



RECIBIDO EL 4 DE SEPTIEMBRE DE 2019 - ACEPTADO EL 5 DE FEBRERO DE 2020

# INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL EMPRENDIMIENTO JUVENIL EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA

## INFLUENCE OF HIGHER EDUCATION ON YOUTH ENTREPRENEURSHIP IN UNIVERSITY STUDENTS: A THEORETICAL APPROACH

**Germán Darío Hémbuz Falla<sup>1</sup>**

**Ana María Sánchez Avilés<sup>2</sup>**

**Valeria Bermeo Díaz<sup>3</sup>**

Universidad Surcolombiana, Colombia

### RESUMEN

El emprendimiento es un factor clave para el surgimiento de las empresas, ya que el ser

emprendedor está ligado a ser innovador, cuestión que se suscribe como un hecho cultural donde el ser humano logra su desarrollo como individuo, a la vez que su entorno empresarial

<sup>1</sup> Docente Investigador Tiempo Completo Facultad de Economía y Administración de la Universidad Surcolombiana. Coordinador Grupo de Investigación CRE@ Categoría B MINCIENCIAS. Candidato a Doctor en Ciencias Sociales, Universidad de Manizales-CINDE. Magister Gerencia del Talento Humano, Universidad de Manizales. Especialista en Alta Gerencia, Universidad Surcolombiana. Especialista Gerencia de Mercado, UCC. Administrador de Empresas Universidad EAN. [german.hembuz@usco.edu.co](mailto:german.hembuz@usco.edu.co) Código <https://orcid.org/0000-0002-9976-8225> Google Scholar: Hémbuz Falla, Germán Darío - Colombia, Huila - Neiva.

<sup>2</sup> Investigadora Universidad Surcolombiana. Programa Administración de Empresas de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Surcolombiana. Grupo de Investigación CRE@ Categoría B MINCIENCIAS. [ana.sanchez@usco.edu.co](mailto:ana.sanchez@usco.edu.co) - Código <https://orcid.org/0000-0003-3002-652X> - Tel. +57 310 629 23 13 - Colombia, Huila - Neiva.

<sup>3</sup> Investigadora Universidad Surcolombiana. Programa Administración de Empresas de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Surcolombiana. Grupo de Investigación CRE@ Categoría B MINCIENCIAS. [U20152142876@usco.edu.co](mailto:U20152142876@usco.edu.co) Código <https://orcid.org/0000-0002-9023-573X> - Tel +57 316 481 28 39 - Colombia, Huila - Neiva.



termina proporcionándole beneficios para su crecimiento personal y profesional. En el presente artículo se analizan investigaciones que reconocen la importancia del emprendimiento en la educación de los jóvenes a partir de la experiencia en diferentes ambientes universitarios en Malasia, Australia, Túnez, Venezuela, Nigeria, Latinoamérica y Colombia. La revisión del concepto de emprendimiento se desarrolla desde diferentes autores a través del tiempo lo que ha generado cambios en su concepción, derivando complementos en la teoría que han permitido hablar de ser emprendedor, cultura emprendedora, espíritu emprendedor, educación empresarial, perfil emprendedor y habilidad empresarial. De esta manera, el foco de análisis corresponde a una mirada del emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios con la capacidad de llevar procesos formales y legales, orientados a satisfacer una necesidad específica en el mercado, generando empleo y una oferta de bienes, técnicas y/o servicios, mediante el aprovechamiento de las oportunidades que le permiten posicionarse y desarrollar su capacidad de agencia a pesar de su condición etárea en diferentes sectores productivos. Finalmente, se reconoce que las características personales de los estudiantes emprendedores universitarios se centran en la fuerza vital, el deseo de superación y progreso, la capacidad de identificar oportunidades, la visión prospectiva hacia el futuro, la habilidad creadora e innovadora, la aceptación y propensión al cambio, la iniciativa, la confianza en las facultades propias, la actitud mental positiva hacia el éxito, el compromiso, la constancia, la perseverancia, entre otras.

### **PALABRAS CLAVES**

Emprendimiento, Cultura Emprendedora, Espíritu Emprendedor, Educación Superior, Estudiantes Universitarios, Educación Empresarial.

### **ABSTRACT**

Entrepreneurship is a key factor for the emergence of companies, behind entrepreneur being is linked to innovator being, this is an issue that is subscribed like a cultural fact where human beings achieving their individual development, while their business environment wind up providing benefits for their personal and professional growth. Article analyses researches that recognizes the importance of entrepreneurship in the young people forming, based on different university experience located in Malaysia, Australia, Tunisia, Venezuela, Nigeria, Latin America, specially in Colombia. The review of entrepreneurship concept, run around from different authors over time, which has generated changes in its conception, deriving theory complements that have allowed talking about entrepreneur being, entrepreneurial culture, entrepreneurial spirit, entrepreneurial education, entrepreneurial profile and entrepreneurial skills. In this way, the analysis focuses in youth students entrepreneurship universities who have the ability to carry out formal and legal processes aimed to satisfy a specific need at market place, on employment generating and offer of products techniques and/or services by seizing opportunities that allow market positioning and develop their agency capacity despite their age in different productive sectors. Finally, is recognized that the personal characteristics of youth student universities entrepreneurs are gather on life force, desire of improvement and progress, ability to identify opportunities, prospective of future vision, creative and innovative ability, acceptance and propensity for change, initiative, confidence in one's own faculties, positive mental attitude towards success, commitment, constancy, perseverance, among others.



## KEY WORDS

Entrepreneurship, Entrepreneurial Culture, Entrepreneurial Spirit, Higher Education, University Students, Business Education.

