspectos y los factores motivacionales que conllevan a comportamientos planeados. Por tanto, se espera que, en un comportamiento planeado, sea más probable para un individuo adoptar un comportamiento a medida que haya una mayor intencionalidad para actuar conforme a éste.

El concepto de comportamiento planeado tiene tres preceptos primordiales: 1. Las actitudes que reflejan la predisposición para responder favorable o desfavorablemente de manera consistente con respecto a un objeto dado; 2. Las normas subjetivas o presión social percibida para adoptar o no un comportamiento; y 3. El control comportamental percibido, haciendo referencia a la facilidad o dificultad que percibe el individuo al momento de exhibir un comportamiento particular.

Según Ajzen & Fishbein (1980), las actitudes del individuo hacia un comportamiento estiman su evaluación de dicho comportamiento;

estos comportamientos suelen surgir a raíz de las creencias que el individuo tiene y que desarrolla como consecuencia de su desempeño. También se asume que dichos comportamientos el individuo procesa sistemáticamente la información para tomar una decisión de comportamiento (Ajzen & Fishbein, 1980). Por lo tanto, se asume que la intención de un individuo para actuar se incrementa si las actitudes hacia este comportamiento se asumen como favorables.

La teoría de comportamiento planeado extiende la teoría de acción razonada (Ajzen & Fishbein, 1975) en la medida que considera el control comportamental percibido. Ajzen & Fishbein involucraron dicha forma de control a fin de considerar los comportamientos asumidos en situaciones de poca acción voluntaria. Dentro de este factor se consideran aspectos del individuo tales como el nivel de autoeficacia, así como también aspectos del comportamiento en sí, tales como la necesidad de la colaboración de otros para poderlo asumir. Mencionaron que hay una mayor intencionalidad comportamental en el individuo cuando se percibe un mayor control comportamental.

El comportamiento humano se guía por creencias conductuales y

[...] los resultados probables del comportamiento y las evaluaciones de estos resultados; normativas creencias: creencias sobre las expectativas normativas de los demás y motivación para cumplir con estas expectativas y creencias de control: la presencia de factores que pueden facilitar o impedir el desempeño del comportamiento y el poder percibido de estos factores (Ajzen, 1985, p.1).

Uno de los factores determinantes para el desenvolvimiento del espíritu emprendedor es la intencionalidad con la que los individuos

asumen el reto de iniciar y desarrollar una idea de negocio, para lo cual, surgen en su entorno una cantidad de factores y elementos que le permitirán concretarla y materializarla.

La teoría de la acción razonada toma en cuenta: puntualidad, religión, estudiar la agresión en lugar de administración de descargas eléctricas en una situación de aprendizaje, o la discriminación en lugar de conformidad con un miembro del grupo minoritario de sentencias, como instrumentos que definen la teoría de la acción razonada, tal como afirma Ajzen (1987):

Sólo los comportamientos que son claramente parte de la característica del universo de contenido pueden ser usados como indicadores. En el caso de actitudes, el universo de contenido fue definido por las exigencias que la actitud objeto sirve como foco de cada comportamiento y que cada comportamiento expresa algún grado de favorabilidad o actitud hacia el objeto (p.12).

La teoría de la conducta planificada sobrepasa a la teoría de la acción razonada en la que se introduce el concepto de control de comportamiento percibido y propone un efecto causal directo del control percibido sobre la intención, un efecto no mediado por la actitud o norma subjetiva. Aplicada al emprendimiento, la intención de emprender se considera como una intención de comportamiento, lo cual conlleva a la creación de empresas (Bird, 1988; Krueger, 1993; Krueger & Carsrud, 1993).

La teoría del comportamiento planificado establece que las intenciones de comportamiento son determinadas por tres antecedentes claves: actitudes hacia el comportamiento, las normas subjetivas y el comportamiento percibido. El comportamiento

real, a su vez, está determinado por las intenciones. Sin embargo, la teoría también postula que el “Control Conductual Percibido” (PBC, en inglés: *Perceived Behavioral Control*), se relaciona con el comportamiento real.

La teoría del comportamiento planificado es ampliamente vista como un modelo útil para explicar comportamientos específicos tales como nuevas empresas. Sin embargo, hay evidencia de que comportamientos como estos también podrían ser una función de las diferencias individuales, es decir, pueden existir variables que no se alcanzan a determinar o contemplar dentro de las investigaciones (Carey, Flanagan, & Palmer, 2010).

### **Intencionalidad Emprendedora: investigaciones en Colombia**

Se identificaron investigaciones realizadas a estudiantes universitarios que procuran establecer las razones que influyen en los estudiantes para convertirse en emprendedor (Ahmed et al., 2010; Carter et al., 2003; Gird & Bagraim 2008; Hinojoza et al., 2009; Castela Naval et al., 2015; Lanero et al., 2015; Romero-Martínez & Milone, 2016; Ventura Fernández & Quero Gervilla, 2013), las cuales coinciden en determinar la innovación, la independencia, el reconocimiento, y el éxito financiero y mantener el control sobre las normas subjetivas, sus creencias y expectativas, respecto a los resultados derivados de su conducta. Así pues, las actitudes hacia el emprendimiento se refieren a lo favorable que una valoración de la persona tiene de la actividad y dependen de las expectativas y creencias sobre el impacto personal de los resultados derivados de la conducta.

En relación con la autoeficacia emprendedora, las propias percepciones de las mujeres con respecto a sus habilidades para tener éxito en tareas empresariales pueden restringir de manera importante sus actitudes hacia el emprendimiento y la intención de emprender en las mujeres universitarias (Camelo-Ordaz et al., 2016; Ventura Fernández & Quero Gervilla, 2013). La clave para entender estas barreras impuestas por las mujeres y su impacto perjudicial en la intención empresarial de ellas podría estar en el aprendizaje social. Estas investigaciones han argumentado que las mujeres tienen menos experiencias iniciales de carrera, apoyo social o modelos relacionados con el espíritu empresarial comparadas con sus homólogos masculinos, lo que perjudica la autoeficacia empresarial de las mujeres y, en última instancia, su intención empresarial.

Estas investigaciones dan cuenta de la intención de generar empresa con el propósito de ser autosostenibles, innovadores, reconocidos como grandes empresarios e incluso continuar con la trayectoria familiar. Sin embargo, poco se ha abordado de la intención de generar empresa con el único propósito de impactar positivamente a una población, disminuyendo los índices de pobreza o mejorando el estilo de vida de una población. Al respecto, el trabajo de Ayo et al. (2013), se enfoca en el discurso de emprendimientos sociales. Se considera que los emprendedores sociales tienen la capacidad de combatir los problemas sociales y económicos que el gobierno, las empresas y las organizaciones sin fines de lucro, pueden no ser capaces de resolver los problemas solos. En consecuencia, con la colaboración entre estos sectores, se pueden establecer más empresas sociales para crear valores sociales y desarrollo en una nación, específicamente entre las economías emergentes.

Los estudios generan importantes hallazgos preliminares para la literatura del emprendimiento social y las universidades,

específicamente de las economías emergentes. Los hallazgos preliminares permiten tanto a investigadores como a universidades identificar los factores determinantes de la intención de emprendimiento social entre estudiantes universitarios quienes algún día se convertirán en líderes del país y se espera que contribuyan eficazmente a un desarrollo económico y social sostenible.

Aún no se define un instrumento de medición estándar para la intención empresarial de manera concisa e integral debido a la complejidad y carácter psicosocial y cognitivo del comportamiento humano. Sin embargo, el objetivo del trabajo de Fayolle & Liñán (2014) establece tres modelos que ayudan a entender el desarrollo de las intenciones emprendedoras: 1. Modelo de Bird (1988) para la implementación de ideas empresariales; 2. Modelo de Shaperoy Sokol (1982) sobre el evento empresarial; 3. Teoría de Ajzen (1991) sobre el comportamiento planificado. La construcción de un cuestionario basado en el proceso emprendedor y la relación intención – conducta es recurrente en investigaciones que incorporan la teoría del comportamiento planeado de Ajzen (1991), para medir la intención emprendedora (Carey et al., 2010; Díaz-García et al., 2015; Liñán et al., 2013; Tarapuez, 2015, 2016).

Las limitaciones en la teoría de acción razonada y su relación con la intención de emprender, es que el marco de Ajzen (1985, 1987, 1991) es un modelo puramente cognitivo. Podría ser que las respuestas emocionales o afectivas asociadas con un comportamiento son determinantes importantes de intenciones. Por ejemplo, un estudiante no tiene la intención de iniciar un negocio si se siente apático sobre la idea, a pesar de que cree que podría comenzar un negocio, cree que otros quieren que comience un negocio y cree que una empresa emprendedora proporcionaría un estilo de vida que valga la pena.

Los estudios de intencionalidad emprendedora en universidades de Colombia presentan las siguientes características: alta distancia de poder, fuerte aversión a la incertidumbre, colectivista y masculina, además de mostrar una visión de corto plazo (Ospina Nieto et al., 2017; Orrego Correa, 2009; Tarapuez Chamorro, 2016).

Por otro lado, el trabajo de Várela Villegas, Martínez Romero, & Peña Guevara, (2011), se realizó con el objetivo central de determinar la percepción de los estudiantes de cursos obligatorios y electivos de la Universidad ICESI – Cali- Colombia, sobre el espíritu empresarial durante el primer semestre de 2009. Como conclusión, se destaca la importancia que representa para los estudiantes actuales, formarse como empresarios o al menos, incluir dentro de sus experiencias académicas formación que invite y fomente el desarrollo empresarial independiente. Esta investigación tiene una relación directa con el objetivo de la presente investigación, pues tiene la misma relación e intención, solo que en el caso particular de la Universidad Pontificia Bolivariana, tendrá un mayor impacto y alcance por llevarse a cabo en otras ciudades y no solamente en una sede, permitiendo incluir mayor población y por ende, aumento de las percepciones según los sectores geográficos y carreras.

El concepto de perfil emprendedor empleado en los estudiantes de Administración de organizaciones pertenecientes a ASCOLFA (Asociación Colombiana de Facultades de Administración) resume los atributos personales, familiares, culturales y las percepciones del entorno. En este sentido, se destacan la capacidad de aprendizaje, la iniciativa y la capacidad para tomar decisiones. Además, el estudio determinó que los estudiantes tienen una moderada confianza en sí mismos (Albornoz Silva et al., 2017).

## **Diseño metodológico**

La investigación tiene un alcance exploratorio-descriptivo y se apoya en técnicas cuantitativas. Se utilizó como instrumento de recolección una encuesta que permitió recoger información primaria de los jóvenes universitarios vinculados en distintas carreras de pregrado que ofrece la Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Palmira, sobre aspectos individuales y grupales asociados con las actitudes, creencias, motivaciones y normas que caracterizan la intencionalidad de emprender.

Cuando se habla de emprendimiento en la Universidad Pontificia Bolivariana- seccional Palmira (UPB), es preciso recalcar que dentro de los procesos académicos y pedagógicos que la UPB consigna en su misión, está la formación de individuos integrales con liderazgo ético y empresarial que fortalezca el tejido socio económico del país. Bajo esta concepción, la Universidad hace partícipes a sus integrantes para que desarrollen su potencial dentro del contexto empresarial mediante módulos transversales en los que pueden participar indistintamente de la carrera que cursen.

Bajo esta perspectiva, la UPB cuenta con algunos módulos que propenden por el fortalecimiento de la intencionalidad emprendedora de los estudiantes, dentro de los que se encuentra el curso de mentalidad emprendedora, el cual hace parte del ciclo básico de formación humanista y por consiguiente, es obligatorio para todos los estudiantes de la UPB. Cabe resaltar que, como resultado de la transformación curricular del programa de Administración de Empresas, vigente desde enero de 2018, el curso de mentalidad emprendedora pasa a llamarse, Emprendimiento y Responsabilidad Social, un curso con el mismo objetivo, la formación

de competencias emprendedoras, con un enfoque de sostenibilidad y de responsabilidad social.

Los cursos de Formación Empresarial buscan proponer modelos de negocio que se materialicen en el futuro y no se conviertan solo en trabajos escritos sin ningún impacto, por lo tanto, a través de la asesoría por proyectos específicos se brinda un acompañamiento de forma personalizada a cada uno de los equipos para que desarrollen su plan de empresa, mediante la orientación y contacto con las diferentes instituciones que les pueden brindar apoyo. En estos módulos se busca la consolidación de las ideas de negocio en planes de empresa de manera estructurada, brindando las asesorías en estudios de mercadeo, teorías administrativas, técnicas financieras y jurídicas necesarias. De igual manera se busca dar apoyo a las acciones de los emprendedores orientadas a poner en acción el plan de empresa, propiciar la vinculación de los emprendedores a las redes nacionales e internacionales y servir de puente entre los estudiantes y las diferentes instituciones de la ciudad, el país y el mundo que brinden apoyo técnico y financiero.

Cabe resaltar que la mayoría de los estudiantes matriculados pertenecen al programa Administración de Empresas, dado que los cursos Formación Empresarial I y Formación Empresarial II son obligatorios solo para este programa, mientras que, en los demás programas de la seccional, son optativos.

Este panorama con respecto a la formación emprendedora y empresarial del estudiante fortalece los lazos y conexiones de este con su capacidad de formación y desenvolvimiento profesional, con la universidad en el cumplimiento de su misión y alcance de su visión, con el cuerpo docente en el logro de objetivos académicos y

pedagógicos y con la sociedad en la inserción de prácticas efectivas que le permitan crecimiento económico efectivo.

La recolección de información se desarrolló bajo la aplicación de un cuestionario, con Escala Likert de 5 puntos, y 88 preguntas basadas en los antecedentes de investigación y rasgos institucionales. La prueba de confiabilidad se realizó mediante el *alfa de Cronbach*, a una prueba piloto aplicada a 53 estudiantes cuyo resultado fue de 0.94. De acuerdo con esto, la prueba muestra una gran homogeneidad entre los ítems que la componen dando a conocer que los evaluados tienen un mismo patrón de respuesta para los ítems que conforman el instrumento haciendo referencia al mismo factor. Para una población de 921 estudiantes, bajo la técnica de muestreo aleatorio simple, incorporando un error de 5% y un nivel de confianza de 95%, se determinó que el tamaño de la muestra es de 276. Sin embargo, se recibieron y analizaron 454 respuestas. El análisis de información se realizó a través de estadística descriptiva, análisis factorial y regresión lineal para el análisis de dimensiones y sus variables, y su incidencia en la intencionalidad de crear empresa.

## **Resultados**

El análisis descriptivo indica el género y lugar de nacimiento de los estudiantes (tabla 5-1), y relaciona el programa académico al que pertenece (tabla 5-2).

**Tabla 5-1.** Descripción información sociodemográfica de los estudiantes universitarios participantes

| <b>Variable</b>     | <b>Categoría</b> | <b>n = 454</b> | <b>Mediana (RIC)</b> |
|---------------------|------------------|----------------|----------------------|
| Género              | Masculino        | 288            | 24 (19.0 - 27.0)     |
|                     | Femenino         | 165            | 26 (22.0 - 29.5)     |
| Lugar de nacimiento | Urbano           | 417            | 24 (20.0 - 29.0)     |
|                     | Rural            | 37             | 23 (18.0 - 27.0)     |
| Lugar residencia    | Urbano           | 420            | 24 (20.0 - 28.0)     |
|                     | Rural            | 34             | 24 (18.0 - 28.2)     |

Fuente: Elaboración propia

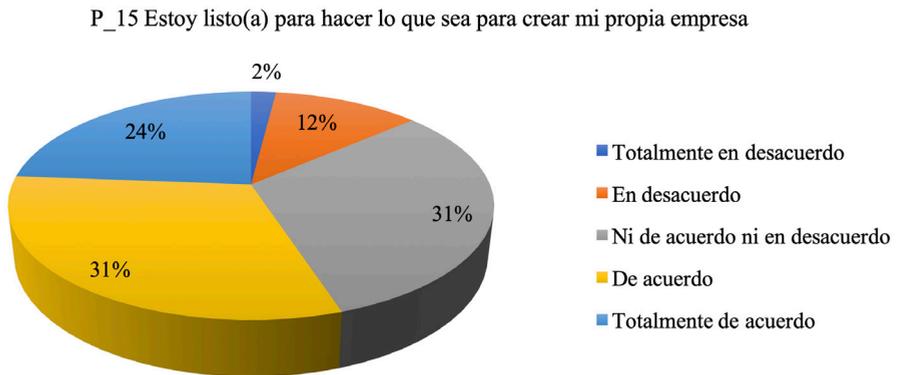
**Tabla 5-2.** Descripción Programa Académico de pregrado

| <b>Programa Académico</b> | <b>No.</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------------|------------|-------------------|
| Admón. de Empresas        | 75         | 16.5              |
| Derecho                   | 96         | 21.1              |
| Ingeniería Industrial     | 111        | 24.4              |
| Psicología (diurna)       | 136        | 30.0              |
| Publicidad                | 36         | 7.9               |
| Total                     | 454        | 100.0             |

Fuente: Elaboración propia

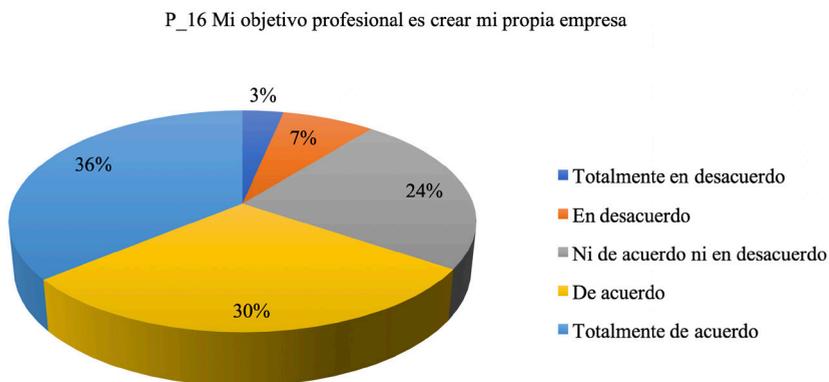
El cuestionario aborda cinco preguntas que procuran determinar puntualmente la intención de emprender de los sujetos encuestados. Las figuras 5-1, 5-2, 5-3, 5-4, 5-5 y 5-6 muestran la distribución porcentual de las respuestas, mostrando que el 55% de estas a la pregunta en mención, indican que están listos para crear su propia empresa; alrededor del 65% de los encuestados tiene como objetivo profesional crear su propia empresa; más del 70% de los estudiantes encuestados harán todo el esfuerzo para iniciar su propia empresa; el 73% de los jóvenes indica que tienen una determinación de crear empresa en el futuro; alrededor del 66% ha pensado seriamente en comenzar una empresa; el 75% de los estudiantes refieren tener la clara idea de iniciar un negocio o empresa, respectivamente.

**Figura 5-1.** Descripción Respuestas pregunta 15 sobre intencionalidad emprendedora



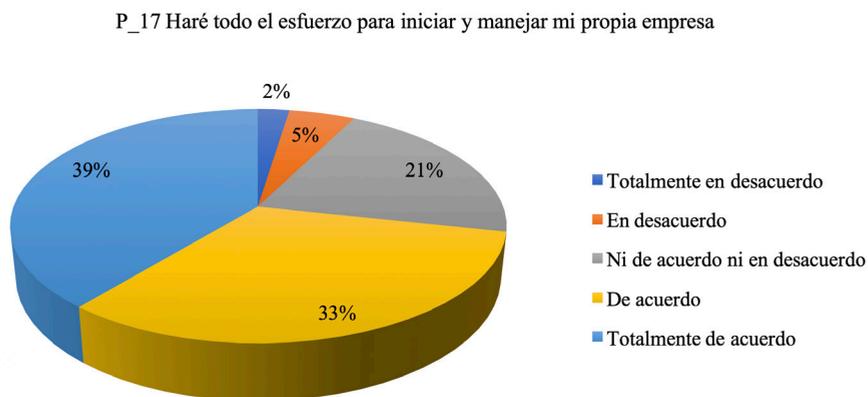
Fuente: Elaboración propia

**Figura 5-2.** Descripción Respuestas pregunta 16 sobre intencionalidad emprendedora



Fuente: Elaboración propia

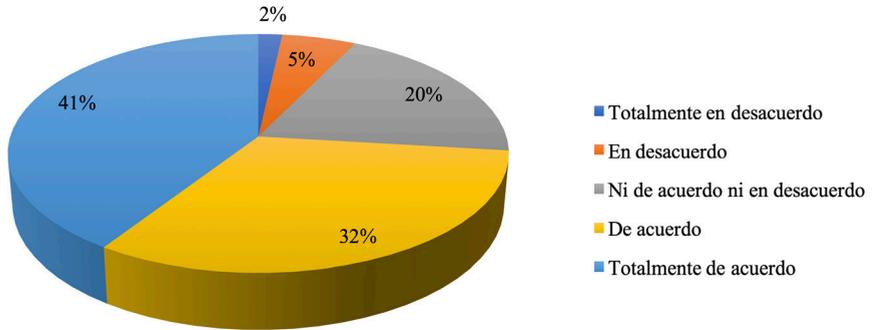
**Figura 5-3.** Descripción Respuestas pregunta 17 sobre intencionalidad emprendedora



Fuente: Elaboración propia

**Figura 5-4.** Descripción Respuestas pregunta 18 sobre intencionalidad emprendedora

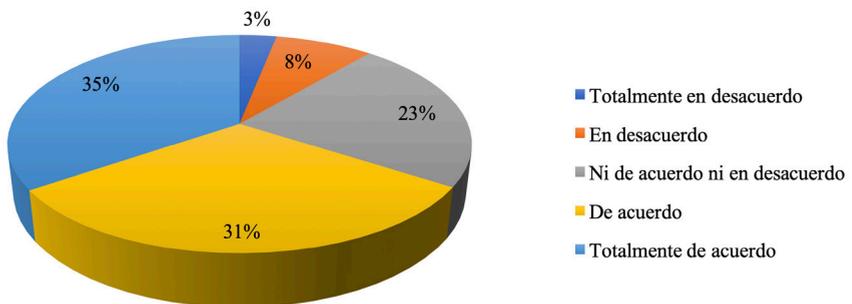
P\_18 Tengo la determinación de crear una empresa en el futuro



Fuente: Elaboración propia

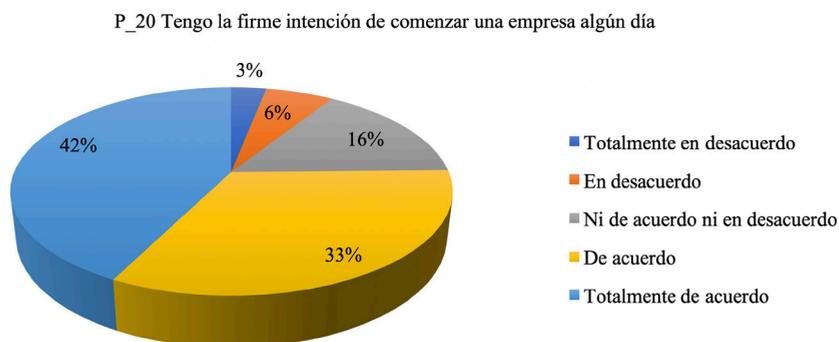
**Figura 5-5.** Descripción Respuestas pregunta 19 sobre intencionalidad emprendedora

P\_19 He pensado seriamente en comenzar una empresa



Fuente: Elaboración propia

**Figura 5-6.** Descripción Respuestas pregunta 19 sobre intencionalidad emprendedora



Fuente: Elaboración propia

Las respuestas obtenidas en referencia a la intención emprendedora coinciden con investigaciones anteriores dado que se observa que un alto porcentaje de los estudiantes ha pensado en comenzar una empresa. Se evaluará entonces la relación de esta intención con las variables objeto de estudio.

Para el análisis de resultados, se realizó el análisis de la información y se procuró establecer la relación o no de las variables determinadas en cada uno de los objetivos. El análisis de factores para aplicar los conceptos de la teoría del comportamiento planificado se denominó:

- Análisis de factores y las variables se agruparon en los grupos de preguntas para el análisis posterior;
- Ventajas y desventajas del emprendimiento;
- Valoración del entorno;
- Valores individuales.

