



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GERENCIA**

www.bdigital.ula.ve

**MODELO DE FORMACIÓN EMPRENDEDORA EN LA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
FINANCIERA PARA UNIVERSIDADES DE LA CIUDAD
DE CÚCUTA**

Autor: Lcdo. Carlos Sandoval

Tutor: Dr. Rolando Eslava

San Cristóbal, Noviembre 2021

C.C.Reconocimiento



**UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GERENCIA**

MODELO DE FORMACIÓN EMPRENDEDORA EN LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y FINANCIERA PARA UNIVERSIDADES DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

Trabajo de investigación para optar al grado de Magister en Administración
Mención Gerencia

Autor: Lcdo. Carlos Sandoval

Tutor: Dr. Rolando Eslava

San Cristóbal, Noviembre 2021

DEDICATORIA

En primer lugar, le dedico este trabajo de grado a nuestro amado Dios, el Señor Todopoderoso, creador y padre eterno, que con su sabiduría infinita me condujo a la realización de este trabajo, brindándome la fuerza, la inteligencia, la protección en mi camino, al igual que, la ayuda necesaria para culminar esta investigación como la guía espiritual en los momentos de incertidumbre. En segundo lugar, se lo dedico a mi querida Madre, que con su amor y paciencia ha podido formarme como un profesional correcto al servicio de la sociedad, apoyándome incondicionalmente en todo aspecto, creyendo fervientemente en la culminación de estos estudios que ameritaron un enorme esfuerzo intelectual como de tiempo. Finalmente, le dedico este trabajo a todos los emprendedores que tratan de convertir sus sueños como anhelos en realidad a favor de la comunidad en que habitan, quienes con esfuerzo están tratando de progresar en medio de diversas dificultades y que son valientes al no darse por vencidos por los obstáculos que se le presentan.

www.bdigital.ula.ve

RECONOCIMIENTO

Quiero agradecer a todo el personal administrativo y docente de la Universidad de los Andes Núcleo Táchira, ya que, siempre me ayudaron como me orientaron en todo el proceso tanto académico, investigativo y todo lo relacionado con la gestión que manejan, en especial, agradezco al Dr. Rolando Eslava por su colaboración en todo momento como mi tutor, como por todo lo que me enseñó y pude aplicar. De la misma forma, agradezco a todas las personas que de una u otra forma intervinieron para la terminación satisfactoria de este trabajo, así como, a todas las entidades de educación superior en Cúcuta en cabeza de sus coordinadores, decanos y directivos que me ofrecieron su colaboración para poder desarrollar esta investigación.

www.bdigital.ula.ve

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	v
RECONOCIMIENTO	vi
LISTA DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xvi
INTRODUCCIÓN	17
CAPÍTULO I	21
EL PROBLEMA	21
Planteamiento del Problema	21
Formulación del Problema	27
Objetivos de la investigación	27
Objetivo General	27
Objetivos Específicos	27
Justificación de la Investigación	28
Alcance y Delimitación	32
CAPÍTULO II	33
MARCO TEÓRICO	33
Antecedentes de la Investigación	34
Bases Teóricas	42
Hacia una Aproximación Global del Emprendimiento	42
Significación de la Palabra Empezar	42
Definición del Término Empezador	43
Perfil del Empezador	45
Definición de Empezamiento.	48
Teorías de emprendimiento	49
Teorías de emprendimiento con fundamento en el ambiente psicológico	49
Teoría del triángulo invertido de Andy Freire	49
Teoría de la pirámide de necesidades de Abraham Maslow	52

Teoría Sociológica como fundamento del emprendimiento	53
Teoría de la necesidad de logro de David McClelland	53
Teorías económicas en relación con el emprendimiento	54
Teoría de la innovación de Schumpeter (1941)	54
Teoría de Israel Kirzner (1985)	55
Teorías del emprendimiento desde el punto de vista empresarial	56
Teoría de las oportunidades de Ducker, 1985	56
Teoría del Capital Social o de la Red Social	56
Teoría del rol	57
El Emprendimiento y el Sector Universitario.....	57
Educación en emprendimiento	57
Teoría Humanitaria del Aprendizaje.....	58
Teoría Triárquica de la Inteligencia	58
Teoría de los dos Factores	59
El Emprendimiento desde el Sector Universitario	60
Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1975)	62
Modelo de la Conducta Empresarial de Shapero y Sokol (1982)	64
Modelo del Potencial Empresarial de Krueger y Brazeal	68
De la Universidad Emprendedora.	70
Ecosistema del emprendimiento.....	73
Características psicológicas del emprendedor	79
Formación emprendedora	80
Medidas correctivas	81
Experiencia.....	82
Estrategias	84
Universidades de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander- Colombia con formación emprendedora y Carrera de Administración de Empresa y/o Administración Financiera.....	91
La Universidad y sus orígenes en Latinoamérica	92
La Universidad colombiana: breves reflexiones históricas.....	95
Universidad Francisco de Paula Santander	98
Universidad de Pamplona sede Villa del Rosario.....	100

Universidad Libre de Colombia seccional Cúcuta	101
Universidad de Santander	102
Fundación de Estudios Superiores Comfanorte	103
Sistema de variables	104
CAPITULO III	112
MARCO METODOLÓGICO.....	112
Naturaleza de la investigación	112
Nivel de la investigación	113
Diseño de la investigación	114
Fases de la investigación	114
Población y Muestra.....	115
Técnicas e Instrumentos para la recolección de Información	118
Validez y Confiabilidad.....	118
Procesamiento y Análisis de los Datos	120
CAPÍTULO IV	122
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	122
En referencia con el instrumento aplicado a los Docentes y Personal Administrativo.....	185
CAPÍTULO V	222
CONCLUSIONES	222
CAPÍTULO VI	227
La Propuesta	227
Modelo emprendedor para la carrera de Administración de Empresas y/o Financiera de las Universidades de Norte de Santander, en la ciudad de San José de Cúcuta - Colombia.....	227
Presentación del modelo emprendedor	227
Justificación de la Propuesta.....	228
Objetivos de la Propuesta.....	228
<i>Objetivo General</i>	228
<i>Objetivos Específicos</i>	228
Estructura de la Propuesta	229
<i>Factibilidad de la Propuesta</i>	229

<i>Factibilidad institucional</i>	230
<i>Factibilidad Técnica</i>	230
<i>Factibilidad Social</i>	231
<i>Factibilidad Legal</i>	231
<i>Factibilidad Financiera</i>	233
<i>Factibilidad Económica</i>	233
Modelo Emprendedor Propuesto	234
Fase previa o inicial.....	235
Fase de formación.....	236
Fase de deseo	239
Fase de acción.....	241
Fase de acompañamiento	243
REFERENCIAS	249
ANEXOS	267
Anexo 1.....	268
Instrumento aplicado a los estudiantes	268
Anexo 2.....	270
Instrumento aplicado a los docentes y administrativos.....	270
Anexo 3. Validación de los Instrumentos	272

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Elementos del Esquema Emprendedor.....	71
Tabla 2. Aspectos que caracterizan al Benchmarking.....	90
Tabla 3. Operacionalización de variables.....	106
Tabla 4. Población Estudiantil de la Investigación.	116
Tabla 5. Muestra de la Investigación.....	117
Tabla 6. Magnitudes coeficiente de Cronbach.....	120
Tabla 7. Sub índices de innovación departamental	124
Tabla 8. Proyectos aprobados Fondo Emprender por departamento	138
Tabla 9. Estudiantes matriculados por programa académico	155
Tabla 10. Graduados por área de conocimiento en Colombia	156
Tabla 11. Graduados por nivel de formación.....	156
Tabla 12. Graduados por nivel de formación.....	157
Tabla 13. Graduados en Norte de Santander por programa	157
Tabla 14. Mejores universidades de Colombia para estudiar Administración de Empresas.	159
Tabla 15. Sectores más financiados por Fondo Emprender	169
Tabla 16. Proyectos por sectores financiados por Fondo Emprender	171
Tabla 17. Nivel de formación de los docentes de educación superior	219

www.bdigital.ula.ve

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Teoría del Triángulo invertido.....	50
Figura 2. Teoría de la Necesidad de Logro.	53
Figura 3. Elementos que afectan al comportamiento del emprendedor según la teoría de Schumpeter.	54
Figura 4. Modelo Teórico de la Conducta Planificada de Ajzen.	64
Figura 5. Modelo de Shapero y Sokol (1982-2015).....	68
Figura 6. Modelo de Krueger y Brazeal (1994).	70
Figura 7. Dominios de un Sistema de Emprendimiento de Isenberg.	74
Figura 8. Modelo de los tres horizontes de Mckinsey.	86
Figura 9. Las cinco fuerzas competitivas de Porter.	89
Figura 10. Innovación.	123
Figura 11. Búsqueda de información.	126
Figura 12. Proactividad.	127
Figura 13. Experiencia emprendedora.	128
Figura 14. Acceder a capital.....	129
Figura 15. Experiencia laboral.	130
Figura 16. Asesoría de expertos.	132
Figura 17. Experiencia empresarial.....	132
Figura 18. Estudio real de mercados.	133
Figura 19. Consideración del riesgo.	133
Figura 20. Formular planes de negocios.	134
Figura 21. Contar con ecosistema emprendedor local.	134
Figura 22. Acercamiento a inversionistas.	135
Figura 23. Desarrollar intuición para negocios.	135
Figura 24. Creatividad.....	136
Figura 25. Hay respaldo financiero para emprender.....	136
Figura 26. Se le acerca a convocatorias.	137
Figura 27. Se otorgan experiencias para despertar el emprendimiento en los estudiantes.	140
Figura 28. Total de horas que le brindan para formarlo académicamente es suficiente para emprender.....	140
Figura 29. La formación académica adquirida despierta su espíritu emprendedor...	141
Figura 30. Han tomado en cuenta sus expectativas en la carrera para ser formado como emprendedor.....	142
Figura 31. Ha sido evaluado su perfil como emprendedor.	142
Figura 32. La universidad lo enfoca para crear empresa.	143
Figura 33. La universidad programa eventos en emprendimiento.	143
Figura 34. Está siendo formado como líder.	144
Figura 35. Se le está formando como negociador.	144

Figura 36. La problemática de la región está presente en las clases que conforman su carrera.....	145
Figura 37. Le son dadas pautas para agregar valor a los productos o servicios en una empresa.	145
Figura 38. Cuenta con docentes con experiencia en emprendimiento.	146
Figura 39. Recibe enseñanza en conformación y guía de grupos de trabajo.	146
Figura 40. Le son dadas pautas y pasos contratación de personal.	147
Figura 41. Existe una red interna de emprendedores.	147
Figura 42. Se le forma para tener visión globalizada de las empresas, negocios y mercados.	149
Figura 43. Se está dando mayor énfasis a la mujer para ser emprendedora.....	149
Figura 44. Se está dando mayor énfasis al hombre para ser emprendedor.	150
Figura 45. Se motiva a emprender con responsabilidad social.	150
Figura 46. Se enseña a enfrentar el miedo al fracaso.....	151
Figura 47. Se estimula el emprendimiento de alto impacto.	151
Figura 48. Se le acerca a red nacional de emprendedores.....	152
Figura 49. Existen alianzas empresariales para emprender.	152
Figura 50. Se le acerca a red mundial de emprendedores.	153
Figura 51. En general la universidad lo motiva adecuadamente para emprender.....	153
Figura 52. Señale el principal motivo que lo condujo a estudiar Administración de Empresas o Financiera.	154
Figura 53. Razones que lo motivarían a tener su propia empresa.....	160
Figura 54. Obstáculos desmotivadores para crear empresa en Colombia.....	161
Figura 55. Cantidad de ideas de negocio generadas como estudiante de administración.	163
Figura 56. Cuáles de estas convocatorias a nivel de emprendimiento conoce.....	164
Figura 57. En cual convocatoria ha participado.....	165
Figura 58. En cuales de estas fases a nivel personal, fuera de la universidad ha estado.	166
Figura 59. Expectativas esperadas en el programa de Administración para ser formado como emprendedor.	167
Figura 60. Qué sector o sectores le atraen para crear empresa.	168
Figura 61. <i>Turno de estudio.</i>	172
Figura 62. Semestre que cursa.	173
Figura 63. Número de materias que ha visto en emprendimiento en su carrera.	174
Figura 64. Desea crear empresa cuenta con apoyo financiero de:	175
Figura 65. El costo de sus estudios lo asume.	176
Figura 66. Indique su nivel de disposición para crear empresa.	176
Figura 67. Edad.	177
Figura 68. Género de nacimiento.	178
Figura 69. Estado civil.	179
Figura 70. Número de hijos.....	179
Figura 71. Títulos educativos adicionales que tiene.	180
Figura 72. Barrio de residencia.	180
Figura 73. <i>Ingreso mensual (Salario Mínimo / SM).</i>	182

Figura 74. Señale si trabaja actualmente.....	182
Figura 75. De qué manera trabaja.	183
Figura 76. Tiene negocio propio.	183
Figura 77. Su negocio es.	184
Figura 78. Características emprendedoras identificadas por el programa de Administración.	185
Figura 79. Entorno del emprendedor visto desde la Universidad.	186
Figura 80. Tipos de emprendimiento identificados en los estudiantes de Administración.	187
Figura 81. Tipos de emprendimiento en la carrera de Administración.	188
Figura 82. Componentes de la cultura emprendedora que fomenta la carrera de Administración.	189
Figura 83. Eventos en materia de emprendimiento organizados por la Universidad.	190
Figura 84. Convocatorias a las cuales la Universidad acerca a sus estudiantes.....	191
Figura 85. Estimular estudio real de mercados	192
Figura 86. Contar con experiencia emprendedora propia	192
Figura 87. Formar negociadores	193
Figura 88. Incidir en la concepción de planes de negocios factibles	193
Figura 89. Orientar a la conformación de grupos de trabajo.....	194
Figura 90. Acoplar los estudiantes de la carrera con otras facultades para emprender	194
Figura 91. Impulsar emprendimientos con responsabilidad social	195
Figura 92. Impulsar emprendimientos de alto impacto.....	195
Figura 93. Uso de metodologías en innovación.....	196
Figura 94. Acercar estudiantes a las incubadoras de la Universidad	196
Figura 95. Capacitarse en emprendimiento.....	197
Figura 96. Acercar estudiantes a red nacional de emprendedores	197
Figura 97. Estimular actitudes emprendedoras	198
Figura 98. Acercar estudiantes a red internacional de emprendedores.....	198
Figura 99. Considerar las expectativas de los estudiantes en el emprendimiento	199
Figura 100. Formar para superar miedo al fracaso	199
Figura 101. Se tiene registro de las necesidades de empleo de los estudiantes de Administración.....	200
Figura 102. Se considera el ambiente macro y micro que rodea la Universidad para ajustar los métodos de formación.....	201
Figura 103. Se tiene conocimiento de la situación financiera para emprender que requieren los estudiantes	201
Figura 104. Se tiene establecido quienes de los estudiantes pudieran realizar emprendimientos por necesidad.....	202
Figura 105. El emprendimiento por oportunidad ha sido fomentado en los estudiantes	203
Figura 106. La facultad tiene registrado las iniciativas de emprendimiento llevadas a cabo por sus estudiantes	203