## INTRODUCCIÓN

Las sociedades en sus diferentes territorios acuden a la decisión de optar por el desarrollo empresarial como estrategia para el crecimiento económico. De esta manera, queda enmarcado en el contexto del desarrollo la creación de empresas como una de las estrategias posibles que contribuyen al crecimiento del capital y que da lugar a la interacción del capital humano y de una ciudadanía políticamente activa.

Históricamente, los primeros lineamientos conceptuales sobre el emprendimiento se desarrollan a finales del siglo XIX y principios del XX, pero es a partir de los años 80 cuando este concepto empieza a tomar importancia en la investigación científica. En un comienzo, el término solía ser empleado en ámbitos diferentes al económico y ligado estrechamente a realizar acciones movidas por la incertidumbre y la aventura. Incluso, se afirmaba que una propuesta de negocio correspondía a un lanzamiento de “aventura” hacia el mercado. No obstante, no se ha logrado acordar una definición común a razón de sus enfoques divergentes (Herrera & Montoya, 2013).

Dentro de las posturas teóricas fundadoras del emprendimiento se encuentra la de Joseph Alois Schumpeter, reconocido como uno de los más grandes exponentes sobre el emprendimiento e innovación. Schumpeter, en su libro *Capitalismo, Socialismo y Democracia* indica que:

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva

manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc. (citado en Velásquez, 2013).

Este concepto aún puede ser apropiado para la época, pero siguen surgiendo otras concepciones. A partir de los años noventa, surge un nuevo enfoque a las teorías del emprendimiento que Formichella (2004) citando a Howard Stevenson (2000), lo percibe como una mediación de las oportunidades que potencializan el uso de los recursos. Stevenson plantea que crear una empresa no es un hecho para ser considerado un emprendedor, sino que se necesitan otros factores que ofrecen sostenibilidad a la condición de ser emprendedor, por ejemplo y producto que se encuentra en el mercado a razón de la acción emprendedora **sólo puede considerarse innovador por la forma en la que este sea presentado dentro de dicho mercado y al consumidor** (Stevenson, 2000).

El despertar emprendedor en un territorio hace posible el **desarrollo de la cultura emprendedora**, se muestra como un factor clave para el surgimiento de las empresas, ya que el ser emprendedor está ligado a ser innovador, cuestión que se suscribe como un hecho cultural donde el ser humano logra su desarrollo como individuo, a la vez que su entorno empresarial termina proporcionándole beneficios para su “crecimiento personal, profesional y en el desarrollo socioeconómico, a través de las habilidades, los valores y las actitudes que se generan mediante las distintas situaciones que puedan surgir” (Ramírez Calvillo, 2013).

En consonancia, la cultura emprendedora nace mediante la motivación intrínseca del ser, quien encuentra una oportunidad de negocio a través de una serie de características mentales, motivacionales y de percepción, identificado las necesidades para agregar valor a los productos



y servicios que se propone desarrollar en el entorno.

En la concepción de Cultura Emprendedora, nace el **espíritu emprendedor** que identifica a la persona que se define como emprendedora, quién desarrolla o posee habilidades específicas para la generación de un proyecto o idea de negocio.

Para Varela & Bedoya (2006), se entiende el espíritu emprendedor como la disposición de unas competencias básicas en lo personal, es decir, un conjunto de valores, creencias, actitudes, modos de reacción y de acción, como también de algunas características que son la base de la cultura empresarial, dentro de las que se cuentan la fuerza vital, el deseo de superación y progreso, la capacidad de identificar oportunidades, la visión prospectiva hacia el futuro, la habilidad creadora e innovadora, la aceptación y propensión al cambio, la iniciativa, la confianza en las facultades propias, la actitud mental positiva hacia el éxito, el compromiso, la constancia, la perseverancia, entre otras.

Considerando los dos preceptos anteriores, y sumando el hecho de que la economía actual exige la formulación de estrategias de emprendimiento como requisito fundamental del desarrollo, muchas naciones alrededor del mundo han optado por fomentar el espíritu emprendedor en las nuevas generaciones, por medio de los servicios educativos y actos legislativos que promuevan la creación de empresas.

En Colombia existe la Ley 1014 de 2006 que tiene como propósito fomentar la cultura de emprendimiento a través de la promoción del “espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país” (Congreso de Colombia, 2006). Con esta ley se busca crear vínculos entre el sector educativo y empresarial mediante la creación de empresas innovadoras, para lograr un crecimiento económico y fortalecer

las pequeñas y medianas empresas. De esta forma el gobierno colombiano busca incentivar la **educación empresarial**, por medio de la cual, los jóvenes estudiantes puedan planificar y gestionar sus proyectos de emprendimiento, mediante las distintas entidades e instituciones adscritas a las redes regionales de emprendimiento. Esta “educación empresarial” se entiende como la “capacidad orientada a la formación de líderes empresariales capaces de crear organizaciones, sean ellas privadas o públicas, con o sin ánimo de lucro, en cualquier sector de la economía, bajo cualquier estructura jurídica o administrativa, con cualquier objetivo y de cualquier tamaño” (Varela V., 2008).

Las universidades colombianas adquieren un rol importante dentro del marco del sistema educativo del país, ya que son las encargadas de fomentar la educación empresarial, la cual no va enfocada, únicamente, en motivar a las personas que cuentan con empresas, sino a la creación efectiva de empresas. Las instituciones de educación superior tienen la responsabilidad de responder a las necesidades de la sociedad, en relación con las perspectivas de los estudiantes, tomando en cuenta las empresas y el entorno regional. Buscando una conexión entre el mundo empresarial y la universidad. Para Camacho Corredor (2007),

es importante que la academia esté conectada tanto con las empresas como con el entorno regional. En ese sentido y, dadas las condiciones actuales de la globalización, se debe promover en los estudiantes el aprendizaje y la práctica del emprendimiento como una actitud que les permita generar una capacidad creativa sobre el entorno, actuando, así como empresarios innovadores, capaces de asumir riesgos, dar solución a problemas, ser productores de empleo y de riqueza (pág. 277)

Dada la falta de oportunidades laborales para los jóvenes recién egresados de programas



técnicos y profesionales no solo en Colombia sino en el contexto global se visualizan menos oportunidades para obtener experiencia laboral o reunir los requisitos mínimos para ocupar un cargo, por lo que se ha visto la necesidad del emprendimiento juvenil particularmente en la creación de micros, pequeñas y medianas empresas.