### **Análisis de factores**

El análisis de estos factores se desarrolla para establecer la intencionalidad emprendedora de los estudiantes. En este sentido

se establece el análisis de factores con el control comportamental percibido, las actitudes hacia el emprendimiento y las normas subjetivas. En la tabla 5-3, se detallan y agrupan las preguntas que están relacionadas con cada uno de los antecedentes determinados en la teoría del comportamiento planeado y que pretenden medir cada uno de estos antecedentes en los estudiantes encuestados.

**Tabla 5-3. Análisis de Factores**

| <b>Intencionalidad emprendedora</b>                                |                  | <b>Control comportamental percibido</b>                              |                  | <b>Actitudes hacia el emprendimiento</b>                                      |                  | <b>Normas subjetivas</b>  |                  |
|--|------------------|--|------------------|---|------------------|---|------------------|
| No. Pregunta   | Resultado Prueba | No. Pregunta   | Resultado Prueba | No. Pregunta  | Resultado Prueba | No. Pregunta  | Resultado Prueba |
| 18. Tengo la determinación de crear una empresa en el futuro       | 0,808            | 09. Conozco los detalles prácticos necesarios para crear una empresa | 0,856            | 04. Ser un empresario traería grandes satisfacciones para mí                  | 0,719            | 13. Mis amigos aprobarían mi decisión de crear una empresa        | 0,872            |
| 16. Mi objetivo profesional es crear mi propia empresa             | 0,803            | 10. Sé cómo desarrollar un proyecto de empresa                       | 0,851            | 02. La carrera como empresario me parece atractiva                            | 0,716            | 14. Mis compañeros aprobarían mi decisión de crear una empresa    | 0,85             |
| 20. Tengo la firme intención de comenzar una empresa algún día     | 0,797            | 08. Puedo controlar el proceso de creación de una nueva empresa      | 0,795            | 03. Me gustaría comenzar una empresa si tuviera la oportunidad y los recursos | 0,688            | 12. Mi familia cercana aprobaría mi decisión de crear una empresa | 0,782            |
| 17. Haré todo el esfuerzo para iniciar y manejar mi propia empresa | 0,794            | 07. Estoy preparado para crear una empresa viable                    | 0,762            | 01. Para mí, ser un emprendedor tiene más ventajas que desventajas            | 0,683            |   |                  |

|   |       |  |       |   |       |
|---|-------|--|-------|---|-------|
| 19. He pensado seriamente en comenzar una empresa                     | 0,784 | 11. Tendría una alta probabilidad de éxito si tratara de crear una empresa | 0,652 | 05. Entre las varias opciones de ocupación que se me presentarían, preferiría ser un empresario | 0,563 |
| 15. Estoy listo(a) para hacer lo que sea para crear mi propia empresa | 0,596 | 06. Sería fácil para mí crear una empresa y mantenerla funcionando         | 0,636 |   |       |

Fuente: Elaboración propia

### Ventajas y Desventajas del Emprendimiento

El comportamiento real, a su vez, está determinado por las intenciones. Sin embargo, la teoría también postula que el control conductual percibido (PBC, en inglés: *Perceived behavioral control*), se relaciona con el comportamiento real y, además, se considera que la normatividad y los aspectos subjetivos se relacionan entre sí. En este sentido se toman las ventajas y desventajas del emprendimiento como normas subjetivas del emprendimiento (tabla 5-4).

**Tabla 5-4.** Ventajas y desventajas

| DESVENTAJAS                                     |                  | VENTAJAS  |                  |
|---|------------------|---|------------------|
| No. Pregunta                                    | Resultado Prueba | No. Pregunta  | Resultado Prueba |
| 32. Complejidad de los trámites administrativos | 0,818            | 25. La posibilidad de crear empresa me permitiría invertir y conseguir un patrimonio personal | 0,895            |

|   |       |   |       |
|---|-------|---|-------|
| 31. Desconocimiento sobre las regulaciones para poner en marcha una empresa | 0,808 | 23. La posibilidad de crear empresa me generaría satisfacción personal (reconocimiento público, crecimiento personal, probar que soy capaz de hacerlo, etc.). | 0,885 |
| 33. Poca disponibilidad de información sobre cómo crear una empresa         | 0,783 | 21. La posibilidad de crear empresa me generaría recompensas económicas (incrementar ingresos, etc.).   | 0,87  |
| 34. Falta de experticia en administrar una empresa                          | 0,751 | 24. La posibilidad de crear empresa me generaría seguridad familiar y personal (asegurar mi futuro y el de mi familia, tradición familiar, etc.).             | 0,869 |
| 36. Falta de soporte institucional  | 0,744 | 22. La posibilidad de crear empresa me permitiría tener más independencia y autonomía (libertad personal, ser tu propio jefe, etc.).                          | 0,862 |
| 30. Implicaciones en el pago de impuestos                                   | 0,73  |   |       |
| 37. Panorama económico actual desfavorable para la creación de empresas     | 0,699 |   |       |
| 29. Falta de recursos económicos (capital inicial)                          | 0,67  |   |       |

Fuente: Elaboración propia

## Valoración del Entorno

Relacionado con normas subjetivas se considera la valoración del entorno en lo referente a las oportunidades y recursos y las creencias que tiene el estudiante sobre la valoración del empresario en Colombia (tabla 5-5).

**Tabla 5-5.** Valoración del Entorno

| <b>1. Oportunidades y recursos del entorno</b>                                    |                         | <b>2. Creencias sobre la valoración social del empresario</b>                                    |                         |
|---|-------------------------|--|-------------------------|
| <b>No. Pregunta</b>   | <b>Resultado Prueba</b> | <b>No. Pregunta</b>  | <b>Resultado Prueba</b> |
| 40. Las organizaciones empresariales ofrecen buena información y asesoramiento.   | 0,857                   | 46. La mayoría de las personas en mi país considera aceptable el ser empresario                  | 0,835                   |
| 39. Existe suficiente información sobre cómo desarrollar proyectos empresariales. | 0,852                   | 47. En mi país se considera que vale la pena el convertirse en empresario a pesar de los riesgos | 0,829                   |
| 38. Existen numerosos recursos públicos para favorecer la creación de empresas.   | 0,796                   | 44. El rol del empresario es generalmente valorado en mi país                                    | 0,811                   |
| 41. Considero que se promocionan suficientemente las nuevas empresas.             | 0,723                   | 43. La cultura en mi país es altamente favorable con relación a convertirse en empresario        | 0,67                    |

Fuente: Elaboración propia

## Valores Individuales

La audacia y la proactividad se midieron para dar cuenta de los valores subjetivos (tabla 5-6).

**Tabla 5-6.** Valores individuales

| <b>1. Audacia</b>   |                         | <b>2. Proactividad</b>  |                         |
|---|-------------------------|---|-------------------------|
| <b>No. Pregunta</b>   | <b>Resultado Prueba</b> | <b>No. Pregunta</b>   | <b>Resultado Prueba</b> |
| 54. Soy una buena fuente de ideas creativas                                       | 0,794                   | 68. Prefiero seguir mi propio camino al aprender cosas nuevas en lugar de seguir el de los demás  | 0,719                   |
| 59. A menudo tengo ideas nuevas e innovadoras                                     | 0,793                   | 69. Favorezco la experimentación y las perspectivas originales para la resolución de problemas más que los métodos que otros utilizan para resolver sus problemas | 0,703                   |
| 60. Se me ocurren soluciones creativas a los problemas                            | 0,78                    | 70. Usualmente me anticipo a los problemas, necesidades o cambios futuros   | 0,702                   |
| 51. Se me ocurren ideas nuevas y prácticas para mejorar el desempeño de las cosas | 0,765                   | 66. Me gusta con frecuencia probar actividades nuevas y fuera de lo común pero no necesariamente riesgosas  | 0,7                     |
| 57. Muestro creatividad en mi entorno cuando me dan la oportunidad de hacerlo     | 0,756                   | 72. Prefiero “dar el paso” y hacer que las cosas funcionen en los proyectos en lugar de sentarme y esperar que otro lo haga                                       | 0,685                   |

|  |       |  |       |
|--|-------|--|-------|
| 53. Sugiero nuevas formas o mecanismos para realizar tareas                          | 0,753 | 71. Tiendo a planear mis proyectos con anticipación  | 0,678 |
| 62. Sugiero nuevas formas para mejorar la calidad                                    | 0,734 | 67. En general, hago énfasis en abordar un proyecto, problema y/o situación desde nuevas perspectivas en lugar de aquellas tradicionales que ya se han probado | 0,674 |
| 61. A menudo tengo nuevos enfoques frente a los problemas                            | 0,729 | 65. Tiendo a actuar “con valentía” en situaciones que involucran el riesgo   | 0,67  |
| 52. Investigo sobre nuevas tecnologías, procesos, técnicas y/o ideas de productos    | 0,699 | 64. Estoy dispuesto a invertir bastante tiempo y/o dinero en algo que pudiera generar retornos elevados  | 0,647 |
| 58. Desarrollo planes y cronogramas adecuados para la implementación de nuevas ideas | 0,68  |  |       |
| 50. Sugiero nuevas formas para alcanzar objetivos y metas                            | 0,669 |  |       |
| 56. Promuevo y defiendo ideas frente a los demás                                     | 0,654 |  |       |
| 63. Me gusta tomar acciones audaces incursionando en lo desconocido                  | 0,634 |  |       |
| 55. No temo a tomar riesgos  | 0,589 |  |       |

Fuente: Elaboración propia

El concepto de intencionalidad emprendedora empleado en este estudio ha sido el producto de los análisis realizados por investigaciones anteriores las cuales relacionan la teoría del comportamiento planeado con la intención de emprender y el instrumento utilizado pretende establecer variables de tipo personal, familiar y cultural y las percepciones del entorno respecto al emprendimiento, de manera que pudiesen agruparse en torno a los objetivos centrales de la investigación. De este modo, se discuten las variables socioculturales, variables de antecedentes personales y familiares, variables de valores individuales, y finalmente, ventajas y desventajas del emprendimiento.

### ***Variables socio – culturales***

En el objetivo 1 se exploraron las relaciones de las variables socioculturales de los jóvenes estudiantes universitarios de la Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Palmira. Para este objetivo se establece un modelo con las variables: la carrera que está cursando, los cursos tomados sobre emprendimiento, si existen empresarios en su familia, la experiencia que puede haber tenido como empresario y la incorporación de la intención de crear o generar una empresa. Esta relación se detalla en la tabla 5-7.

**Tabla 5-7.** Modelo de variables socio – culturales

|   |
|---|
| Variable dependiente: Intencionalidad emprendedora<br>Variables independientes:<br>Modelo 1: Edad, familia emprendedora<br>Modelo 2: + Área de estudios<br>Modelo 3: + Experiencia laboral (generación de ingresos)<br>Modelo 4: + No de cursos de emprendimiento tomados<br>Modelo 5: + Actitudes, Normas subjetivas, Control comportamental percibido |
|---|

Fuente: Elaboración propia

En análisis de la relación entre las variables socioculturales (tabla 5-8), en lo referente al programa académico de los universitarios de la Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Palmira, al igual que otras investigaciones, muestra significancia en el programa de ciencias económicas.

Existe una evidente diferencia entre los estudiantes que están empleados y los que tienen una vinculación formal e informal con empresas propias. Sin embargo, los modelos 1, 2, 3 y 4, no muestran un coeficiente con mayor significancia (tabla 5-9). Solo cuando se añaden variables relacionadas con las actitudes, el control comportamental y las normas subjetivas se resalta una significancia. Es decir, que, al agregar los conceptos teóricos de la acción planeada, es posible determinar la intención de emprender en los estudiantes. Es decir, lo que cobra real significancia es la actitud hacia el emprendimiento, la percepción que se tiene sobre el emprendimiento y no el programa de estudios, el tipo de trabajo que tenga ni los cursos que haya tomado el estudiante en su trayectoria.

**Tabla 5-8.** Resultado del Modelo de variables socio – culturales

| Modelo | R     | R Cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar | Cambio en R cuadrado | Cambio en F | gl1 | gl2  | Significancia cambio F |
|--------|-------|------------|---------------------|----------------|----------------------|-------------|-----|------|------------------------|
| 1      | 0,117 | 0,014      | 0,013               | 0,96209        | 0,014                | 29,299      | 2   | 4211 | 0                      |
| 2      | 0,289 | 0,084      | 0,082               | 0,92792        | 0,07                 | 64,158      | 5   | 4206 | 0                      |
| 3      | 0,298 | 0,089      | 0,087               | 0,9255         | 0,005                | 8,336       | 3   | 4203 | 0                      |
| 4      | 0,299 | 0,09       | 0,087               | 0,92536        | 0,001                | 2,32        | 1   | 4202 | 0,128                  |
| 5      | 0,824 | 0,679      | 0,678               | 0,54969        | 0,589                | 2569,617    | 3   | 4199 | 0                      |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5-9.** Resumen resultado del Modelo de variables socio – culturales

| Modelo |  | Coefficiente |
|--------|--|--------------|
| 1      | Edad                                       | -0,007       |
|        | Familia emprendedora                       | 0,022*       |
| 2      | Economía, Administración y Negocios        | 0,009        |
|        | Artes                                      | -0,004       |
|        | Derecho y Ciencias Políticas               | -0,047***    |
|        | Ciencias de la Salud                       | -0,027**     |
| 3      | Ciencias Sociales                          | -0,078***    |
|        | Trabajo formal como empleado               | 0,007        |
|        | Empresa propia legalmente constituida      | 0,023*       |
| 4      | Trabajo informal                           | 0,039***     |
|        | Número de cursos en emprendimiento tomados | -0,014       |
| 5      | Actitudes                                  | 0,522***     |

|  |                                  |          |
|--|----------------------------------|----------|
|  | Normas subjetivas                | 0,135*** |
|  | Control comportamental percibido | 0,258*** |
|  | *p<0.05; **p<0.01; ***p<0.001    |          |

Fuente: Elaboración propia

### *Variables antecedentes personales y familiares*

El objetivo 2 buscó determinar si existe o no una incidencia referente a variables personales y familiares en la intención de crear una empresa. Para esto se relacionan las variables de familia emprendedora, inmediata y extendida, la ocupación de los padres, las actividades extracurriculares y las actitudes y normas subjetivas (Tabla 5-10).

**Tabla 5-10.** Modelo de variables antecedentes personales y familiares

|  |
|--|
| <p>Variable dependiente: Intencionalidad emprendedora<br/>         Variables independientes:<br/>         Modelo 1: Familia emprendedora: inmediata, extendida<br/>         Modelo 2: + Ocupación de padres<br/>         Modelo 3: + Actividades extracurriculares<br/>         Modelo 4: + Actitudes, normas subjetivas, control comportamental percibido</p> |
|--|

Fuente: Elaboración propia

En este sentido se obtuvo una muy baja significancia cuando la familia es o ha sido emprendedora. El modelo no arroja relación con las profesiones de los padres, exceptuado los padres independientes, sin embargo, el coeficiente es muy bajo para inferir una influencia significativa en la intención de emprender. Por otro lado, e igual que

el modelo anterior, se observa una relación cuando se incluye en el modelo las variables de la teoría del comportamiento planeado: actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control comportamental (ver tablas 5-11 y 5-12).

**Tabla 5-11.** Resultado del Modelo de variables antecedentes personales y familiares

| Modelo | R     | R Cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar | Cambio en R cuadrado | Cambio en F | gl1 | gl2  | Significancia cambio F |
|--------|-------|------------|---------------------|----------------|----------------------|-------------|-----|------|------------------------|
| 1      | 0,127 | 0,016      | 0,016               | 0,95808        | 0,016                | 34,325      | 2   | 4197 | 0                      |
| 2      | 0,158 | 0,025      | 0,021               | 0,95559        | 0,009                | 2,37        | 16  | 4181 | 0,002                  |
| 3      | 0,178 | 0,032      | 0,027               | 0,95271        | 0,007                | 7,333       | 4   | 4177 | 0                      |
| 4      | 0,819 | 0,671      | 0,669               | 0,55577        | 0,639                | 2700,017    | 3   | 4174 | 0                      |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5-12.** Resumen resultado del Modelo de variables antecedentes personales y familiares

| Modelo |                                    | Coficiente |
|--------|------------------------------------|------------|
| 1      | Familia inmediata emprendedora     | 0,087***   |
|        | Familia extendida emprendedora     | 0,062***   |
| 2      | Padre empleado sector privado      | 0,029      |
|        | Padre empleado sector público      | 0,013      |
|        | Padre independiente profesional    | 0,033      |
|        | Padre independiente no profesional | 0,048*     |
|        | Padre socio dueño de empresa       | 0,076**    |
|        | Padre desempleado                  | 0,014      |

|   |   |          |
|---|---|----------|
|   | Padre jubilado  | 0,042*   |
|   | Padre labores del hogar   | 0,015    |
|   | Madre empleada sector privado   | 0,004    |
|   | Madre empleada sector público   | 0,001    |
|   | Madre independiente profesional   | 0,012    |
|   | Madre independiente no profesional                                      | 0,016    |
|   | Madre socia dueña empresa   | -0,012   |
|   | Madre desempleada   | -0,009   |
|   | Madre jubilada  | 0,023    |
|   | Madre labores del hogar   | 0,005    |
| 3 | Participación semilleros investigación                                  | -0,011   |
|   | Participación en líderes y/o misiones                                   | 0,001    |
|   | Participación grupos culturales y/o deportivos                          | 0,005    |
|   | Otra actividad extracurricular  | 0,001    |
| 4 | Actitudes   | 0,534*** |
|   | Normas subjetivas   | 0,130*** |
|   | Control comportamental percibido<br>†+p<0.1;*p<0.05;**p<0.01;***p<0.001 | 0,271*** |

Fuente: Elaboración propia

### *Variables de valores individuales*

El objetivo 3 analizó la incidencia de los valores y las creencias como posibles actitudes que pueden influir en las actitudes de crear o no empresa. El cumplimiento de este objetivo se logra con las variables edad, familia emprendedora inmediata y extendida, actividades extracurriculares, número de cursos de emprendimiento tomados,

creencias sobre la valoración social del empresario, valores audacia y proactividad (tabla 5-13).

**Tabla 5-13.** Modelo de variables valores individuales

|   |
|---|
| Variable dependiente: Actitudes hacia el emprendimiento         |
| Variables independientes:                                       |
| Modelo 1: Edad, familia emprendedora: inmediata, extendida      |
| Modelo 2: + Actividades extracurriculares                       |
| Modelo 3: + Número de cursos en emprendimiento tomados          |
| Modelo 4: + Creencias sobre la valoración social del empresario |
| Modelo 5: + Valores: audacia, proactividad                      |

Fuente: Elaboración propia

El modelo que pretende analizar la determinación de las actitudes que influyen en las decisiones de crear empresa, relacionadas con sus valores y creencias, muestra una relación negativa entre la intención emprendedora y la participación en semilleros de investigación. Los estudiantes que hacen o han hecho parte de semilleros de investigación no tienen intención de emprender. En contraste, el número de cursos de emprendimiento tomados cobra una significancia, aunque relativamente baja. Sin embargo, cuando se agregan las variables de la valoración del empresario en el entorno, la audacia y la proactividad, el modelo cobra relevancia (ver tablas 5-14 y 5-15).

**Tabla 5-14.** Resultado modelo de variables de valores individuales

| Modelo | R     | R Cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar | Cambio en R cuadrado | Cambio en F | gl1 | gl2  | Significancia cambio F |
|--------|-------|------------|---------------------|----------------|----------------------|-------------|-----|------|------------------------|
| 1      | 0,095 | 0,009      | 0,008               | 0,81421        | 0,009                | 12,779      | 3   | 4194 | 0                      |
| 2      | 0,134 | 0,018      | 0,016               | 0,81093        | 0,009                | 9,483       | 4   | 4190 | 0                      |
| 3      | 0,138 | 0,019      | 0,017               | 0,81061        | 0,001                | 4,343       | 1   | 4189 | 0,037                  |
| 4      | 0,388 | 0,15       | 0,149               | 0,75444        | 0,131                | 648,033     | 1   | 4188 | 0                      |
| 5      | 0,666 | 0,443      | 0,442               | 0,61078        | 0,293                | 1101,901    | 2   | 4186 | 0                      |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5-15.** Resumen resultado modelo de variables de valores individuales

| Modelo |   | Coefficiente |
|--------|---|--------------|
| 1      | Edad  | 0,014        |
|        | Familia inmediata emprendedora                        | 0,019        |
|        | Familia extendida emprendedora                        | 0,009        |
| 2      | Participación semilleros inv                          | -0,08***     |
|        | Participación en líderes y/o misiones                 | -0,022+      |
|        | Participación grupos culturales y/o deportivos        | -0,032**     |
|        | Otra actividad extracurricular                        | 0,005        |
| 3      | Número de cursos en emprendimiento tomados            | 0,025*       |
| 4      | Creencias sobre la valoración social del empresario   | 0,078***     |
|        | Audacia   | 0,281***     |
|        | Proactividad  | 0,369***     |
|        | <b>+p&lt;0.1;*p&lt;0.05;**p&lt;0.01;***p&lt;0.001</b> |              |

Fuente: Elaboración propia

## **Ventajas y desventajas del emprendimiento**

El objetivo 4 relaciona cómo las oportunidades y los recursos disponibles influyen en la intención de iniciar una empresa en el grupo de encuestados. Y el objetivo 5 mide esta intención relacionando los factores que pueden resultar como incentivo o desincentivo.

Ambos objetivos se determinaron con las variables, edad, familia emprendedora inmediata y extendida, actividades extracurriculares, número de cursos de emprendimiento tomados, oportunidades y recursos del entorno, ventajas y desventajas del emprendimiento (tabla 5-16).

**Tabla 5-16.** Modelo de variables ventajas y desventajas del emprendimiento

|  |
|--|
| Variable dependiente: Actitudes hacia el emprendimiento    |
| Variabes independientes:                                   |
| Modelo 1: Edad, familia emprendedora: inmediata, extendida |
| Modelo 2: + Actividades extracurriculares                  |
| Modelo 3: + Número de cursos en emprendimiento tomados     |
| Modelo 4: + Oportunidades y recursos del entorno           |
| Modelo 5: + Ventajas del emprendimiento                    |
| Modelo 6: + Desventajas del emprendimiento                 |

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, al abordar las oportunidades y recursos disponibles para creación de empresa e incluyendo aquellos factores que incentivan y desincentivan dicha creación, se obtuvo una relación positiva con las ventajas del emprendimiento al igual que las oportunidades y recursos del entorno en menor valor (ver tablas 5-17 y 5-18).

**Tabla 5-17.** Resultado modelo de variables ventajas y desventajas del emprendimiento

| Modelo | R     | R Cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar | Cambio en R cuadrado | Cambio en F | gl1 | gl2  | Significancia cambio F |
|--------|-------|------------|---------------------|----------------|----------------------|-------------|-----|------|------------------------|
| 1      | 0,131 | 0,017      | 0,016               | 0,95767        | 0,017                | 24,433      | 3   | 4196 | 0                      |
| 2      | 0,157 | 0,025      | 0,023               | 0,95453        | 0,007                | 7,91        | 4   | 4192 | 0                      |
| 3      | 0,162 | 0,026      | 0,024               | 0,95378        | 0,002                | 7,633       | 1   | 4191 | 0,006                  |
| 4      | 0,357 | 0,127      | 0,126               | 0,90298        | 0,101                | 485,827     | 1   | 4190 | 0                      |
| 5      | 0,678 | 0,46       | 0,459               | 0,7103         | 0,333                | 2582,454    | 1   | 4189 | 0                      |
| 6      | 0,678 | 0,46       | 0,459               | 0,71036        | 0                    | 0,24        | 1   | 4188 | 0,624                  |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 5-18.** Resumen resultado modelo de variables ventajas y desventajas del emprendimiento

| Modelo |  | Coefficiente |
|--------|--|--------------|
| 1      | Edad   | 0,05***      |
|        | Familia inmediata emprendedora                 | 0,083***     |
|        | Familia extendida emprendedora                 | 0,0**        |
| 2      | Participación semilleros inv                   | -0,022+      |
|        | Participación en líderes y/o misiones          | 0,006        |
|        | Participación grupos culturales y/o deportivos | 0,013        |
|        | Otra actividad extracurricular                 | 0,033**      |
| 3      | Número de cursos en emprendimiento tomados     | 0,046***     |
| 4      | Oportunidades y recursos del entorno           | 0,136***     |
|        | Ventajas del emprendimiento                    | 0,611***     |

|  |  |        |
|--|--|--------|
|  | Desventajas del emprendimiento                           | -0,006 |
|  | <b>+p&lt;0.1; *p&lt;0.05; **p&lt;0.01; ***p&lt;0.001</b> |        |

Fuente: Elaboración propia

## **Discusión**

El análisis correlacional para determinar la intencionalidad de creación de empresas de los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana- Seccional Palmira, demuestra que al analizar la relación de las variables socioculturales y las variables de antecedentes personales y familiares, estos modelos aplicados cobran un nivel de significancia solo cuando se incorporan las variables referentes al control comportamental percibido.