Figura 107. Se tiene detallado cuantas mujeres y hombres son emprendedores en la carrera de Administración	204
Figura 108. Se tiene identificado el estrato social de los estudiantes que más posibilidades tiene de emprender	204
Figura 109. Se ha realizado un estudio para caracterizar los perfiles emprendedores en los estudiantes	205
Figura 110. Hay mecanismos para registrar las experiencias en emprendimiento de los estudiantes	205
Figura 111. Existen planes implementados para formar en emprendimiento a los estudiantes de administración	206
Figura 112. Se conocen las razones personales para emprender	206
Figura 113. Se tienen establecidas políticas internas para fortalecer el emprendimiento en los estudiantes	207
Figura 114. La facultad cuenta con docentes contratados con experiencia en emprendimiento.....	208
Figura 115. La institución aporta alguna cantidad de dinero para apoyar el emprendimiento en la carrera.....	208
Figura 116. Se cuenta con red interna de emprendedores.....	209
Figura 117. Se cuenta con convenios activos con el sector empresarial de la ciudad, para estimular el emprendimiento en los estudiantes.....	210
Figura 118. Se da formación con visión globalizada de las empresas, negocios y mercados	210
Figura 119. Las materias en emprendimiento en el pensum son suficientes para motivar a crear empresa	211
Figura 120. Se han evaluado sus características como formador docente en emprendimiento.....	212
Figura 121. Total de años como docente	213
Figura 122. Tiempo laborando en la carrera (En años).....	213
Figura 123. El número de veces que ha orientado materias en emprendimiento.....	214
Figura 124. Número de asesorías en planes de negocios de estudiantes de la carrera, que usted ha realizado para convocatorias	215
Figura 125. El nivel de disposición que tiene usted para apoyar aplicar reformas al modelo actual de emprendimiento de la Universidad	215
Figura 126. Número de empresas que no son educativas en las que ha laborado.....	216
Figura 127. Cargo	216
Figura 128. Edad	217
Figura 129. Genero de nacimiento	217
Figura 130. Estado civil	218
Figura 131. Nivel educativo actual	218
Figura 132. Barrio de residencia	220
Figura 133. Ingreso mensual (Salario Mínimo / SM)	220
Figura 134. Modelo emprendedor para universidades en Cúcuta.....	235
Figura 135. Diseño Modelo Emprendedor.....	248



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN GERENCIA

MODELO DE FORMACIÓN EMPRENDEDORA EN LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y FINANCIERA PARA
UNIVERSIDADES DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

Autor: Lcdo. Carlos Sandoval

Tutor: Dr. Rolando Eslava

Fecha: Noviembre 2021

RESUMEN

El emprendimiento se hace necesario como herramienta estratégica para alcanzar mejores niveles de desarrollo de las regiones pues estimula el crecimiento económico de una zona geográfica específica, al abrirse nuevas unidades productivas que van a generar trabajo y mejora en la calidad de vida de los involucrados. El objetivo de esta investigación fue generar un modelo de formación emprendedora en la carrera de administración de empresas y financiera para universidades de la ciudad de Cúcuta. Metodológicamente se fundamentó en un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, diseño no experimental, transaccional, de campo. Se diseñaron y aplicaron dos cuestionarios, uno dirigido a los estudiantes y otro para los docentes y administrativos que conformaron la muestra del estudio. Los resultados obtenidos señalaron que en cuanto a la formación en emprendimiento impartida por las organizaciones educativas de Cúcuta, resulta necesario la creación de empresas por parte del estudiantado tomando en cuenta su percepción al respecto. Por ello, se buscó la conformación de un modelo estratégico emprendedor, para ser empleado en las universidades de la ciudad de Cúcuta que poseen carrera de administración, fortaleciendo todo este tema desde el aula de clase, así como, el ecosistema emprendedor interno como externo que envuelve a estas entidades educativas, con la finalidad de que lo anterior en conjunto, inspire y motive a estos estudiantes a generar empresas, derivando progresivamente en la activación del motor económico como industrial de la ciudad.

Palabras clave: Formación Emprendedora, Universidades De Cúcuta, Administración De Empresas

INTRODUCCIÓN

En los últimos años el término emprendimiento, ha ganado un fuerte auge visto como una salida para estimular la creación de empresas por parte de aquellos seres que se atreven a querer cambiar el paradigma de ser empleados para ser jefes; y para ello estos sujetos, materializan ideas, asumen un riesgo y ponen en marcha una empresa que les brinde sostenimiento financiero como estabilidad laboral.

Por esto, se hace necesario motivar a los estudiantes de carreras sociales como el caso de la carrera de administración de empresas y financiera; ya que, desde la Universidad, se puede crear la conciencia de crear proyectos objetivos que les permitan en un todo, el empoderamiento; lo que les llevará a dejar el modelo de empleados, para promover y aprovechar las nuevas oportunidades en los negocios de empresas viables, a través de las ideas estratégicas y creativas del emprendimiento, y ello sirva para aportar un grano de arena al entorno económico de estos emprendedores. Por lo cual, se hace indispensable la capacitación o formación de los estudiantes de la carrera de administración desde la perspectiva gerencial, a estos nuevos líderes que carguen con la responsabilidad de traer prosperidad para la tierra que los vio nacer y crecer, o que los adoptó por alguna circunstancia.

En este sentido, la presente investigación tiene como propósito generar un modelo de formación emprendedora en la carrera de administración de empresas y financiera, lo que de un alivio a la situación económica negativa que vive la ciudad desde hace algunos años, producto de su dependencia económica con Venezuela.

A razón de ello y para que se active un cambio paradigmático y general en especial en el ámbito económico cucuteño, se deben tomar medidas desde las casas de estudios superiores, para propiciar el fenómeno emprendedor y con ello despertar la vena empresarial-gerencial, así como, el accionar emprendedor en los estudiantes de administración de las diferentes Universidades ubicadas en Cúcuta, y que tengan dentro de su oferta académica la carrera de administración de empresas y financiera.

Por lo anterior, se justifica que se estudien los componentes del emprendimiento, que hacen que los que los poseen en alguna medida, tanto la actitud como aptitud para emprender negocios, se lancen a ejecutar proyectos empresariales desde la realización de un artículo o producto, hasta las empresas que con un factor innovador prestan a sus clientes la satisfacción de unas necesidades latentes y que eran insatisfechas por la oferta presente en el mercado.

Por lo expuesto, se debe revisar el rol que las Universidades del departamento de Norte de Santander en Colombia, han tomado para remediar la faceta económica negativa que se sufre en el municipio colombiano de San José de Cúcuta y cuáles medidas o propósitos se han trazado, para formar los gerentes que van a dar vida a nuevos negocios, con el fin de crear prosperidad como desarrollo económico tanto para ellos, sus familia y de manera indirecta, los que de una forma u otra harán parte de sus colaboradores, que se van a ver beneficiados con la contratación de mano de obra para llevar a cabo los objetivos de cada organización, que se planteen.

Adicionalmente a esto, se debe añadir el ambiente que percibe cada estudiante de administración en las diferentes Universidades del Norte de Santander, en especial en la ciudad de Cúcuta-Colombia, y poder sondear que aspiran ellos o cómo ven su formación, puesto que, pudieran estar de acuerdo o no a los parámetros establecidos por cada Universidad dentro de sus pensum y como se sienten respaldados por la acción de estas entidades, o si se detecta que realmente han comprendido su papel como futuros empresarios; lo que les ayudará a querer hacer su propia empresa para dar satisfacción a sus propias necesidades y deseos tanto de logro, de filiación como de reconocimiento de la sociedad en general.

Por otra parte, es importante verificar si las Universidades que imparten la carrera de administración y que están ubicadas dentro de la ciudad de San José de Cúcuta-Colombia, como sus estudiantes en esta carrera específica, están sintonizados y dirigen sus esfuerzos conjuntos a conseguir realizar proyectos o planes de negocios que les permitan ser verdaderamente profesionales con un ideal de empresarios, dotados de las capacidades que debe tener todo emprendedor-empresario, o si, cada una de las partes mencionadas responde a sus propias convicciones y no se encuentra presente o visible

una comunión, en cuanto a los factores de formación que sean asimilados por parte del estudiantado y si éstos están de acuerdo con ellos, identificándolos como propios, puesto que un aspecto negativo sería que radique en una pérdida de esfuerzo por parte de estas entidades de educación superior.

De ello, y devenida, la situación expresada, se ha propuesto generar un modelo de formación emprendedora en la carrera de administración de empresas y financiera, para universidades de la ciudad de Cúcuta-Colombia, como interés particular del autor de la investigación.

Este trabajo investigativo está conformado por una serie de seis (6) capítulos que van a dar respuesta a los objetivos que se han propuesto de forma general y específica de la siguiente manera:

Capítulo I. El problema. En este capitulado, el investigador, expone la situación problemática a investigar, y, para ello presenta de manera sistemática el planteamiento del problema de la investigación, así como, los objetivos de la investigación, la justificación, el alcance y delimitación de la misma.

Capítulo II. Marco Teórico de la investigación. En este capitulado el investigador desarrolla tres aspectos fundamentales dentro de toda investigación científica como son: los antecedentes de la investigación; las bases teóricas que sustentan la investigación, y finaliza con cuadro matriz de la operacionalización de las variables del estudio.

Capítulo III. Marco Metodológico. En este capitulado, el investigador detalla minuciosamente cada uno de los aspectos relacionados con la metodología del trabajo, que incluye la naturaleza de la investigación, el tipo como diseño de investigación, la población y muestra, las técnicas de recolección de datos, lo pertinente a la validez como la confiabilidad de los instrumentos a ser utilizados, y finalmente las técnicas a emplear en el análisis de la información.

Capítulo IV. Análisis de resultados. En este capitulado, el investigador, presenta los resultados obtenidos, producto del desarrollo de cada objetivo específico, su respectiva presentación en tablas de frecuencias y gráficas, como la posterior consecución de los objetivos planteados.

Capítulo V. Conclusiones. En este apartado posterior, se presentan las conclusiones; allí el investigador, sintetiza los resultados y resalta los aspectos más importantes, evidenciando el logro de los objetivos planteados, producto del procedimiento metodológico ejecutado en el capítulo IV, como aporte a la comunidad científica.

Capítulo VI. Modelo de formación emprendedora en la carrera de administración de empresas y financiera para universidades de la ciudad de Cúcuta-Colombia. En este apartado, se desarrolla el Modelo de formación emprendedora, generado a partir del análisis de cada una de las variables.

Y finalmente, el trabajo presenta las Referencias que fueron utilizadas para soportar la investigación realizada, en estricto orden alfabético.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La globalización y su incidencia en la economía mundial, ha hecho repensar la necesidad del cambio paradigmático en las actividades empresariales; ello debido a que desde el siglo próximo pasado, el emprendimiento estuvo fundamentado en un contexto doméstico que cimentó sus principios, en los postulados de escuela de negocios de Harvard de 1947, y que posteriormente, se fuera perfilando a la comunidad académica y científica por doctrinarios como Robinson y Haynes (1991); Finkle y Deeds (2001); Katz (2003); por lo que, gracias a la globalización, así como, los avances tecnológicos, comerciales, económicos y transaccionales, el emprendimiento pasó, de ser una actividad familiar, a un movimiento activo, mundial y exitoso (Presutti, Boari, y Fratocchi, 2007), lo que se reduce en una expansión planetaria, que da paso al emprendimiento internacional.

Ahora bien, este tipo de emprendimiento internacional en los países de desarrollo, según Centeno (2017) “ha surgido como una disciplina que aborda los nuevos emprendimientos en mercados internacionales, en especial de aquellos que son internacionales desde su inicio o cerca de él” (p.35); en la cual, confluye temas de emprendimiento y negocios internacionales (McDougall-Covin, Jones y Serapio, 2014).

Frente a este panorama internacional, llama la atención el papel preponderante de la Universidad, como casa de saberes y formación para el emprendimiento. Por ello, en distintas casas de educación superior de diferentes países del orbe, se hace indefectible, considerar el perfil formativo del profesional en materia de emprendimiento para los estudiantes de carreras sociales y gerenciales como, la licenciatura en administración de empresas; ello, para lograr impartir a los educandos, una formación profesional adecuada, que permita el desarrollo de las habilidades y competencias emprendedoras, plasmadas a través de pensum de estudios emanado de

centros de estudios superiores que, incluyan desde su inicio de carrera universitaria, los contenidos programáticos y con ello, se permita el desarrollo de destrezas, experiencia, aptitudes y actitudes que les encaminen a los estudiantes a ser formados en este contexto del emprendimiento desde las universidades (Pérez, 2009).

En este entorno y a nivel iberoamericano, diferentes Universidades de España, México, Perú, Brasil, Chile, Argentina, Portugal, Colombia, entre otros países, apuntan a la formación de emprendimiento, por lo que han creado redes de emprendimiento educativo, con el objeto de promover la innovación y el emprendimiento responsable, a través de la apuesta por una Universidad emprendedora, que ayude a crear una cultura en cuanto a innovación y emprendimiento. Y para ello, se ha creado un ecosistema para emprendedores, que desde sus inicios ha generado desarrollo social, investigativo, educativo en los jóvenes de estos países.

No obstante, es muy común ver que, en gran parte de las Universidades de Iberoamérica con Escuelas de Negocios y estudios universitarios específicos de Dirección y Administración de Empresas, la formación empresarial, así como, formación en emprendimiento, van de manera independiente y de forma separada.

Al efecto, en España, se considera la formación empresarial fuertemente potenciada desde Universidades y Escuelas de Negocios, en tanto que la formación para el emprendimiento, se haya todavía en una fase de implantación (Ruíz, 2012).

De manera similar ocurre en México, ya que, aunque Universidades como la Autónoma de Tamaulipas, está realizando diferentes esfuerzos para promover el espíritu emprendedor, y con ello ofrece programas de estudios de fomento emprendedor y la incubación de negocios, es más frecuente que la formación empresarial se dicte aparte, a la formación para el emprendimiento (Mayer, Charles y De la Garza, 2019).

En Perú, el panorama no es tan distinto del expuesto anteriormente, pues como lo afirma Pérez (2012):

A pesar del gran número de universidades existentes a nivel nacional, son muy pocas las que promueven el espíritu emprendedor en sus estudiantes, aquellas universidades que sí lo hacen, para cumplir con dicho fin, han creado instancias universitarias dedicadas al emprendimiento e incubación de empresas (p.52)

Por su parte en Colombia, Alvarado y Rivera (2011) afirman que existe, un divorcio entre las características del emprendimiento en la facultad y las apuestas productivas regionales, lo cual se debe a que las diferentes propuestas formativas orientadas a la motivación y el emprendimiento empresarial requieren con prontitud adaptarse a la realidad del contexto económico, social y empresarial colombiano; más aún, de cada una de las regiones, pues, Colombia se caracteriza por una amplia gama de matices que requiere un desarrollo profundo y cuidadoso de los programas de formación, con la finalidad de mejorar los resultados a mediano como largo plazo.