El emprendimiento juvenil se viene considerando como una de las estrategias posibles para responder a la crisis de los jóvenes por encontrar un empleo decente y por lo tanto lograr su agenciamiento hacia la construcción de oportunidades para generar empleo, reducir las altas tasas de desempleo juvenil y encontrar soluciones a las trayectorias educativo-laborales de los jóvenes a través de la creación de trabajos y empleo que les corresponden. Es un tipo de emprendimiento que incluye,

procesos formales y legales que se llevan a cabo por sujetos jóvenes, orientados a satisfacer una necesidad específica en el mercado, contribuyendo con ello a fortalecer el mercado de trabajo, de bienes, técnicas y/o servicios, mediante el aprovechamiento de las oportunidades estructurales que existen, permitiendo así impulsar un posicionamiento y un agenciamiento del sujeto joven y de su diversidad, a partir de generar un reconocimiento social por parte de sus pares y demás agregados sociales, a pesar de todos los conflictos y tensiones sociales existentes a causa de su condición etaria siempre y cuando existan las condiciones materiales y culturales propicias para llevarlo a cabo. (García García, 2015)

Como respuesta a las necesidades de trabajo que demanda los jóvenes estudiantes y recién graduados las universidades en Colombia han constituido centros, programas y unidades de emprendimientos dentro de sus estructuras organizacionales para el completo acompañamiento y direccionamiento en las diferentes ideas de negocio y proyectos

productivos de los emprendedores del país. Dentro de los centros más reconocidos en emprendimiento en las diferentes universidades se desatacan: el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial CDEE de la Universidad Icesi, la Unidad de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Nacional, el Programa de emprendimiento de la Universidad Católica, el Centro de Emprendimiento de la Universidad Autónoma del Caribe, la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Externado de Colombia, el Centro de emprendimiento de la Universidad del Rosario, el Centro de Emprendimiento de la Universidad de Los Andes y específicamente para la región sur occidente del país se tiene los dos centros de emprendimiento dirigidos por la Universidad Surcolombiana como lo es el Centro de Interacción Empresarial y el Centro de Emprendimiento e Innovación Empresarial.

## METODOLOGÍA

Esta revisión teórica tuvo un recorrido de búsqueda bibliografía relacionada con los conceptos del emprendimiento y sus tipologías en cuanto a emprendimiento juvenil o de jóvenes estudiantes universitarios como campo de investigación. Para esto se utilizaron distintos medios de búsqueda como las revistas indexadas por Colciencias (Redipe, Redalyc, Hallazgos, entre otras). Bases de datos (Scopus, Sciencedirect, Ebooks 7-24 y Oxford University Press), libros disponibles en la web (Innovación empresarial, El espíritu empresarial y desarrollo económico y el libro Desarrollo, Innovación y cultura empresarial, Libros disponibles en la página y biblioteca de la Universidad ICESI de Colombia) por último se manejó y consultó la normatividad Colombiana Vigente (Ley 1014 del 2006, Congreso de la Republica de Colombia).



## DESARROLLO

En lo corrido de la historia diferentes autores han tomado el concepto de emprendimiento y lo han transformado en una visión propia basada en su experiencia, estudio y relación con el entorno. Es así, como, Allan Gibbs (1993), Vesper (1997), Donal Kurafko (2011), Hugo Kanthis (2014), toman su apreciación desde su acercamiento al concepto de emprendimiento y lo definen como la capacidad de una persona con características específicas que realiza un esfuerzo adicional para alcanzar una meta reseñándola como un proyecto o una empresa.

Entorno al emprendimiento nace un concepto, que se deriva de la práctica del mismo. Peter Druker (1985) define el individuo emprendedor como el empresario innovador el cual se basa en los mismos principios del emprendimiento, aunque el empresario sea una gran institución o un individuo que comienza solo su arriesgada empresa; esto haciendo referencia a las condiciones en la creación de empresa, enfatizando su importancia en la innovación y el modelo de búsqueda de oportunidades.

En la diseminación de conceptos que giran en torno al emprendimiento se destaca el “ser emprendedor” entendiéndose como la persona motivada por medio del entorno, las influencias y la cultura emprendedora que presenta a su alrededor, compilado en “el conjunto de valores, habilidades y actitudes para la resolución de las situaciones que surgen en el ámbito sociolaboral y socioeconómico de cada sujeto” (Tarapuez Chamorro & Botero Villa, 2007). Siendo así el ser emprendedor posee ciertos rasgos de personalidad, relacionados con “la motivación, energía, dinamismo, orientación al trabajo, variedad, elasticidad, acción, innovación y creatividad” (Varela V., 2010); características que se ven estrechamente relacionadas con el significado del espíritu emprendedor y la motivación hacia la creación y supervivencia de las empresas.