En este sentido, es pertinente que la universidad incorpore dentro de sus programas elementos que permitan pasar de esta firme intención de emprender a la puesta en marcha de dichas iniciativas. Esto se puede lograr a través de líneas de profundización ofrecidas en los primeros semestres de formación, talleres periódicos, ferias empresariales y simulaciones.

Por otro lado, el análisis de los valores individuales destaca la audacia y la proactividad en la intención de emprender. En este sentido es conveniente desarrollar estrategias que fomenten y fortalezcan dichos valores en todos los estudiantes, aún si su intención de emprender no es latente, pues como se evidencia en la teoría comportamental percibida, estos valores pueden significar la creación de empresas, dado que permiten al estudiante valorar las oportunidades del entorno.

Estos valores individuales contrastan cuando se incluye la variable de participación en semilleros de investigación, toda vez que la relación es considerablemente negativa. Se puede inferir que un estudiante que participa en semilleros tiene una vocación más académica y por tanto la intención de emprender se ve afectada.

Es evidente que, al mencionar las ventajas del emprendimiento, resulte con un nivel de significancia alto. En este sentido, es necesario que la universidad diseñe estrategias que permitan al estudiante reconocer por si mismo las ventajas y oportunidades del entorno.

Muchos autores defienden la importancia de estudiar los factores cognitivos tales como la motivación empresarial (actitudes y percepciones), y la intención, con el fin de proporcionar conocimientos del proceso de creación de nuevas empresas. Otras dos consideraciones muy importantes defendidas por algunos investigadores son: primero, la pertinencia de un mayor conocimiento del entorno empresarial (por ejemplo, conocimiento de fuentes de información empresarial y asistencia de apoyo) y, segundo, la importancia de una perspectiva intercultural para comprender mejor el efecto de diferentes entornos culturales sobre la motivación e intención empresarial.

El estudio, sin embargo, no alcanza a dimensionar la realidad contextual de la ciudad y del país en el que la intención de emprender surge dada la dificultad de incorporarse a una empresa ya establecida. En este sentido se recomienda la exploración a fondo de esta circunstancia para poder establecer el grado de influencia que tiene la incertidumbre frente al empleo y la intención de convertirse en empresario.

## **Conclusiones**

El emprendimiento además de ser un término recurrente en investigaciones académicas por su relevancia, impacto e interés que despierta en la comunidad académica, es una opción muchas veces obligada para los estudiantes universitarios. Si bien en Colombia existe una ley que procura fomentar el emprendimiento, se perciben acciones aisladas de instituciones que no logran acoplar conceptos y actividades que generen una verdadera cultura del emprendimiento, en parte porque no se conoce con claridad cuál es la verdadera motivación por generar un emprendimiento.

Respecto a las variables socioculturales, existe una correlación positiva directa entre variables como edad y familia emprendedora con la intención de emprender. Sin embargo, si el estudiante pertenece a un programa de la Escuela de Economía, Administración y Negocios tiene mayor propensión a emprender que estudiantes de otras escuelas.

Desde el punto de vista de los antecedentes personales y familiares se encontró que tiene más relevancia la actividad del padre que el análisis de variables del control comportamental percibido, y otras actividades como la de pertenecer a semilleros. Esto indica que, la figura parterna posee una alta influencia en la intención de emprender de los estudiantes, incluso más que la de la madre. Así mismo, es de notar que la intención de generar un emprendimiento, está fuertemente ligada con la familia inmediata y según el número de cursos de emprendimiento tomados. Entre tanto, la pertenencia a grupos de líderes/misiones resultó ser significativa para el proceso de emprender por parte de los estudiantes, exceptuando la participación en semilleros.

Para mejorar las oportunidades del entorno, la universidad puede incluir en sus actividades extracurriculares ruedas de inversionistas y de negocios, y espacios de *coworking*, de manera que los estudiantes se sientan en acompañamiento en todo el proceso de toma de decisión y hasta que se decidan a emprender.

Esta situación, a su vez, permitirá diseñar iniciativas de educación más efectivas (modelos de intención servirían de herramienta de evaluación), una mejor comprensión del papel del contexto y de las instituciones (cultura, sistemas reguladores, iniciativas públicas, etc.) y la evolución a lo largo del tiempo del proceso emprendedor individual (estudiando la relación intención-conducta).

Por otro lado, el análisis de los resultados arroja que una gran parte de los estudiantes tiene una firme intención de emprender, de manera que el papel de la universidad podría enfocarse en pasar de la intención a la acción, lo cual puede lograrse con actividades que resalten las ventajas del emprendimiento.

Igualmente, el protagonismo de la universidad para fomentar el emprendimiento puede enfocarse en la búsqueda de soluciones de problemáticas que se presentan en el momento de iniciar una empresa. Esto puede realizarse a través de ruedas de negocio que contacten a los futuros empresarios con posibles proveedores. Finalmente, el currículo debe abordar temáticas que estén directamente relacionadas con los trámites y procedimientos necesarios para iniciar una empresa de manera formal.

## Referencias bibliográficas

- Ahmed, I., Nawaz, M. M., Ahmad, Z., Shaukat, M. Z., Usman, A., Wasim-ul-Rehman, (2010). Determinants of students' entrepreneurial career intentions: Evidence from business graduates. *European Journal of Social Sciences*, 15 (2), pp. 14-22. Recuperado de: [http://joc.hcc.edu.pk/faculty\\_publications/ejss\\_15\\_2\\_02.pdf](http://joc.hcc.edu.pk/faculty_publications/ejss_15_2_02.pdf)
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. En *Action control* (pp. 11-39). Springer Berlin Heidelberg.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits, and actions: Dispositional prediction of behavior in personality and social psychology. *Advances in experimental social psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of leisure research*, 24(3), 207.
- Albornoz Silva, M. J., Ramírez Ramírez, A., Gómez Mantilla, A., Rueda Barrios, G. E., Cadrazco Suárez, M. A., Fernández Aranda, H. A., García Gómez, A. M., Luna Pereira, H. O., Arévalo Ascanio, J. G., Cabra Arango, G. E., Mujica Granados, C., Ordóñez Santos, M. L., Oliveros Contreras, D., Giraldo Pacheco, J. E., Suárez, G. M., Leuro Casas, G. D., Márquez Pinilla, H., & Ramoni Perazzi, J. (2017). *Perfil Emprendedor del estudiante de las facultades de administración, adscritas al capítulo oriente de ASCOLFA* (E. U. S. Bolívar (ed.)). Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Ayo, N., Yap, C.S., Amat Sapuan, D., Abdul Rashid, M.Z. (2013). Social entrepreneurial intention among business undergraduates: An emerging economy perspective. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 15 (3), pp. 249-267. <https://jurnal.ugm.ac.id/gamaijb/article/view/5470>

- Bhandari, N.C. (2012). Relationship between students' gender, their own employment, their parents' employment, and the students' intention for entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, pp. 133-144. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/287429897\\_Relationship\\_between\\_students'\\_gender\\_their\\_own\\_employment\\_their\\_parents'\\_employment\\_and\\_the\\_students'\\_intention\\_for\\_entrepreneurship](https://www.researchgate.net/publication/287429897_Relationship_between_students'_gender_their_own_employment_their_parents'_employment_and_the_students'_intention_for_entrepreneurship)
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453. Recuperado de: <https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amr.1988.4306970?journalCode=amr>
- Boldero, J. (1995). The prediction of household recycling of newspapers: The role of attitudes, intentions, and situational factors1. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(5), 440-462. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.1995.tb01598.x>
- Bucardo Castro, M. A. A., Saavedra García, M. L., & Camarena Adame, M. E. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de Negocios*, 6(13), 98-107. Recuperado de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3019399](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3019399)
- Camelo-Ordaz, C., Diáñez-González, J. P., & Ruiz-Navarro, J. (2016). The influence of gender on entrepreneurial intention: The mediating role of perceptual factors. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 261-277. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2340943616300172>
- Carey, T. A., Flanagan, D. J., Palmer, T. B.(2010). An examination of university student entrepreneurial intentions by type of venture. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15 (4), pp. 503-517 Recuperado: <https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S1084946710001622>

- Carter, N. M., Gartner, W. B., Shaver, K. G., & Gatewood, E. J. (2003). The Career Reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18, 13–39. Recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.919.7644&rep=rep1&type=pdf>
- Casson, M. (1982). *The Entrepreneur. An Economic Theory*. Oxford, Reino Unido: Martin Robertson & Company.
- Castelao Naval, M., González Pascual, J., Jordán Ramos, A., & Ruiz Pomedá, A. (2015). Universidad y emprendimiento. Intención emprendedora en estudiantes de universidades privadas madrileñas. *Revista de Investigación en Educación*, 2(13), 187–205. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5487610>
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429–1464. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>
- Congreso de Colombia. Ley 1014 de 2006 (2006). Recuperado de: [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)
- Díaz-García, C., Sáez-Martínez, F., & Jiménez-Moreno, J. (2015). Assessing the impact of the “Entrepreneurs” education programme on participants’ entrepreneurial intentions. *Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3), 17–31. Recuperado de: <https://rusc.uoc.edu/rusc/en/index.php/rusc/article/view/v12n3-diaz-saez-jimenez/2643.html>
- Fayolle, A., Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67 (5), pp. 663–666. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/258237464\\_The\\_Future\\_of\\_Research\\_on\\_Entrepreneurial\\_Intentions](https://www.researchgate.net/publication/258237464_The_Future_of_Research_on_Entrepreneurial_Intentions)

- Galindo-Martín, M. Á., Méndez-Picazo, M. T., & Castaño-Martínez, M. S. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento. *Journal of Innovation and Knowledge*, 1(1), 62–68. Recuperado de: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/190693/1/1023020734.pdf>
- Gird, A., Bagraim, J. J. (2008). The theory of planned behavior as predictor of entrepreneurial intent amongst final-year university students. *South African Journal of Psychology*, 38 (4), pp. 711-724. Recupeado de: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/008124630803800410>
- Goyanes, M., & Serra, M. (2016). Jouprenneur: An original methodology for raising entrepreneurial intentions among journalism students/ Jouprenneur: Una metodología docente para incrementar la intención emprendedora en estudiantes de periodismo. *El Profesional de la Información*, 25(4), 599–605. Recuperado de: [https://www.academia.edu/27385775/Jouprenneur\\_An\\_original\\_methodology\\_for\\_raising\\_entrepreneurial\\_intentions\\_among\\_journalism\\_students](https://www.academia.edu/27385775/Jouprenneur_An_original_methodology_for_raising_entrepreneurial_intentions_among_journalism_students)
- Hinojoza, D. M., Gómez Tinoco, Ó., & Campos Contreras, C. (2009). Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Industrial Data*, 12(2), 32–39. Recuperado de: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/idata/article/view/6109>
- Kantis, H. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kantis, H. (2008). *Emprendedores de origen humilde: ¿Cómo incide la estructura social en la creación de empresas en América Latina?*. Banco Interamericano de Desarrollo y FUNDES Internacional.
- Kelly, C., & Breinlinger, S. (1995). Attitudes, intentions, and behavior: A study of women's participation in collective action. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(16), 1430-

1445. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.1995.tb02625.x>
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory and practice*, 18(1), 5-22. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/228314730\\_The\\_Impact\\_of\\_Prior\\_Entrepreneurial\\_Exposure\\_on\\_Perceptions\\_of\\_New\\_Venture\\_Feasibility\\_and\\_Desirability](https://www.researchgate.net/publication/228314730_The_Impact_of_Prior_Entrepreneurial_Exposure_on_Perceptions_of_New_Venture_Feasibility_and_Desirability)
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08985629300000020>
- Kurland, N. B. (1995). Ethical intentions and the theories of reasoned action and planned Behavior1. *Journal of applied social psychology*, 25(4), 297-313. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.1995.tb02393.x>
- Lanero, A., Vázquez J-L. y Muñoz-Adánez, A. (2015). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de Psicología*. 31, (1), pp. 243-259. Recuperado de: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-97282015000100026](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-97282015000100026)
- Liñán, F., Nabi, G., & Krueger, N. (2013). British and Spanish Entrepreneurial Intentions: A Comparative Study. *Revista de Economía Mundial*, (33), 73-103. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/235937865\\_British\\_and\\_Spanish\\_entrepreneurial\\_intentions\\_A\\_comparative\\_study](https://www.researchgate.net/publication/235937865_British_and_Spanish_entrepreneurial_intentions_A_comparative_study)
- McClelland. David C. *Estudio de la motivación humana*. Madrid: Narcea ediciones. 1989. p. 315 – 375.
- Morales-Gualdrón, S. T., & Pineda Zapata, U. (2015). Factores del perfil del emprendedor y de la gestión del servicio que inciden en la supervivencia empresarial: casos del oriente de Antioquia

- (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, (38), 176-207. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/7705/7209>
- Moriano, J., Palací, F., & Morales, J. (2006). El Perfil Psicosocial Del Emprendedor Universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22, (1), 75-99. Recuperado de: [https://www2.uned.es/dpto-psicologia-social-y-organizaciones/paginas/profesores/moriano/copiaseguridad/J.A.Moriano\\_archivos/16\\_2%5B1%5D.%20MORIANO%20ET%20AL.pdf](https://www2.uned.es/dpto-psicologia-social-y-organizaciones/paginas/profesores/moriano/copiaseguridad/J.A.Moriano_archivos/16_2%5B1%5D.%20MORIANO%20ET%20AL.pdf)
- Ortíz Vásquez, G. P., & Santacruz Jaramillo, C. G. (2016). *Análisis de los factores claves de éxito para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades del distrito metropolitano de Quito y Cantún Ruminahui por facultades*. ESPE Universidad de las fuerzas armadas. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/handle/21000/12187>
- Orrego Correa, C. I. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*. No. 27, Julio-Diciembre, pp. 21-31. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/848/4959>
- Ospina Nieto, Y., Sánchez, O. & Renfigo, M. (2017). *Una reflexión educativa del emprendimiento en la Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Palmira*. In J. C. Rodas Montoya (Ed.), *Emprendimiento y productividad empresarial* (1st ed., pp. 15-51). Medellín - Cali: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana - Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.
- Romero-Martínez, A. M. & Milone, M. (2016). El emprendimiento en España: Intención emprendedora, motivaciones y obstáculos. *Journal Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(1), 95-109. Recuperado de: <https://gcg.universia.net/article/view/1890/emprendimiento-espana-intencion-emprededora-motivaciones-obstaculos>

- Rueda, S., Moriano, J. A. & Liñán, F. (2015). Validating a theory of planned behavior questionnaire to measure entrepreneurial intentions Developing, *Shaping and Growing Entrepreneurship*, pp. 60-78. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/269993293\\_Validating\\_a\\_theory\\_of\\_planned\\_behavior\\_questionnaire\\_to\\_measure\\_entrepreneurial\\_intentions](https://www.researchgate.net/publication/269993293_Validating_a_theory_of_planned_behavior_questionnaire_to_measure_entrepreneurial_intentions)
- Shane, S., Locke, E. A. & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279. Recuperado de: <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/830/>
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/259271?seq=1>
- Schumpeter, J. A. (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. USA: Fondo de Cultura Económica.
- Sutton, S. (1998). Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing? *Journal of applied social psychology*, 28(15), 1317-1338. Recuperado de: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01679.x>
- Tarapuez Chamorro, E. (2015). *Factores que influyen en las intenciones de creación de empresas de los estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia)*. Universidad Nacional de Córdoba. Tesis Doctorado en Ciencias Económicas Orientación Ciencias Empresariales Mención Administración. Recuperado de: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/2217/Tarapuez%20Chamorro%2C%20Edwin.%20Factores%20que%20influyen%20en%20las%20intenciones%20de%20creacion%20de%20empresas%20de%20los%20estudiantes%20universitarios%20del%20departamento%20del%20quindio%20%28Colombia%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Varela Villegas, R., Martínez Romero, A. C. y Peña Guevara, A. T. (2011). Intención de los estudiantes de la Universidad ICESI hacia la creación de empresa. *Estudios Gerenciales*, 27, (119), pp. 169-186. Recuperado de: [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/1063](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1063)
- Varela Villegas, R. O. (2016) Colombia small- and medium-sized enterprise's 70 years of progress: what's next?, *Small Enterprise Research*, 23, (3), pp. 302-315. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13215906.2016.1269241>
- Velasco Arboleda, B. H. *Teoría de emprendimiento; elaboración del estado del arte del término "emprendedor" desde las teorías de Max Weber y David c. McClelland*. Bogotá: Universidad de la Salle, 2008. p. 37. Recuperado de: [https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2308&context=administracion\\_de\\_empresas](https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=2308&context=administracion_de_empresas)
- Ventura Fernández, R., & Quero Gervilla, M. J. (2013). Factores explicativos de la intención de emprender en la mujer. Aspectos diferenciales en la población universitaria según la variable género. *Cuadernos De Gestión*, 13(1), 127-149. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4119253>
- Viloria Escobar, J., Daza Corredor, A., & Miranda Terraza, L. F. (2016). Perfil emprendedor de los graduados de Administración de Empresas de la Universidad del Magdalena, 2010-2014. *Contexto* 5, 161-171. Recuperado de: <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/584>
- Weinberger Villarán, K. E. (2019). Componentes del Ecosistema de Emprendimiento de Lima que Inciden en Crecimiento y Desarrollo de Startups. *Journal of Technology Management & Innovation*, 14(4), 119-135. Recuperado de: <https://www.jotmi.org/index.php/GT/article/view/2997-componentes-ecosistema>

## Capítulo 6.

# CAPACIDADES PARA LA CREACIÓN DE UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIAS: EL CASO DE ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE, SEDE PALMIRA

*Capacities for the creation of University Entrepreneurship Units:  
The case study of the Universidad del Valle, Palmira Campus*

**Edward Andrés Benavides-Sánchez\***

✉ edward.benavides@correounivalle.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0001-9799-749X>

**Camilo Andrés Castro-Ruíz\***

✉ camilo.castro@correounivalle.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0003-1808-2406>

**Mauricio Quintero-Ángel\***

✉ mauricio.quintero@correounivalle.edu.co

🌐 <https://orcid.org/0000-0003-3680-7458>

\*Universidad del Valle – Sede Palmira  
Colombia

### Cita este capítulo:

Benavides-Sánchez, E. A., Castro-Ruíz, C. A. y Quintero-Ángel, M. (2021). Capacidades para la creación de Unidades de Emprendimiento Universitarias: El caso de estudio de la Universidad del Valle, Sede Palmira. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes-Leiton, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.243-290). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

# CAPACIDADES PARA LA CREACIÓN DE UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIAS: EL CASO DE ESTUDIO DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE, SEDE PALMIRA

Edward Andrés Benavides-Sánchez

Camilo Andrés Castro-Ruíz

Mauricio Quintero-Ángel

## Resumen:

**Objetivo:** Identificar capacidades para la creación de Unidades de Emprendimiento Universitarias, tanto públicas como privadas, tomando como caso de estudio la Universidad del Valle, sede Palmira. **Metodología:** tiene un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio y descriptivo, abordando la técnica de recolección de información denominada *World Café*, la cual permitió procesar las respuestas agrupándolas en una matriz DOFA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) y clasificando cada uno de los componentes en categorías de análisis, lo cual permitió priorizar las acciones y estrategias. **Resultados:** se identifica la necesidad de contar con fortalezas en las categorías de docencia (profesores emprendedores), infraestructura (laboratorios, plantas, simuladores) y formación (asignaturas, cursos libres, semilleros de emprendimiento, rutas de pre-incubación). Adicionalmente, se requiere contar con espacios de atención y fomento al emprendimiento articulados con los laboratorios y demás recursos con los que cuente la institución de educación superior, una cultura del emprendimiento de alto valor para impulsar el surgimiento de organizaciones emergentes y de una agenda de

investigación que articule los emprendedores con las necesidades de la región. **Conclusiones:** para el contexto actual de crisis económica producto de la pandemia del Covid-19, es necesaria la creación de unidades de emprendimiento en universidades públicas y privadas para estimular y direccionar la cultura del emprendimiento interdisciplinar de alto valor y conectar a la institución con redes de emprendimiento. Por tanto, los resultados de esta investigación se convierten en puntos de partida para universidades con necesidad de impulsar una cultura emprendedora de alto valor.

**Palabras Clave:** unidad de emprendimiento, emprendimiento universitario, *startups*.

### **Identification of capacities for the creation of University Entrepreneurship Units: Case Study of the Universidad del Valle, Palmira**

#### **Abstract**

Objective: To identify capacities for the creation of University Entrepreneurship Units, both public and private, taking as a case study the Universidad del Valle, Palmira campus. Methodology: it is a qualitative, exploratory and descriptive approach, using the information gathering technique called World Café, which allowed processing the answers by grouping them in a SWOT Matrix (strengths, weaknesses, opportunities and threats) and classifying each of the components in categories of analysis, which allowed prioritizing actions and strategies. Results: the need for strengths in the categories of teaching (entrepreneurial professors), infrastructure (laboratories, plants, simulators) and training (subjects, free courses, entrepreneurship seedbeds, pre-incubation routes) was identified. Additionally, it is necessary to have spaces

for attention and promotion of entrepreneurship articulated with laboratories and other resources available to the higher education institution, a high-value culture of entrepreneurship to promote the emergence of emerging organizations and a research agenda that articulates entrepreneurs with the needs of the region. Conclusions: in the current context of economic crisis resulting from the Covid-19 pandemic, the creation of entrepreneurship units in public and private universities is necessary to stimulate and direct the culture of high-value interdisciplinary entrepreneurship and connect the institution with entrepreneurship networks. Therefore, the results of this research become starting points for universities in need of promoting a high-value entrepreneurial culture.

**Keywords:** entrepreneurship unit, university entrepreneurship, startups.

**JEL:** L26, M13, M21

## **Introducción**

Desde inicios del siglo XXI, Colombia se ha caracterizado por ser un país minero-exportador. Ello supone el predominio del sector primario y como consecuencia, el agotamiento de los recursos naturales del país. Este modelo no incide en la modificación de las desigualdades sociales, ni da salida a las altas tasas de desempleo porque la actividad minero-extractiva requiere de mano de obra no calificada, lo que configura un problema macroeconómico para el país. En ese sentido, una mayor apertura de la economía nacional estaría lejos de dar lugar a procesos más estables y sostenibles de crecimiento (Bonilla, 2011).

El viaje hacia una economía impulsada por la innovación ya no es solo un ideal o una apuesta bien intencionada. La situación del país se agrava bajo los efectos globales ocasionados por la pandemia del Covid 19, que generó una caída en la banca bursátil y la caída en los precios de las materias primas, particularmente por la baja en el precio del petróleo. Lo anterior, junto con las advertencias de los bancos de inversión y algunos organismos internacionales, avizoran un panorama en el que el crecimiento global y regional tiende a descender en su ritmo de crecimiento, al que antes del brote se proyectaba. Por su parte, los países más afectados en la región de América Latina son Ecuador, Colombia y Venezuela, porque la mayor parte de sus ingresos fiscales vienen directo de las exportaciones de petróleo. Para Colombia, una gran fuente de ingresos es a través de la entrada de divisas por medio de la exportación de petróleo, por lo cual, le genera una difícil situación la caída del precio del petróleo (BBC News, 2020).