Por tanto, la incipiente formación en materia de emprendimiento dentro de las diferentes universidades hace suponer como lo afirma Pérez (2009), que la Universidad no está incentivando la formación de líderes emprendedores, pues permanece centrada en la formación de empleados capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado a través de profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior, más que a plantear como llevar a cabo soluciones pertinentes, creativas y acordes a las necesidades actuales.

Tomando en cuenta lo antes expuesto, el investigador observa y analiza que la situación de la formación integral en carreras como la licenciatura en administración de empresas como financiera, en Universidades públicas como privadas de Norte de Santander, específicamente en la ciudad de Cúcuta-Colombia, no ha sido una formación integral, cierta, eficaz y multidisciplinaria para las exigencias del entorno globalizado; por lo que, quienes egresan como profesionales pueden carecer de las capacidades necesarias para adaptarse a contextos reales de emprendimiento.

En este sentido el investigador reconoce que, aunque desde las Universidades públicas y privadas ubicadas en Norte de Santander, específicamente en la ciudad de Cúcuta-Colombia, se muestra la importancia de fomentar el emprendimiento a partir de lo actuado, no se logra consolidar “una intervención efectiva que se traduzca en la creación de nuevas empresas desde las universidades” (Pérez, 2012, p.56).

Ello puede ser producto de varias causas, entre las cuales destacan que estas casas de estudios superiores, no han sido lo suficientemente efectivas para impulsar

proyectos ciertos que involucren como figura principal y gerencial, el emprendimiento. En otras palabras, no hay un proceso formador en emprendimiento que sea palpable; por tal motivo, los educandos se limitan a la entrega de sus proyectos como la manera administrativa y financiera; empero, ello no completa una formación propia en emprendimiento que tome en cuenta aspectos como: la percepción, motivación, experiencia, intención emprendedora de estos actores principales del proceso formativo.

Evidencia de ello, se verifica a través del hecho de considerar elementos integradores del emprendimiento, con mayor relevancia al concepto de formación profesional en emprendimiento mismo. Así lo evidencia la Universidad de Pamplona seccional Cúcuta (2020), cuando plantea que el programa de administración de empresas, desde la asignatura Desarrollo del Espíritu Emprendedor, realizó el V Panel de Emprendimiento Empresarial, con la temática Responsabilidad Social Empresarial como Factor de Emprendimiento; lo cual genera que, el emprendimiento empresarial, sea subsumido en los tópicos como la responsabilidad social empresarial, restando por tanto la importancia al emprendimiento y a las demás temáticas que pueden surgir de la percepción de los educandos.

A esto se le suma que, en las Universidades públicas y privadas ubicadas en el Norte de Santander y de manera especial en la ciudad de Cúcuta-Colombia, no se forma en emprendimiento, bajo un ecosistema interno del emprendimiento y por tanto, no existe la formación basada en el enfoque complejo, al que hace referencia Tobón (2007) cuando manifiesta que es un conjunto de lineamientos que permiten generar condiciones pedagógicas facilitadoras de la formación de competencias, partiendo de la relación entre educación, procesos sociales y comunitarios, como económicos, políticos, religiosos, al igual que, deportivos, ambientales como artísticos; en los que participan las personas, aplicando unas actividades bajo un contexto determinado y ajustadas a los intereses, autorrealización, interacción social y vinculación laboral de los estudiantes.

Ahora bien, en el caso de las universidades ubicadas en la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander-Colombia; Contreras, Wilches, Graterol y Bautista (2017) afirman

que es confirmada la necesidad de estudiar los problemas modernos desde varias disciplinas y conformar equipos para lograr soluciones integrales, pues hasta el momento, la formación en estas Universidades se queda en los problemas que implica la disciplinariedad de la administración de empresas. Al respecto opina Tobón (2017) que la formación impartida en emprendimiento, no responde a los cánones de la transversalidad o transdisciplinariedad requeridos.

Además de ello, en las referidas Universidades, no se ha considerado toda la potencialidad del emprendimiento como punto de integración económica para el desarrollo sostenible del Norte de Santander, es decir, de la ciudad de Cúcuta-Colombia; ya que, hay una carencia en la articulación de los proyectos concebidos en las Universidades de esta zona del país, y la realidad económica como social del Norte de Santander, por no tomar en cuenta, las necesidades y la problemática regional, al igual que, local. Por lo que Mendoza, Peña y Sandoval (2018) afirman que existe “una desarticulación del sector productivo y la academia” (p.83) y ello disminuye, cualquier estrategia que realizan las universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de administración de empresas en cuanto a formación emprendedora, pues:

Pese a todos los intentos de integración, la falta de instituciones de alta calidad que promuevan la investigación, la innovación y desarrollo tecnológico, sumado a la resistencia al cambio y la carencia de flujo comercial con Venezuela y la falta de políticas públicas en este sentido, afectan el desarrollo económico de la región (Cámara de Comercio de Cúcuta, 2013)

De seguir así las cosas, y de no cambiar las situaciones planteadas dentro de la carrera de administración de empresas de las Universidades ubicadas en Cúcuta-Colombia, no se podrá explotar los beneficios que traería consigo la formación emprendedora, tanto para los educandos, como para la sociedad en sí misma, pues se seguirá enseñando bajo estándares disciplinarios y no transdisciplinarios o transversales que permitan incidir de manera positiva en los desafíos que presenta la región, y por lo tanto, no se podrá llegar a los elementos que en un futuro permitirían concretar el emprendimiento internacional, para competir en mercados foráneos y globalizados.

Además de ello, de no evidenciarse un cambio en lo económico, se llegará a empeorar más lo antes expuesto. Todo ello, propiciado por la inactividad o pobre gestión de los protagonistas públicos y privados que tienen alguna injerencia en el contexto. Dado, entonces, se podría indicar que la ciudad de Cúcuta entraría en una crisis sin precedentes que ni la ayuda monetaria que pudiese darse por parte del gobierno central pudiera dar marcha atrás a tal situación, ocasionando que se encarezca en primera medida la canasta familiar, disminuyendo los ya bajos aportes de la ciudad al producto interno bruto y la emigración como fuga de capitales locales que aún le apuestan al mejoramiento de la situación reinante.

A su vez, todo esto tiene una repercusión nefasta en el mínimo vital de subsistencia de los ciudadanos cucuteños, que se vería aún más disminuido. Además, se le añade a esto, que la ciudad dejaría de tener el poco atractivo para efectuar negocios como se verían diezmados todos los sectores que aportan a su economía, todo esto, bajo un ambiente de incertidumbre, lo que también produciría el aumento de la delincuencia, contrabando y demás acciones de lucro de las bandas criminales, con la consecuente degeneración del casco urbano y posterior olvido absoluto por parte de los entes gubernamentales, que centrarían su apoyo como políticas en impulsar regiones con mejores proyecciones de desarrollo económico, industrial y social.

Con la finalidad de frenar todas estas situaciones y sus efectos, se hace necesario lograr que las universidades colombianas y en especial las ubicadas en Norte de Santander, Cúcuta-Colombia, generen algún modelo de formación transversal aplicable a la formación emprendedora, en donde incluyan a otros actores de la sociedad empresarial y del gobierno local, para con ello adoptar un aprendizaje holístico, que permita a los educandos desde el inicio en la carrera de administración, beneficiarse de esa formación transdisciplinaria y cónsona a las exigencias del entorno social. En función de lo antes expuesto, el investigador formula el problema a través de la siguiente interrogante:

Formulación del Problema

¿Se podrá generar un modelo de formación emprendedora en la carrera de administración de empresas y financiera aplicable a las Universidades del Norte de Santander y en específico de la ciudad de Cúcuta?

¿Cuál es la situación actual del emprendimiento en los estudiantes de la carrera de administración en las Universidades de la ciudad de Cúcuta?

¿Cuáles son las percepciones que tienen los estudiantes de administración de las universidades de la ciudad de Cúcuta, en lo concerniente al perfil del emprendedor?

¿Cuáles son las medidas correctivas que están tomando las universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de administración para fortalecer la formación emprendedora?

¿Qué estrategias relacionadas a fomentar el emprendimiento deben utilizar las universidades de Cúcuta en la carrera de administración para cubrir las necesidades que exige la situación actual de la ciudad?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Generar un modelo de formación emprendedora en la carrera de administración de empresas y financiera para universidades de la ciudad de Cúcuta-Colombia.

Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual del emprendimiento en los estudiantes de la carrera de administración en las Universidades de la ciudad de Cúcuta.

Identificar las percepciones de los estudiantes de administración de las Universidades de la ciudad de Cúcuta en lo concerniente al perfil del emprendedor.

Determinar las medidas correctivas que están tomando las universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de administración para el fortalecimiento de la formación emprendedora.

Consolidar un cuerpo de recomendaciones cuyo impacto oriente la toma de decisiones relacionadas con el emprendimiento en las universidades de la ciudad de Cúcuta dentro de la carrera de administración de empresas y financiera.

Justificación de la Investigación

A continuación, se presenta la justificación, relevancia, implicaciones e impacto que los resultados de la investigación una vez realizada aportan a la sociedad, a las instituciones, a la academia, a la investigación, a la universidad y a la búsqueda de soluciones.

Por ello, el investigador pasa a considerar como argumentos, ciertos aspectos que tienen relación con la relevancia social, la originalidad, el aporte teórico, el aporte metodológico; el aporte a la investigación, el aporte práctico; el aporte a la academia y, por último, pero no por ello menos importante, el aporte a la Universidad.

Cuando se hace referencia a la originalidad y valor agregado, en este estudio se trata de presentar la esencia de lo innovador al generar un modelo de formación emprendedora que sirva como marco en la licenciatura de administración de empresas y financiera para las Universidades de Norte de Santander, Ciudad de Cúcuta-Colombia; y con ello, despertar el interés de los estudiantes universitarios, y de las Universidades que estén ubicadas en este espacio geográfico, para que se enfoquen en mejorar los pensum de estudios, en la carrera de administración de empresas y financiera, incluyendo la formación emprendedora a través estrategias que comprendan tanto contenidos programáticos y prácticas empresariales, que permitan el desarrollo de competencias en emprendimiento.

De allí que la significación de este trabajo, es tal que, permitirá reforzar la formación en emprendimiento, y con ello profundizar en esta temática. Además, concientizar, en aquellas universidades que no poseen dentro de sus programas académicos la formación para el emprendimiento, la necesidad de inclusión, pues con ello, el investigador contribuirá a maximizar positivamente la formación en

emprendimiento, lo que motivará a los estudiantes a querer emprender tanto en proyectos productivos, como en innovaciones técnicas y tecnológicas.

En cuanto a la relevancia social o transcendencia que tiene para la sociedad realizar el estudio, se basa en los cambios que puede generar la investigación en función de aportar al conocimiento de la realidad social, el beneficio que trae la formación emprendedora para minimizar la alta tasa de desempleo como informalidad de la ciudad. Por ello, se hace imperativo lograr la acción inmediata de las universidades, basada más allá de simplemente formar estudiantes, y lograr formar empresarios con capacidad emprendedora de dar un vuelco a la situación o realidad social en que se encuentra inmersa la ciudad de Cúcuta, producto del desempleo, y con ello generar nuevas fuentes de trabajo estables, así, se pueda renovar el panorama económico de la región.

Por eso, con esta investigación se quiere dar un respaldo en este tema a las Universidades de la ciudad de Cúcuta, así como, se pueda servir de medio orientador para reforzar y establecer una cultura emprendedora en los estudiantes de administración de empresas y financiera de las mismas.

El aporte teórico es otro aspecto considerado en la investigación, por lo que se tratará de aportar conocimiento en cuanto a la formación en emprendimiento, a través de los aportes teóricos del estudio por medio de la inclusión de conceptos básicos, como en otros niveles del conocimiento, para establecer e identificarlos dentro de la formación que está actualmente siendo llevada a cabo en la carrera de administración de empresas y financiera, en las Universidades de la ciudad de Cúcuta, lo que permita un cambio paradigmático, e introducir una nueva perspectiva a través de la generación de un modelo de formación emprendedora en la carrera de administración, para universidades de la ciudad de Cúcuta. Razón por la cual, se debe gestionar las teorías, estudios como demás artículos que generen conocimiento sobre emprendimiento, y educar en una formación idónea a los estudiantes de administración, para que se logre con este esfuerzo una cultura emprendedora en la región.

El aporte práctico del se relaciona con la utilidad del mismo, al realizar el diagnóstico de la situación actual en lo que comprende el emprendimiento en las

universidades de la ciudad de Cúcuta, y con ello se podrá resolver la problemática que afecta a los educandos en este tipo de formación y que indirectamente aqueja a la actividad económica de esta ciudad, de ahí que, la aplicabilidad del estudio está dada al generar un modelo de formación emprendedora que de vida al emprendimiento en la ciudad de Cúcuta, desde el ámbito universitario.

En consecuencia, los resultados que se deriven de este estudio permitir comprender como se está estableciendo la formación por parte de las diferentes directivas de estas entidades y como están resolviendo con sus aportes las necesidades de los estudiantes de administración, así como, si están tomando en consideración el entorno que las rodea para constatar su participación en la estructuración de un desarrollo empresarial con sus decisiones gerenciales, lo que logrará impactar de alguna manera positiva en la dirección que se encuentra la economía local.

Por tanto, los directivos de las diferentes entidades educativas que van hacer objeto de estudio en la presente investigación, podrán con los resultados que se generen de este trabajo, dictar las pautas o directrices que potencien el desarrollo emprendedor en la región y puedan ayudar a visualizar el futuro inmediato que les apremia de no hacer gestiones de manera drástica para combatir los efectos de la situación de deterioro económico, laboral y profesional que se vive actualmente en la ciudad de Cúcuta.

El aporte Metodológico se refleja cuando la investigación muestra el impacto que tiene en el conocimiento metodológico, la utilización de un nuevo modelo formativo que ofrece nuevas pautas para aquellos investigadores a nivel nacional, regional o local que quieran seguir estudiando el tema del emprendimiento, así pues, para aquellas universidades que pretendan mejorar sus programas educativos no solo enfocados a administración de empresas si no que se pueda llevar la formación emprendedora a otras áreas de las ciencias sociales, al igual que, otras carreras que se estén ofertando, para permitir un desarrollo integro a los profesionales de la región como del país.

Con referencia al aporte a las instituciones empresariales, se tiene que este estudio pretende mostrar los beneficios tangibles e intangibles que el modelo formativo en emprendimiento, originará a las diferentes empresas de la ciudad de Cúcuta-

Colombia, para incitar la creación de nuevos negocios que estimule un desarrollo industrial, el cual es requerido urgentemente por esta ciudad.

Adicionalmente, servirá esta investigación para ser presentada ante la Cámara de Comercio de Cúcuta-Colombia, como evidencia que se hace necesario un cambio urgente, tanto en la mentalidad como en el obrar de los empresarios y comerciantes con los que cuenta la ciudad, sin dejar de lado lógicamente el factor de formación en los universitarios de administración, que permitirá la creación de negocios innovadores como creativos, dando una nueva faceta a la ciudad, lo que lleve a esta a ser un ejemplo de desarrollo en el campo del emprendimiento local.