Se ha afirmado que para la subsistencia de las empresas en el entorno se requiere el incentivo y seguimiento de entidades con experiencia y resultados en el tema del emprendimiento que ofrezcan programas articuladores para emprendedores. He aquí, la importancia de las instituciones de educación en la creación, acompañamiento y seguimiento de las ideas de negocio. “El fomento del emprendimiento genera más capital político y más capital humano en las personas” (Cardenas, Guzmán, Sánchez, & Vanegas, 2015), esto implica el desarrollo de la capacidad reflexiva en la población para fomentar los cambios requeridos en su estructura empresarial y económica, además de incidir en el sistema educativo técnico, tecnológico y profesional para que se promuevan ajustes de su oferta académica la que debe responder a las necesidades de transformación de la capacidad productiva regional. García García (2015) ha insistido que esto se concreta a través de la orientación de programas de emprendimiento juvenil en las instituciones educativas, permitiendo:

- a) El reconocimiento social de los sujetos jóvenes para que se apropien de sus roles como emprendedores para liderar el fortalecimiento del desarrollo productivo y como consecuencia la ampliación de la oferta de empleo en el mercado laboral para el desarrollo de la economía local.
- b) Que los sujetos jóvenes asuman su condición de sujetos autónomos y constructores para lograr su independencia económica, laboral y familiar.
- c) Movilizar socialmente a los jóvenes hacia un proceso complejo de construcción de capital social en su rol de emprendedores en el que pueden incorporar la realidad cultural de la que hacen parte dada su presencia plena en el mundo ante una conciencia globalizada y su compleja interacción y consumo en redes sociales. Así en sus espacios de socialización se impulsa la transformación global y el respeto del otro y de la heterogeneidad, vinculándose de



manera cuidadosa a las causas sociales que les interesa no precisamente de su territorio el que ya no es centro de su mundo (Reguillo, 2003).

d) Desarrollar trayectorias exitosas del que hacer emprendedor de lo sujetos jóvenes a través de la articulación de la oferta educativa con la proyección laboral.

Confrontando la tesis anterior se han desarrollado varios enfoques para la educación del emprendimiento que permite crear o fortalecer el espíritu empresarial de jóvenes estudiantes a través de los servicios de educación en centros especializados universitarios. La evidencia presente sobre estos enfoques o programas curriculares en emprendimiento corresponde a resultados de distintas investigaciones a nivel internacional y nacional que han establecido la importancia de la relación universidad - emprendimiento y la necesidad por analizar las diferentes características del perfil emprendedor dentro de la academia.

Lo relevante es producir las reflexiones teóricas que cada enfoque expone junto a las experiencias que la investigación provee para fortalecer el conocimiento sobre las escuelas del emprendimiento.

El primer enfoque explora “ambientes diferentes a los cuales se puede aplicar la metáfora del proceso empresarial” (Gibb, 2011) esto implica “satisfacer las necesidades “únicas” de los diferentes ambientes, por medio de un proceso de evaluación de las necesidades que cubren diferentes contextos y que incluye el de la ideología política” (Gibb, 2011). Esta última relacionada con procesos de educación transversal en emprendimiento en los programas educativos de primaria, secundaria y educación superior, como contexto no empresarial, pero que si vincula emprendedores presentes en las organizaciones sin ánimo lucro, individuos en general, propietarios de pequeñas empresas, de grandes empresas, amplio

rango de personas y diferentes ideologías de empresas (Gibb, 2011). Una muestra de la eficacia de éste modelo europeo corresponde a una prueba aplicada concluyendo que la universidad posee un influjo poderoso sobre la intención estudiantil de creación empresarial y desarrollo emprendedor. Es una tendencia que se produce a nivel mundial, pues en el estudio de Nicole Peterman y Jessica Kennedy (2003) , realizado en Australia, se comprobó la efectividad del programa de empresa que se orientaba en una institución educativa con el logro de la intención emprendedora de sus estudiantes. Como conclusión los resultados de la investigación ofrecen información para la reformulación de las prácticas de enseñanza a fin de fomentar a nivel nacional la creación de perfiles emprendedores, dado el ligero aumento de la intención empresarial que se evidenció en los participantes una vez concluido el programa de formación.

Esta premisa es confirmada por Patrick Premand, Stefanie Brodmann, Rita Almeida, Rebekka Grun y Mahdi Barouni (2016), quienes, desde un contexto de transformación que ocurría durante su época en Túnez valoraron el potencial de la educación empresarial y las habilidades que esta desarrolla en los estudiantes midiendo sus capacidades de creación de empresa, y por lo tanto de independencia laboral y económica. Además de los criterios básicos, tales como los enfoques empresariales en el aspecto curricular, y la ampliación de programas de apoyo a proyectos empresariales, los autores mencionan otros cambios positivos que se llevaron a cabo durante la innovación antes indicada, entre estos la posibilidad de titulación a partir del proyecto de emprendimiento, en lugar de monografía (tesis), y un programa de concursos que recompensan con recursos financieros. Estas prácticas se convierten, en el momento de ser aplicadas, en estrategias universitarias enfocadas hacia la formación de perfiles emprendedores, puesto que los criterios que evalúan tanto los proyectos



de apoyo como las políticas del concurso son decisivos en el proceso de construcción de los ideales del joven emprendedor, y depende totalmente de la casa de estudios establecer cuáles aspectos desean fortalecer tanto en los acompañamientos a los proyectos, como en la evaluación de los ganadores. Al respecto de los resultados, los autores concluyeron que

El programa mejoró las habilidades empresariales, pero tuvo impactos mixtos en la personalidad y pocos efectos en los rasgos empresariales. En general, estos factores contribuyen a explicar los limitados efectos sobre el empleo que fueron observados. Sin embargo, el programa tuvo impactos positivos en las aspiraciones de los graduados hacia el futuro. Teniendo esto en cuenta, la investigación adicional sobre los posibles efectos a largo plazo de la vía empresarial podría explorar la posibilidad de que algunos efectos sobre el empleo tardaran más en materializarse. (Premand, Brodmann, Almeida, Grun, & Barouni, 2016, pág. 322)