Urge un cambio, al menos desde la orilla emprendedora, para comenzar a considerar nuevos paradigmas productivos que permitan hacer de la colaboratividad, la sostenibilidad, la digitalización de la economía y la responsabilidad en el consumo, la base para la generación de nuevos emprendimientos, que sean sostenibles, útiles y generen un impacto social. En otras palabras, impulsar la creación de emprendimientos que permitan migrar de una economía basada en factores a una economía impulsada por la innovación, donde se privilegie la creatividad y se puedan aprovechar las enormes oportunidades que se presentan, producto de la transformación de la economía a nivel global.

El emprendimiento es reconocido por gobiernos y por empresas, como un mecanismo para el desarrollo económico, social y

tecnológico en el mundo contemporáneo. Es entendido por Reynolds (1999) como

[...] cualquier intento de nuevo negocio o la creación de empresas, tales como trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial o la expansión de un negocio existente, bien sea de un individuo, de un equipo de personas o bien un negocio establecido. (Reynolds, 1999, p.3).

Los negocios a nivel mundial se ven fuertemente influenciados por el auge de empresas emergentes o nacientes denominadas *startups*. Ellas aportan a la composición del tejido empresarial, principalmente en el rango de las microempresas, que con menos de 10 empleados comprenden entre el 70% y el 95% de las empresas y generan alrededor del 50% de los puestos de trabajo formales a nivel global (ANDI, 2017). A través de *startups*, las PYME han impulsado la creación de empleo desde 2010, especialmente en servicios de mercado y en el comercio mayorista y minorista, pero también en servicios de alojamiento y alimentación en Grecia, Irlanda y el Reino Unido, y en el sector de la construcción en Italia y Noruega (OCDE, 2019).

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE (2018, 2019), las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES) representan aproximadamente el 99% de las organizaciones empresariales en diferentes regiones del mundo y generan entre el 50% y el 60% del valor agregado. Casi una de cada tres personas está empleada en una microempresa con menos de 10 empleados y dos de cada tres en una PYME. En varias regiones y ciudades, las PYME han sido las principales impulsoras de la creación de empleo.

De esta forma, de acuerdo con la OCDE (2018), el emprendimiento es importante y toma gran representatividad en el mundo debido a que

soluciona problemas de carácter global y asume retos representados en objetivos de desarrollo sostenible, como la disminución de la pobreza, la disminución del empleo informal, la generación de empleos formales y la disminución del impacto ambiental (OCDE, 2018).

En este contexto, este capítulo tiene por objeto identificar capacidades para crear Unidades de Emprendimiento Universitarias, tanto públicas como privadas; para lo anterior, se toma como ejemplo la Universidad del Valle, sede Palmira. Para ello, se presentan las características del emprendimiento en Colombia y su enfoque como proceso formativo institucional; se caracteriza la Unidad de Emprendimiento que hace parte del caso objeto de estudio. Se configura un diseño cualitativo por medio de estudio de caso en el que la Universidad del Valle, sede Palmira es el foco de análisis, ello porque tiene un pedido desde la planeación estratégica institucional y es fomentar la cultura de emprendimiento.

Los resultados muestran que existen capacidades instaladas para la creación de Unidades de Emprendimiento, sin embargo, a falta de cultura para emprender, se carece de direccionamiento que incluya a la Universidad en la dinámica responsable y eficiente de ideas innovadoras para la empresa. Se concluye que las Unidades de Emprendimiento hacen parte del impacto de las organizaciones emergentes en el desarrollo económico, la innovación y el bienestar social no se distribuyen de forma homogénea en todos los países, varía en función del modelo de desarrollo priorizado, el tipo de economía, las regulaciones, las políticas públicas para el emprendimiento y especialmente las capacidades de formación, entre otros. En este sentido, las universidades son un actor importante dentro del ecosistema del fomento al emprendimiento (Kantis, et al., 2016).

## Características del Emprendimiento en Colombia

Según la Asociación Nacional de Industriales - ANDI (2017), en el mundo se crean cerca de 305 millones de empresas, las cuales generan un alto valor a la sofisticación empresarial, tienen una alta capacidad para generar valor, aportan productos y servicios en el mercado mundial; también generan soluciones y nuevas tecnologías y además son gran fuente de innovación. Por su parte, las empresas denominadas *unicornio*<sup>12</sup> se ubican normalmente en los sectores tecnológicos, teniendo un avance importante de 39 empresas en el año 2000 a por lo menos 150 al 2017.

Particularmente, de acuerdo con el informe del Global Entrepreneurship Monitor Colombia - GEM Colombia (2019), en el 2018 el país tuvo una Tasa de Actividad Emprendedora<sup>13</sup> (TEA) de 21,19%. A partir del año 2011 el porcentaje de los emprendedores nacientes –es decir, aquellos que pasan a la segunda fase del proceso del emprendimiento o etapa de nacimiento de la empresa–, es mayor que el porcentaje de emprendedores nuevos o emprendimientos en etapa de despegue. A pesar de lo anterior, el número de nuevos emprendedores que compone la TEA ha decrecido en los últimos tres años a partir del 2016.

En Colombia, el emprendimiento según su tiempo de creación contempla una alta tasa de emprendedores nacientes equivalente a

---

12 Se hace referencia a emprendimientos que obtienen un valor en el mercado mayor o igual al billón de dólares.

13 La tasa de actividad emprendedora o TEA es la proporción de personas entre 18 y 64 años en una economía que están en proceso de iniciar un negocio o han empezado uno nuevo que no supera los 42 meses. La TEA está compuesta por dos tipos de emprendedores: emprendedores nacientes y los nuevos empresarios.

15,70% (al 2018), muy por encima de la media de otras economías. De igual forma, muestra una tasa de emprendedores nuevos de 5,82% (al 2018), superando tanto el promedio de economías estimuladas por procesos de innovación, como las economías de América Latina y el Caribe (GEM, Colombia 2018/2019).

En América Latina, Colombia ocupa el cuarto lugar después de Guatemala (27,5%), Chile (25,1%) y Perú (22,4%). A nivel mundial ocupa el séptimo puesto después de Angola (40,8%), Guatemala (27,5%), Chile (25,1%), Líbano (24,1%), Perú (22,4%) y Sudán (22,2%). (GEM, Colombia 2018/2019, pág. 9)

Se identifican dos tipos de motivaciones principales para emprender, la primera es la necesidad, y segunda es la oportunidad.

En Colombia entre los años 2009 y 2018 la TEA por oportunidad siempre ha sido mayor que la TEA por necesidad, y para 2018 el 18,13% de la TEA es impulsada por oportunidad en comparación con el 2,5% impulsada por necesidad. (GEM, Colombia 2018/2019, pág. 16)

Esto ubicó al país en segundo lugar en América Latina después de Chile con el 18,57% según el porcentaje de emprendedores con motivación por oportunidad, y en la séptima posición del ranking según el porcentaje de emprendedores motivados por la necesidad (GEM, Colombia 2018/2019).

Los estudios reflejan que hay una correlación entre el grado de formación de los emprendedores y la cantidad de estos que son motivados por la oportunidad para comenzar su propio negocio.

En 2018 la mayor proporción de los emprendedores colombianos motivados por oportunidad se concentró en el nivel universitario (90,6%) junto con la educación técnica (87,3%) y la proporción de los que emprenden por necesidad concentró su nivel en la educación primaria (26,1%). (GEM, Colombia 2018/2019, p. 17)

Lo anterior evidencia que cambió la tendencia del periodo 2013 a 2017 donde la TEA se concentró en el nivel de formación secundaria (GEM, Colombia 2018/2019).

La proporción de emprendimientos establecidos por oportunidad presenta un crecimiento relacionado con el incremento en los ingresos de las familias. Gran parte de la proporción de emprendedores nacionales ha sido motivada por el aprovechamiento de una oportunidad, concentrándose en la población que obtiene ingresos en promedio entre los 3 y 4 salarios mínimos mensuales legales equivalentes al 93,8%, mientras que el promedio de los que son emprendedores por necesidad presenta un ingreso menor a un salario mínimo mensual legal equivalente al 33,3% (GEM, Colombia 2018/2019).

En año 2018, Colombia presentó los promedios más altos en cuanto al uso de tecnologías con antigüedad superior a cinco años en el mercado, comparado con el porcentaje de los otros tipos de economías, es decir, tanto para las empresas establecidas con un 89,7%, como para la TEA, que se ubica en un 79,4% (GEM, Colombia 2018/2019).

Esto se puede relacionar con la dificultad que presentan los emprendedores en alcanzar procesos de innovación. Lo contrario ocurre con el uso de nueva tecnología y de punta, donde Colombia

presenta los niveles más bajos en ambos casos tanto para empresas establecidas como para la TEA. Colombia se ubica en tercer lugar en América Latina con respecto al menor porcentaje de la TEA que usa tecnología de punta, seguido de Brasil (0,74%) y Argentina (1,19%). (GEM, Colombia 2018/2019, p. 27)

También se puede decir que el promedio de los “servicios de consumo” ha ido en franco crecimiento desde el año 2006, alcanzando su tope en el año 2018 con un 52,1%. Caso contrario se ve en el sector de transformación, el cual ha ido decreciendo desde la misma fecha hasta alcanzar un 27,6% en el año 2018. En el mismo 2018, los sectores industriales (16,5%) y extractivo (3,8%) registraron los indicadores más bajos (GEM, Colombia 2018/2019).

En el caso de las empresas establecidas, se ha presentado una caída en el sector de transformación desde 2006 y la cifra se ubica en 27,6% para 2018. Lo contrario ha ocurrido con los sectores de consumo y servicios industriales, que han venido presentado un aumento al 2018 llegando a cifras de 52,1% y 16,5%, respetivamente. (GEM, Colombia 2018/2019, p. 29)

En cuanto al tipo de economías, se observa como el TEA y las empresas establecidas en Colombia, presentan una similitud en su comportamiento frente a la tendencia global, donde se destaca al sector de consumo como el más importante y el sector extractivo como el menos importante.

Las empresas de la TEA en Colombia se destacan por estar encima de los promedios de América Latina en los sectores extractivo (2,7%), transformación (23%) y servicios industriales (11,9%) y está por debajo del promedio en el sector de servicios de consumo (62,1%). Por otro

lado, la proporción de las empresas establecidas colombianas solo se encuentra por encima del promedio de Latam en el sector de servicios industriales (14,6%) (GEM, Colombia 2018/2019, p. 30).

Todo este panorama del emprendimiento en Colombia refleja que, a pesar de las carencias y dificultades, los emprendedores colombianos están dando un viraje hacia los emprendimientos innovadores y basados en conocimiento, dejando cada vez de lado las prácticas extractivistas para migrar hacia una economía mucho más sostenible y más de servicios, sin embargo, aún hay mucho camino por recorrer. Este viraje es destacable, debido a que desde la iniciativa emprendedora se comienza a romper con el modelo productivo que ha operado desde inicios del siglo XXI.

## **Formación en emprendimiento**

De acuerdo con Etzkowitz, et al. (2000) el concepto de emprendimiento universitario es emergente a las actividades misionales de las universidades, así como las acciones de generación y creación de nuevo conocimiento comercializado bajo las garantías de la propiedad intelectual. Esta situación generó una nueva misión para la universidad, la de fomentar emprendimientos (modo 3), complementaria a las misiones de formación (modo 1) y de investigación (modo 2). Esto fue una consecuencia natural, dados los entornos propios de la universidad basados en conocimientos e influenciados por los sistemas nacionales/regionales de innovación (Orozco y Chavarro, 2008).

Dicho panorama, basado en procesos de innovación, se observa reiteradamente en los países con economías competitivas y

desarrolladas, los cuales sobresalen debido al tejido productivo originado por un emprendimiento inteligente; en pocas palabras, se sustenta en el uso dado al conocimiento, tecnologías avanzadas y la creatividad con fines innovadores, lo cual expresa gran capacidad orientada al mercado y la internacionalización.

En este sentido, se observa la importancia de la búsqueda de ecosistemas en los que se reúnan el conocimiento, la creatividad y la tecnología, que permitan mejorar la capacidad innovadora desde el emprendimiento. Las universidades de perfiles científico y tecnológico pueden constituir para tal fin un ecosistema muy favorable y contribuir al necesario cambio hacia una economía como la de los países más avanzados y competitivos, basada en el conocimiento. (Juliá, 2014, p.7)

La experiencia internacional da cuenta de casos de éxito de integración entre universidades y programas de emprendimiento, como es el caso de las universidades de Stanford, Babson y Georgia Tech, de Estados Unidos (Vicens y Grullon, 2011). Ellas se han convertido en eficientes ecosistemas de emprendimiento e innovación que sirven de referencia. Por supuesto, estos son casos que presentan condiciones geográficas, culturales, sociales, ambientales y económicas distintas de las latinoamericanas. Cada uno tiene especificidades que convergen en el objetivo de ser puentes para el fomento del emprendimiento e innovación en sus regiones.

En esa misma línea, pero en el caso latinoamericano, la estrategia utilizada por las universidades para propiciar e impulsar el desarrollo de emprendimientos innovadores y de base tecnológica, además de trabajar en pro de gestionar la financiación de los emprendimientos, ha sido la figura denominada *Unidades de Emprendimiento*. Estas

fomentan el emprendimiento, ya sea a partir de la cobertura por facultades o a nivel general en toda la universidad (Rodríguez y Tarazona, 2015).

La Unidad de Emprendimiento, de acuerdo con el Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA se define como:

[...] el espacio conformado por personal docente y de apoyo, con una dedicación total o parcial, encargado de desarrollar competencias emprendedoras y de fomentar el emprendimiento y la creación de empresas, implementando acciones académicas permanentes y actividades complementarias al interior de la Institución de Educación Superior [...] esta podrá estar conformada por una Institución de Educación Superior, o por la unión formal de ésta con otras instituciones educativas o entidades sin ánimo de lucro. (Fondo Emprender, 2010, citado por Rodríguez y Tarazona, 2015, p.153)

En particular, en Colombia, las Unidades de Emprendimiento (UE) son organizaciones que brindan asesoría a los emprendedores durante la formulación de sus planes de negocio, con el objetivo de determinar la viabilidad de estos antes de registrarlos en algún fondo de capital, como el Fondo Emprender o cualquier otra entidad de financiación que requiera de la elaboración de un plan de negocio (Rodríguez y Tarazona, 2015).

Fue a partir de la creación de las UE al interior de las universidades que el emprendimiento comenzó a obtener mayor importancia, al entenderse que estas se conforman como un “programa de atención en donde se capacita y asesora a emprendedores durante los procesos de creación y consolidación de empresas. Estos centros o programas son ambientes de aprendizaje encargados de fomentar el desarrollo de la cultura del emprendimiento” (Sanabria, et al, 2015, p.130).

En Colombia, las UE apoyan a los emprendedores en la formulación de los planes de negocio, con el objetivo de direccionarlos y determinar su viabilidad. Ahí radica la importancia de estas unidades, pues es a través de estas que los planes de negocios son presentados a concursos para acceder a capital semilla que brinda el Estado. Estas unidades terminan siendo estructuras administrativas cuyo resultado se refleja en indicadores relacionados con las empresas puestas en marcha; además evidencian el esfuerzo en la promoción del espíritu y la cultura del emprendimiento (SENA, 2007).

En este contexto, es necesaria la puesta en marcha de UE en las universidades por la necesidad de contar con un direccionamiento en pro del desarrollo de actividades productivas en el marco del emprendimiento y la innovación bajo su objetivo de la formación en el más alto nivel. Así mismo, debe surgir por la alineación con objetivos internos relacionados con la extensión y proyección social.

Hoy debe cobrar mayor vigencia por la bonanza económica, impulsada principalmente por las exportaciones de productos tradicionales o del sector primario y la subida de precios a nivel internacional de diferentes productos derivados de la extracción de petróleo y minerales ha generado un cambio en el escenario económico, social, cultural, ambiental y tecnológico afectando el crecimiento económico a nivel mundial, marcando una tendencia hacia la desaceleración (Ruiz-Arranz y Deza, 2018; Kantis, et al. 2016).

## **Diseño metodológico**

Este estudio se llevó a cabo a la manera de caso y fue la Universidad del Valle, sede Palmira, el objeto de estudio. Es una universidad

pública colombiana ubicada en el departamento del Valle del Cauca. Es considerada una de las principales instituciones de educación superior del suroccidente del país. De acuerdo con el Plan Estratégico de Desarrollo 2015-2025, la Universidad del Valle “tiene como misión formar en el nivel superior, mediante la generación, transformación, aplicación y difusión del conocimiento en los ámbitos de las ciencias, la técnica, la tecnología, las artes, las humanidades y la cultura en general” (Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional, 2015, p. 21)

La Universidad del Valle - sede Palmira, como parte del sistema de regionalización desde 1986<sup>14</sup>, ha sido orientada principalmente hacia la docencia y ha tenido un aporte notable a la formación de profesionales y tecnólogos en el Valle del Cauca. En su trayectoria, la sede ha desarrollado proyectos e iniciativas de emprendimiento de manera asociativa en redes y convenios con empresarios, comunidades, la academia y el gobierno. Sin embargo, en este tiempo los avances han sido limitados y no se había estructurado una UE.

De esta manera, desde inicios del año 2019, la Dirección de la Universidad del Valle – sede Palmira delegó a un equipo de profesores el proyecto para desarrollarla, de tal forma que a través de esta figura se pudiese gestionar actividades de sensibilización, impulso y fomento al desarrollo de cultura emprendedora. Se encontró que, si bien en el pasado se habían realizado actividades para visibilizar iniciativas de emprendimientos, estas habían sido esfuerzos individuales y aislados, además que algunas presentaban el inconveniente de no ser documentadas o, en otros casos no fueron procesadas y sistematizadas en las plataformas y sistemas de registros

---

14 El sistema de regionalización de la Universidad del Valle oferta programas de educación superior en nueve sedes regionales en las ciudades principales del Valle del Cauca (Yumbo, Cartago, Zarzal, Palmira, Caicedonia, Buga, Buenaventura y Tuluá) y en el Cauca (Santander de Quilichao).

institucionales. Adicionalmente, se encontró que estas actividades no tuvieron continuidad ni dejaron información pertinente o bases de datos que permitieran retomar de nuevo ese trabajo realizado.

De esta manera, ante una falta de información para comenzar con el diseño y estructuración de la unidad, se acoge la información consignada en el Plan Estratégico de la Universidad del Valle 2015-2025, específicamente lo referente al alcance del Programa Institucional Emprendedores. Este se creó bajo Resolución del Consejo Superior No. 073 de diciembre 12 de 2005, con el fin de:

[...] fortalecer el potencial emprendedor de los estudiantes de la Universidad del Valle, a través del desarrollo de habilidades para concebir, planear y poner en marcha nuevas organizaciones con o sin ánimo de lucro, de autogestión, colectivas o asociativas, posicionándose como un espacio para la ideación, determinación, formulación y acompañamiento de un Proceso de Emprendimiento. (Res. 073, 2005, Univalle, p.2)

Además, debe mencionarse que la vinculación de la Universidad como actor social se desarrolla en el marco del eje misional de extensión y proyección social, en el que el emprendimiento es considerado, y motivo bajo el cual nace el Programa Institucional Emprendedores. De ahí que, en el Plan Estratégico de la Universidad del Valle, 2015-2025, en el eje 2, denominado Vinculada con la Sociedad, se establezcan estrategias que tienen por razón consolidar la estructura de esta iniciativa para dar alcance a los objetivos estratégicos orientados a este ítem.

Para identificar las capacidades asociadas a la creación de UE universitarias se priorizó una investigación de enfoque cualitativo,

de tipo exploratorio y descriptivo. La técnica de recolección de información fue el *World Café*, utilizada en diferentes campos tanto de investigación, relacionados con los negocios y la administración, como en actividades aplicadas, como la consultoría y las propuestas de estrategias organizaciones, entre otros (Mosquera y Luna, 2018; Wen-Long y Shih-Ting, 2015); con ella se crea un ambiente de confianza y apertura en el proceso de indagación.

Para el desarrollo del *World Café* se invitó y contó con la presencia de diez profesores que han coordinado los programas académicos en la sede Palmira de la Universidad del Valle por más de un año. El conocimiento experto de la fuente primaria es importante para el despliegue futuro de estrategias y planes de acción enfocados a la creación de la unidad de emprendimiento.

Para garantizar una obtención de información óptima de parte de los profesores se priorizaron unos ejes temáticos (tabla 6-1) y preguntas orientadoras de la discusión (tabla 6-2). El *World Café* se desarrolló en función de la escucha activa, el respeto, la participación, y la creación de conocimiento compartido, mediante el trabajo en grupos pequeños alrededor de temáticas pre-definidas, en un ambiente distendido. El ideal fue establecer un ambiente similar al de una charla alrededor de un café o desayuno. En el transcurso de ésta, los participantes rotaron de una mesa a otra para formar parte de todas las conversaciones, y aportar con su conocimiento y opiniones expertas al desarrollo de los diferentes ejes temáticos tal como lo diseñaron Brown e Isaacs (2005).

Finalmente, el equipo organizador procesó las respuestas a las preguntas orientadoras, las cuales se agruparon en la matriz DOFA (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas) clasificando

cada una, en categorías de análisis, las cuales permitieron priorizar las acciones y estrategias que se deben establecer en función de las capacidades a identificar para la creación de la unidad de emprendimiento.

**Tabla 6-1.** Descripción de los Ejes temáticos

| No. | Eje Temático   | Descripción  |
|-----|--|--|
| I   | Competencias y capacidades para el emprendimiento disruptivo   | Generar una transición de emprendimientos tradicionales hacia emprendimientos de base tecnológica requiere del conocimiento de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Además de los nuevos modelos de negocio disruptivos, la generación de capacidades y competencias para la investigación y búsqueda sistemática de oportunidades de negocio que permitan generar valor económico. Esta área de investigación busca generar las competencias y capacidades para el emprendimiento disruptivo. |
| II  | Desarrollo y adaptación de los emprendimientos disruptivos (base tecnológica) a las condiciones de la sede | El desarrollo de emprendimientos disruptivos requiere de la aplicación de conocimiento científico-tecnológico. La utilización de recursos biológicos para generar bienes y servicios útiles a la sociedad. Sin embargo, gran parte del conocimiento científico no se ha desarrollado en la sede, ni se ha adaptado a estas nuevas condiciones. Esta área de investigación busca el desarrollo y/o adaptación del emprendimiento disruptivo hacia contextos de bio-economía.  |
| III | Modelos de negocios emergentes para economías en transición hacia la bioeconomía:                          | El desarrollo de una bio-economía requiere de procesos disruptivos (innovadores) que generen nuevos modelos de negocio o adapten los modelos actuales a las nuevas realidades de agotamiento de recursos, de cambio y variabilidad climática y de tendencias de producción y consumo sostenibles. Esta área de investigación busca el desarrollo y/o adaptación de nuevos modelos de negocio emergentes para una bio-economía sostenible <sup>15</sup> (Fundación Innovación Bankinter, 2017)                      |

15 Por ejemplo, modelos de negocio derivados de avances y convergencias tecnológicas y de preferencias en la comunidad por la producción y el consumo

|   |  |
|---|--|
| <p>IV Seguimiento, evaluación y monitoreo de la sostenibilidad de los emprendimientos innovadores (disruptivos) realizados en la sede</p> | <p>El desarrollo de emprendimientos disruptivos se sustenta en el uso intensivo de tecnología y la capacidad de identificación de nuevas oportunidades de negocio. Para ello, los emprendedores necesitan de la inyección de importantes recursos para poder desarrollar sus procesos productivos, por tanto, se requiere conocer de los servicios de apoyo al emprendimiento que se ofrecen en la sede y de los convenios que se tengan para ello. Esta área de investigación busca generar información valiosa sobre el estado actual de los emprendimientos realizados en la sede, las metodologías de acompañamiento y valoración de los impactos, así como la intensidad y la dirección de los posibles cambios que se tengan que hacer en la sede para el desarrollo de emprendimientos enfocados en bio-negocios.</p> |
|---|--|

Fuente: Elaboración propia

## Resultados

Se inicia este apartado con las fortalezas (FO) para la creación de UE en la Universidad del Valle sede Palmira. Desde la categoría de infraestructura, en la sede se cuenta con laboratorios dotados, de electrónica, física, química, biología, alimentos y plantas de procesos. En la categoría de recursos humanos, se evidencian conocimientos de vanguardia y disponibilidad de actuación en temas de emprendimiento por parte de los profesores, así mismo se cuenta con docentes nombrados sobre los cuales podría recaer la

---

sostenibles. Ellos derivados de la transformación (inteligencia artificial, big data, etc.). también es un ejemplo la economía de plataformas con modelos de negocio tipo P2P, bajo demanda, de acceso, colaborativa, *gig economy*, etc. Además, los modelos descentralizados donde se obvia la entidad intermediaria para la provisión de bienes y servicios, reflejado en modelos tipo *blockchain* y *crowdfunding*. Finalmente, la economía pop-up y de mercados superfluidos que son modelos muy ágiles, sin resistencia, fricción y costes de transacción cercanos a cero.

responsabilidad del desarrollo y operación del emprendimiento en la sede (bajo la denominación institucional a que dé lugar). También existe un enorme potencial de ideas por parte de la comunidad universitaria de la cual hacen parte estudiantes y docentes, además, se cuenta con emprendedores consolidados los cuales podrían motivar a la comunidad a seguir sus rutas para emprender. También se cuenta con asignaturas en las diferentes mallas curriculares de los programas que impulsan el emprendimiento, que son diferentes de las propuestas planteadas por el programa institucional de emprendimiento de la Universidad.