En cuanto a lo gerencial, este estudio busca estimular la llegada a la ciudad de Cúcuta-Colombia, de capital de inversión proveniente de otras latitudes, al fortalecer el emprendimiento, brindando nuevas rutas de acción a los futuros como actuales gerentes de las diferentes compañías que laboran en esta ciudad. En consecuencia, este trabajo pretende ofrecer los miramientos que la ciudad requiere, para que a su vez, los mandatarios locales se apersonen de este concepto de emprendimiento y lo adopten como propio, tanto en sus proyectos para mejoramiento de la ciudad, como para conseguir traer tecnología que facilite los procesos de producción de las diferentes empresas, permitiendo esto que se creen nuevas.

Así mismo, los líderes de las diferentes organizaciones que existen en la ciudad pueden tomar este estudio para formar a sus mismos trabajadores y que estos generen nuevas ideas que lleven a sus negocios a alcanzar nuevos horizontes como metas, pues el emprendimiento no solo se utiliza para crear empresas, sino también, para mejorar las que ya están, para lograr alcanzar o identificar nuevos mercados o segmentar efectivamente los ya existentes.

Por otra parte, este trabajo produjo líneas de acción para poder combinar efectivamente los esfuerzos tanto de la empresa privada, la universidad y el gobierno para lograr un cambio radical en la ciudad, donde se brinde y se enfoque a un liderazgo gerencial eficaz del sector económico y productivo de Cúcuta, al igual que, la formación de nuevos gerentes con habilidades para generar riqueza como el desarrollo social esperado por la comunidad y por todos los actores involucrados en el país,

brindando las bases, para tomar las mejores decisiones a seguir por parte de los gerentes actuales como futuros. En fin, que todo esto radique en el cambio económico que esperan los cucuteños para su ciudad y traiga consigo la prosperidad para todos los habitantes de la misma.

Alcance y Delimitación

Esta investigación estuvo limitada a las universidades de la ciudad de Cúcuta capital del departamento de Norte de Santander de la República de Colombia. Dichas Universidades son: Universidad Francisco de Paula Santander; Universidad De Pamplona - Sede Villa del Rosario; Universidad Libre de Colombia - Seccional Cúcuta; Universitaria de Santander (UDES); Fundación de Estudios Superiores Comfanorte – FESC. Las dos (2) primeras casas de estudios superiores, forman parte de las Universidades Públicas y las tres (3) restantes, califican como Universidades Privadas y/o instituciones de educación superior; todas ellas, debidamente aprobadas y registradas ante el Ministerio de Educación Nacional de Colombia; las cuales quisieron incluir o fortalecer el emprendimiento en sus programas académicos, para ayudar al desarrollo económico de la región a través de la formación idónea de los estudiantes de Administración (de empresas o financiera).

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El Marco Teórico, permite al investigador ubicar el problema que se está estudiando dentro de un cúmulo de investigaciones previas, que tienen como particularidades la verificabilidad, la descripción objetiva y real del objeto de estudio, la prosecución metódica de pasos, al igual que, procedimientos técnicos, lo cual conllevan a procesos sistemáticos como explicativos.

Todo ello permite orientar la búsqueda de información y ofrecer conceptualizaciones adecuadas, ya que, según lo dispuesto en las Normas de Presentación y Evaluación de los Trabajos de Grado de la Universidad Santa María (2005), el Marco Teórico debe ser visto de una manera flexible, y debe reflejar principalmente las características propias del tema que investiga; por ello, el investigador, pasa a presentar un esquema flexible del capitulado; para lo cual, considera lo que afirma Arias (2012) en referencia al mismo: “El marco teórico con sus antecedentes y bases teóricas son la fuente que fundamenta el trabajo” (p.134).

En función de lo antes expuesto, este Capítulo II, del marco teórico dentro de la investigación, permite interrelacionar la teoría con la investigación propiamente dicha; por lo que el investigador, plantea presentar de manera holística y epistémica para este estudio, tres aspectos que conforman el capitulado, los cuales son: Antecedentes de la investigación, Bases Teóricas, y la Operacionalización de las variables.

En cuanto a los antecedentes, se deja sentado que los mismos, estarán conformados por trabajos de postgrado y productos investigativos dispuestos en revistas especializadas, que tratan temas similares a la materia objeto de esta investigación.

En referencia con las bases teóricas, Arias (2006) afirma que “implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema” (p.107). Por tanto, este

apartado, está constituido por la posición asumida por diferentes doctrinarios quienes oportunamente han disertado sobre el tema o problema de esta investigación. Pues la revisión de la literatura en el marco teórico, se considera como el proceso de introducción en los conocimientos existentes y disponibles que pueden estar vinculados con el planteamiento de un problema (Creswell, 2005).

Finalmente, el investigador presenta la operacionalización de las variables, mediante un cuadro matriz, el cual contiene cada uno de los objetivos planteados para esta investigación.

Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes de la investigación en palabras de Arias (2006) “se refiere a los estudios previos; trabajos y tesis de grado, trabajos de ascenso, artículos e informes científicos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con nuestro proyecto” (p.106).

En consecuencia, como antecedentes de la investigación, deben considerarse, tesis doctorales, trabajos de grado de maestría, así como, productos investigativos publicados en revistas científicas, siempre que el contenido tenga relación con la temática de esta investigación; ya que, los mismos brindaran soporte teórico para conseguir los propósitos de la presente investigación y que se relacionan al tema del emprendimiento.

Por otra parte, se presentan estructurados y organizados a continuación, desde un nivel descendente desde lo internacional y nacional enmarcados dentro del tema que envuelve este estudio, lo que dará una limitación como enfoque al objeto que se estudia para evitar desvíos y seguir una senda, con bases científicas fundamentadas en experiencias como resultados anteriores, con lo que, se de claridad como coherencia a las hipótesis que se desprendan del proceso de investigación que se está llevando a cabo.

Por tanto, en relación con el contexto internacional, se tiene a Vallejo (2017), quien realizó en España, una investigación intitulada *Propuesta de un Modelo*

Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación de los Aprendizajes de la Carrera De Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la cual tuvo como propósito demostrar que en la carrera de Emprendimiento, la formación integral en emprendimiento como estrategia prospectiva de desarrollo socio-económico se produce de manera sistemática y mayoritaria. El estudio se enmarcó metodológicamente en un enfoque cuantitativo-cualitativo, de tipo transeccional, descriptivo, aplicando el método fenomenológico hermenéutico.

Los resultados reflejaron que un modelo formativo integral de emprendimiento prospectivo es aplicable en el sistema de educación, tanto en el ámbito público como privado, sin restricción de sexos, edades, o experiencia familiar en emprendimiento. Además, se determinó que la implementación de este modelo establecería los cimientos de una cultura nacional de emprendimiento, permitiendo abarcar a todas las personas desde temprana hasta avanzada edad, donde cada persona emprenderá de acuerdo con su propia condición y según el entorno que la rodea.

En consecuencia, la investigación concluye que la educación emprendedora debe ser impartida desde la infancia, a través de metodologías adecuadas y ofrecida por docentes capacitados; destacando que la educación emprendedora debe estar acompañada de la incubación de negocios, es decir, que los programas de emprendimiento deben brindar los recursos (humanos, materiales, financieros, tecnológicos, mercadológicos, administrativos, de conocimiento y redes de contacto, entre otros) o los medios para alcanzarlos.

Por lo anterior, la pertinencia del antecedente descansa en la presentación del modelo formativo e integral de emprendimiento para la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, bajo un punto de vista prospectivo, pues aunque está dirigida a una carrera específica como la de emprendimiento, tiene una incidencia importante para la investigación en curso, por el manejo que realiza la autora de la parte teórica del emprendimiento, así como, el punto de vista lógico con el que presenta los resultados del análisis explicativo, destacando aspectos sobre la propuesta metodológica para la enseñanza del emprendimiento, la cual según el análisis realizado,

debe incluir la fundamentación teórica de lo que es emprendimiento y sus horizontes epistemológicos.

Y por ello, la necesidad de incluir materias que permitan formar la personalidad, la conducta, como el desarrollo de habilidades de buena comunicación de las personas y la organización, interpersonal e intrapersonal, afectiva y efectiva, el poder de convencimiento, y el liderazgo personal, tales como: Pensamiento Crítico, Filosofía de la Ciencia, Creatividad, Innovación y Emprendimiento práctico, para los educandos.

Todo ello, tiene una relación indiscutible con la investigación que se lleva en curso, pues los aportes originales antes referido, deben hacer reflexionar al investigador en la necesidad de una propuesta de modelo de formación de emprendimiento para fortalecer las debilidades observadas en la educación impartida, y con ello, beneficiar como fomentar el emprendimiento a nivel universitario y regional, que es finalmente lo que se busca con el objetivo general de la investigación en curso.

Por su parte, Freire (2015) desarrolló en España un estudio titulado *La formación para el emprendimiento en la enseñanza de economía y escuelas de negocios*, cuyo objetivo general fue identificar el perfil de los potenciales emprendedores que optaban por embarcarse en este tipo de formación. Metodológicamente, se apoyó en el enfoque cuantitativo, aplicando una encuesta a estudiantes de Programas Máster para conocer tanto su impulso emprendedor, como cuáles son las herramientas que ellos considerarían necesarias obtener en esta formación Máster para poder llegar a emprender.

La autora llegó a la conclusión de que el emprendedor nace, es decir, el posible y futuro emprendedor tiene una predisposición a ello, ya sea por tradición familiar o por la aparición de iniciativa innata propia y, por tanto, las escuelas de negocios con su formación en emprendimiento lo que hacen es definir como perfilar, las habilidades y herramientas que este potencial emprendedor necesita para poder poner en marcha sus ideas de negocio con mayor garantía, o lo que es lo mismo, con una garantía técnica sólida.

Aunque en este estudio no se plantea como objetivo un modelo de formación en emprendimiento, y la metodología aplicada es diferente a la que se empleará en la

presente investigación, no por ello debe descartarse dentro de la revisión de los trabajos previos realizados, pues la lógica del punto de vista presentado por la investigadora, permite abordar una de las aristas de la investigación en curso, la cual es, la formación del emprendimiento en la enseñanza.

Por lo cual, la pertinencia de este antecedente estriba en la necesidad de la formación de futuros profesionales en emprendimiento y para que ello ocurra, es necesario considerar las habilidades como herramientas de gestión básicas, para que los educandos, puedan afrontar con éxito, la creación de una empresa. Por tanto, todos esos elementos y características que presenta como aporte original la autora en su tesis doctoral, avizoran una formación profesional multidisciplinaria, que deben ser considerados al momento de la generación del modelo de formación emprendedora que llevará a cabo este investigador.

Guillen (2019) realizó en Perú un estudio intitulado *Estilos de aprendizaje y Actitud emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración con mención en Gestión Empresarial de la Universidad Peruana Unión, Filial Tarapoto, 2018*, cuyo objetivo general fue determinar si existe relación entre los estilos de aprendizaje y la actitud emprendedora en los estudiantes de la Carrera profesional de Administración con mención en Gestión Empresarial de la Universidad Peruana Unión, Filial Tarapoto.

La investigación se enmarcó en el enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional, no experimental, de corte trasversal. Entre los principales resultados obtenidos se encontró que los estilos de aprendizaje y la actitud emprendedora se relacionan significativamente y de forma positiva con un $Rho = ,469^{**}$ ($p = 000$).

Ahora bien, aunque la investigación no presenta un modelo de formación en emprendimiento, ni emplea un procesamiento de información similar al que se aplicará en la investigación en curso, se considera que el antecedente, tiene su pertinencia por el manejo que da la autora, al aspecto teórico del emprendimiento, y a su vez por el aporte original, al estilo de aprendizaje.

Ello incide, en el proceso de enseñanza del emprendimiento y deja sentada las bases de que la formación en emprendimiento requiere inexorablemente de la actitud

emprendedora del educando, por lo cual, la relación con la investigación en desarrollo estriba en el aporte que la autora da en el fomento de un educando activo, reflexivo y experimental, para que se desarrollen en ellos, las habilidades necesarias y así lograr una verdadera formación en emprendimiento.

Por otro lado, Pineda y Manzano (2018) realizaron en Colombia, la investigación titulada *La Cultura Emprendedora en los Estudiantes de Administración de Empresas*, cuyo objetivo general fue identificar las habilidades y capacidades emprendedoras que poseen los estudiantes de Administración de Empresas y su incidencia en las otras asignaturas del programa. Metodológicamente, la investigación fue cuantitativa con un enfoque descriptivo, se aplicó como técnica de recolección la encuesta a 144 estudiantes de diferentes semestres, llegando a la conclusión de que la población estudiantil posee grandes capacidades como habilidades para emprender; sin embargo, la educación que es impartida no influye lo suficiente para que edifiquen empresas que contribuyan al desarrollo regional.

La pertinencia del antecedente con la investigación en curso, está en el aporte que presenta este al señalar que el emprendimiento y espíritu empresarial es uno de los aspectos más importantes dentro del desarrollo humano; por tanto, es imprescindible incentivar a los estudiantes para que construyan nuevas ideas de negocios y se conviertan en personas que no solo cubran las necesidades de una comunidad, sino que además, aporten al progreso del país, entendiendo que esta es una de las tareas más importantes a desarrollar en las universidades.

De allí que, este punto lógico de vista presentado por los articulistas, hace que el investigador reconfirme que el emprendimiento tiene una relación fundamental con la formación profesional, pues estos dos elementos en carreras como la administración de empresas, deben ir de la mano, pues nada se hace, si se forma en el área social, pero no se cultivan ni se explotan las habilidades en los educandos para generar negocios. Por ello, la generación de estrategias en el proceso de formación emprendedora, debe partir en las universidades y esto solo es posible -como lo aseveran los articulistas- a través de la autoevaluación de las mismas, pues solo así, se podrá dar a conocer el

proceso de formación emprendedora en las Universidades en las carreras de administración, lo cual es punto central de esta investigación en curso.

También, se tienen a Vega y Mera (2016) quienes presentaron en Colombia la investigación titulada *Modelo de formación en emprendimiento social para Instituciones de Educación Superior (IES) en Colombia*, cuyo objetivo general fue caracterizar las dimensiones que inciden en la formación de individuos en emprendimiento social para las IES en Colombia. En cuanto a la metodología, se tiene que fue un estudio cualitativo, de carácter exploratorio, con el método de análisis de contenidos.

Los resultados muestran los componentes de un modelo de formación en emprendimiento social acorde con el contexto colombiano, distinguiendo las particularidades que debe desarrollar el emprendedor social, establece la formación que están impartiendo las IES en torno al emprendimiento y realiza una aproximación al contexto de acción del emprendedor colombiano; llegando a la conclusión de diseñar una propuesta de modelo de formación en emprendimiento social, que se aborda desde las dimensiones de: propósito, estrategias, entorno e individuo.