También se reconoce un estudio en Colombia denominado “Influencia de la Universidad en la creación de empresas – Estudio de Casos Colombianos” realizado en el año 2016 por docentes universitarios de diferentes lugares del país. La investigación tomó como objeto de estudio a estudiantes empresarios de 9 universidades colombianas, algunas de carácter privado y otras público tales como: Universidad Nacional de Colombia, Universidad del Rosario, Universidad EAN, Universidad de la Sabana, Corporación Tecnológica de Bogotá, Universidad del Norte, Universidad Industrial de Santander, Universidad ICESI y la Universidad EAFIT; se tuvo como objetivo “analizar la influencia percibida por los emprendedores universitarios, respecto al papel de la universidad en el desarrollo de sus proyectos empresariales” (Gutierrez Rodríguez, Ortiz Riaga, Rodríguez

Gaitán, & Suárez Bocanegra, 2016) Dentro del estudio de caso se logró identificar las prácticas de formación emprendedoras reconocidas por empresarios que fortalecen el crecimiento empresarial, además de las comparaciones entre experiencias, con las cuales se logró establecer semejanzas y diferencias en el proceso emprendedor. Algunos de los resultados significativos en las características y prácticas de estudiantes emprendedores, se destacan: las prácticas de formación curricular, tales como asignaturas y electivas, procesos de construcción de plan de negocios como opción de grado, participación en ferias y muestras empresariales, participación en proyectos de investigación, asesorías y gestión de redes o contactos individuales por lo que se concluye para este caso que en la universidad son importantes las clases como espacios de fomento del emprendimiento, pero es importante brindar asesorías de extensión social de los programas académicos por contribuyen a concretar los proyectos empresariales de los estudiantes no solo en la etapa de ideación sino en la puesta en marcha.

Otro enfoque se ha denominado modelo alternativo, el cual se basa en el desarrollo de los comportamientos, atributos y las habilidades empresariales que se deben tener a la hora de responder a los problemas y oportunidades que puede haber en los distintos entornos. Este enfoque agrega una extensión con una gran crítica a la evaluación de los métodos de desarrollo del mercado, generando una visión distinta y agregando un valor a la sociedad a partir de la confianza creada, en este modelo la iniciativa empresarial es un punto importante para que las organizaciones e individuos puedan trabajar en un ambiente sano, y así lograr un desarrollo empresarial óptimo. (Gibb, 2011, págs. 30-39). Un claro ejemplo de este modelo se evidencia en la investigación lograda por Badariah, Abdul, & Anuar (2006), la cual tuvo por objetivo encontrar la efectividad de la





educación emprendedora en los estudiantes de la Universiti Utara Malaysia. Se analizó el posible rendimiento del programa de formación que abarcaban tres características indispensables para el emprendimiento (*risk-thinking*<sup>4</sup>, *bussiness plan* y *self-efficacy*); determinando que los universitarios reaccionaban positivamente frente a sus planes de estudio y sus habilidades como sus características personales crecían conforme avanzaban sus ideas emprendedoras. Los autores afirman, a modo de conclusión;

estos hallazgos revelan la relación entre los factores del plan de negocios, *risk thinking*<sup>1</sup> y la autoeficacia y la eficacia del programa de emprendimiento, que es un aumento del plan de negocios, del *risk thinking* y de la autoeficacia que llevará a un aumento del nivel de eficacia del programa de emprendimiento (Din, Rahim, & Anuar, 2006, pág. 122)<sup>5</sup>

Nabila & Haryani (2016) determinaron esos mismos factores, aquellos que permitían el desarrollo de un pensamiento emprendedor, en los estudiantes de la universidad pública nacional. Las hipótesis del documento se centran en el apoyo educativo percibido, el apoyo relacional percibido, el apoyo estructural percibido, la actitud personal, el control conductual percibido, y las implicaciones de estos aspectos en el desarrollo de intenciones empresariales, de acuerdo con la Teoría del Comportamiento Planificado. Así de pudo concluir que “la actitud personal tiene un efecto significativo en la intención de los estudiantes de convertirse en empresarios. Por lo tanto, se sugiere que cuanto mayor sea la actitud de los estudiantes hacia el emprendimiento, mayor será la intención empresarial”.<sup>6</sup> (Nabila & Haryani, 2016, pág. 112)

Además, se descubrió que el control conductual

<sup>4</sup> Al español, podría traducirse este término como “pensamiento arriesgado”, si bien no existe una traducción exacta dentro del argot empresarial.

<sup>5</sup> Texto traducido por los autores.

<sup>6</sup> Traducción de los autores.

percibido y el apoyo relacional percibido tienen un impacto significativo en la intención empresarial de la población estudiada. El primer aspecto indica que “si los estudiantes perciben que es más fácil convertirse en emprendedor, esto los motivará a convertirse en emprendedores” (Nabila & Haryani, 2016, pág. 113). Esta característica, por supuesto, es desarrollada desde la universidad, pues es en este espacio educativo en el que se lleva a cabo el proceso de control conductual. Por otro lado, el apoyo relacional se sustenta en el hecho de que, cuanto mayor es el apoyo de los padres, la familia, los amigos y las personas que los rodean, mayor es la intención empresarial del estudiante, además de la influencia notoria que estas personas pueden generar en la decisión de negocio, o en la formación empresarial misma.