**Tabla 6-2.** *Guía de Preguntas*

| No. | Categoría        | Descripción  | Pregunta  |
|-----|------------------|--|---|
| I   | Infra-estructura | La creación de la unidad de emprendimiento para la sede requiere de la inversión en recursos y capacidades tangibles, que se dispongan para los emprendedores en su trayecto a la generación de proyectos productivos.   | ¿Qué infraestructura (laboratorios, equipos) se necesitaría para impulsar el emprendimiento y cuáles de estos se encuentra disponible en la sede/región?  |
| II  | Recursos Humanos | Generar una transición de emprendimientos tradicionales hacia emprendimientos disruptivos, requiere de formación para el conocimiento de los bio-negocios y la generación de capacidades y competencias para la investigación y búsqueda de nuevas oportunidades de negocio que permitan generar valor y sostenibilidad ambiental, económico y social (bio-prospección). | <p>¿Cuáles son las competencias específicas (para los docentes, investigadores y estudiantes) necesarias para el desarrollo de emprendimientos disruptivos en la sede (región)?</p> <p>¿Qué brechas deben cerrarse, respecto al talento humano, en la sede para lograrlo (debilidades)?</p> <p>¿Cuáles son las fortalezas de la sede que deben ser potencializadas en función del desarrollo del talento humano?</p> <p>¿Cómo articular competencias en la oferta académica de la región?</p> <p>¿Qué cambios se requieren en la formación actual para lograr que los futuros profesionales generen emprendimientos disruptivos que impacten en los bio-negocios a partir del conocimiento y uso sostenible la biodiversidad?</p> |

|     |                                       |  |  |
|-----|---------------------------------------|--|--|
| III | Impacto social, ambiental y económico | <p>El concepto de “servicios para el fomento del emprendimiento” es fundamental para el desarrollo de esta actividad en la sede. Se debe tener consenso de las limitaciones con los que cuenta la sede, y de esta forma saber con certeza los servicios que puede ofertar y la capacidad que se tiene para ampliar la oferta. Estos servicios van desde la formación (cursos, seguimiento y acompañamiento –talleres ruta emprendedora–, puesta en marcha, incubación, aceleración, laboratorios, etc.). Además de los servicios, también son importantes los convenios con entidades de inversión y/o financiación.</p> | <p>¿Qué servicios se deben ofertar en la sede?<br/>¿Qué alianzas y convenios necesitamos para fomentar emprendimientos disruptivos?<br/>¿Cómo articular las diferentes iniciativas que se gesten por programa para generar emprendimientos colaborativos y multidisciplinarios?</p>  |
| IV  | Impacto al IDIC                       | <p>De acuerdo con el Índice Departamental de Innovación de Colombia (IDIC), una de las debilidades en el sector empresarial del Valle del Cauca es la baja innovación y sobre todo, el exceso de emprendimientos tradicionales. El desarrollo en el marco de los bio-negocios requiere procesos innovadores que permitan crear y/o adaptar nuevos modelos de negocio que enfrenten nuevas realidades como el agotamiento de recursos, el cambio y la variabilidad climática, o las tendencias de producción y consumo sostenibles.</p>   | <p>¿Cuáles son los factores clave para que los emprendedores de la sede incrementen la innovación como base de bio-negocios?<br/>¿Cómo articular la Universidad, el sector empresarial y al Estado para generar iniciativas innovadoras en una bio-economía tropical sostenible?</p> |

Fuente: Elaboración propia

En la categoría denominada impacto social, ambiental y económico, se hace referencia al Programa Institucional de Emprendimiento (PIE) como la figura institucional creada para el apoyo del emprendimiento en la Universidad del Valle. Ésta cuenta con recursos y ha formulado una ruta de emprendimiento. Por su parte, en la sede Palmira se han desarrollado actividades de emprendimiento que se acercan a un programa propiamente, aunque no cuenta con recursos y un plan de trabajo consistente a mediano y largo plazo. Se debe agregar también que a nivel institucional se han creado cursos o asignaturas transversales para los diferentes programas académicos de la universidad.

De otro lado, respecto de las *debilidades (DE)* para la creación de UE en la Universidad del Valle, sede Palmira, se encontró que en la categoría de infraestructura se tiene que en la sede hace falta un área o una oficina para atender las demandas de parte de los estudiantes, docentes y otros que tengan inquietudes acerca de emprendimiento. Además, no hay una articulación entre laboratorios existentes, y a esto se le suma que tampoco la hay entre esos laboratorios y el programa de emprendimiento a nivel institucional. Tampoco existe un laboratorio para la ideación y la creatividad, además que hay pocos simuladores de tipo empresarial que permitan realizar modelaciones, ideaciones o prototipado simple.

En recursos humanos hay limitado o escaso personal para operar, apoyar y desarrollar la Unidad de Emprendimiento; además, haría falta contratar docentes que se articulen al emprendimiento. También se requiere personal que apoye las iniciativas de emprendimiento y que les haga seguimiento. Asimismo, falta atención a estudiantes y docentes de parte de profesionales articulados con el emprendimiento.

En impacto social, ambiental y económico hay ineficiencia en cuanto al apoyo en la gestión a la comunidad académica en los temas relacionados con el emprendimiento. Otro punto por destacar es que en la sede se ha presentado un fenómeno en los últimos tres años, el cambio o rotación en el liderazgo y dirección de la sede, lo cual incide en la continuidad de los proyectos, programas e iniciativas que surgen en ésta. También es importante señalar que hay una falta de asignación de recursos específicos y de gran alcance para materializar acciones relacionadas con el emprendimiento, así como estrategias institucionales para su sostenibilidad. Se encuentra que hay una baja articulación en el trabajo entre estudiantes de los diferentes programas académicos, a pesar de que éstos se encuentran en el mismo espacio de la sede. Es importante señalar que no existe una política de emprendimiento en la sede y, por tanto, este se encuentra desarrollado por gestos individuales de los docentes.

En cuanto al tema de organización, se encuentra que en la sede no existe una sistematización de las experiencias relacionadas con el emprendimiento de parte de los docentes, además de que no se han sistematizado las iniciativas y actividades que desarrollan los estudiantes o demás miembros de la comunidad universitaria. También existe una falta de credibilidad y liderazgo en el área de emprendimiento tradicional, una desarticulación de las actividades desarrolladas en la sede por el Programa Institucional de Emprendimiento (PIE). Se apreció también poca articulación del emprendimiento tradicional desarrollado en la sede con los programas académicos e iniciativas de emprendimiento aisladas.

En referencia a las debilidades relacionadas con la cultura, se evidencia una escasa cultura financiera y del emprendimiento que se vinculan con la falta de formación financiera, mal uso de los recursos

e ingresos y la inexistencia de una cultura en pro del emprendimiento en la sede. Hay poco conocimiento del emprendimiento y la innovación por parte de los estudiantes en sus programas académicos y desconocimiento del Programa Institucional de Emprendimiento (PIE) y los alcances que éste tiene –también de parte de los docentes–. Se evidencia también poca cultura por el desarrollo empresarial, el emprendimiento y la innovación a nivel institucional de la sede.

En lo relacionado con la investigación en la sede, existe un desconocimiento de los recursos (tanto biológicos como culturales propios de la región) por parte de docentes y estudiantes, lo cual incide en una no valoración de oportunidades. A lo anterior se le debe agregar que existe un desconocimiento de los recursos naturales que posee la región en la cual se ubica la sede.

En la categoría de impacto IDIC se encontró desconocimiento de nuevas tendencias en modelo de negocio que se relacionan con la tendencia BIO (bio-negocios, bio-economía, entre otras). De igual forma, existe un desconocimiento de la política y de la ruta para la generación de emprendimientos tipo *spin off*, poco conocimiento sobre la propiedad intelectual y la ruta de reporte de innovaciones en la Universidad; una limitada formación en talleres de innovación e ideación para los docentes y estudiantes, una falta de continuidad en los cursos o asignaturas relacionadas con el emprendimiento en los programas académicos, poca integración del emprendimiento como un tema transversal en los currículos, poca integración en el desarrollo de los temarios de los cursos de casos reales (pedagogía casuística), lo cual permite inferir que sigue predominando la cátedra y la evaluación tradicional. Además, se debe resaltar que existen programas tecnológicos de un carácter práctico predominante, en los cuales existe poco involucramiento del emprendimiento en los

temarios. También es necesario rescatar que, pese a que algunos docentes están ligados al sector real empresarial, no incluyen en sus cursos los temas de innovación y emprendimiento.

Respecto de las *oportunidades* (OP) para la creación de UE en la Universidad del Valle, sede Palmira, se encontró que en la categoría recursos humanos existe la oportunidad de ofertar charlas y cursos de extensión o educación continua acerca del emprendimiento empresarial. A su vez, existe la oportunidad de impulsar y fomentar la cultura del emprendimiento desde las aulas a través de iniciativas sistemáticas con los docentes; asimismo, se podría ofertar la asignatura desarrollo de nuevos productos/servicios a todos los programas académicos, como también crear cursos presenciales y/o virtuales relacionados con el emprendimiento que puedan ser apoyados y difundidos a través del campus virtual; igualmente se puede fomentar el desarrollo de competencias alrededor de negocios existentes, saliéndose de lo tradicional; y por último, se encuentra que se podrían desarrollar actividades de sensibilización en las que se promueva la cultura del emprendimiento.

En cuanto a impacto social, ambiental y económico, se encuentra que a nivel de política pública existen programas de fomento al emprendimiento como el fondo emprender o INNPULSA, además de que existen iniciativas para incentivar emprendimientos de base tecnológica y tradicionales a nivel nacional, regional y municipal. De igual forma existe la oportunidad de articularse con el desarrollo de propuestas alineadas con el CONPES 3934 de crecimiento verde. Asimismo, se debe tener en cuenta la oportunidad en el cambio de orientación de la gobernanza en la Alcaldía de Palmira y la Gobernación del Valle del Cauca cada vez que se diseñe un nuevo programa de gobierno.

En cuanto a redes de emprendimiento, se evidencia en la región, un contexto socio-eco/productivo de sectores empresariales con vínculo con la Universidad. Se destaca también la relación activa con la red de emprendimiento I+ liderada por la Cámara de Comercio del municipio de Palmira.

Se destacan entre las oportunidades algunas ventajas comparativas tales como la ubicación geográfica, puesto que es cercana a las zonas francas el aeropuerto y a la ciudad de Cali. Así mismo hay una cantidad creciente de empresas en la región lo cual incentiva y motiva a nuevos emprendedores. Por su parte, en la sede se cuenta con una buena cantidad de residuos orgánicos producidos por las cafeterías, lo cual podría incentivar actividades de emprendimiento relacionados con aprovechamiento y el reciclaje. Asimismo, se cuenta con residuos de aparatos electrónicos (RAE) en la región que podrían incentivar el emprendimiento a partir del reciclaje electrónico.

En cuanto a ventajas competitivas, existe el espíritu emprendedor innato en los jóvenes estudiantes de la sede; se está desarrollando una agenda de investigación que traza la ruta de los esfuerzos en investigación para ésta en los próximos años. También existen iniciativas de fomento hacia los bio-negocios que se encuentran impulsados por centros de desarrollo tecnológico en la región.

Finalmente, en cuanto a las oportunidades desde lo institucional, se creó el Programa Institucional de Emprendimiento (PIE) en la Universidad, pensado para atender estos temas; la oportunidad es la integración de este Programa con las iniciativas que se desarrollen desde las sedes de la Universidad. Asimismo, surge la necesidad de realizar jornadas de integración de programas para lograr alianzas

entre programas de emprendimiento (establecidas en diferentes sedes) con el objetivo de materializar ideas entre estudiantes de diferentes programas y sedes. Se podrían realizar también jornadas de integración de emprendimiento en conjunto con otras instituciones de educación superior (IES), tales como ferias de emprendimiento conjuntas. Adicionalmente, se puede realizar acompañamiento institucional a estudiantes emprendedores que no hacen parte de un programa en particular, incentivando emprendimientos interdisciplinarios.

Desde las *amenazas* (AM) para la creación de UE en la Universidad del Valle, sede Palmira, se detectó que las políticas fiscales pueden llegar a presentar cambios constantes tales como reformas tributarias en el país. Por su parte, a nivel institucional se puede presentar que la gestión administrativa institucional se convierta en un obstáculo para llevar a cabo la unidad de emprendimiento en la sede. También se puede presentar que exista poco respeto por la asignación presupuestal desde la administración por diferencias en el proceso de planeación; otro punto importante a tener en cuenta son los cambios en el presupuesto destinado para la educación y cambios en las políticas públicas orientadas al emprendimiento que limiten las inversiones en talento humano. Existe la posibilidad de una pérdida de credibilidad institucional frente a otras alternativas en la región en caso de que no se implementen programas de emprendimiento o una unidad que abandere esta temática. Asimismo, se puede presentar rezago frente a las oportunidades del ecosistema emprendedor de la región.

Otra amenaza a nivel institucional puede ser la deficiencia en el control sobre la aplicación de la normatividad de emprendimiento en la sede, y la forma cómo se reciben los proyectos de emprendimiento. En cuanto a las amenazas que se puedan presentar relacionadas con

la cultura se evidencia el auge y consolidación de una cultura que propende por el facilismo, el enriquecimiento fácil, la violencia de género, la indiferencia, entre otras, en la región. También es posible apreciar que hay una limitada cultura de protección a la biodiversidad y las costumbres y el conocimiento autóctono de la región.

## **Discusión**

Frente a las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas es relevante considerar unas estrategias cruzadas, que se orientan a reducir las debilidades aprovechando las oportunidades y afrontando las amenazas (tabla 6-3). De otro lado, se busca potencializar las fortalezas explotando las oportunidades y blindarse de los factores externos para protegerse de amenazas (tabla 6-3).

**Tabla 6-3.** Estrategias DO y DA

| <b>ESTRATEGIAS DO</b>   | <b>ESTRATEGIAS DA</b>   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Inversión en la infraestructura de la sede que permita la integración de laboratorios, integrando los rubros de los planes de gobierno de la Alcaldía de Palmira y la Gobernación del Valle, y las infraestructuras empresariales de la región.</li><li>2. Inversión en la construcción del laboratorio de creatividad e innovación, así como en equipos y tecnología para el prototipado (modelación, simulaciones) en conjunto con las políticas públicas y planes de gobierno de los municipios a los que atiende la sede, así como de los actores empresariales.</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Crear y organizar la unidad de emprendimiento con asignación de recursos anuales.</li><li>2. Contar con el personal idóneo y la tecnología de apoyo (base de datos), permitirá que haya un funcionamiento óptimo de la unidad, y pueda haber trazabilidad sobre todas las acciones ejecutadas.</li></ol> |

3. Crear y sostener un equipo docente multidisciplinario que fomente la cultura del emprendimiento en la sede con la creación de cursos presenciales y virtuales relacionados con el emprendimiento.
  4. Aprovechamiento del contexto socioeconómico en el cual se encuentra la Sede para relacionar problemáticas empresariales a integrarse con los cursos de emprendimiento.
  5. Configurar los perfiles profesionales para el sostenimiento operativo de la unidad.
  6. Diseñar una campaña de divulgación, acompañada de charlas y conferencias (ojalá apoyadas por la OTRI) que busquen disminuir la brecha de conocimiento relacionada con temas como: Ley de *spin off*, propiedad intelectual, ruta de reportes a la innovación, programa institucional de emprendimiento, nuevas tendencias, etc.
  7. Aprovechar la construcción de la agenda de investigación de la sede, para proporcionar una integración curricular que permita articulación entre programas y de estos con el emprendimiento. Se propone revisar las asignaturas relacionadas con el emprendimiento, de tal forma que la apropiación social del conocimiento se convierta en una actividad relevante que impacte a la comunidad y no en iniciativas individuales aisladas.
  8. Asignar recursos para integrarse con los programas de fomento al emprendimiento.
  3. Fortalecer el sistema de comunicaciones de la sede, incrementando el talento humano para esta área, en pro de la mejora en la recordación de la marca Univalle en función del emprendimiento.
  4. Búsqueda de convenios institucionales con organizaciones privadas y públicas.
  5. Desarrollo de una planeación estratégica integrada a la planificación de la sede y la Universidad en los próximos 10 años.
  6. Aportar a la realización de campañas de sensibilización frente a la innovación y el emprendimiento.
  7. Sistematización de las acciones de los diferentes actores del ecosistema emprendedor.
-

9. Construir una base de datos que sistematice y centralice la información de los emprendedores (docentes, estudiantes, funcionarios, y externos), emprendimientos, actividades asistidas, concursos, diplomados, ferias, capital semilla, etc. a través de la caracterización de la población emprendedora de la sede.
  10. Asignación de un correo electrónico para facilitar las comunicaciones y tener contacto directo con las oportunidades de emprendimiento que surgen de los miembros de la comunidad universitaria.
  11. Incrementar la credibilidad de marca a través de la renovación de la imagen y acciones de acercamiento al emprendedor y visualización de la Unidad.
  12. Articular la planificación operativa y estratégica de la unidad de emprendimiento al plan estratégico de la universidad (indicadores y metas) y de la sede.
- 

Fuente: Elaboración propia

En general, en las estrategias cruzadas se identifica que se requiere una inversión en la infraestructura de la sede que permita la integración de laboratorios existentes. Además de inversión en construcción de un laboratorio para la creatividad y la innovación, en equipos y tecnología para prototipado, modelación y simulación. También es necesario pensarse en un equipo docente multidisciplinario que pueda sostenerse en el tiempo y que fomente la cultura del emprendimiento en la sede.

Como estrategia que permita disminuir las debilidades se debe pensar en el diseño de perfiles profesionales para el apoyo y sostenimiento operativo de la unidad de emprendimiento. De esta manera, diseñar el manual de funciones y procedimientos que orienten sus actividades.

Otro punto importante para tener en cuenta es el aprovechamiento del contexto socio económico en el cual se encuentra la sede. Relacionar las problemáticas empresariales de la región y su integración con los cursos de emprendimiento. Se puede pensar en el desarrollo de campañas de divulgación, acompañadas de charlas y conferencias que deberá apoyar la Oficina de Transferencia de Resultados de Investigación OTRI, de la Universidad del Valle en pro de la disminución de la brecha de conocimiento relacionado con temas como la Ley de *spin-off*, propiedad intelectual, ruta de reportes a la innovación, entre otros.

En necesario también el aprovechamiento de la agenda de investigación que se viene gestionando en la sede Palmira en pro de actividades de investigación enfocadas a oportunidades de la región. Es relevante aclarar que la investigación como un eje fundamental de las instituciones de educación superior proporciona una gran fuente de conocimiento a la cual los emprendedores podrían enfocar esfuerzos para el desarrollo de productos o servicios que garanticen resolver necesidades de la sociedad, el medio ambiente y en pro del desarrollo del país.

También es necesario que se construya una base de datos sistematizada y centralizada de información de los emprendimientos que se dan de parte de los docentes, estudiantes, funcionarios y otros, así como de las actividades que se desarrollan en pro de esta temática.

La asignación de recursos para la integración con programas de fomento al emprendimiento puede verse como una estrategia que facilite el desarrollo de emprendimientos de parte de la comunidad universitaria de la sede. Es fundamental también fortalecer la marca e imagen a través de una renovación y transformación que le permitan un acercamiento al emprendedor y una visualización de la unidad.

Finalmente, se precisa decir que es oportuno enfocarse en la articulación de la planificación operativa y estratégica de la unidad de emprendimiento con el Plan Estratégico de la Universidad, desarrollando indicadores y metas para ambos casos y que se articulen con la planificación estratégica de la sede. En otras palabras, se estará gestionando para garantizar el éxito a largo plazo.

En cuanto a la mitigación de las amenazas y la disminución de debilidades es necesario que se asignen recursos de manera anual, la vinculación de personal idóneo para la atención, y el desarrollo de actividades en pro del emprendimiento. También es importante la obtención de tecnología y equipos para la gestión. Lo anterior permitirá, a su vez, fortalecer el sistema de comunicaciones de la sede, incrementando el talento humano para esta área que garantice la recordación de la marca UNIVALLE en función del emprendimiento.

La creación de convenios institucionales con organizaciones públicas y privadas será una estrategia fundamental para la sostenibilidad a largo plazo de la Unidad de Emprendimiento. Por su parte, resulta necesario realizar de manera constante campañas de sensibilización frente a la innovación y el emprendimiento y, sistematizar todas las acciones de los diferentes actores del ecosistema emprendedor.

Dentro de las estrategias que potencializan las fortalezas y oportunidades, se busca enfrentar las amenazas a través de los recursos y capacidades con los que cuenta la sede Palmira. En ésta se describe, por ejemplo, que la asignación de la Unidad deberá hacerse a un docente de tiempo completo o en su defecto a un docente medio tiempo con el apoyo de personal profesional y semilleros de investigación. Se requiere además la integración entre los laboratorios existentes con un laboratorio enfocado al emprendimiento, la creatividad y la innovación (tabla 6-4).

**Tabla 6-4.** Estrategias FO, FA

| <b>ESTRATEGIAS FO</b>  | <b>ESTRATEGIAS FA</b>  |
|--|--|
| 1. Asignar a la dirección de la Unidad un profesor.  | 1. Realizar jornadas de sensibilización y concientización sobre la necesidad de una cultura financiera y de emprendimiento en la sede. |
| 2. Disponer de recursos y personal de apoyo a la investigación para llevar a cabo tanto el diseño de la Unidad, como la formulación estratégica de la misma. | 2. Desligar la operación de la unidad de emprendimiento de la voluntad de quien se encuentre en la Dirección de la sede.               |
| 3. Planear la integración entre laboratorios con los emprendimientos surgidos en la sede.  | 3. Asignar un presupuesto anual relacionado con el talento humano necesario para su operación.   |
| 4. Identificar y ofertar las asignaturas que impacten el emprendimiento que puedan (o deban) ser comunes a todos los programas académicos.                   | 4. Fomentar la cultura de emprendimiento con enfoque a los bio-negocios y la economía colaborativa.                                    |
| 5. Elaborar una base de datos que contenga información de los programas de fomento a emprendedores con sus alcances y socializarlo en la sede.               |  |

6. Comenzar a transformar la cultura del emprendimiento en la sede a partir de una visibilización conceptual, casuística y práctica.
  7. Articular la Unidad de Emprendimiento a la agenda de investigación de la sede
  8. Impulsar emprendimientos en bio-negocios que puedan aprovechar las ventajas de la posición geográfica, el aprovechamiento de residuos orgánicos (sede), eléctricos (región), etc.
  9. Realizar charlas de sensibilización e ideación del emprendimiento a docentes y estudiantes, donde se busque concientizar sobre las nuevas competencias requeridas para los nuevos modelos de negocio.
  10. Realizar jornadas de integración entre programas de la sede y las IES de la región, para visibilizar emprendimientos y fomentar el trabajo colaborativo.
  11. Construir y presentar a la comunidad universitaria MOOCS relacionados con el emprendimiento, para ofertarlos vía campus virtual.
- 

Fuente: Elaboración propia

Un punto importante identificado entre las fortalezas y oportunidades es el enfoque en la creación y oferta de asignaturas que impactan en emprendimiento, haciendo que esta oferta sea común

para todos los programas académicos. Como ya se ha mencionado, articular la Unidad de Emprendimiento a la agenda de investigación de la sede potencializará cada una de las actividades que se realicen en pro de la investigación y el emprendimiento. Es necesario el desarrollo de actividades estratégicas para el fortalecimiento de una cultura del emprendimiento que cubije a toda la comunidad universitaria de la sede.