Este producto investigativo es pertinente con la investigación en curso, pues maneja teóricamente una serie de constructos y formulaciones teóricas, que permiten conformar un diseño de un modelo de formación en emprendimiento, en el contexto de las universidades colombianas, interesando el aporte original de los articulistas en referencia a las dimensiones, porque a través del modelo formativo presentado se tiene un referente primordial a la hora de generar el modelo formativo en emprendimiento para las carreras de administración de las Universidades de Cúcuta.

En cuanto al contexto nacional, se tiene a Velandia (2019), quien presentó en Caracas, Venezuela, la investigación intitulada *Modelo teórico para promover el desarrollo de competencias en emprendimiento desde el sector universitario*, cuyo objetivo general fue generar un modelo teórico para promover el desarrollo de competencias en emprendimiento desde el sector universitario.

Metodológicamente el estudio se enmarcó en el paradigma naturalista interpretativo y se utilizó la investigación cualitativa. La información provino de

entrevistas a profundidad, las cuales fueron analizadas a través del método comparativo continuo. Los resultados obtenidos permitieron sustentar la construcción del modelo teórico con aproximaciones conclusivas, al reflejar como el currículo vigente en emprendimiento que emerge del Sector Universitario, no ha brindado un marco de referencia claro, propiciando rupturas conceptuales y de las temáticas asociadas al emprendimiento, no abordándose las realidades coyunturales que atraviesa Venezuela; concluyendo que la adopción del modelo teórico generado, podría acercar aún más al sector universitario al desarrollo de competencias en emprendimiento en los estudiantes universitarios.

La pertinencia de este antecedente estriba en el arqueo teórico que realiza el autor en referencia al sector universitario venezolano y el emprendimiento. Además resalta, el aporte que da el autor en referencia a los elementos (competencias, habilidades, actitudes y valores del estudiante universitario venezolano) que deben ser tomados en cuenta para la generación del modelo teórico para desarrollar competencias en el área del emprendimiento, desde el sector universitario venezolano, por lo cual los referidos aspectos teóricos, deben ser considerados por el investigador, al momento de generar el modelo de formación emprendedora para las universidades de la ciudad de Cúcuta.

Por su parte, Aguiar (2015) presentó en Carabobo, Venezuela, el trabajo intitulado *Promoviendo Actitudes de Emprendimiento en Estudiantes de Educación Media General*, cuyo objetivo general fue generar actitudes de emprendimiento en estudiantes de media general, tomando para ello en cuenta la asignatura educación para el trabajo y fundamentándose en las teorías humanista del aprendizaje, teoría triárquica de la inteligencia, teoría de las motivaciones de Maslow y McClellan, la Teoría XY de Douglas McGregor, el enfoque del liderazgo transformacional, los principales aportes teóricos sobre el emprendimiento y la teoría general del coaching.

Metodológicamente, la investigación estuvo enfocada cualitativamente, bajo el paradigma socio-crítico y aplicando el método investigación-acción. Las conclusiones evidenciaron que durante los años anteriores del bachillerato donde este grupo de estudiantes cursaron y aprobaron el programa Educación para el Trabajo, los

contenidos referentes a este programa no debieron ser significativos e incluso ni relacionados con el trabajo, ya que, ninguna de las ideas emprendedoras o ningún proyecto de emprendimiento presentado por los estudiantes, tuvo algún tipo de inspiración, relación o se basó en algo aprendido durante su carrera de bachiller con respecto a los contenidos vistos por ellos en esta asignatura.

Ahora bien, aunque este estudio tiene una población distinta (estudiantes de bachillerato) y una metodología diferente a la que se empleará en la investigación en curso, se considera que es un antecedente que tiene valía, pues presenta una serie de referentes a través de teorías que son necesarios conocer a la hora de generar el modelo de formación emprendedora para la carrera de administración de empresas y financiera de las Universidades de Cúcuta, ya que, algunas de ellas (teoría de la motivación humana, teoría triárquica de la inteligencia, la teoría jerarquía de las necesidades de Maslow y la teoría del liderazgo) son referentes obligatorios para considerar que es lo que mueve a los educandos (de cual nivel educativo) a ser emprendedores.

Paz, Salóm, García y Suarez (2020), presentaron en Zulia, Venezuela la investigación titulada *Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana*. Tuvo como objetivo general analizar el perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. Metodológicamente, correspondió con un paradigma positivista, investigación descriptiva, diseño no experimental, transaccional, de campo. Las conclusiones muestran que el perfil del emprendedor en la formación de universidades venezolanas se caracteriza por mostrar un espíritu emprendedor con valentía, visión, perseverancia, autoconfianza, orientación a los resultados, liderazgo y creatividad, representando sus ideas el motor que dinamiza el desarrollo de la nación, para satisfacer las necesidades de la sociedad, bajo el potencial innovador y oportunidades que agregan valor al sistema productivo.

La pertinencia del antecedente, descansa en el punto de vista lógico en el que los autores afirman la necesidad de romper paradigmas de formación tradicional desde la universidad en Venezuela, para incorporar tendencias educativas que permitan la transformación social; por tanto, la formación universitaria, debe abrirse a la multidisciplinariedad que permita que los educandos se formen en emprendimiento y

con ello, innovar la situación crítica que se presenta en la mayoría de los países de Latinoamérica, y en función de ese punto de vista actual, bajo una metodología que se aplicará en el presente estudio, se considera que este producto investigativo de alto nivel, tiene una conveniencia como base sólida del trabajo que se está llevando y que se debe llevar a cabo en las diferentes universidades del orbe.

Los trabajos que se han presentado guardan relación con la investigación propuesta en sus diferentes tópicos. Con ello, se demuestra el interés que ha existido en torno a ir, cada día, perfeccionando en la generación de modelos en formación emprendedora para Universidades con carreras de administración.

Bases Teóricas

Esta sección también recibe el nombre de fundamentación teórica o teorías de entrada, pues en ella se presentan las diferentes teorías, conceptos y modelos que guardan relación con la temática que se investiga y con los objetivos del estudio.

En función de lo anterior, el investigador pasa a hacer lo propio presentando una revisión documental actualizada sobre el problema definido previamente, las variables que intervienen en el mismo, los constructos y referentes que soportan el objeto de la investigación, bajo el esquema flexible y concordado con su tutor que se presenta a continuación.

Hacia una Aproximación Global del Emprendimiento

Significación de la Palabra Emprender.

Este vocablo se deriva de la palabra *entrepreneur*, que a su vez, se origina del verbo francés *entreprendre*, que significa *encargarse de*, sin embargo, si se saca del contexto castrense, el vocablo denota una encomienda que debe ser realizada. Empero, para ir perfilando la definición del término en el contexto gerencial, se hace necesario considerar lo que al respecto considera la Real Academia Española (2014), pues la misma presenta dentro de las significaciones de la palabra *emprender* la de acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o

peligro; lo que permite señalar que el emprender conlleva a la acción de iniciar un negocio que puede tener algún riesgo.

No obstante, todo riesgo comporta la ocurrencia de una circunstancia que puede ser positiva o por el contrario negativa; por ello, el emprender admite una acción que puede estar circunscrita a “perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson, 1983, 1985, 1990, 2000 como se citó en Formichella, 2004, p.3); y para ello, es indispensable idear y dirigir una empresa, ya que, ambos accionares son fundamentales dentro de las oportunidades inciertas o de innovación (Formichella, Ob.cit). Además, estas deben ser consideradas para emprender una empresa comercial o para llevar adelante un proyecto, aunque el mismo no tenga fines económicos o de lucro (Formichella, 2004 como se citó en Guerra y Restrepo, 2013). Asimismo, estos emprendimientos deben contener cierto nivel de innovación que los destaque, como lo indica Castillo (1999), en que se empezó a llamar emprendedores, a los empresarios que destacaban por ser innovadores.

Ahora bien, añade Kundel (1991) citado en Formichella (2004), en que la acción para emprender ha de ser “concebida como la gestión del cambio radical o la renovación estratégica, sin importar si esta renovación ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (p.3)

Por tanto, la actividad emprendedora, está soportada en la transformación, cambio o renovación transcendental de las organizaciones, para que las mismas estén adaptadas al contexto real y con ellas se pueda materializar un proyecto que conlleve al emprendimiento.

Definición del Término Emprendedor.

Velandia (2019) afirma que el término emprendedor deriva de la palabra francesa *Entrepreneur* que, en el campo de la economía a finales del siglo XIX, fue muy utilizada para indicar que un sujeto dispone de unos recursos y lleva las riendas de una empresa, que conlleva un riesgo implícito en el desarrollo de sus operaciones; mientras que, Vallejo (2017) señala que esta palabra fue utilizada por primera vez, por el banquero francés, Richard Cantillon en su obra *Essai sur la Nature du Commerce in*

Général, publicada en 1755. En la primera parte de este libro claramente se mencionan elementos claves como: la circulación y el consecuente intercambio tanto de productos como mercancías y la manera como se producen; quienes son los emprendedores que resuelven estas situaciones en un constante riesgo.

Sin embargo, añaden Saiz-Álvarez y García-Vaquero (2017) citados por Vallejo (Ob.cit.) que la palabra *emprendedor* como término, fue usado por primera vez de manera comercial, en el libro Tomás de Mercado en 1569 con título *Tratos y contratos de mercaderes y tratantes decididos y determinados*, en su segundo tomo, el cual fue reeditado en 1571 bajo una serie de cambios bajo el título de *Suma de tratos y mercados*. En este sentido, Vallejo agrega que el autor de este libro, indica que puede admitir “la creación de nuevos negocios y los contratos de intercambio comercial, siempre que sean consistentes con la justicia moral, esto es, la no imposición de un tipo de interés abusivo, precios demasiado elevados o acuerdos injustos, tanto social como económicamente” (p.65).

Lo que hace expresar que el significado de la palabra emprendedor está relacionado con la puesta en marcha de un negocio o empresa, asumiendo los potenciales riesgos que ello comporta; en otras palabras, empezar una actividad que requiere de esfuerzo o trabajo y tiene cierta envergadura. (Guillen, 2019).

Vista así la definición de emprendedor, se pudiera considerar que la misma es una definición un tanto incompleta, pues inexorablemente, para mejorar la misma, se hace indispensable considerar el propósito económico del emprendedor. En este sentido, se debe indicar que el emprendedor, es quien rompe los ciclos de mercado, excluyendo a los intermediarios que hacen interposición en el cambio de bienes y servicios. Esa exclusión en la cadena de comercialización, llevada a cabo por el emprendedor permite reducir los precios del producto para lograr un rendimiento financiero sobre el capital invertido.

Por tanto, esa estrategia de destrucción creativa lograda por el emprendedor o, destructor creativo, (Drucker, 1985, citado por Formichella, 2004), mediante la introducción de una innovación, es lo que da sentido al emprendimiento y le brinda una ventaja en el tiempo (Schumpeter, 1942, citado por Formichella, 2004).

Ahora bien, autores como Zorilla (2009) señala que el emprendedor “es quien tiene la idea, el concepto, de un producto o servicio a realizar” (p.19); por tanto, no es solo quien rompe el ciclo de comercialización, sino quien además renueva paradigmas a través de la presentación de nuevas ideas (productos: bienes y servicios) que puede introducir al mercado y con ello asume peligrosamente un riesgo, de que la idea del negocio sea aceptada o no.

Para Rodríguez y Jiménez (2005) el emprendedor es la persona que toma decisiones sobre la base de lo complejo, de los riesgos presentes, tomando en cuenta el ingenio y el discernimiento; concibiendo al emprendedor como la persona que posee una agudeza e intuición que le permite sortear los detractores de las nuevas ideas.

Frente a ello, Ares (2004) indica que los emprendedores “captan las nuevas necesidades sociales y buscan construir empresas, diseñar servicios, formar equipos y prepararse profesionalmente para dar respuestas de calidad a esas demandas de las personas y grupos sociales” (p. 494), ya que, las necesidades del mercado tanto laboral como empresarial, deben ser cubiertas por los emprendedores a través del cúmulo de actividades que realizan con el fin de ayudar a satisfacer las mismas y con ello, crear líneas de empleo que impulsen la dinámica de la economía de la región donde se encuentren ubicados. Todo ello soportado, bajo las capacidades técnicas, innatas, adquiridas y demás afines a su actitud, que conforman el fuero interno de estos seres emprendedores, que en muchos casos son conocidas como las características que debe poseer el emprendedor, por ello, la literatura especializada considera que el emprendedor tiene un perfil particular, que a continuación se explica.

Perfil del Emprendedor.

Arraut, Sánchez y Novoa (2011) señalan que “para ser un emprendedor empresarial se requiere tener cierto perfil con base en ciertas aptitudes y características” (p.188). En este sentido, el perfil emprendedor es el que define las características propias que son inherentes y comunes entre aquellos que se arriesgan a generar empresa o alguna iniciativa de negocio, por lo cual, Chan (2014) afirma que “el emprendedor es en última instancia una persona con una serie de características que le permiten detectar oportunidades, generar conceptos de negocio a partir de la creación,

innovación o mejor utilización de recursos, para alcanzar logros” (p.33), además, agrega que asumen el riesgo que conlleva sus decisiones al momento de tomarlas y su consecutiva ejecución.

El perfil del emprendedor debe estar relacionado con ofrecer un producto o servicio demandado por el mercado, a partir del apoyo de las distintas organizaciones empresariales y contando con la necesaria financiación (Balbontín, 2012); por lo que, para este autor parte de las características vienen dadas del entorno externo y otras tantas, aparecen del empoderamiento interior del emprendedor.

Ahora bien, en el mismo contexto del perfil del emprendedor y según el modelo de Shapero (1982), resaltan algunas características a considerar al respecto, como es el discernimiento, la perspicacia y la acción; pues se señala que el emprendedor debe percibir el inicio de un negocio como una actividad deseable, lo que se conoce como percepción de deseo, y de concebir su factibilidad, lo que se denomina percepción de factibilidad, y también, debe tener una propensión a actuar frente a las oportunidades (Velandia, 2019).

Además de las particularidades antes referidas, diversos autores recogen las características que son más mencionadas -y que se encuentran presentes en varias investigaciones-, entre las que se tienen: la creatividad, la iniciativa, la auto-confianza inquebrantable, la decisión, la energía y capacidad de trabajo, la perseverancia, el liderazgo, la aceptación del riesgo, así como, la adaptación a los cambios, la necesidad de logro, la paciencia, la capacidad de aprender, el manejo de problemas, la habilidad organizativa, entre otras (Chan, 2014).

Por tanto, la mayoría de las características están referidas a la capacidad psíquicas, intelectuales y de destreza cognitiva, lo que permite ampliar el ámbito de pensamiento del emprendedor, y con ello realizar cambios de la base del conocimiento (Velandria, Ob.cit.).

Entonces, esta lista de características son las que deben identificar a aquellas personas que se califiquen con cualidad de emprendedores, ya que, de manera general definen el perfil o la tipología de un emprendedor; vale decir, las particularidades de los potenciales empresarios que en un todo se condensan en habilidades, capacidades

psíquicas, formación y capacidades intelectuales, que consecuentemente deben adquirir quienes quieran formarse en emprendimiento. Verbigracia, los estudiantes de administración de empresas y financiera de Universidades de la ciudad de Cúcuta; y ello en función de que puede ocurrir que en muchos casos, los educandos tengan algunas de esas características, por lo que se debe reforzar como cultivar aquellas que no se han desarrollado en ellos.