Otro estudio relacionado con las investigaciones de Nabila & Haryani en latinoamérica se denomina “Emprendimiento, Universidad y Sociedad” el cual resalta la importancia de la universidad por:

Compartir historias de personas exitosas que a través de su esfuerzo, tenacidad y compromiso han logrado mantenerse y llegar muy lejos incursionando en el competitivo mundo de los negocios. Mostrarles diferentes tipos de emprendimientos, realizar visitas in situ para que puedan observar y tomar como ejemplo de todas las actividades que uno puede emprender, solo hace falta la decisión y empuje para lograrlo. Debemos motivar las iniciativas de emprendimiento innovadoras presentadas. (Salguero Barba & García Salguero, 2017, pág. 221)

El tercer enfoque al cual se refiere Gibb (2011) trata de relacionar de manera contextual los dos modelos anteriores como un modelo alternativo desde el punto de vista de diferentes ambientes y contextos, donde el individuo puede desarrollarse como emprendedor y



este puede adquirir habilidades de desarrollo empresarial para ser aplicados en las empresas teniendo siempre presente el ambiente educativo. Algunos de los contextos que señala Gibb (2011) son: el organizacional, el individual, empresarial de PYME, corporativo, de grupos de interés y culturales e ideológicos diferentes. Estos con el fin de entender las demandas de una sociedad civil abierta siendo necesario un noveno enfoque “que abarque a individuos y organizaciones en un contexto más amplio y los ayude a manejar y disfrutar un “mundo real” de mayor incertidumbre y complejidad, que es el motor que impele a adoptar un comportamiento empresarial organizacional e individual”. (pág. 53)

En el estudio de Orozco y Chavarro (2008) se reconoce que la universidad es un espacio ideal para la formulación de nuevo conocimiento y debe ser un foco de expansión emprendedora por medio del desarrollo de la innovación y del uso de los resultados de los saberes creados dentro del ejercicio investigativo de la casa de estudios. Además, los autores determinan una serie de requerimientos, definidos en niveles macro, intermedio y micro que son claves para la consecución del propósito último de la investigación universitaria. Según el documento, concebir por medio de la innovación, productos, servicios, insumos, métodos, entre otros, que permitan el nacimiento de nuevas iniciativas empresariales. Los niveles, de manera específica, se relacionan directamente con los roles sociales, definidos por los autores así,

- Macro, en el que se ejecutan las políticas y legislaciones de carácter nacional, que afectan la estructura del orden social de una nación.
- Un nivel intermedio, en el que se desarrollan redes de relaciones sociales en las que confluyen acciones políticas (públicas y privadas) a nivel sectorial y regional, en las que se incide por parte de agremiaciones

empresariales y políticas sectoriales en las dinámicas de actividades socioeconómicas concretas.

- Un nivel micro en el que la investigación científica se interrelaciona con el desarrollo de tecnologías y éstas, a su vez, se relacionan con la acción emprendedora, en la que se generan nuevas organizaciones que ponen en práctica las invenciones de los dos polos anteriores en forma de innovación. (Orozco & Chávarro, 2008, pág. 68)

Con lo anterior, se hace notorio el proceso a través del cual la universidad forma en consolidación de perfiles profesionales que se potencian desde las políticas y la formación de necesidades por parte de los sectores económicos y sociales, generando el escenario ideal para el emprendimiento.

Adekiya & Ibrahim (2016), por su parte examinaron la influencia de la educación empresarial en las conductas (específicamente en las intenciones emprendedoras) de los estudiantes universitarios de la nación africana de Nigeria midiendo las percepciones de los participantes acerca de la consistencia del programa de formación, la efectividad y la conveniencia de una posible actividad de emprendimiento. Los resultados mostraron que “la idoneidad percibida, la eficacia percibida y la formación empresarial, con excepción de la consistencia percibida, tienen un efecto positivo y significativo en la intención empresarial”<sup>7</sup> (Adekiya & Ibrahim, 2016, pág. 112). Las conclusiones de este estudio apuntan, principalmente, a la relación que existe entre la cultura de los estudiantes, enfocada en las percepciones socioculturales, y la confianza que estas generan en la creación de nuevas empresas. Estas percepciones trabajan mancomunadamente con la formación empresarial, en la medida en que los estudiantes al creer “que una carrera en el emprendimiento puede darles el ímpetu para la realización

7 Traducción de los autores.



personal, es probable que esta creencia se traduzca en una intención significativa de participar en una asociación empresarial después de la graduación". (Adekiya & Ibrahim, 2016, pág. 130)

Se concluye que la influencia universitaria en el pensamiento empresarial de los estudiantes permanece una vez que estos han culminado satisfactoriamente su proceso académico.

Continuando bajo la línea de las investigaciones enfocadas en determinar los efectos y la importancia de la educación empresarial Sascha Walter & Jörn Block (2016) llevaron a cabo una investigación que probó que "la educación empresarial tiene relaciones más sólidas con la actividad empresarial subsiguiente en entornos institucionales aparentemente hostiles a la iniciativa empresarial"(pág. 216).<sup>8</sup> De esta manera, concluyeron que:

- a) Las reglamentaciones favorables a los empresarios moderan negativamente la relación positiva entre la educación empresarial y la actividad empresarial.
- b) La disponibilidad de capital financiero modera negativamente la relación positiva entre la educación empresarial y la actividad empresarial.
- c) La disponibilidad de capital educativo modera negativamente la relación positiva entre la educación empresarial y la actividad empresarial.
- d) El control de la corrupción modera negativamente la relación positiva entre la educación empresarial y la actividad empresarial.
- e) La imagen pública de los empresarios modera negativamente la relación positiva entre la educación empresarial y la actividad empresarial. (Walter &

Block, 2016, págs. 220-221)

Como resultado final, el estudio implica que "la educación en emprendimiento es más efectiva, en términos de estimular más actividad empresarial en entornos institucionales hostiles al emprendimiento" (Walter & Block, 2016, pág. 227).