Se debe impulsar el emprendimiento en bio-negocios, que propenda por el aprovechamiento de las ventajas de la posición geográfica en la cual se ubica la sede. Se deben desarrollar actividades de sensibilización y capacitación en nuevos modelos de negocio que fomenten la transformación de las realidades organizacionales, así como el desarrollo de productos y servicios para la revolución 4.0. Para eso también es necesario realizar jornadas de integración entre programas de la sede, y entre las instituciones de educación superior de la región y de los municipios, que permitan visualizar los emprendimientos y fomentar el trabajo colaborativo.

Es necesario pensarse en la creación y diseño para la comunidad universitaria de MOOCs<sup>16</sup> relacionados con el emprendimiento para ofrecerlos de manera virtual. Lo anterior podrá garantizar el reconocimiento y visualización de la marca UNIVALLE en la región, así como también un posicionamiento dentro del ecosistema de emprendimiento del Valle del Cauca y a nivel del país.

Otro punto a tener en cuenta para la mitigación de las amenazas fortaleciendo sus capacidades es el desligar la operación de la

---

16 Hace referencia a Massive Online Open Course, en español curso abierto de formación masiva online. Estos suelen ser gratuitos y abiertos a quien desee aplicar. Los certificados, en su gran mayoría son entregados con la realización de un pago en la plataforma de aprendizaje. Por lo general su duración es limitada a semanas u horas de trabajo autónomo y asincrónico.

Unidad de Emprendimiento de la voluntad de quien se encuentra en la Dirección de la sede. La asignación de recursos de manera anual permitirá la sostenibilidad del talento humano necesario para la operación de la unidad. Por su parte, el fomento de una cultura de emprendimiento debe ser parte de los procesos de aprendizaje de los universitarios, lo cual fortalecerá sus competencias en pro del desarrollo social, económico y ambiental de la región.

Si bien el análisis anterior evidencia que la Universidad del Valle, Sede Palmira, posee las características que posibilitan el desarrollo de la Unidad de Emprendimiento, se requiere el apoyo de la alta dirección universitaria para la institucionalización de la propuesta de creación, que garantice su sostenibilidad, con la cual se puede fortalecer las redes y programas de nivel externo e interno.

En esa misma línea, el aprovechamiento de programas de fomento a nivel externo, la vigilancia de las tendencias económicas y sociales, la disposición de la red empresarial ubicada en la zona geográfica de influencia de la Sede, el aprovechamiento de los programas internos o institucionales, son garantes de un desarrollo eficaz para la Unidad. Asimismo, debe tenerse en cuenta la capacidad de sus activos más valiosos, tales como su capital humano, el cual cuenta con una amplia trayectoria en la historia de la Sede Palmira.

Al respecto de esto último, los docentes (hora catedra, ocasionales y nombrados o de planta) que se encuentran articulados en la Sede, podrán ser incentivados a través de estrategias que propendan por una participación en el fomento de la creatividad y la innovación en todos sus niveles, orientada a los estudiantes y a ellos mismos. De esta manera, desde la dirección de la sede se deberá generar una línea directa de comunicación, que se proyecte en el establecimiento de una sinergia.

Por su parte, la capacidad instalada de la sede, en materia de laboratorios, es fundamental para establecer una base desde la cual, la Unidad de Emprendimiento se va a nutrir para la solidificación de las ideas estipuladas por quienes participen en la misma. En este mismo ámbito, existe la oportunidad de trabajar en la resolución de problemáticas internas, en pro del desarrollo de competencias y habilidades –tanto blandas como duras–, de los estudiantes, docentes y funcionarios debido al emprendimiento y la innovación.

Otro punto importante en línea con el emprendimiento y la innovación es el aprovechamiento de los recursos virtuales, tales como la suite de Google, los recursos que la DINTEV<sup>17</sup> provee, así como las bases de datos que posee la Unidad de la Biblioteca, en función de la investigación, la vigilancia tecnológica, comercial, competitiva y demás, como forma de empoderar al nuevo emprendedor formado en la sede.

Por otra parte, el reconocimiento será un factor importante para desarrollarse, puesto que de manera emocional resalta la labor emprendida por quienes participen de la unidad de emprendimiento. Las repercusiones son de tipo motivacional y promueven la participación de la comunidad, a la vez que se genera una red de apoyo. Lo anterior también promueve la visibilidad de la imagen de la universidad y la sede en función del emprendimiento, así como el fortalecimiento de su credibilidad ante la comunidad y los actores cercanos.

Adicionalmente, no solo se cuenta con las capacidades propias de la universidad, también es importante incentivar a toda la comunidad

---

17 Es la Dirección de Nuevas Tecnologías y Educación Virtual de la Universidad del Valle. Se puede acceder a sus recursos a través del siguiente enlace: <http://dintev.univalle.edu.co/>

académica a realizar cursos virtuales de formación abierta, con el propósito de desarrollar competencias tecnológicas que le permitan a los nuevos emprendedores de cualquier profesión, explorar herramientas de vanguardia, tales como, la gestión y analítica de datos, el big data, el internet de las cosas, sistemas de comunicación, desarrollo de aplicaciones, impresión 3D, las redes sociales, la inteligencia artificial, las fuentes de energías alternativas, el diseño modular, las tecnologías de reciclaje, los sistemas de seguimiento y retorno, la ciencia de los materiales, etc., de tal forma que les oriente a migrar de emprendimientos tradicionales (modelo lineal-take-make-waste) hacia emprendimientos de modelo circular que fomente dinamismo y valor económico, social y ambiental, manteniendo los productos, sus componentes o materiales en altos niveles de uso, en un ciclo de desarrollo continuo positivo (Cerdá y Khalilova, 2016).

Finalmente, ante el auge e importancia del emprendimiento, las estrategias para identificar las capacidades para el desarrollo de Unidades de Emprendimiento se reconocen como un paso importante para la formación de emprendedores y nuevas empresas. Lo anterior es prioritario para promover el desarrollo económico y social de los países, gracias a los efectos positivos del emprendimiento en la generación de empleos y en el crecimiento económico (Zamora-Boza, 2017). Así mismo, se reconoce que el emprendimiento y la innovación son el medio y no el fin para la diversificación de las actividades productivas (Kantis, et al, 2016). En este panorama, el crecimiento económico es posible en la medida que se tomen decisiones en función del emprendimiento (Audretsch, et al, 2015), aunque no es la única vía. En Latinoamérica, se han establecido políticas encaminadas a la creación de nuevas empresas, que sobrevivan y crezcan de manera dinámica (Kantis, et al, 2012), las cuales propicien un ambiente en el cual el emprendimiento sea

un camino por seguir y donde las Unidades de Emprendimiento universitarias tienen un papel fundamental.

## **Conclusiones**

Teniendo en cuenta la importancia del fomento del emprendimiento para la diversificación de las exportaciones, la generación de empleo y la innovación en contextos como el colombiano, es necesaria la creación y fomento para la sostenibilidad de unidades de emprendimiento en las universidades públicas y privadas. Este proceso puede no ser fácil, por lo que se hace necesario identificar las capacidades institucionales y buscar el apoyo de las directivas universitarias para la institucionalización de una propuesta de creación de la Unidad de Emprendimiento que garantice su sostenibilidad, que dependerá en gran medida de la asignación de un presupuesto para su funcionamiento.

Así mismo, se requiere la asignación de docentes expertos y/o profesionales con un perfil profesional de alto nivel para la asignación de actividades de funcionamiento de la Unidad. Asimismo, del diseño de una web en la cual se desarrollen estrategias de comunicación que permitan el posicionamiento y reconocimiento de la Unidad en todos sus grupos de interés.

La institución de educación superior, pública o privada, que desee desarrollar una Unidad de Emprendimiento deberá rastrear y mapear los actores económicos (empresas privadas, públicas, asociaciones y agremiaciones, organizaciones del tercer sector, (entre otras) y sociales (ONG, fundaciones, etc.) clave a su alrededor, para disponer de una red de trabajo en la ubicación de su zona geográfica de

influencia. Para esto también es necesario el desarrollo de bases de datos sistematizadas, bajo una política de seguridad informática estricta. Es necesario también un rastreo de los programas de fomento que se desarrollan a nivel externo, nacional, regional y local.

Es necesario también el reconocimiento de los actores internos claves a nivel institucional que promuevan el desarrollo eficaz de la Unidad. Esto hace necesario un mapeo y rastreo de capital humano, recursos y capacidades tales como laboratorios, insumos, equipos, tecnología, entre otros.

Un gran porcentaje de los docentes vinculados a las instituciones de educación superior –tanto públicas y privadas– en Latinoamérica, es vinculado bajo una modalidad de pago denominada *hora cátedra*, que hace que sean flotantes y no se les asigne responsabilidades más allá de lo que se hace en las horas de clase que se le pagan. Ello sugiere que las instituciones deberán propiciar estrategias que estimulen el desarrollo de actividades de emprendimiento lideradas por la Unidad, una estrategia bajo la cual un docente pueda trabajar el fomento de la cultura del emprendimiento con la flexibilidad en el desarrollo del temario de la asignatura que le corresponda. De esa forma la Unidad de Emprendimiento de dicha institución podrá asesorar al docente en las actividades en pro de la creatividad, innovación y el emprendimiento.

Las direcciones de las instituciones deberán permitir el liderazgo de parte de los docentes y/o profesionales asignando responsabilidades compartidas. Entre estas la integración de los laboratorios con los cuales cuenta la institución. Es esencial el trabajo colaborativo e interdisciplinario para el desarrollo del emprendimiento en función de problemáticas y oportunidades que la sociedad le requiere a

las instituciones de educación superior. Por esa razón, se debe instaurar un comité que apoye el funcionamiento de la unidad de emprendimiento en el cual exista participación de actores clave.

La identificación de las competencias para el emprendimiento en sus grupos de interés será tarea esencial para la unidad, la cual deberá crear instrumentos para la recolección de información y análisis de esta. Esto es parte de las garantías de su sostenibilidad, puesto que diagnostica las necesidades de formación.

Las instituciones deberán trabajar por el mantenimiento de relaciones positivas con los actores del ecosistema de emprendimiento. Esto permite avanzar bajo los lineamientos de una agenda mancomunada en pro del desarrollo empresarial de la región y asimismo del país.

Teniendo en cuenta que las instituciones de educación superior en su gran mayoría manejan programas de extensión y proyección social, deberán garantizar un trabajo conjunto con quienes sean los líderes de la unidad de emprendimiento.

La unidad de emprendimiento deberá trabajar en alianza con equipos que rastreen tendencias y escenarios de futuro. Esto permite el acercamiento a nuevas oportunidades y la identificación de problemáticas que puedan ser solucionadas a través del desarrollo empresarial apoyados por la unidad. También es una forma de blindarse de amenazas del entorno. Se desarrolla también una cultura de vigilancia tecnológica, comercial y competitiva, que podrá ofrecerse como un servicio para el sector empresarial.

Las asignaturas electivas y complementarias que pueden ofertarse a todos los programas académicos de la sede son un camino acorde

para la estimulación del cambio en la cultura del emprendimiento. La Universidad del Valle, desde su programa institucional de emprendimiento ha realizado un esfuerzo para que las asignaturas relacionadas con emprendimiento se integren de contenidos programáticos muy prácticos, que influyeran en la toma de decisiones de los estudiantes en pro de trabajos de emprendimiento.

Relacionado con lo anterior, desde la Dirección de la sede se debe incentivar espacios de encuentro para los actores que tienen como proyecto el emprendimiento, con la finalidad de aprovechar el potencial de las ideas en pro de las necesidades de la comunidad, tanto sociales y económicos como ambientales. Asimismo, el área de extensión y educación continua debe aprovechar el relacionamiento con la comunidad externa de la sede (empresarios, egresados, entidades públicas) para ofrecer educación continuada que acerque a estos actores al fomento de la cultura del emprendimiento.

Por su parte, la ubicación geográfica de la sede Palmira es un recurso que se encuentra sin explotar a su máximo potencial. Esto quiere decir que la unidad de emprendimiento, como un actor en pro del desarrollo económico de la región, tiene la enorme oportunidad de contribuir a suplir necesidades de formación y talento humano que garantice la disposición del mismo, a su vez que de otras capacidades como laboratorios. En esta misma línea, la región cuenta con un sector empresarial en desarrollo y constante crecimiento, que no se limita únicamente a Palmira sino también otras zonas como Pradera, Candelaria y Florida.

Teniendo en cuenta lo anterior, la creación de la Unidad de Emprendimiento deberá blindarse de las amenazas. Específicamente, de los cambios constantes en el entorno con la finalidad de hacer

sostenible el plan de desarrollo a largo plazo. La gobernabilidad de la sede, del municipio, de la región, es fundamental para su contemplación a futuro. Los cambios en la normatividad del sector empresarial son de vital importancia para el aprovechamiento de oportunidades de este sector. El ambiente tecnológico presenta avances a una alta velocidad, lo cual puede dejar rezagados a quienes buscan su comprensión, es decir, al talento humano que posee la sede. Esto deberá ser suplido bajo estrategias enfocadas a la formación y capacitación constante de sus docentes y profesionales.

Se destaca que la creación de la Unidad de Emprendimiento podrá ver resultados a largo plazo, teniendo en cuenta que para su desarrollo se deben seguir estrategias ofensivas, aprovechando las fortalezas y oportunidades. De igual manera, se propone seguir las estrategias de reorientación con las cuales se busca corregir las debilidades o carencias a razón de sus recursos y capacidades. Cabe resaltar que todos los desarrollos relacionados con el emprendimiento mejorarán, de manera significativa, el desarrollo económico en el municipio en el cual se encuentra la sede. De esa forma, promover el emprendimiento con la creación de la Unidad es una manera como la Universidad responderá a su objetivo misional de extensión y proyección social, y así, mejorar la calidad de vida de los actores involucrados.

### **Referencias bibliográficas**

ANDI (2017). Estrategias para una Nueva Industrialización II. Colombia un país de oportunidades. Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. Bogotá, Colombia. <http://proyectos.andi.com.co/Libro2/Paginas/index.html>

- Audretsch, D. B., Belitski, M., & Desai, S. (2015). Entrepreneurship and economic development in cities. *The Annals of Regional Science*, 55(1), 33-60. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00168-015-0685-x>
- BBC News Mundo (2020). Caída del precio del petróleo: las consecuencias para América Latina de la caída del valor del crudo en medio de la crisis por el coronavirus. Artículo publicado el 10 de marzo de 2020. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-51807458>
- Bonilla, R. (2011). Apertura y Reprimarización de la Economía Colombiana. *Revista Nueva Sociedad* No.231, enero-febrero de 2011, [https://nuso.org/media/articles/downloads/3752\\_1.pdf](https://nuso.org/media/articles/downloads/3752_1.pdf)
- Brown, J., Isaacs, D., (2005). *The World Café: Shaping Our Futures Through Conversations that Matter*. CABerrett-Koehler Publishers. [https://www.bkconnection.com/static/The\\_World\\_Cafe\\_EXCERPT.pdf](https://www.bkconnection.com/static/The_World_Cafe_EXCERPT.pdf)
- Cerdá, E.; Khalilova (2016). *Economía Circular*. Localización: *Economía industrial*, ISSN 0422-2784, N° 401, 2016 (Ejemplar dedicado a: Empresa, medio ambiente y competición), págs. 11-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5771932>
- Etzkowitz, H.; Webster, A.; Gebhardt, C. & Cantisano T., B.R. (2000). The Future of the University and the University of the Future: Evolution of Ivory Tower to Entrepreneurial Paradigm. *Research Policy*, 29, 313-330. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048733399000694>
- Fundación Innovación Bankinter. (2017). Modelos de Negocio Disruptivos. *Future Trends Forum*. Resumen Ejecutivo. [https://www.fundacionbankinter.org/documents/20183/156075/Modelos+de+negocio+disruptivos\\_Resumen/](https://www.fundacionbankinter.org/documents/20183/156075/Modelos+de+negocio+disruptivos_Resumen/)
- GEM Colombia (2018). Estudio Actividad Empresarial 2017. Reporte GEM Colombia 2017. Global Entrepreneurship Monitor. <https://>

- [www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report](http://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report)  
GEM Colombia (2019). Estudio de la Actividad Emprendedora en Colombia. Basado en GEM Colombia 2018/2019. Reporte GEM Colombia 2018-2019. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report/estudio-de-la-actividad-emprendedora-en-colombia-basado-en-gem-colombia-2018-2019>
- Juliá, J. (2014). Emprendimiento y Universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV. REVERSCO. *Revista de Estudios Cooperativos*. 113:7-27. doi:10.5209/rev REVE.2014.v113.43394
- Kantis, H., Federico, J., & Magendzo, A. (2016). *Condiciones sistémicas e institucionalidad para el emprendimiento y la innovación. Hacia una agenda de integración de los ecosistemas en los países de la Alianza del Pacífico*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15673/condiciones-sistemicas-e-institucionalidad-para-el-emprendimiento-y-la-innovacion>
- Kantis, H., Federico, J., Menéndez, C. (2012). Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina, Tendencias y desafíos. CAF Documento de Trabajo N° 2012/09 Agosto, 2012. <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/239/politicas-emprendimiento-dinamico-america-latina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mosquera, M. & Luna, W. (2018). World Café University – Companies On The Professional Organizations Need, In Current Times. 22nd International Congress on Project Management and Engineering Madrid, 11th – 13th July 2018. [http://dspace.aepro.com/xmlui/bitstream/handle/123456789/1716/AT10-011\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.aepro.com/xmlui/bitstream/handle/123456789/1716/AT10-011_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- OECD (2018). Entrepreneurship at a Glance Highlights from 2018. SDD 10 October 2018. <https://www.oecd.org/sdd/business-stats/EAG-2018-Highlights.pdf>

- OECD (2019) OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019. OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/34907e9c-en>. <https://www.oecd.org/industry/oecd-sme-and-entrepreneurship-outlook-2019-34907e9c-en.htm>
- Orozco, L. & Chavarro, D. (2008). Universidad y Emprendimiento. Hallazgos, núm. 10, diciembre, 2008, pp. 65-97. Universidad Santo Tomás. Bogotá, Colombia.
- Reynolds, P. D., Hay, M. & Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report*. Kansas, MO.: Kauffman Foundation. [https://www.researchgate.net/publication/273704996\\_Global\\_Entrepreneurship\\_Monitor\\_1999\\_Executive\\_Report](https://www.researchgate.net/publication/273704996_Global_Entrepreneurship_Monitor_1999_Executive_Report)
- Rodríguez, G. & Tarazona, O. (2015). Unidades de Emprendimiento bajo un Estudio de Eficiencia Relativa. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 23(2), diciembre 2015, 149-162, DOI: <http://dx.doi.org/10.18359/rfce.1613> <http://www.scielo.org.co/pdf/rfce/v23n2/v23n2a11.pdf>
- Ruiz, M. & Deza, M. (2018). *Creciendo con Productividad: Una Agenda para la Región Andina*. Inter- American Development Bank. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Creciendo-con-Productividad-Una-agenda-para-la-Region-Andina.pdf>
- Sanabria, P., Morales, M. & Ortiz, C. (2015). Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación y educadores*. Vol. 18, No. 1, 111-134. DOI: 10.5294/edu.2015.18.1.7 [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0123-12942015000100007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0123-12942015000100007)
- SENA-Servicio Nacional de Aprendizaje (2007). Dirección General. Manual de Operación del Fondo Emprender, julio de 2007. <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:u-tfWBgh7gmwJ:www.fondoemprender.com/Normatividad/ManualOperacion2007.pdf+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co>

- Universidad del Valle (2005). Resolución N° 073. Por medio de la cual se crea el programa Institucional Emprendedores Univalle. Diciembre 12 de 2005. Consejo Superior. <http://proxsel6.univalle.edu.co/~secretariageneral/consejo-superior/resoluciones/2005/Res.073.pdf>
- Universidad del Valle (2016). Plan Estratégico de Desarrollo 2015-2025. Univalle. [http://paginasweb.univalle.edu.co/~planeacion/Analisis/Plan/pd2015-2025/revision/PE-D\\_2015-2025-31122016-Publicado.pdf](http://paginasweb.univalle.edu.co/~planeacion/Analisis/Plan/pd2015-2025/revision/PE-D_2015-2025-31122016-Publicado.pdf)
- Vicens, L. & Grullón, S. (2011). Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. V Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Innovaci%C3%B3n-y-emprendimiento-Un-modelo-basado-en-el-desarrollo-del-emprendedor.pdf>
- Wen-Long, C., & Shih-Ting, C. (2015). The impact of World Café on entrepreneurial strategic planning capability. *Journal of Business Research*, 68(6), 1283-1290. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296314003749>

## Capítulo 7.

# COMPARATIVO DE LA ACTITUD EMPREENDEDORA ENTRE ESTUDIANTES DE DOS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: UNICUCES DE COLOMBIA Y ANDINA SIMÓN BOLÍVAR DE ECUADOR

*Comparison of the entrepreneurial attitude among students of two  
higher education organizations: UNICUCES of Colombia and  
Andina Simón Bolívar of Ecuador*

### **Saulo Bravo García**

✉ sbravo@usc.edu.co

📄 <https://orcid.org/0000-0003-1510-1587>

Universidad Santiago de Cali

### **Andrés Argüello Salazar**

✉ andres.arguello@uasb.edu.ec

📄 <https://orcid.org/0000-0002-0142-9007>

Universidad Andina Simón Bolívar

### **Wilson Araque Jaramillo**

✉ wilson.araque@uasb.edu.ec

📄 <https://orcid.org/0000-0002-2626-8705>

Universidad Andina Simón Bolívar

### **Juan David Mera Porras**

✉ mporrasdavid94@gmail.com

📄 <https://orcid.org/0000-0002-6086-2740>

UNICUCES

### **Mercedes Martínez Lizarralde**

✉ emprendimiento@unicuces.edu.co

📄 <https://orcid.org/0000-0002-3852-6521>

UNICUCES

### **José Londoño-Cardozo**

✉ jodlondonoca@unal.edu.co

📄 <https://orcid.org/0000-0002-5739-1191>

Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

## **Cita este capítulo:**

Bravo García, S., Araque Jaramillo, W., Martínez Lizarralde, M., Argüello Salazar, A., Mera Porras, J. D. & Londoño-Cardozo, J. (2021). Comparativo de la actitud emprendedora entre estudiantes de dos organizaciones de Educación Superior: UNICUCES de Colombia y Andina Simón Bolívar de Ecuador. En: Londoño-Cardozo, J., Salcedo Serna, M. A. y Cifuentes Leitón, D. M. (Eds. científicos). *Emprendimiento y Universidad: Giros y desafíos de una relación problemática* (pp.291-317). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

# COMPARATIVO DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA ENTRE ESTUDIANTES DE DOS ORGANIZACIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: UNICUCES DE COLOMBIA Y ANDINA SIMÓN BOLÍVAR DE ECUADOR

Saulo Bravo García  
Wilson Araque Jaramillo  
Mercedes Martínez Lizarralde  
Andrés Argüello Salazar  
Juan David Mera Porras  
José Londoño-Cardozo

## Resumen:

**Objetivo:** Identificar la presencia de características que favorecen el emprendimiento en estudiantes universitarios de una universidad en Colombia y otra en Ecuador. **Metodología:** Es un estudio mixto que aborda tanto componentes cuantitativos, como cualitativos. Se realizó una encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar en Ecuador y una a los de UNICUCES – Corporación Universitaria Centro Superior– en Colombia; el análisis se ejecutó mediante R. **Resultados:** No existe mayor diferencia entre los estudiantes de ambas universidades. Es o podría deberse a la similitud de características sociales, económicas e institucionales de ambos países. Sin embargo, respecto a las características personales, los estudiantes ecuatorianos parecen tener una autoestima más baja y menor resistencia a la presión que los colombianos. **Conclusiones:** la percepción acerca de las diferencias culturales entre ecuatorianos

y colombianos frente a distintos aspectos económicos, políticos y sociales parece no cumplirse en los emprendedores de las dos universidades. Es necesario realizar un análisis más profundo que corrobore o refute ello que emplee este mismo tipo de variables pero que subsuma un mayor número de universidades de ambos países.