En este sentido, lo afirmado por Sánchez, Gutiérrez, Carballo, Quintana y Caggiano (2010), adquiere gran importancia en este contexto, cuando afirma que los emprendedores son necesarios para asegurar el desarrollo económico, por lo cual es importante considerar cómo se pueden identificar a estos emprendedores; de allí la relevancia de precisar las características del emprendedor. Por su parte, López, Montilla y Briceño (2007) expresan que:

El emprendedor es aquel individuo cuyas cualidades, aptitudes y talentos, tanto de origen innato como desarrollados durante los procesos de infancia, educación y experiencia; se reflejan en la capacidad de asumir riesgos moderados, en una alta motivación al logro de las metas y objetivos que se traza y en la capacidad de asumir con responsabilidad los resultados de sus acciones, y que por lo tanto se encuentran en plena facultad para fundar su propia unidad productiva. (p.82).

Consecuentemente, desde una perspectiva holística e integral, se hace necesario establecer un patrón psicológico y cognitivo que como mecanismo sistémico, permita detectar el perfil emprendedor y de manera particular en las Universidades de Cúcuta-Colombia, en donde se imparta la carrera de administración de empresas y financiera, para vislumbrar cuales características son las más emblemáticas en ellos, y así poder estimular en los educando o estudiantes de esta carrera, aquellas particularidades que no se han desarrollado, para con ello influenciar, e insertar las actitudes, al igual que, la personalidad emprendedora en estos estudiantes, lo cual les permitirá tomar decisiones apropiadas a nivel empresarial, y definirá su conducta gerencial frente a la sociedad como a su círculo social más cercano.

Definición de Emprendimiento.

En referencia con la definición de emprendimiento, Hisrinch y Peters (2017) afirman que es:

El proceso llevado a cabo por el emprendedor de crear algo nuevo que agregue valor, asignado el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, sociales y psicológicos asociados, y recibiendo la recompensa resultante en términos monetarios, de satisfacción personal y de independencia (p.10).

Denota la definición de los autores *supra*, que el emprendimiento es la acción llevada a cabo por el emprendedor, en la cual se fusiona elementos propios y particularizantes del perfil del emprendedor con el aspecto dinerario, pues todos estos componentes, forman parte de la enunciación referida.

Para aclarar un poco más la definición, Pérez (2016), afirma que el emprendimiento es un acto de “transformar los recursos tangibles e intangibles con miras a crear cualquier tipo de riqueza; es el arte o técnica para transformar una idea en realidad” (p.74). A su vez, adiciona que “es la capacidad de compromiso por encontrar soluciones sencillas a problemas complejos. Es la aptitud de buscar los diferentes recursos necesarios para crear, inventar, descubrir o innovar nuevas formas de solucionar problemas de su entorno específico” (p.76).

Por lo que la concepción del emprendimiento del autor *supra*, está relacionada con el emprendimiento a nivel general, por lo que se infiere del autor citado que el emprendimiento es la acción que conlleva a generar una ganancia dentro del entorno económico, a través de la materialización de un pensamiento o idea en el contexto gerencial, por medio de iniciar un negocio y el actuar, frente a las oportunidades, o en otras palabras apreciación de un negocio (percepción de deseabilidad), junto con la perspicacia de las oportunidades y de un plan de negocios (percepción de factibilidad), percepciones que fundamentan el modelo propuesto por Shapero y Sokol (1982).

Por otra parte, Herrera y Montoya (2012) enuncian que “el emprendimiento, espíritu empresarial, capacidad emprendedora, y *entrepreneurship*, son sinónimos entre sí, utilizados de esta forma por diversos autores” (p. 38). Así, relacionan que “el emprendimiento es entendido como la capacidad y habilidad para construir una

organización (con o sin ánimo de lucro)” (Ob.cit.). Entonces, estas capacidades y habilidades que le permiten al emprendedor crear empresa, deben ser desarrolladas, con la finalidad de poner en marcha las oportunidades que se plasmen a través de los planes de negocios.

Teorías de emprendimiento

Algunas teorías sobre el emprendimiento son referidas a los siguientes puntos de vista: psicológico, sociológico, económico y de gestión empresarial. Por tanto, el investigador presenta en primer momento, aquellas que considera son de mayor relevancia en el aspecto psicológico, tales como la teoría del Triángulo Invertido de Freire (2005) y la Teoría de la Pirámide de las Necesidades de Maslow (1943). Posterior a ello, pasa a considerar las teorías sociológicas, presentando en este punto, la Teoría de la Necesidad del Logro de McClelland (1961).

En cuanto a las teorías económicas, se muestra la Teoría de la Innovación de Shumpenter (1941) y la Teoría de ajuste de Kirzner (1985). Finalmente, el investigador presenta las Teorías del emprendimiento desde el punto de vista de la gestión empresarial, considerando la Teoría basada en las Oportunidades de Ducker (1985), la Teoría de la Red Social y la Teoría del Rol.

Teorías de emprendimiento con fundamento en el ambiente psicológico.

Teoría del triángulo invertido de Andy Freire. La Teoría de emprendimiento del triángulo invertido de Freire (2005), parte de la premisa de que autor transmite sus propias vivencias en este campo, permitiendo un enfoque que apunta al emprendedor como pieza clave del desarrollo empresarial de una región, que al final es uno de los objetivos trazados del gobierno local. De igual manera, es una consecuencia que se deriva de las actividades de los empresarios.

Entonces, la teoría reza que existen tres tipos de elementos o componentes fundamentales que, relacionados entre sí, permiten el surgir de nuevas empresas o proyectos los cuales son: la idea, el capital y el emprendedor, encontrándose este último en la base o como el soporte de los otros dos elementos que permite consolidarlos, así

como, generarlos y conseguirlos para efectos de realizar empresa, siendo esta, el objetivo del emprendedor. Por tanto, el autor señala que “todo proceso emprendedor integra estos tres componentes” (p.7), los cuales se presentan en la figura siguiente:

Figura 1. Teoría del Triángulo invertido.



Nota. Elaboración de Freire (2005)

Asimismo, Freire (Ob.cit.) explica que cuando un proceso emprendedor no tiene éxito es porque algunos de los anteriores tres componentes (idea, capital, emprendedor) falta, falla o por el accionar de una combinación entre los mismos, añadiendo que “el emprendedor no fue bueno, no obtuvo el capital necesario o el proyecto emprendido era equivocado” (p.7).

Por otra parte, Freire aclara que este triángulo permite comprender por qué un número considerable de personas cree que solo los hijos de ricos pueden emprender, pues estos jóvenes suelen tener la punta del triángulo del capital más resuelto que otros. En consecuencia, se entiende que este capital representa un requisito fundamental como es la inversión inicial, para cualquier actividad empresarial para poder ser ejecutada. Por tanto, aquellos emprendedores que cuentan con acceso a capital para empezar su idea de negocio tienen una ventaja en este aspecto, sobre otros que no cuentan con este recurso.

No obstante, sobre el factor capital, Freire considera que no es siempre decisivo para triunfar, pues su principal apoyo es el propio emprendedor; de su firmeza depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe. Esto puede observarse en la figura 1 previamente presentada. Este planteamiento hace considerar que el emprendedor es la

base sólida del mismo y aunque esa persona no tenga capital cuantioso, su capacidad, habilidad y compromiso harán crecer ese capital.

También, Freire (Ob.cit.) se hace la pregunta si el ¿emprendedor se nace o se hace?, así pues, frente a esa interrogante, la respuesta debe ser ecléctica o adaptable a elementos que pueden ser claramente modificables como los hábitos técnicos; tal vez, modificables como meta-habilidades e inmodificables como los talentos.

El autor hace referencia a los hábitos técnicos, señalando que son fácilmente modificables y adquiribles, pues dependen de la formación como el aprendizaje; lo cual es semejante a entender que los conocimientos y habilidades requeridas, pueden ser adquiridos, si se cuenta con la capacitación académica y el aprendizaje técnico adecuados. En consecuencia, esos hábitos técnicos los adquiere solo a través de la formación, cursos, estudios entre otros, que pueden ser obtenidos a través de la Universidad.

En tanto, el mismo autor afirma que en el fuero interno de los emprendedores existe un nivel de tipo neuronal, de aquellos talentos con los que cuentan estos actores y que son inmodificables, por lo que, se dispone o no de ellos; es decir, son habilidades que van en el propio ser o en su sangre, hacen parte activa de él “y que es inimaginable que alguien pueda adquirir a voluntad, por mucho empeño que ponga” (p.35); pues esos patrones del pensamiento consciente e inconsciente, están codificados en parte neuronal del cerebro a través de programaciones que una y otra vez, se repite en el emprendedor.

Y finalmente, entre ambos extremos, según lo considera el autor, se encuentra “el área gris de lo tal vez modificable. Se trata de lo que con Fred llamamos meta-habilidades” (p.36), pues independientemente del hábito técnico y el talento, las meta-habilidades para su desarrollo van tomando forma con el pasar del tiempo, siempre y cuando el emprendedor tenga un claro interés en esto, ya que “es una cuestión de grados y de mejora continua (Ob.cit.).

Por todo lo antes expuesto, se debe pensar que el emprendedor, es una combinación entre lo que se puede considerar como: nace y se hace. Se nace como emprendedor, porque desarrolla en su interior curiosidad por ir más allá o romper

paradigmas; en tanto, se hace emprendedor porque tiene que aprender técnicas y estrategias que lo ayuden a la consecución de sus proyectos o a desarrollar nuevas ideas.

Teoría de la pirámide de necesidades de Abraham Maslow. La teoría de la pirámide de Maslow (1943), también llamada jerarquía de las necesidades humanas, parte del aporte de organizar las necesidades del hombre.

Colvin y Rutland (2008) en interpretación del modelo presentado por Maslow (1943), sostienen que de acuerdo con este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades surgen otras nuevas que modifican el comportamiento del mismo, considerando que solo cuando una necesidad está razonablemente satisfecha, aparecerá una nueva. Por ello, esta teoría se fundamenta en que, al cubrirse una necesidad, se crea una nueva necesidad. Dentro de las necesidades, Maslow (1943) considera cinco (5) grupos a saber, las cuales están referidas a necesidades fisiológicas, de seguridad, de afecto y pertenencia, de reconocimiento y de autorrealización.

Según Turienzo (2016), “Maslow sugiere que no acometer cualquiera de los distintos niveles impediría el avance hacia el nivel siguiente, así como que ninguna posición es permanente y el movimiento ascendente o descendente es continuo debido a las presiones o cambios del entorno” (p.25). Por tanto, cada uno de los niveles de esa estructura piramidal hace avanzar al siguiente. No obstante, en el año 1970, el autor de la teoría en comento, rectificó la jerarquía de las necesidades, incluyendo además las necesidades cognitivas, estéticas y de autotranscendencia (Maslow, 1970).

En este punto es interesante considerar, como lo hace Turienzo (Ob.cit.) “que aunque algunos profesionales otorgan credibilidad total a la teoría de Maslow, la mayoría de los datos recopilados en diferentes investigaciones no certifican ni garantizan el éxito de la famosa pirámide” (Ob.cit.), y ello se debe a que, el concepto de felicidad que está en el peldaño de la autorrealización, es muy relativo; ya que, la felicidad se puede conseguir sin contar con los niveles inferiores en plena satisfacción o resueltos, e inclusive, pueden lograrse todos los peldaños y no alcanzar la autorrealización.

Teoría Sociológica como fundamento del emprendimiento.

Teoría de la necesidad de logro de David McClelland. La teoría de la necesidad del logro desarrollada por McClelland (1961) explica que los seres humanos tienen necesidad de tener éxito, y por ello, expresa que, tres son las necesidades que se poseen: logro, poder y afiliación; tal como lo muestra la figura 2.

Figura 2. Teoría de la Necesidad de Logro.



Nota. Necesidades de Logro de McClelland (1961) adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

Debido a las necesidades planteadas por McClelland (1961), las personas que tienen la necesidad de logro, buscan hacer bien las cosas y saborean las oportunidades que se les presentan en las que pueden tomar una cuota de responsabilidad. En tanto que, aquellas que tienen necesidad de poder, controlan a los demás, para que los otros hagan lo que ellas desean. No obstante, las personas que tienen necesidad de afiliación tienden a interesarse y a pensar con frecuencia acerca de la calidad de sus relaciones personales, pues esa necesidad está en relación con la autoestima de cada persona. Frente a estas necesidades, Araya y Pedreros (2013) afirman que:

Algunos autores sostienen que estas necesidades son motivaciones sociales, ya que se aprenden de una manera no consciente, como producto de enfrentarse activamente al medio. Dado esto, su importancia radica en que predisponen a las personas a comportarse en formas que afectan de manera crítica el desempeño en muchos trabajos y tareas (p. 48).

De allí que, en función del postulado de la teoría *supra*, quien quiera tener éxito o emprender, deben ser motivados por la necesidad de lograr sobresalir y no quedarse

anclados en una zona de confort rutinaria, basada en las actividades que conforman su día a día; pues McClelland (1961) fue uno de los primeros en plantear el tema de la motivación de los emprendedores desde otros ámbitos (Marulanda, Montoya y Velez, 2014) y desde ese planteamiento motivacional, muchos se han preguntado qué es lo que ha motivado a un emprendedor a tener una empresa.

Teorías económicas en relación con el emprendimiento.

Teoría de la innovación de Schumpeter (1941). Schumpeter (1911) citado en Vallmitjana (2014) contempla en su teoría del desarrollo económico, un modelo que sobresale en lo que respecta a emprendedores, en el que “identifica tres tipos de elementos que afectan al comportamiento emprendedor: la innovación, la motivación y los factores que inhiben la actividad emprendedora (p.34).

Según lo afirman Araya y Pedreros (2013), “Shumpeter considera la iniciativa emprendedora como un motor de los sistemas basados en el mercado. Además, explicó que la innovación abarca la resolución de problemas y enfatizó al emprendedor como un solucionador de problemas” (p.46). Gráficamente, los tres tipos de elementos que afectan el comportamiento según el postulado de esta teoría son los que se representan en la figura 3.

Figura 3. Elementos que afectan al comportamiento del emprendedor según la teoría de Schumpeter.



Nota. Schumpeter (1965) adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

En cuanto a la innovación, Vallmitjana (2014) comentando la teoría de Schumpeter, sostiene que

El emprendedor innova mediante la introducción de nuevos productos o la mejora de productos existentes, mediante la introducción métodos de producción, mediante la apertura de un nuevo mercado, especialmente cuando se trata de un nuevo territorio o de un mercado de exportación; mediante el acceso a una nueva fuente de abastecimiento para materias o productos semielaborados, o incluso mediante la creación de nuevas formas de organización de la actividad económica. (p.34)

Por ello, la innovación debe concebirse como la transformación o descubrimiento necesario en el que se introducen, métodos y técnicas de producción para la apertura de un nuevo mercado del que puede formar parte el innovador.