Finalmente, en otra investigación aplicada a las universidades venezolanas se hace un compendio de características que se enfocan en determinar la eficacia de la educación empresarial como parte del proceso de "vinculación universidad-empresa a las exigencias del entorno y las perspectivas referidas en los procesos de creación de empresas, pymes y emprendimiento corporativo" (Borjas, 2012, pág. 51). Dentro del estudio, las conclusiones más importantes, se establece que "las IES desarrollan programas dirigidos al fomento de las iniciativas empresariales desde diferentes perspectivas, atendiendo a las exigencias del entorno". (Borjas, 2012, pág. 57)

## DISCUSIÓN

Dentro de los productos más notorios que se observaron previamente, se destacan los obtenidos por los investigadores en Malasia cuyas conclusiones responden principalmente a la necesidad de la formación empresarial en la universidad. Además de procurar resultados estadísticos que verifican la teoría antes planteada, ya que se establecieron perfiles emprendedores con rasgos claros entre los que destacan la intención de riesgo, la capacidad de plantear planes de negocios estables, rentables y la habilidad de lograr sostenibilidad en sus operaciones corporativas. Considerar estos factores es una acción primordial, sobre todo para las universidades que proyectan grandes avances en términos de desarrollo empresarial. Estos elementos, resultan ser básicos para cualquier emprendedor, son los que ven la luz durante la formación del estudiante. Si



bien cabe preguntarse si estas habilidades y/o características se adquieren totalmente mediante la formación o son, por el contrario, innatas, o producto de un ejercicio educativo más profundo como el que puede existir en los primeros años de vida del individuo.

Otro factor que merece ser considerado, dentro del ejercicio de análisis es el énfasis que realizan gran parte de los documentos estudiados sobre los factores externos al estudiante como las distintas clases de apoyo que pueden recibir por parte de la universidad para desarrollar características propias del individuo que permite moldar el pensamiento emprendedor, haciendo crecer a su vez la confianza requerida para el emprendimiento. Esta predilección marca una pauta importante frente a la forma en la que se estudia y evalúa la formación empresarial, pues el centro del ejercicio no son los hechos que originan el emprendimiento, sino la forma en la que el sujeto percibe dichos acontecimientos (o conductas), ya que, según muestran las investigaciones tales representaciones de pensamiento son la base posible para la construcción de un perfil emprendedor.

Finalmente, los resultados de las investigaciones aquí presentadas invitan a continuar actualizando estudios enfocados en la formación empresarial universitaria especialmente en el contexto latinomaericano, por supuesto Colombiano para conocer el impacto que esta tiene en la intención emprendedora. No obstante, la situación también puede considerarse como una ventana de oportunidad para explorar este campo del saber. Por lo tanto, es posible, a partir de indagaciones sólidas, consolidar criterios teóricos que respondan al contexto del territorio en que se producen, y nuevos modos de estudiar el crecimiento del movimiento empresarial.

## CONCLUSIONES

Derivado del análisis del texto de reflexión se puede evidenciar la conclusión para Colombia

y América Latina acerca de la importancia del emprendimiento juvenil o de estudiantes universitarios ante su situación económica y contexto social, debido a que la población juvenil tiene una gran incidencia en el desempleo y baja tasa de ocupación. El emprendimiento se establece como una oportunidad para mejorar la calidad de vida de los estudiantes universitarios mediante el fomento de la cultura emprendedora, dando como resultado la creación de distintas ideas de negocio que pueden ser apoyadas por centros y programas especializados de las diferentes universidades consideradas lugares de afluencia y concentración de jóvenes en América Latina y Colombia. Es ahí donde se presentan las oportunidades de explotar y fomentar los conocimientos adquiridos por los jóvenes durante su proceso de formación.

El proceso de emprendimiento logra fortalecerse a través de los centros de innovación empresarial de las instituciones académicas ofreciendo una mayor cobertura no solo al servicio de la comunidad educativa sino de la sociedad en general; es un servicio social dirigido particularmente a los jóvenes que buscan mejorar su calidad de vida y la de sus familias configurando el potente campo de estudios del emprendimiento juvenil.

Existe una clara relación entre la universidad y la formación de una cultura empresarial, pues es dentro de sus estructuras curriculares donde se hace el énfasis requerido del proceso de enseñanza -aprendizaje para el desarrollo de habilidades emprendedoras, que dan lugar al nacimiento de innovaciones que dinamizan el desarrollo y crecimiento económico.

Las características relacionadas con la personalidad de los estudiantes universitarios emprendedores que hicieron parte de los resultados de las investigaciones consultadas, permiten entender las dinámicas de la creación empresarial y adaptar sus mecánicas a las necesidades precisas del entorno, ya que



se enfocan esencialmente en las aptitudes del individuo, así como en su motivación y su espíritu emprendedor, esencia de sus proyectos empresariales.

Los modelos de educación empresarial que se analizaron según Gibbs se corroboraron con diferentes estudios del mundo que se plantearon de la siguiente manera: El primer enfoque explora “ambientes diferentes a los cuales se puede aplicar la metáfora del proceso empresarial” (Gibb, 2011) a lo que estudios como *Influencia de la Univesidad en la creación de empresa. Estudio de casos Colombianos*, “*Influencing Students’ Perceptions of Entrepreneurship*” y “*Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates*” dan veracidad de la importancia de este enfoque y la relación entre el proceso empresarial y el ambiente educativo.

Como segundo enfoque se toma el modelo alternativo, el cual se basa en el desarrollo de los comportamientos, atributos y las habilidades empresariales que se deben tener a la hora de responder a los problemas y oportunidades que puede haber en los distintos entornos, enfoque que es respaldado por estudios como *Emprendimiento, Universidad y Sociedad, Determinants of Entrepreneurial Intention among Undergraduate* y *The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students* los cuales determinan características específicas en los diferentes focos de estudio, dando un resultado compilado y similar de los aspectos que posee un estudiante emprendedor.