**Palabras Clave:** características emprendedoras, educación para emprender, actitud emprendedora.

### **Abstract**

**Objective:** to identify the presence of characteristics that favor entrepreneurship in university students from a university in Colombia and another in Ecuador. **Methodology:** it is a mixed study that addresses both quantitative and qualitative components. A survey was conducted for students at the Universidad Andina Simón Bolívar in Ecuador and UNICUCES in Colombia, the analysis was carried out using R. **Results:** There is no major difference between students from both universities. It is or could be due to the similarity of social, economic, and institutional characteristics of both countries. However, regarding personal characteristics, Ecuadorian students seem to have lower self-esteem and less resistance to pressure than Colombians. **Conclusions:** the perception about the cultural differences between Ecuadorians and Colombians in the face of different economic, political, and social aspects does not seem to be fulfilled in the entrepreneurs of the two universities. It is necessary to carry out a more in-depth analysis that corroborates or refutes this that uses the same type of variables but that subsumes a greater number of universities in both countries.

**Keywords:** entrepreneurial characteristics, entrepreneurship education, entrepreneurial attitude.

**JEL:** L26, M13

## **Introducción**

El emprendimiento se consolida como una respuesta a la escasez de puestos laborales, dados por las distintas crisis (Lederman et al., 2014), y a los cambios culturales e institucionales que surgen con la entrada de las generaciones más jóvenes a la denominada edad productiva (Fontaines-Ruiz et al., 2016; Londoño-Cardozo, 2018).

El principal impulsor del emprendimiento en la actualidad es la universidad (Arroyo, 2016) mediante políticas de fomento como las incubadoras de negocio, o unidades de emprendimiento, (Bravo, 2011, 2012) y de la transmisión de conocimiento desde la investigación a través de la conformación de *Spin-off* académicas (Bravo et al., 2019, 2020).

Este capítulo presenta los resultados de una investigación que buscó identificar la actitud de los estudiantes de la Corporación Universitaria Centro Superior UNICUCES de Colombia y la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador frente a las necesidades del entorno, el apoyo institucional desde las universidades y el Estado y su influencia sobre su actitud emprendedora. Se diseñó un cuestionario semiestructurado que se aplicó a estudiantes de ambas universidades. Los temas que se incorporaron en este instrumento abordaron desde factores genéricos como conocimientos conceptuales y teóricos, hasta aspectos personales como las motivaciones y su entorno familiar, entre otros (tabla 7-1).

Para cumplir con el objetivo planteado, en el documento se presenta en primer lugar, el sustento teórico en el que se tratan conceptualmente, la actitud emprendedora, la motivación para emprender y el concepto de emprendimiento. Se presentan resultados alrededor de percepciones personales de los emprendedores de ambas universidades respecto a las condiciones sociales, económicas y políticas de cada país y su relación con su deseo de emprender. También en lo relativo al reconocimiento de las características culturales y personales identificadas por cada emprendedor, que desfavorecen o fortalecen su impulso emprendedor. Los resultados respecto a temas teóricos del emprendimiento, la edad, el género, la influencia de la familia, sostenibilidad y responsabilidad social organizacional y la competitividad del mercado, abordados por la investigación, son objeto de trabajos posteriores.

**Tabla 7-1.** *Temáticas del instrumento*

| <b>Temáticas abordadas</b>  |
|---|
| Teorías sobre el emprendimiento, definición y contextualización       |
| Emprendimiento (comportamiento según el género, masculino y femenino) |
| Emprendimiento según la edad del individuo                            |
| Ser padres y su influencia en las actitudes en el emprendimiento      |
| Comportamiento según el entorno familiar                              |
| Motivaciones del emprendedor  |
| Inteligencia emocional  |
| Liderazgo, aptitudes y talentos                                       |
| Comportamiento bajo presión   |
| Sostenibilidad ¿en qué consiste?                                      |

|   |
|---|
| Sustentabilidad como herramienta emprendedora   |
| Responsabilidad social, un componente relevante |
| Competencia en el mercado                       |

Fuente: Elaboración propia

El proceso de formulación partió de dos hipótesis. En la primera, se consideró que los emprendedores universitarios de Ecuador y Colombia presentan actitudes diferentes respecto al emprendimiento empresarial. Esto dado que su entorno social, político y cultural es distinto. Ello podría originar diferencias en la actitud emprendedora. Es decir, podría motivar positivamente la idea de emprender o generar una idea general hacia el fracaso. En la segunda, se pensó que las características de un emprendedor universitario, sin importar el contexto, son determinantes en el momento de la creación de una nueva organización. Estas características pueden modificarse por rasgos culturales y a través de la educación. Sin embargo, el documento no aborda estos dos últimos ítems. Los resultados de la investigación falsearon la primera hipótesis y confirmaron la segunda.

En todas las variables analizadas, las estadísticas fueron similares y por lo tanto se consideró que existía poca diferencia entre las características de los emprendedores universitarios de ambas universidades. Sin embargo, la forma de percibir el entorno tuvo ligeras diferencias entre los estudiantes ecuatorianos y los colombianos. Ello, especialmente en lo relacionado a su interpretación del contexto político y social de cada país. A pesar de esto, para los emprendedores de ambas universidades el entorno no es un factor que afecte, de forma positiva o negativa, su actitud frente a emprender.

La principal diferencia entre los estudiantes emprendedores de ambas universidades es la percepción que tienen de sí mismos. Los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar tienen una mayor propensión hacia el rechazo de trabajos con incertidumbre y bajo presión que los colombianos. Por otro lado, los colombianos tienen una menor apertura hacia nuevos escenarios e ideas. En todas las variables analizadas las diferencias entre los resultados para ambos países son mínimas.

### **Actitud emprendedora**

Es difícil definir la actitud emprendedora (Espíritu, 2011) ya que algunos autores consideran que es un conjunto de variables que no se le pueden responsabilizar únicamente al sujeto (Alanya, 2012). Es por ello, que se dificulta encontrar una aproximación conceptual exacta. Por lo general, la actitud emprendedora se comprende como la predisposición de un sujeto frente a la acción de emprender (Espíritu y Sastre, 2007).

Esta predisposición está influenciada por factores como: a. Entorno, b. Nivel educativo, c. Condiciones sociales, d. Conocimiento previo, e. Nivel de educación, f. Capacidad económica o la facilidad de acceso a créditos y g. Inteligencia emocional y predisposición (Alanya , 2012; Durán-Aponte, 2013, 2013; Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2016; Espíritu & Sastre, 2007; Fernández et al., 2014).

Por esto, la mayoría de los estudios previos sobre actitud emprendedora en estudiantes universitarios toma en cuenta varios de estos factores como referentes para su medición. En tal sentido, se pueden encontrar documentos como el de Novillo et al. (2017)

que abordó adicionalmente la perspectiva de género. Fernández (2014) indagó sobre la actitud emprendedora en estudiantes de una universidad española. En esa misma línea Bretones & Silva (2009), indagaron sobre la actitud emprendedora desde una postura del comportamiento y su relación con la cultura la sociedad y la educación del sujeto.

Otros estudios indagaron acerca de la actitud emprendedora, las emociones y su relación con la formación (Durán-Aponte & Arias-Gómez, 2016). Dicha investigación buscó relacionar la inteligencia emocional de los sujetos y, a partir de los resultados, diseñar estrategias pedagógicas para capacitar futuros emprendedores. En la misma línea, el trabajo de Duarte (2013), en el Paraguay, buscó identificar la relación entre la actitud emprendedora y la investigación, relacionando estas dos acciones, el investigar y el emprender, como un mecanismo necesario para la creación de empresas efectivas y la transferencia de conocimiento. Algo que podría llamarse como *spin-off* académicas, lo que también es abordado por Bravo et al. (2020) al indagar sobre la inteligencia emocional, la investigación en las universidades y los mecanismos de transferencia de conocimiento.

En todas las investigaciones revisadas se identificó cierta aleatoriedad en algunas de las variables empleadas para medir la actitud emprendedora. En todo caso, las variables que se mantuvieron fijas fueron las relacionadas con el concepto emprender, motivación e infraestructura institucional, tanto de las universidades como del Estado.

A partir de lo anterior, se pudo identificar los aspectos que debían contener los instrumentos que se emplearan para la investigación (Tabla 7-1). Además, a partir de la revisión se estableció que la

técnica de recolección de información mayormente usada en las investigaciones es la encuesta, seguida por la entrevista dirigida. La primera se usó en mayor medida con grupos muestrales grandes y diferenciados en ubicaciones diferentes donde es difícil aplicar entrevistas individuales. La segunda se emplea en grupos pequeños o específicos. Esto quiere decir que la amplitud de la muestra condiciona la técnica que se usa en estas investigaciones.

De otro lado, no se encontraron publicados trabajos previos que indagaran sobre este tema en ninguna de las universidades estudiadas. Tampoco fue posible localizar en los archivos o en los repositorios de investigación internos de estas organizaciones universitarias, alguna investigación que sirviera como punto comparativo previo.

### **Diseño metodológico**

Este es un estudio mixto pues aborda consideraciones de un estudio cualitativo al indagar sobre la percepción de los estudiantes de las dos universidades estudiadas y cuantitativo al emplear métodos numéricos y estadístico para la comparación de los resultados obtenidos. La técnica para recoger la información fue un cuestionario que contenía las variables de características del emprendedor y la intención de generar ideas de negocio. Este se envió a trescientos estudiantes de las dos universidades. La tasa de respuesta del cuestionario fue del 60%. El instrumento constó de noventa y seis preguntas con opciones de respuesta en escala Likert de hasta 5 puntos. Cincuenta y dos fueron contestadas completamente. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a septiembre del año 2019. Posteriormente, se analizaron los datos mediante el programa SPSS.

El proceso de formulación partió de dos hipótesis: Hipótesis 1. Los emprendedores universitarios de Ecuador y Colombia presentan actitudes diferentes respecto al emprendimiento empresarial. Esto dado que su entorno social, político y cultural es distinto. Ello podría originar diferencias en la actitud emprendedora, podría motivar positivamente la idea de emprender o generar una idea general hacia el fracaso; Hipótesis 2: Las características de un emprendedor universitario, sin importar el contexto, son determinantes en el momento de la creación de una nueva organización.

Se aplicó una prueba de estadística no paramétrica a los estudiantes de las dos universidades que hacen parte del estudio en los dos países, con fin de relacionar o comparar los resultados de estas organizaciones. Esto debido a que las técnicas paramétricas hacen referencia a las pruebas inferenciales o de inferencia<sup>18</sup>, que se basan en los datos distribuidos normalmente (Nordness, 2006). Por otro lado, hay procedimientos que no precisan la estimación de parámetros y tampoco suponen la probabilidad en la población de donde se extrae la muestra, denominados técnicas no paramétricas<sup>19</sup> o contrastes de distribuciones libres, y son más simples de aplicar, no exigen condiciones sobre la muestra que provenga de algún tipo de distribución y son más generales (Rius & Barón, 2005). Además, se emplean como sustitutos sencillos de pruebas más complicadas (Spiegel & Stephens, 2009). Según Celis & Labrada (2014) los métodos no paramétricos tienen algunas ventajas para estudios de este tipo

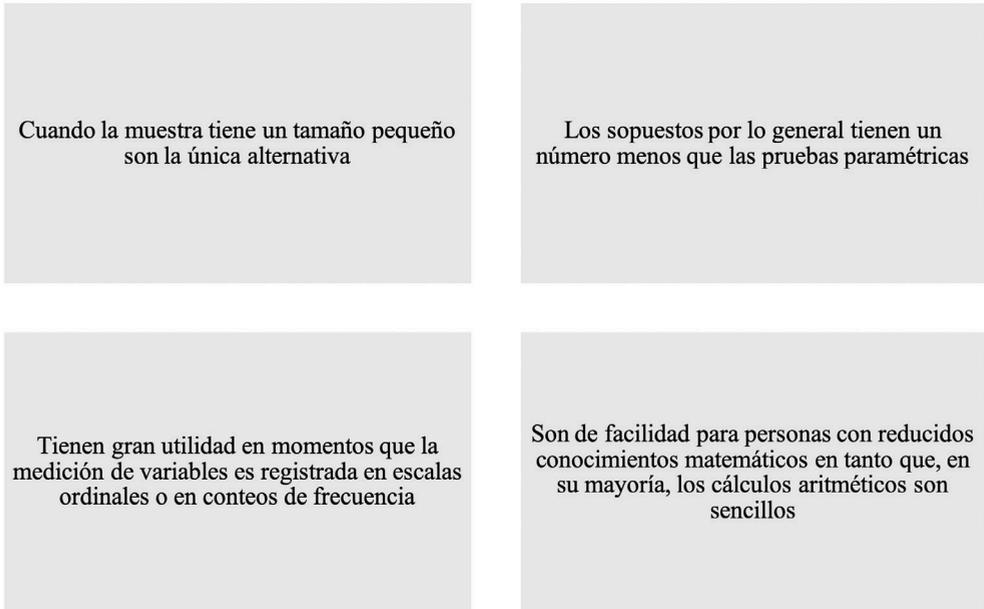
---

18 El proceso de la inferencia estadística es extraer conclusiones en relación con una población, el cual se basa en el estudio de sólo una parte o muestra de los miembros de dicha población (Nordness, 2006), las mediciones incluidas en la muestra determinan cuánto se aproxima el estadístico, es decir, “el valor numérico obtenido de la muestra, al valor real del parámetro poblacional” (Vidal, 2014).

19 Se denominan pruebas no paramétricas las que no establecen el supuesto de normalidad (Nordness, 2006).

de investigación (ver figura 7-1). Igualmente se pueden encontrar algunas desventajas como que tienen menos poder y son menos eficientes que las pruebas paramétricas.

**Figura 7-1.** ventajas de los estudios paramétricos



Fuente: Elaboración propia a partir de Celis de la Rosa & Labrada Martagón (2014)

Para el cálculo de la muestra  $u$  se efectuó la prueba  $U$  de Mann-Whitney. Este método obtiene las sumas de los rangos  $R_1$  y  $R_2$  siendo que  $N_1$  y  $N_2$  sean los tamaños muestrales, cuyos estadísticos son:

$$U_1 = n_1 n_2 + \frac{n_1 (n_1 + 1)}{2} - R_1$$

$$U_2 = n_1 n_2 + \frac{n_2 (n_2 + 1)}{2} - R_2$$

Esta distribución muestral de  $U$  es simétrica y tiene como media y varianza

$$\mu_U = \frac{n_1 n_2}{2}$$

$$\sigma_U = \frac{n_1 n_2 (n_1 + n_2 + 1)}{12}$$

Si  $N_1$  y  $N_2$  son mayores o iguales a 8 grupos entonces el estadístico  $T$  tiene una distribución aproximada a la normal (0,1) (Spiegel & Stephens, 2009):

$$Z = \frac{U - \mu_U}{\sigma_U} - R_1$$

## Resultados

Los resultados que aquí se presentan son estadísticos. Es decir, no comparan porcentualmente una variable frente a otra, sino que permiten analizar las diferencias de un resultado frente a otro o la consistencia de las variables entre sí. En las tablas 7-2 y 7-3 se presenta un comparativo entre las medidas de tendencia central, específicamente, la media, moda, mediana y la desviación estándar para cada pregunta y en cada país para las temáticas que aborda el documento. En la columna de la izquierda de la tabla se muestra

la pregunta. A la derecha aparecen dos agrupaciones. En primer lugar, Ecuador y posteriormente Colombia, que subsumen las medidas de tendencia central correspondientes a las respuestas de los universitarios de cada país.

**Tabla 7-2. medidas de tendencia central para Ecuador y Colombia parte 1**

| Pregunta   | ECUADOR |      |         |          |              |  | COLOMBIA |      |          |           |              |  |
|--|---------|------|---------|----------|--------------|--|----------|------|----------|-----------|--------------|--|
|  | Media   | Moda | Mediana | Varianza | Desv. Stand. |  | Media    | Moda | Media-na | Varian-za | Desv. Stand. |  |
| 3.1. Pienso algún día tener mi propia empresa  | 5       | 5    | 5       | 0        | 0            |  | 4,85     | 5    | 5        | 0,14      | 0,38         |  |
| 3.2. La idea de tener mi propio negocio y no trabajarle a otra persona me llama la atención                  | 4,43    | 5    | 5       | 1,29     | 1,13         |  | 4,62     | 5    | 5        | 0,42      | 0,65         |  |
| 3.3 Haría un gran esfuerzo y estaría dispuesto para emplear el tiempo necesario para crear mi propia empresa | 5       | 5    | 5       | 0        | 0            |  | 4,92     | 5    | 5        | 0,08      | 0,28         |  |
| 3.5. Pienso que tengo habilidades para identificar oportunidades de negocios                                 | 4,71    | 5    | 5       | 0,24     | 0,49         |  | 4,23     | 5    | 4        | 0,69      | 0,83         |  |
| 14.1. El éxito que logre en mis actividades depende poco de las condiciones sociales y/o económicas.         | 3       | 4    | 3       | 2,33     | 1,53         |  | 3,08     | 4    | 4        | 2,24      | 1,50         |  |
| 14.2. Me gusta destacar en mi trabajo/ estudios  | 4,86    | 5    | 5       | 0,14     | 0,38         |  | 4,85     | 5    | 5        | 0,14      | 0,38         |  |

|   |      |   |   |      |      |      |   |   |      |      |
|---|------|---|---|------|------|------|---|---|------|------|
| 14.3. Soporito bien las situaciones confusas y poco claras o de indefinición          | 3,71 | 4 | 4 | 1,90 | 1,38 | 4,54 | 5 | 5 | 0,60 | 0,78 |
| 14.4. Disfruto con las actividades que suponen un alto grado de aventura              | 4,57 | 5 | 5 | 0,62 | 0,79 | 4,08 | 5 | 4 | 1,24 | 1,12 |
| 14.5. Disfruto mucho hablando con la gente  | 4,43 | 5 | 5 | 1,29 | 1,13 | 4,77 | 5 | 5 | 0,19 | 0,44 |
| 14.6. En algunas ocasiones me siento inferior a los demás                             | 2    | 1 | 1 | 1,67 | 1,29 | 1,62 | 1 | 1 | 1,09 | 1,04 |
| 14.7. Tiendo a pensar lo mejor de la gente  | 4,29 | 5 | 5 | 1,24 | 1,11 | 4,38 | 5 | 5 | 0,76 | 0,87 |
| 14.8. En el mundo empresarial el trabajo de la gente competente siempre es reconocido | 3,57 | 4 | 4 | 1,95 | 1,40 | 3,31 | 3 | 3 | 1,23 | 1,11 |
| 14.10. Aguanto perfectamente las situaciones de incertidumbre                         | 3,86 | 5 | 4 | 1,48 | 1,21 | 4,08 | 4 | 4 | 0,41 | 0,64 |
| 14.11. Me parece que si no asumo riesgos me quedaré estancado/a                       | 4,86 | 5 | 5 | 0,14 | 0,38 | 3,92 | 5 | 4 | 1,08 | 1,04 |
| 14.12. Me gusta tener mucha gente al rededor  | 4    | 4 | 4 | 0,67 | 0,82 | 4,00 | 5 | 4 | 0,83 | 0,91 |
| 14.13. A veces las cosas me parecen demasiado sombrías y sin esperanza                | 2,71 | 1 | 3 | 2,24 | 1,50 | 1,92 | 1 | 2 | 1,08 | 1,04 |

|   |      |   |      |      |      |   |   |      |      |
|---|------|---|------|------|------|---|---|------|------|
| 14.14. Si alguien empieza a pelearse conmigo, yo también estoy dispuesto a pelear | 2    | 2 | 0,67 | 0,82 | 2,00 | 1 | 2 | 1,17 | 1,08 |
| 14.15. Me gusta planear a tiempo las actividades que realizo                      | 4,14 | 5 | 2,14 | 1,46 | 4,23 | 5 | 4 | 0,69 | 0,83 |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 7-3.** Medidas de tendencia central para Ecuador y Colombia parte 2

| Pregunta   | ECUADOR |      |         |          |               | COLOMBIA |      |         |          |              |
|--|---------|------|---------|----------|---------------|----------|------|---------|----------|--------------|
|  | Media   | Moda | Mediana | Varianza | Desv. S tand. | Media    | Moda | Mediana | Varianza | Desv. Stand. |
| 14.16. Me gusta trabajar para estar siempre entre los mejores diariamente                                      | 4,14    | 5    | 5       | 2,14     | 1,46          | 4,23     | 5    | 5       | 1,36     | 1,17         |
| 14.17. Soy muy receptivo a las nuevas ideas  | 4,86    | 5    | 5       | 0,14     | 0,38          | 4,31     | 5    | 5       | 1,23     | 1,11         |
| 14.18. Las personas que asumen riesgos tienen más probabilidades de salir adelante que las que no se arriesgan | 4,71    | 5    | 5       | 0,57     | 0,76          | 4,38     | 5    | 5       | 0,92     | 0,96         |
| 14.19. No soy tan vivo ni tan animado como otras personas  | 2,29    | 2    | 2       | 1,24     | 1,11          | 2,69     | 2    | 3       | 0,90     | 0,95         |

|   |      |   |   |      |      |      |   |   |      |      |
|---|------|---|---|------|------|------|---|---|------|------|
| 14.20. Cuando estoy bajo un fuerte estrés, a veces siento que me voy a desmoronar                 | 1,86 | 1 | 2 | 0,81 | 0,90 | 3,08 | 4 | 4 | 2,08 | 1,44 |
| 14.21. Cuando me han ofendido, lo que intento es perdonar y olvidar                               | 4,14 | 5 | 4 | 0,81 | 0,90 | 3,69 | 4 | 4 | 1,06 | 1,03 |
| 14.22. El éxito de la organización se basa en poner gente competente                              | 4,43 | 5 | 5 | 1,29 | 1,13 | 3,77 | 4 | 4 | 1,03 | 1,01 |
| 14.23. Estoy orgulloso de los resultados que he logrado en mis actividades                        | 4,86 | 5 | 5 | 0,14 | 0,38 | 4,77 | 5 | 5 | 0,19 | 0,44 |
| 14.25. Me atrevo a afrontar cualquier situación para mejorar mi desempeño o lograr mis propósitos | 4,57 | 5 | 5 | 0,62 | 0,79 | 4,23 | 5 | 5 | 1,86 | 1,36 |
| 14.26. En las reuniones, por lo general prefiero que hablen de otros                              | 2,71 | 3 | 3 | 2,24 | 1,50 | 3,15 | 4 | 3 | 1,47 | 1,21 |
| 14.27. A veces me he sentido amargado y resentido   | 2,29 | 1 | 2 | 2,24 | 1,50 | 1,92 | 2 | 2 | 0,58 | 0,76 |
| 14.28. Mi primera reacción es confiar en la gente   | 3,71 | 4 | 4 | 1,90 | 1,38 | 3,77 | 4 | 4 | 1,19 | 1,09 |
| 14.29. Analizo los errores para aprender de ellos   | 4,29 | 5 | 5 | 1,24 | 1,11 | 4,69 | 5 | 5 | 0,23 | 0,48 |

|   |      |   |   |      |      |      |   |   |      |      |
|---|------|---|---|------|------|------|---|---|------|------|
| 14.30. Me propongo hacer algo importante y con sentido cada día   | 4,14 | 5 | 5 | 2,14 | 1,46 | 4,77 | 5 | 5 | 0,19 | 0,44 |
| 14.31. Para disfrutar unas vacaciones, es mejor no seguir un esquema y un horario previamente determinado | 4    | 5 | 4 | 1,33 | 1,15 | 3,77 | 5 | 4 | 1,69 | 1,30 |
| 14.32. Pienso poco en los riesgos que conllevan mis decisiones  | 3    | 2 | 2 | 1,67 | 1,29 | 2,62 | 1 | 3 | 2,76 | 1,66 |
| 14.33. Me gusta estar donde está la acción  | 4,14 | 5 | 5 | 1,48 | 1,21 | 4,46 | 5 | 5 | 0,44 | 0,66 |
| 14.34. Rara vez estoy triste y deprimido  | 4,14 | 4 | 4 | 0,48 | 0,69 | 3,62 | 5 | 4 | 1,59 | 1,26 |
| 14.35. Trato de ser humilde   | 4,57 | 5 | 5 | 0,29 | 0,53 | 4,46 | 5 | 5 | 1,27 | 1,13 |
| 14.36. Creo que la mayoría de gente con la que trato es honrada y confiable                               | 4,43 | 4 | 4 | 0,29 | 0,53 | 4,38 | 4 | 4 | 0,42 | 0,65 |

Fuente: Elaboración propia

En la agrupación de preguntas referidas hacia la intención emprendedora, –preguntas 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 y 3.5–, se evidencian resultados similares para ambas universidades. Esto permite inferir que los estudiantes de ambas universidades están dispuestos, se sienten en capacidad o piensan emprender en algún momento de sus vidas.