Ahora bien, en cuanto a la motivación planteada en esta teoría, el autor citado anteriormente, concibe en lo que concierne a motivación empresarial, tres configuraciones, las cuales son: “el deseo de fundar una nueva dinastía; el deseo de ganar, combatir y conquistar; y la satisfacción en la resolución de problemas” (Vallmitjana, 2014, p.34). Por ello, el emprendedor se define por las acciones que lleva a cabo y no por lo que pueda poseer en un momento determinado.

Y en este orden, agrega el precitado autor que el liderazgo, en un sentido schumpeteriano, significa que el emprendedor tiene la visión, la intuición y el poder para crear algo nuevo; así como, para superar el escepticismo e incluso la hostilidad de su entorno. Además, afirma que en cuanto a los factores inhibidores de la actividad emprendedora, Schumpeter plantea que “para poder introducir sus innovaciones, el emprendedor tiene que romper las inercias del entorno y vencer su oposición” (p.35), pues si no hay ruptura de las prácticas paradigmáticas inhibidoras como castrantes del emprendimiento, es poco probable que el emprendedor pueda obtener mayores beneficios de la actividad que realiza.

Teoría de Israel Kirzner (1985). Para Terán y Guerrero (2020), la teoría de Kirzner, tiene como elemento esencial el estado de alerta ante la información con el que debe contar el emprendedor; enfatizando el rol equilibrador del emprendimiento, pues la teoría aduce que cuando el mercado no está en equilibrio, existen oportunidades

de ganancias, que le permiten a los emprendedores descubrir y actuar sobre estas oportunidades de ganancias para equilibrar el mercado. En este mismo sentido, Vallmitjana (2014) afirma que Kizner plantea como:

Fundamental el papel que el conocimiento y la creatividad tienen en los procesos de coordinación que se dan en el mercado. Entiende la coordinación como un proceso sistemático en el cual, los agentes del mercado adquieren más y más conocimientos e información mutua, cada vez más completa y exacta, sobre la demanda potencial y las posibilidades de oferta; y considera que la fuerza impulsora de este proceso sistemático consiste en la visión empresarial del descubrimiento (p.37).

Por tanto, la información que le otorga el mercado al emprendedor, es vital. En función de ello, el emprendedor puede obtener oportunidades de negocios, y con esa información puede generar conocimientos que le permitan competir en el mercado, por ello, la importancia de estar alerta y tener una perspectiva abierta para identificar nuevas oportunidades.

Teorías del emprendimiento desde el punto de vista empresarial.

Teoría de las oportunidades de Ducker, 1985. Contraria a la teoría de la innovación de Schumpeter, que propugna la transformación por causa de innovación, esta teoría de las oportunidades, propuesta por Ducker se basa en que los emprendedores explotan las oportunidades, que ellos mismos crean (Drucker, 1985).

Por ello, Terán y Guerrero (2020) afirman que lo que es evidente en la construcción de oportunidades de la teoría planteada por Drucker es que los emprendedores tienen más en cuenta las posibilidades creadas por el cambio que los problemas; de allí la importancia de las oportunidades en el actuar del emprendedor; ya que, las mismas son el centro de todo emprendimiento.

Teoría del Capital Social o de la Red Social. Según Terán y Guerrero (2020) esta teoría se fundamenta en que los emprendedores están integrados en una estructura de redes sociales más grande que constituye una proporción significativa de su estructura de oportunidades; por lo que un individuo puede tener la capacidad de reconocer que existe una oportunidad emprendedora dada, pero puede carecer de las conexiones sociales para transformar la oportunidad en una empresa nueva; situación que podría solventar al generar acceso a una red social más.

De allí que se infiere que esta teoría, se fundamenta en las interconexiones o vínculos sociales que puede tener un emprendedor; vale decir, la importancia de esta teoría está en las redes sociales que tenga el emprendedor, pues el éxito de esta teoría se cimienta, en el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores con los que se puede interrelacionar el emprendedor, para tener los recursos necesarios y consecuentemente, explotar todo tipo de oportunidad que se le presente gracias a esas relaciones sociales que posea.

Teoría del rol. Alonso y Galve (2008) afirman sobre esta teoría, que se “intenta explicar por qué en determinadas zonas geográficas abunda el tejido empresarial, frente a otras que escasea, destacando que el factor externo que influye y posibilita la creación de empresas, es la existencia de hechos que lo corroboran” (p.18). Los precitados autores agregan que, cuando se encuentran en un entorno específico, una gran cantidad de unidades productivas que van a seguir de ejemplo a emprendedores, o de un sector industrial emana un cúmulo de empresas, esto resulta en un detonante en la motivación para crear empresa.

De allí que se infiera que, con esta teoría quienes inician en el emprendimiento tratan de emular a quien han tenido un éxito en esa área emprendedores experimentados; pues de los postulados de la misma, importan con demasiada los factores externos que bordean al emprendedor, verbigracia: ubicación geográfica, actividad profesional familiar, entre otros, los que influyen en la decisión de emprendimiento del nuevo e inexperto emprendedor; pues como lo afirman Alonso y Galve (2008) “Los valores de la sociedad y las experiencias empresariales en el pasado, con sus éxitos y sus fracasos, legitiman la actividad en el presente” (Ob.cit.).

El Emprendimiento y el Sector Universitario

Educación en emprendimiento.

Freire, M. (2017) en referencia con la educación en emprendimiento afirma que: El sistema educativo ha de sentar las bases para proporcionar las capacidades y habilidades necesarias con el fin de que los jóvenes, una vez se convierten en egresados, puedan desempeñar alguno de los múltiples roles que existen en el mundo laboral actual. (p.71).

De lo anterior, se infiere que todo el sistema educativo (básico, diversificado, pregrado y postgrado), debe facilitar las bases de formación e instrucción referente al emprendimiento, para que con ello los egresados puedan obtener las competencias, el perfil, así como, los atributos de un emprendedor y puedan afrontar los variados retos que se les presentan, en el campo laboral empresarial.

Como se dejó sentado en las teorías del emprendimiento referidas en el apartado anterior, el éxito de un emprendedor no deviene solo de tener el conocimiento innato o natural para tomar decisiones que conlleven a emprender bien; sino, es el resultante de una serie de actitudes de emprendimiento que deben ser adquiridas por los educandos (estudiantes) a través del sistema educativo.

Para avalar lo antes expuesto, el investigador presenta algunas teorías o paradigmas, que, desde el punto de vista educativo, pueden avalar el emprendimiento; entre las cuales, vale mencionar: teoría humanitaria del aprendizaje; la teoría triárquica de la inteligencia; así como, la teoría de los dos factores.

Teoría Humanitaria del Aprendizaje. Según Aguiar (2015), la teoría humanista del aprendizaje plantea:

El aprendizaje experiencial el cual, de acuerdo con Snyder (2005), se centra en la personalidad y las condiciones de crecimiento existencial, basándose en los datos que provienen de las experiencias de los sujetos, entendiéndolo como un ser que existe, deviene, surge y experimenta. Igualmente, este aprendizaje “auténtico” es el que provoca cambios en la conducta, en las actitudes y en la personalidad del individuo a partir de un contacto real con los problemas que conciernen a la existencia del sujeto, de manera que sea él quien decida resolver y aprender (p.32).

De esta teoría se infiere que, los educandos al reconocer la realidad de su entorno, sus problemas y sus necesidades, pueden ser conscientes sobre el alcance de los mismos, y gracias a las capacidades como habilidades aprendidas, podrán crear proyectos o emprendimientos para dar una solución a los mismos; todo bajo su independencia económica.

Teoría Triárquica de la Inteligencia. Alcover (2004, como se citó en Aguiar, 2015) resalta que “El objetivo último de la teoría es encontrar las diferencias individuales que permiten a las personas conseguir el éxito en sus vidas dentro de un

contexto sociocultural concreto” (p.50). Ello hace inferir que, no todas las personas son iguales, pues tienen diversas habilidades, capacidades, fortalezas y aptitudes.

En cuanto a las aptitudes o capacidades, esta teoría considera a la aptitud analítica, creativa y práctica; reconociendo que los estudiantes promueven sus aptitudes analíticas si reconocen sus potencialidades, las creativas al desarrollar su imaginación para la creación de proyectos y las prácticas al tomar en cuenta su entorno y comunidad como mercado potencial a quienes van dirigidos sus proyectos (Aguilar, 2015).

En consecuencia, esas tres aptitudes que debe desarrollar el educando emprendedor, son las que permiten que, el emprendedor desarrolle su inteligencia, y con esas competencias podrá hacer frente a cualquier proyecto de emprendimiento que se le presente en su entorno.

Teoría de los dos Factores. Con respecto a esta teoría Aguiar (2015) señala que Herzberg (1959) basa su teoría en lo referente al trabajo del individuo y su ambiente externo, siendo esto posible a través de dos factores: los factores higiénicos y los factores motivacionales.

Con respecto a los factores higiénicos, son aquellos relacionados con las condiciones que rodean al individuo cuando trabaja y comprende tanto las condiciones físicas como las ambientales, incluyendo las condiciones de trabajo, las políticas de la empresa, las relaciones con los supervisores, la competencia técnica del supervisor, el salario, la estabilidad laboral y las relaciones con los colegas. En cuanto a los factores motivacionales, agrega el autor, guardan relación con el contenido del cargo, las tareas a desarrollar y los deberes relacionados con el cargo en sí.

Por tanto, el educando emprendedor, toma en cuenta a la hora de emprender no solo los aspectos o factores que bordean el contexto laboral. Así pues, el emprendedor deberá considerar y valorar, además, todos aquellos factores como crecimiento y reconocimiento profesional. De ahí que, Aguiar (2015) afirma que:

Los estudiantes al emprender su iniciativa económica, es decir al crear su propia empresa y por ende su propio “cargo” tendrán la libertad de decidir cómo realizar el trabajo, formularán sus objetivos y harán uso pleno de sus habilidades personales, satisfaciendo de esta manera con los factores motivacionales propuestos por la presente teoría (p.40).

Por lo anterior, se infiere que aunque ambos factores inciden en el desempeño de la actividad emprendedora, el referido al aspecto motivacional, es indispensable para el educando-emprendedor, pues los factores motivacionales y todo lo que ellos envuelven, son obviados dentro de las actividades empresariales.

El Emprendimiento desde el Sector Universitario.

Desde las diferentes universidades a nivel mundial, se debe fortalecer el panorama empresarial, pues como lo aclara Velandia (2019) hay amplias referencias en relación con la incorporación de cursos de formación emprendedora en la universidad que se han desarrollado “*ad hoc*”, sin llegar a formar parte de los planes de estudios. No obstante, Alonso (2012) señala que además de los cursos de formación emprendedora, existen diferentes actividades emprendedoras, dentro de las cuales son importantes mencionar:

- 1) Proyectos de investigación científica de gran alcance, que cuentan con financiación externa, 2) generación de ingresos adicionales a partir de actividades de consultoría, conferencias, cursos de formación o regalías, entre otros, 3) contratos de investigación con organizaciones y empresas, 4) explotación de patentes o propiedad industrial, y 5) comercialización en relación a la formación o participación de la universidad en el capital de empresas creadas a partir de investigación (p.99).

De allí que la conjunción de dichas actividades, permite que desde la universidad se fortalezca el emprendimiento, a partir de distintas aristas. Por ello, para dar una aproximación global del emprendimiento y desde la visión formadora que deben tener las universidades, es necesario considerar que para la formación emprendedora solo puede ser sostenible si está en consonancia con los valores de la institución; para lo cual la formación es primordial, premisa que le otorga significancia a las universidades, quienes deben asumir esta capacitación global desde carreras empresariales y escuelas de negocios, tomando en cuenta que el espíritu empresarial emprendedor, forma parte de la misión y visión de estas instituciones. (Velandia, 2019).

Por lo anterior, el emprendimiento dentro de las universidades que impartan carreras como administración de empresas y administración financiera, debe ser visto

como importante; ya que, es en esas instituciones en las cuales se debe plantear el impartir la información y asesoramiento, para que los educandos que se inician en el emprendimiento, puedan encontrar en esas casas de estudios superiores, el espíritu emprendedor como eje central de la formación; pues con ello, se puede alcanzar las diferentes habilidades y destrezas empresariales que debe tener todo emprendedor para triunfar en su labor emprendedora.

Vale decir, que es a través de las instituciones de educación superior que se favorece el desarrollo de iniciativas emprendedoras, pues la gran deserción y fracaso de muchos de los emprendedores, que no ven posicionar su empresa, es la falta de formación, lo cual, frustra su ánimo de emprendimiento empresarial. (De Pablos y Blanco, 2013). En consonancia con este planteamiento, Velandia (2019) afirma que los miembros de las comunidades académicas son responsables de liderar los cambios necesarios al interior de sus instituciones y el sector universitario tiene el compromiso de generar respuestas creativas que preparen a sus estudiantes con competencias para ir más allá de la resolución de problemas; es decir, que sean capaces de ofrecer soluciones innovadoras, o lo que es lo mismo, ser emprendedores.

En este sentido, el enfoque del sector universitario del emprendimiento, debe ser el de aportar soluciones, o por lo menos, los argumentos científicos y las resoluciones académicas que permitan que el proceso de enseñanza-aprendizaje, sea multidisciplinario e impulsador de acciones transformadoras a las dificultades que se presentan en el contexto social, económico, empresarial etc.

Alonso (2012) en este sentido, hace referencia a una Universidad Emprendedora la cual se caracteriza por:

La adopción de una tercera función, adicional a las actividades de enseñanza e investigación, representada por la contribución directa al crecimiento económico. Este cambio ha sido denominado la segunda revolución académica con implicaciones incluso más profundas. Utiliza el conocimiento como un potencial al servicio de su entorno, más que como un bien económico objeto de intercambio. En consecuencia, necesita disponer de una misión y estrategia de actuación determinadas para actuar en dicho contexto de acuerdo con tres objetivos básicos: Atender mediante respuestas innovadoras, las nuevas demandas de formación. Incrementar la actividad de investigación y desarrollo

en interacción con el entorno socioeconómico y Participar activamente en el desarrollo de la sociedad. (p.84).

Y ello se puede lograr, a través del conocimiento de las teorías de emprendimiento presentadas en esta investigación, así como, de algunos modelos teóricos propuestos dentro del ámbito universitario que dan paso a la formación emprendedora, teniendo particular importancia para el presente trabajo los modelos teóricos de aprendizaje social y del comportamiento entre los cuales se consideraran: la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1975), el Modelo de la Conducta Empresarial propuesto por Shapero y Sokol (1982), y el Modelo del Potencial Empresarial de Krueger y Brazeal (1994), los cuales se pasan a exponer.

Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1975). Esta teoría postulada por Ajzen (1975), se fundamenta según Alonso y Galve (2008) en que “el comportamiento de un individuo viene determinado por sus intenciones, las cuales a su vez, están condicionadas por la actitud y la opinión de las personas pertenecientes a su entorno social” (p.28).