Por último se realizó un revisión y verificación del tercer enfoque por medio de confrontación con investigaciones igual que los dos enfoques anteriores, a diferencia este trata de relacionar de manera contextual los dos modelos anteriores como un modelo alternativo desde el punto de vista de diferentes ambientes y contextos,

donde el individuo puede desarrollarse como emprendedor y este puede adquirir habilidades de desarrollo empresarial para ser aplicados en las empresas teniendo siempre presente el ambiente educativo, lo cual se ratifica con los estudios *Universidad y emprendimiento*, *Entrepreneurship intention among students*. y *Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective*.

Un posible paso a seguir es el fortalecimiento de los estudios locales sobre el emprendimiento, a fin de verificar si los protagonistas del mismo en la región se desenvuelven con las características presentadas en los referentes teóricos, o si los mismos se ven modificados o anulados por las condiciones del entorno, o bien, poseen otro tipo de habilidades que compensan la ausencia de los criterios expuestos previamente.

Bajo este mismo criterio, se plantea también la necesidad de observar si los centros de enseñanza superior del territorio poseen escuelas empresariales o programas universitarios debidamente constituidos que den importancia a la correcta formación del individuo emprendedor, teniendo en cuenta, por supuesto, que se enfoquen en el fortalecimiento de los talentos que componen el perfil requerido para construir empresa.

Estas acciones, a fin de cuentas, son las que garantizan el sostenimiento de la economía, además de la realización de los proyectos de vida, incluso, del crecimiento positivo de la sociedad.

## REFERENCIAS

Adekiya, A., & Ibrahim, F. (2016). *Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and entrepreneurship training and development. The International Journal of Management Education*, 116-132.



- Borjas, L. (2012). La educación empresarial en instituciones de educación superior venezolanas. *Estudios Gerenciales*, 51-58.
- Camacho Corredor, D. Y. (2007). Hacia un modelo de Emprendimiento Universitario. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 275 - 292.
- Cardenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C., & Vanegas, J. D. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. *Universidad & Empresa*, 173-190.
- Congreso de Colombia. (26 de Enero de 2006). Ley 1014 de 2006. *Ley 1014 de 2006*. Bogotá, Colombia. Recuperado el 14 de Febrero de 2020, de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1014\\_2006.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html)
- Din, B., Rahim, A., & Anuar, M. (2006). The Effectiveness of the Entrepreneurship Education Program in Upgrading Entrepreneurial Skills among Public University Students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 117 - 123.
- Druker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Londres : William Heineman Ltd.
- Formichella, M. M. (Enero de 2004). EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACIÓN CON LA EDUCACIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL. Buenos Aires, Argentina.
- García García, V. M. (2015). Emprendimiento Empresarial Juvenil: Una evaluación con jóvenes estudiantes de. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 1221-1236.
- Gibb, A. (1993). Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and Its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals. *International Small Business Journal*, 11-34.
- Gibb, A. (2011). *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial*. Santiago de Cali: Universidad ICESI.
- Gutierrez Rodríguez, J., Ortiz Riaga, M., Rodríguez Gaitán, S. M., & Suárez Bocanegra, P. M. (2016). Influencia de la Univesidad en la creación de empresa. Estudio de casos Colombianos. *Revista Boletín Redipe*, 1-9.
- Herrera Guerra, C. E., & Montoya Restrepo, L. A. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Revista Científica Punto de Vista*, 10-31.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra García, S. (2014). Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: una herramienta para la acción en América Latina. *Economía Latinoamericana*.
- Kuratko, D. (2011). Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century. *Jornal Entrepreneurship and small Business*, 8-17.
- Nabila, S., & Haryani, D. (2016). Determinants of Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Malaysia. *Procedia (Economics and Finance)*, 108-114.
- Orozco, L., & Chávarro, D. (2008). Universidad y emprendimiento. *Hallazgos*, 65-97.
- Peterman, N., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 129-144.
- Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., & Barouni, M. (2016). Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates. *World Development*, 311-327.
- Ramírez Calvillo, R. &. (2013). LA CULTURA EMPRENDEDORA Y LOS PROYECTOS FINANCIADOS CON REMESAS EN ZACATECAS. *Ciencias Administrativas*,



1-18. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5116/511651377004>

entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 216-233.

Reguillo, R. (2003). La culturas juveniles: Un campo de estudio, breve agenda para la discusión. *Revista Brasileira de Educação*, 103-118.

Salguero Barba, N. G., & García Salguero, C. P. (2017). Emprendimiento, Universidad y Sociedad. *Revista Boletín Redipe* , 218-225.

Stevenson, H. H. (2000). Why the Entrepreneurship Has Won! Coleman White Paper. 1-8. Obtenido de [http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep\\_research/e\\_won.pdf](http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_won.pdf)

Tarapauéz Chamorro , E., & Botero Villa , J. (2007). Algunos Aportes de los Neoclásicos a la Teoría del Emprendedor . 2- 26.

Varela V., R. (2008). *Innovación Empresarial*. Santiago de Cali : Pearson Educación de Colombia, Ltda.

Varela V., R. (2010). El Espíritu Empresarial y Desarrollo Económico .

Varela V., R. (2011). *Desarrollo, Inovación y Cultura Empresarial*. Santiago de Cali: Universidad Icesi – Centro de Desarrollo del Espíritu Empresari.

Varela V., R., & Bedoya Arturo , O. L. (2006). Modelo Conceptual de desarrollo empresarial basado en Competencias. *Semantic Scholar*, 1-24.

Velasquez, J. A. (2013). EL EMPRENDIMIENTO EN LA TEORIA ECONOMICA.

Vesper H., K. (1997). Measuring Progress in Entrepreneurship Education . *Journal Of Business Venturing* , 403- 421.

Walter, S., & Block, J. (2016). Outcomes of