En el mismo sentido, se encontró una igualdad en la pregunta 14.1 referida a la percepción del éxito en las actividades emprendedoras y el entorno. La calificación recibida en escala Likert para esta pregunta tuvo una moda de 4 puntos en ambas universidades. Esto indica que, para los emprendedores, el éxito no depende en gran medida de las condiciones sociales y económicas en las que se encuentran, sino que reconocen otros factores que afectan positiva o negativamente su intención emprendedora.

Respecto a la capacidad de trabajo bajo presión, se encontró una leve diferencia entre los estudiantes de ambas universidades. Los estudiantes de Ecuador reconocen soportar menos bajo presión o de incertidumbre que los estudiantes de Colombia. En este mismo sentido, aparece la calificación de la autoestima. Los estudiantes ecuatorianos se consideran inferiores a otras personas en mayor medida que los colombianos. Sin embargo, los estudiantes de la Universidad Andina Simón Bolívar tienen una mayor disposición para asumir riesgos como mecanismo de cambio que los estudiantes de UNICUCES. Los potenciales emprendedores de ambas universidades consideran que planifican sus actividades como una forma de superación que podrían implementar en sus futuros emprendimientos.

En general, aunque no se encuentran grandes diferencias entre los emprendedores universitarios de ambos países, se pueden identificar características únicas de cada uno. En los ecuatorianos se identificó una mayor receptibilidad hacia nuevos escenarios e ideas, mientras que los colombianos declaran tener una mayor aceptación de la presión y el fracaso. El alcance de este estudio no permite identificar si estas son características culturales asociadas a la idiosincrasia y costumbres de cada país. Lo que sí es posible afirmar es la similitud absoluta entre los estudiantes emprendedores de ambas universidades.

Al comparar estos resultados con las dos hipótesis planteadas en la investigación se identificó como positiva la hipótesis dos, mientras que la primera fue negada por los resultados (ver figura 7-2). Esto significa que las posibles diferencias frente Ecuador y Colombia en cuanto al sistema político, social, legal, educativo e institucional no generan diferencias frente a la actitud emprendedora de los estudiantes.

**Figura 7-2.** Hipótesis aprobadas y falseadas en la investigación.



Fuente: Elaboración propia

Todo lo anterior indica que los estudiantes emprendedores de ambos países desean, o "...deseen, o serían capaces, de crear su propia organización empresarial. Por otro lado, se puede deducir que las características de un emprendedor universitario, sin importar el contexto, son determinantes en el momento de la ejecución del impulso emprendedor. La prueba arroja que es mínima la variación reflejada en el resultado, lo que indicaría que existen algunos factores que influyen en el comportamiento y las actitudes que tiene una persona al emprender. Sin embargo, estas características podrían ser influenciadas por el entorno y nivel de desarrollo económico de cada región; Ecuador y Colombia tienen características económicas, políticas y sociales similares por lo que no es posible generalizar esta afirmación a partir de este estudio.

## **Discusión**

Los resultados demuestran que uno de los factores esenciales para emprender es tener el deseo de hacerlo, no obstante la actitud emprendedora puede ser influenciada por el entorno y la educación (Bretones & Silva, 2009). Todo ello, sin dejar de lado el factor intrínseco que refleja el emprendedor y la oportunidad que se presente para tomar la determinación de actuar por sí solo en un proyecto de emprendimiento.

En este estudio se pudo evidenciar que las variables que mantuvieron relevancia respecto al análisis de la literatura, para los emprendedores de las dos universidades estudiadas, fueron la motivación y la infraestructura institucional. Estas se encuentran relacionadas con las universidades y el Estado, lo que hace suponer que, para que un proceso de emprendimiento pueda llegar a tener

éxito, este puede darse desde la universidad, ya que es vista como un escenario ideal para el desarrollo de estos proyectos.

En las universidades estos proyectos suelen ser articulados con la investigación, a la vez que se entienden como una oportunidad de desarrollo de conocimiento a partir de la identificación de ideas; en este caso es trascendental el papel de las incubadoras de empresas (Aernoudt, 2004; Bravo, 2011, 2012). En la mayoría de estos casos surgen modelos de negocios denominados *spin-off* (Bravo et al., 2019, 2020; Duarte, 2013) y convierten a la universidad en una fuente de emprendimiento sostenible (Arroyo Vázquez, 2016).

Lo anterior permite reflexionar sobre los resultados del estudio. Se confirma que la variación de algunos factores que pueden influir en el comportamiento y las actitudes que tiene una persona al emprender estos podrían ser reforzados desde los aspectos de inteligencia emocional (Bravo et al., 2020). También se brindan espacios ecosistémicos donde se establecen estrategias de fortalecimiento al emprendedor universitario, no solamente con apoyo técnico para la idea de su propuesta, sino que adicionalmente se le permite encontrar un lugar para conocerse a sí mismo.

Uno de los factores primordiales para el emprendedor es su esencia, sus características emocionales y la adaptabilidad al contexto donde pertenezca, por lo que se puede deducir que una universidad podría ser la respuesta a las expectativas que un profesional pueda tener para ser empresario. Sin embargo, esta debe estar organizada de manera sistemática, preparada para influir en el diseño de estrategias de autoconocimiento de emociones en los emprendedores.

Este proyecto permite dejar abiertas posibilidades de ampliar el conocimiento hacia experimentos más detallados con una población más amplia entre estudiantes universitarios. Estos estudios deben tender a identificar cuáles serían los ecosistemas internos de las universidades, idóneos para el desarrollo de emprendimientos de crecimientos rápidos y sostenibles.

Desde esta perspectiva, se hace pertinente que los procesos formativos hagan énfasis en las competencias emprendedoras y en pensamientos innovadores, no solo para identificarlos sino también para incentivarlos creando contenidos que redunden en enfoques experienciales de tal forma que los estudiantes encuentren coherencia entre sus talentos y los procesos formativos en la Universidad. Investigar desde los contenidos programáticos hasta las evidencias de aprendizaje, mediado por los laboratorios de emprendimiento para la co-creación y el fortalecimiento de las competencias individuales, es una propuesta que, como continuidad, puede arrojar grandes resultados para la academia en general.

## **Conclusiones**

La tendencia de los estudiantes de una universidad, la Andina Simón Bolívar, de tomar mayores riesgos, pero aceptar en menor medida la incertidumbre y el trabajo bajo presión, frente a lo expuesto por los estudiantes de UNICUCES podría dar a suponer que tal vez el contexto en el que se encuentran y sus raíces culturales y/o familiares puedan influir en su reacción frente a tomar riesgos. Con respecto al estrés se puede percibir que éste puede depender del medio en que se desarrolle según la dinámica social y económica de donde se ejecute su espíritu emprendedor. Sin embargo, esto no es concluyente en el

presente estudio que se consolidó como un piloto de colaboración entre ambas organizaciones universitarias. El tema del manejo de la presión, las características socio culturales en ambos países y su influencia en la actitud emprendedora podría ser un tema que puede servir para futuras investigaciones.

Por otro lado, de acuerdo con el análisis se puede deducir que, sin importar el área donde se encuentre, al emprendedor universitario le gusta ser exitoso en sus actividades sin depender de lo social y económico. Es aventurero ya que tiene más probabilidad de salir adelante; le gusta ser destacado y reconocido en su trabajo. En el ámbito empresarial planea sus actividades y analiza los errores para no cometerlos nuevamente.

El análisis dio cuenta que el emprendedor de ambos países tiene buenas relaciones interpersonales. En este sentido, consideran que las personas son honradas, confiables y disfrutan el compartir con ellas. Por otro lado, no se siente o no sabe controlar situaciones donde hay discusiones o enfados. Nuevamente, habría que identificar si esta tendencia, encontrada en ambas universidades está relacionada con la idiosincrasia de los habitantes de ambos países o quizá con el contexto latinoamericano en general.

La percepción que se tiene acerca de las diferencias culturales entre ecuatorianos y colombianos frente a distintos aspectos económicos, políticos y sociales parece no cumplirse en los emprendedores de las dos universidades analizadas. Se sugiere efectuar un análisis con mayor profundidad que emplee este mismo tipo de variables pero que subsuma un mayor número de universidades de ambos países. Lo anterior podría ayudar a dilucidar si la igualdad encontrada es un tema general o específico únicamente para los casos estudiados.

## Referencias bibliográficas

- Aernoudt, R. (2004). Incubators: Tool for Entrepreneurship? *Small Business Economics*, 23(2), 127–135. <https://doi.org/10.1023/B:S-BEJ.0000027665.54173.23>
- Alanya Reque, S. B. (2012). *Habilidades sociales y actitud emprendedora en estudiantes del quinto de secundaria de una institución educativa del distrito del Callao* [Tesis maestría en Educación Mención en Psicopedagogía, Universidad San Ignacio de Loyola]. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/123456789/1080>
- Arroyo Vázquez, M. (2016). *Emprendimiento y Universidad emprendedora: Conceptualización, propuesta metodológica y caracterización de la Universidad Politécnica de Valencia* [Tesis Doctoral, Universitat Politècnica de Valencia]. [www.doi.org/10.4995/Thesis/10251/61459](http://www.doi.org/10.4995/Thesis/10251/61459)
- Bravo García, S. (2011). Incubadoras de empresas en Colombia. *Revista Ingenium*, 5(9), 5–13.
- Bravo García, S. (2012). *Incubadoras de empresas, creación de empresas y redes sociales* [Tesis doctorado en Administración y Economía]. Universidad de Sevilla.
- Bravo García, S., Benavides Bustos, J. P., Bravo, M. E., Wagner Martínez, M. A., & Londoño-Cardozo, J. (2020). *Características emprendedoras y modelos spin—Off académicas. Análisis de casos en Colombia* (Primera ed.). Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Bravo García, S., Wagner Martínez, M. A., Benavides, J., & Londoño-Cardozo, J. (2019). Perspectivas de las spin-off académicas como modelo de emprendimiento en las universidades colombianas. *Desarrollo Gerencial*, 11(1), 131 – 156. <https://doi.org/10.17081/dege.11.1.3443>
- Bretones, F. D., & Silva, M. (2009). Cultura, sociedad, educación y comportamiento emprendedor. En F. D. Bretones, *Comporta-*

- miento emprendedor en el ámbito universitario: *Personas y sociedad*. (pp. 93–109). Granada: Editorial de la Universidad de Granada.
- Celis de la Rosa, A. de J., & Labrada Martagón, V. (2014). *Bioestadística* (Tercera edición). Colombia: Editorial El Manual Moderno.
- Duarte Masi, S. (2013). Factores determinantes de la actitud emprendedora investigativa en científicos del Paraguay. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad - CTS*, 23(8), 67–67.
- Durán Aponte, E. (2013). Distinción entre actitud emprendedora y autoeficacia: Validez y confiabilidad en estudiantes universitarios. *Educación y Futuro Digital*, 7, 59–69.
- Durán-Aponte, E. & Arias-Gómez, D. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la educación*, 6(2), 83–102. <https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>
- Espíritu Olmos, R. (2011). *Actitud emprendedora en los estudiantes universitarios: Un análisis de factores explicativos en la Comunidad de Madrid* [Tesis para optar al título de doctor en Administración, Universidad Complutense de Madrid]. <https://core.ac.uk/download/pdf/19715383.pdf>
- Espíritu Olmos, R. & Sastre Castillo, M. Á. (2007). La actitud emprendedora durante la vida académica de los estudiantes universitarios. *Cuadernos de estudios empresariales*, 17, 95–116.
- Fernández Laviada, A., Rueda Sampedro, M. I. & Herrero Cresco, A. (2014). *Estudio de la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios de la facultad de CC. EE. y empresariales de Cantabria*. Memorias del Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación. Buenos Aires, Argentina, Santander.
- Fontaines-Ruiz, T., Palomo de Rivero, M., Velásquez, M. V., & Aguirre Benalcázar, M. (2016). Actitud emprendedora: ¿qué es? ¿De qué se compone? *Ágora de Heterodoxias*, 2(1), 19–38.

- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: Muchas empresas y poca innovación* (Primera ed.). Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento / Banco Mundial.
- Londoño-Cardozo, J. (2018). Educación para emprender ¿práctica o teoría? *Revista Argentina de Investigación en Negocios*, 4(1), 97–106.
- Nordness, R. J. (2006). *Epidemiología y bioestadística. Secretos* (1ª Edición). España: Elsevier España, S.A.
- Novillo Maldonado, E. F., Sarmiento Chugcho, C. B., Ollague Valarezo, J. K., & Ramón, D. I. R. (2017). Análisis de actitud emprendedora en estudiantes universitarios: Una perspectiva de género. *INNOVA Research Journal*, 2(8.1), 56–63. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n8.1.2017.330>
- Rius Díaz, F., & Barón López, F. J. (2005). *Bioestadística* (Primera edición). Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2009). *Estadística* (M. del C. E. Hano Roa, Trad.; Cuarta edición). México D. F.: Mc Graw Hill.
- Vidal, C. A. (2014). Estadística descriptiva y selección de la prueba. *Revista Mexicana de Cardiología*, 25(2), 129–131.



## ACERCA DE LOS AUTORES

*About the authors*

### **Marco Alexis Salcedo Serna**

✉ [masalcedos@unal.edu.co](mailto:masalcedos@unal.edu.co)

📄 <https://orcid.org/0000-0003-0444-703X>

PhD. en Psicología, Universidad Autónoma de Madrid. Magíster en Filosofía, Universidad del Valle. Profesor del Departamento de Ciencias Sociales e integrante del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

### **José Londoño-Cardozo**

✉ [jodlondonoca@unal.edu.co](mailto:jodlondonoca@unal.edu.co)

📄 <https://orcid.org/0000-0002-5739-1191>

Magíster en Administración, administrador de empresas, integrante del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN, Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira. Tecnólogo industrial, Universidad Santiago de Cali.

### **Bryan Yazir Gaitán Vera**

✉ [bygaitanv@unal.edu.co](mailto:bygaitanv@unal.edu.co)

📄 <https://orcid.org/0000-0002-3662-6377>

Administrador de empresas e integrante del Grupo de Estudios Neoinstitucionales – GEN de la Universidad Nacional de Colombia – Sede Palmira.

### **Alexandra Eugenia Arellano Guerrero**

✉ [aarellanog@unal.edu.co](mailto:aarellanog@unal.edu.co)

📄 <https://orcid.org/0000-0001-8115-8296>

Ph.D. en Ingeniería de la Producción. Universidad de Sao Pablo. Profesora asociada y líder del Grupo de Estudios en Gestión Empresarial, Tecnología, Innovación y Conocimiento - GETIC de la Universidad Nacional de Colombia - Sede Palmira.

**Jonny Alexander Cruz Bolaños**

✉ cruzjonnyalexander@gmail.com

© <https://orcid.org/0000-0001-7501-0850>

Psicólogo, magíster en Psicología. Profesor Universidad Cooperativa de Colombia –Campus Cali –G.I. Estudios Interdisciplinarios en Psicología.

**Diana Milec Cifuentes-Leiton**

✉ diana.milec.cifuentes@correounivalle.edu.co

© <https://orcid.org/0000-0003-2221-2322>

Doctoranda en Psicología. Magíster en Psicología. Psicóloga. Integrante del grupo de investigación Gestión y Políticas Públicas, y del grupo de investigación Psicología Organizacional y del Trabajo de la Universidad del Valle-Sede Cali.

**Romario Barrios Hernández**

✉ rebarrios@mail.uniatlantico.edu.co

© <https://orcid.org/0000-0002-3108-3000>

Abogado y administrador de empresas de la Universidad del Atlántico. Maestrando en Derecho de La Empresa y de los Negocios de la Universidad de Barcelona, España. Integrante del grupo de Investigación “Economía de la Educación” de la Universidad del Atlántico.

**Juan Luis De La Hoz Pacheco**

✉ Juanl-delahozp@unilibre.edu.co

© <https://orcid.org/0000-0003-0549-3409>

Economista y abogado de la Universidad del Atlántico, especialista en Contratación Estatal de la Universidad Libre de Colombia. Maestrando en Economía de la Universidad Nacional de Colombia. Integrante del grupo de Investigación “Economía de la Educación” de la Universidad del Atlántico.

**Paola Andrea Salazar Valencia**

✉ paolaandrea.salazar@upb.edu.co  
① <https://orcid.org/0000-0001-6977-7772>

Economista – Magíster en Administración de Empresas – Especialista en Gerencia. Coordinadora Grupo de Investigación Estudios sobre Organizaciones; Programa Administración de Empresas; Universidad Pontificia Bolivariana; Seccional Palmira; Colombia.

**Ana Cristina Galvis Galvis**

✉ anacristina.galvis@upb.edu.co  
① <https://orcid.org/0000-0002-1306-8552>

Administradora de Empresas – Magíster en Administración de Empresas. Docente Programa Administración de Empresas. Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Palmira, Colombia.

**Andrés Felipe Parra Perea**

✉ andresfelipe.parra@upb.edu.co  
① <https://orcid.org/0000-0001-7790-1315>

Licenciado en Matemáticas – Magíster en Enseñanza de las Matemáticas. Docente Programa de Ingeniería Industrial. Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Palmira, Colombia.

**Edward Andrés Benavides-Sánchez**

✉ edward.benavides@correounivalle.edu.co  
① <https://orcid.org/0000-0001-9799-749X>

Magíster en Administración. Profesor, Universidad del Valle - Sede Palmira – G.I Calidad y Productividad en las Organizaciones.

**Camilo Andrés Castro-Ruíz**

✉ camilo.castro@correounivalle.edu.co  
① <https://orcid.org/0000-0003-1808-2406>

M.Sc. Ciencias de la Organización. Profesor, Universidad del Valle – Sede Palmira - G.I Humanismo y Gestión.

### **Mauricio Quintero-Ángel**

✉ mauricio.quintero@correounivalle.edu.co

⑩ <https://orcid.org/0000-0003-3680-7458>

Ph.D. Ciencias Ambientales. Profesor, Universidad del Valle – Sede Palmira – G.I Sistemas Socio-Ecológicos Sustentables.

### **Saulo Bravo García**

✉ sbravo@usc.edu.co

⑩ <https://orcid.org/0000-0003-1510-1587>

PhD. en Administración, Universidad de Sevilla. Profesor e investigador Grupo GICONFEC, Universidad Santiago de Cali. Asesor de Investigación UNICUCES.

### **Wilson Araque Jaramillo**

✉ wilson.araque@uasb.edu.ec

⑩ <https://orcid.org/0000-0002-2626-8705>

PhD. en Administración. Vicerrector. Director del área académica de Gestión y del Observatorio de la PyME, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

### **Mercedes Martínez Lizarralde**

✉ emprendimiento@unicuces.edu.co

⑩ <https://orcid.org/0000-0002-3852-6521>

Magíster en Filosofía, Universidad del Valle. Investigadora del Grupo de investigación Construcecs, UNICUCES.

### **Andrés Argüello Salazar**

✉ andres.arguello@uasb.edu.ec

⑩ <https://orcid.org/0000-0002-0142-9007>

Economista, Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Especialista en proyectos de Desarrollo, investigador del Observatorio de la PyME, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

**Juan David Mera Porras**

✉ [mporrasdavid94@gmail.com](mailto:mporrasdavid94@gmail.com)

© <https://orcid.org/0000-0002-6086-2740>

Profesional en Mercadeo, Universidad Santiago de Cali. Auxiliar Investigación y proyección social, UNICUCES.



## **PARES EVALUADORES**

*Peer evaluators*

### **Julián Tamayo**

Investigador Asociado (I)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7243-3401>

Institución Universitaria Colegios de Colombia

### **Ana Isabel García Muñoz**

Investigador Junior (IJ)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4455-4534>

Universidad de Boyacá

Centro de Investigación de la Cultura Física (CICFI), de la Escuela Militar de Cadetes General José María Córdova.

### **Marcela América Roa**

Investigador Asociado (I)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1481-211X>

Universidad de Boyacá

### **Jean Jader Orejarena**

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0401-3143>

Universidad Autónoma de de Puebla, México

### **Mildred Alexandra Vianchá Pinzón**

Investigador Asociado (I)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9438-8955>

Corporación Universitaria Minuto de Dios

### **Alexander Luna Nieto**

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9297-8043>

Fundación Universitaria de Popayán

**David Leonardo Quitián Roldán**

Investigador Junior (IJ)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2099-886X>

Uniminuto, Villavicencio.

**Jairo Vladimir Llano Franco**

Investigador Senior (IS)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4018-5412>

Universidad Libre de Colombia - Seccional Cali

**Nelson Contreras Coronel**

Investigador Junior (IJ)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2264-8225>

Universidad Tecnológica de Pereira

**Hoover Albeiro Valencia Sánchez**

Investigador Asociado (I)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9193-2089>

Universidad Tecnológica de Pereira

**Ricardo Antonio Torres Palma**

Investigador Senior (IS)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4583-9849>

Universidad de Antioquia, Medellín.

**Luis Alfredo González Monroy**

Investigador Junior (IJ)

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7249-4677>

Universidad del Magdalena



**Distribución y Comercialización /  
Distribution and Marketing**

Universidad Santiago de Cali  
Publicaciones / Editorial USC

Bloque 7 - Piso 5

Calle 5 No. 62 - 00

Tel: (57+) (2+) 518 3000

Ext. 323 - 324 - 414

✉ editor@usc.edu.co

✉ publica@usc.edu.co

Cali, Valle del Cauca

Colombia

**Diagramación / Design & Layout by:**

Diana María Mosquera Taramuel

diditaramuel@hotmail.com

diagramacioneditorialusc@usc.edu.co

Cel. 3217563893

Este libro fue diagramado utilizando fuentes tipográficas Literata en sus respectivas variaciones a 11 puntos en el contenido y Fira Sans para capitulares a 44 puntos.

Foto de portada: © jmexclusives / Pixabay

Impreso en el mes de noviembre de 2021,  
se imprimieron 100 ejemplares en los  
Talleres de SAMAVA EDICIONES E.U.

Popayán - Colombia

Tel: (57+) (2) 8235737

2021

Fue publicado por la  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Universidad Santiago de Cali.