Esta teoría propone que confluyen tres elementos, que se consideran importantes, como son determinantes en lo relativo a intención como a las acciones, los cuales son: las creencias hacia la conducta, las creencias normativas que constituyen la base de los determinantes de las normas subjetivas y el grado de control percibido de la conducta. Esto significa que intenta predecir como poder explicar lo referente a la conducta de los humanos, tomando como base el actuar de cada individuo y su intención a la hora de actuar o ir a la acción, teniendo en cuenta sus creencias, en consonancia con una conducta que se gesta a largo plazo, lo que favorece que sea utilizada para la creación de empresas.

En este mismo orden, Alonso y Galve (2008), afirman que esta teoría facilita en cuanto a la intención de un individuo por emprender, poder interpretarla “condicionada por el resultado que espera conseguir el emprendedor, las expectativas que en su entorno existen sobre su conducta y la percepción que tenga el emprendedor

de su capacidad para controlar y conseguir los resultados de su acción emprendedora” (p.29).

De allí que, se pueda inferir que esta teoría basa su postulado en el propósito inicial o actitud al emprender que tiene el emprendedor, pues la capacidad percibida por el emprendedor es el antecedente motivacional, que le permite a que éste pueda asumir riesgos empresariales.

No obstante, establece que junto a ello existen diversos factores como disponibilidad de oportunidades y recursos como tiempo, dinero, habilidades, cooperación de los demás. (Ajzen, 1991).

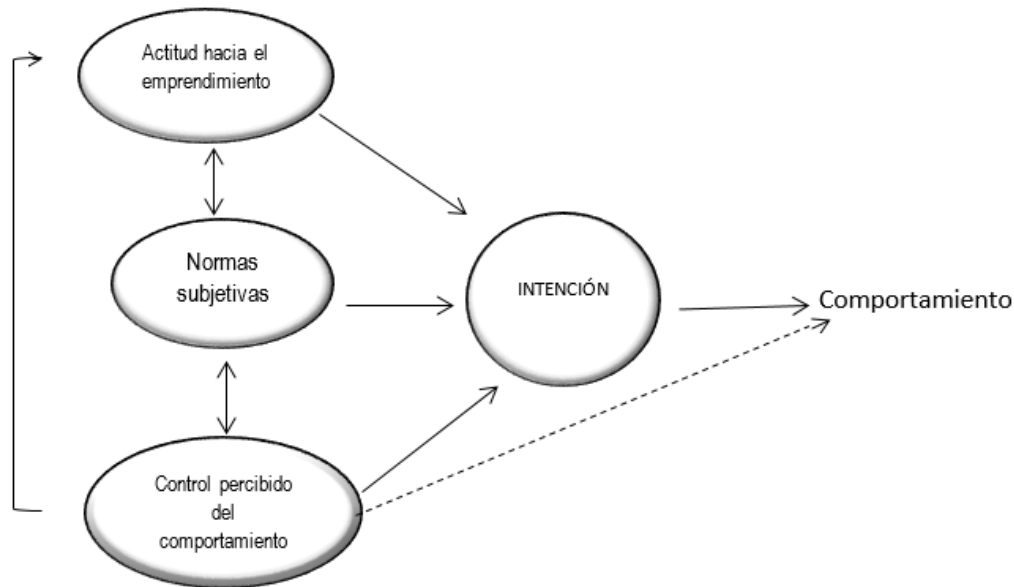
Por tanto, Marulanda, Montoya y Vélez (2014), afirman que Ajzen (1991) “explica que son tres los determinantes, conceptualmente independientes, de la intención”. (p.212). En función de ello, los autores citados *supra*, resumen esos tres elementos determinantes de la intención, de la siguiente manera:

El primero es la actitud hacia el comportamiento, y tiene que ver con el grado en que una persona tiene una valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión. El segundo es un factor social, que el autor denomina “norma subjetiva”; se refiere a la percepción de la presión social para realizar o no realizar la conducta. El tercer determinante es el grado de control conductual percibido, que está relacionado con la facilidad o dificultad percibida de la realización de la conducta (pp.212-213).

En consecuencia, mientras más favorable sea la actitud con respecto a un comportamiento y mayor sea el control de la norma subjetiva en referencia a ese comportamiento, más fuerte debe ser la intención del individuo para ejecutar la conducta en cuestión.

Gráficamente el modelo teórico propuesto por Ajzen (1991) de la conducta planificada, puede resumirse tal como lo presenta la figura 4 a continuación.

Figura 4. Modelo Teórico de la Conducta Planificada de Ajzen.



Nota. Tomado de Marulanda, Montoya y Vélez (2014, p.213)

Modelo de la Conducta Empresarial de Shapero y Sokol (1982). Alonso y Galve (2008), afirman que tanto Shapero como Sokol, consideran varios factores como necesarios en el proceso de creación de empresas; lo que significa que, para ambos doctrinarios, existen diferentes elementos que previamente, inciden para crear una empresa, y los mismos pueden generar que el emprendedor de un cambio radical de rumbo.

Diez (2016) en este sentido, señala como Shapero y Sokol (2002) exponen “que en un evento emprendedor se deben proyectar dos cuestiones: (a) ¿Qué dio como resultado un cambio de rumbo en la vida del emprendedor? y (b) ¿Por qué se optó por el evento emprendedor y no por otras innumerables acciones?” (p.47); por ende, estas interrogantes confluyen bajo el concepto de acontecimiento precipitador, el cual se propone liberar al individuo de los paradigmas preexistentes en su vida y facilitar en cambio la posibilidad de considerar diversas rutas para que transite.

En función de ello, Alonso y Galve (2008) afirman que es más probable que los individuos constituyan sus empresas bajo un acontecimiento negativo que positivo; lo que significa que un evento negativo, pudo marcar en el emprendedor un antes y un

después, dándole la fuerza necesaria que le incentive a emprender una empresa; verbigracia, la pérdida del puesto de trabajo, que es considerado como el principal desplazamiento externo impuesto.

No obstante, no solo los eventos negativos o fatídicos dan paso al emprendimiento, pues los eventos personales positivos, también pueden impulsar al emprendedor en su deseo de emprender (Shapero y Sokol, 1982). Por ello, Alonso y Galve (2008), parafraseando lo antes expuesto, consideran que el hecho de poseer apoyo financiero o contar con una buena economía genera desplazamientos positivos que pueden desencadenar también la creación de una empresa. Lo que hace significar que, ese acontecimiento precipitar positivo, se presenta como una oportunidad para el emprendedor.

Aunado a ello, Alonso y Galve (2008), consideran que los “desplazamientos a su vez pueden ser internos (cuando se relacionan con hechos concretos que alteran la trayectoria vital del emprendedor, tales como la finalización de sus estudios o el llegar a una determinada edad)” (p.30). De lo antes expuesto, se puede colegir que, para este modelo doctrinal existen muchos eventos tanto positivos, como negativos, internos y externos que pueden encender la llama del emprendimiento.

No obstante, Alonso y Galve (2008), prosiguen con la explicación del modelo de Shapero y Sokol (1982) y afirman que hay dos elementos resaltantes en el desplazamiento, que influirán de manera notoria para crear empresa, como son la deseabilidad y la viabilidad. De allí que, el deseo y la factibilidad de la acción del emprendedor, deben sumarse a los eventos personales tanto positivos como negativos que inciden en la creación de una empresa.

Tan es así, que Shapero y Sokol (1982) afirman que: “las percepciones de deseo y viabilidad actúan recíprocamente. Si uno percibe la formación de una empresa como imposible, uno puede concluir no deseándola. Si uno percibe el acto como indeseable, uno nunca toma en consideración su viabilidad” (p.86). En este mismo sentido, Diez (2016) afirma en referencia con este punto del modelo propuesto por Shapero y Sokol que:

Para que un individuo considere un camino, este tiene que ser percibido no solo como deseable, sino como viable, y a su vez que debe constar cierta propensión a actuar. La propensión a actuar trabaja como intermediario de las intenciones emprendedoras por medio de la deseabilidad y la viabilidad (p.46).

Aunado a los acontecimientos que ha tenido que enfrentar el emprendedor, se deben considerar tanto el deseo o expectativa; así como, la viabilidad de la acción del emprendimiento; ambos son considerados por Diez (2016) como “la presencia de dos antecedentes actitudinales críticos de la intención de emprender” (p.46).

En referencia con la deseabilidad Alonso y Galve (2008) señalan que: “Shapero (1982) examina el concepto de deseabilidad utilizando información sobre la familia, círculos de amistad, grupos étnicos y entorno educativo y profesional de los empresarios potenciales” (p.30). Ello, en función de que el camino deseable de ese futuro empresario, puede estar influenciado por la información que emana de la familia, de los mentores, del círculo social, educativo y técnico del emprendedor. En tanto que la viabilidad en palabras de Shapero (1982), se expresa en

La importancia de la habilidad del individuo para identificar y conseguir los recursos necesarios para la creación de su empresa. En este sentido, el autor subraya que la percepción sobre la disponibilidad de recursos o apoyo financiero, puede hacer que el empresario potencial perciba como más viable la creación de una empresa propia, haciendo más factible este suceso. (p.31).

De allí que, la viabilidad está representada en la factibilidad del proyecto, y en este incide los soportes financieros como el asesoramiento que el futuro emprendedor reciba, todo ello para pasar de la simple expectación, a la acción real de emprender una empresa

Ahora bien, para resumir todo el modelo teórico, Alonso y Galve (2008), presentan las fases que Shapero y Sokol consideran necesarias dentro de su modelo de conducta empresarial, siendo las mismas: la Fase Previa, integrada por un cúmulo de acontecimientos, que pueden ser positivos o negativos, que influirán en los emprendedores para generar empresa; la Fase de Deseo, que contempla “la existencia de una serie de circunstancias, entre las que podríamos citar la formación del emprendedor, la familia, la cultura y las amistades, transformando al posible emprendedor en un emprendedor potencial” (p.8); la Fase de acción, la cual debe

contemplar un conjunto de condiciones que le permitirá al individuo tomar la opción de ser empresario, de ahí que, resaltan entre ellas, contar con recursos de tipo financiero, técnico, talento humano, por mencionar algunos.

Todo ello presupone que la intención de comenzar un evento empresarial, negocio o emprendimiento, variara según lo establece Shapero y Sokol (1982, como se citó en Alonso, 2012), ya que:

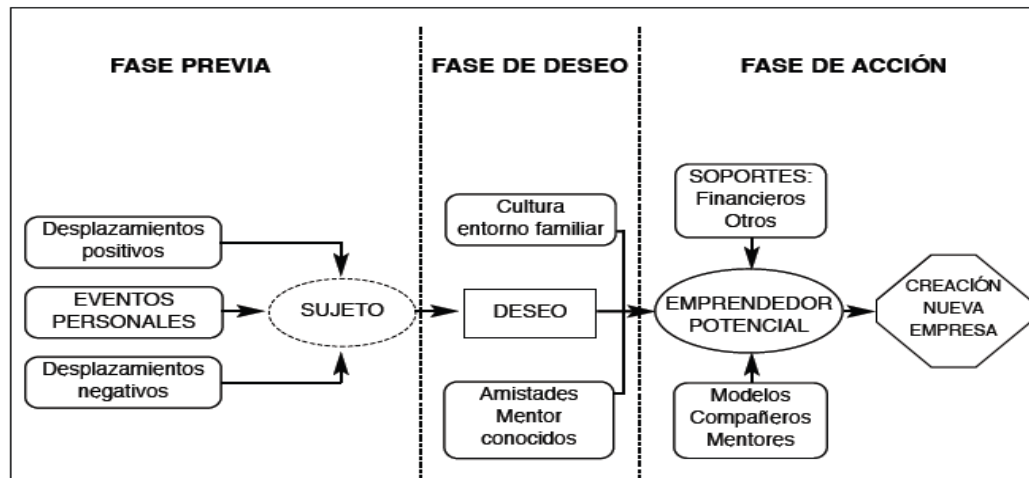
Un aspecto relevante del modelo es que deja de considerar los aspectos o rasgos individuales del empresario para tomar variables agregadas, y además señala que el proceso emprendedor esta “*sobredeterminado*”, es decir, no se puede tener en cuenta una sola variable ya que son necesarios varios factores para el resultado del proceso. (p.53)

En consecuencia, la existencia de la variable (evento empresarial) dependerá de algunos factores independientes entre las cuales se puede mencionar: situaciones positivas o negativas, deseo y entorno social (familia, factores económicos, políticos y situaciones que afectan el proceso de formación de una empresa); pues todas estas circunstancias, rodean al emprendedor potencial e influyen en éste a través de la percepción o discernimiento, y con ello, en la conveniencia, viabilidad y propensión a la acción frente a oportunidades; por ello, el emprendedor deberá hacer un alto y cuestionará las actividades que realiza día a día, para posterior a ello, tomar la decisión de realizar otras actuaciones que le permitan enrumbarse al éxito empresarial y de emprendimiento.

Por ello, Shapero y Sokol (2002) citado en Alonso (2012), plantea que en cada iniciativa empresarial o evento emprendedor, los siguientes cuestionamientos se deben considerar: “(1) En cuanto a lo que causo la acción, ¿Qué dio como resultado un cambio de rumbo en la vida del emprendedor?, y (2) ¿Por qué se optó por el evento emprendedor y no por otras innumerables acciones?” (p.53). Y por ello, la importancia dentro de este modelo del elemento precipitador o catalizador, que como evento (positivo o negativo) rompe, la desidia, inercia e indiferencia en la vida de una persona, de ahí que, esa persona pueda entonces, desear y valorar el camino que vaya a seguir.

La figura 5 resume el modelo de Shapero y Sokol (1982) de la manera siguiente:

Figura 5. Modelo de Shapero y Sokol (1982-2015).



Nota. Tomado de Alonso y Gelve (2008, p.31)

Modelo del Potencial Empresarial de Krueger y Brazeal. Alonso y Galve (2008) afirman que el modelo planteado por Krueger y Brazeal (1994), parte de considerar que los futuros empresarios o emprendedores, en su fuero interno cuentan con una forma de concretar ideas y pensamientos, que los lleva a colocar en un primer plano las oportunidades que han identificado en el mercado, por encima, incluso de las amenazas presentes o consecuentes a sus acciones; de ahí que, este proceso para identificar y establecer oportunidades se lleva a cabo de manera intencional. Al respecto, Krueger y Brazeal (1994) citados en Alonso (2012) señalan que:

En este modelo, bajo una perspectiva psicológica-social, se pretende conceptualizar y comprobar la noción de potencial empresarial. Los mismos autores describen su modelo como una “aproximación basada en un modelo microeconómico basado en procesos e impulsado por la teoría, con consecuencias macroeconómicas” (p.57).

De allí que, Krueger y Brazeal (1994) citados en Marulanda, Montaya y Vélez (2014), conciben una combinación de los conceptos, tanto de factibilidad y deseabilidad, superponiéndose adecuadamente “la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991) y el modelo de Shapero (1985) del Evento Empresarial” (p.217).

En este orden, Diez (2016) afirma que Krueger y Brazeal (1994) indican que el Modelo del Potencial Emprendedor, es una fusión integradora de lo que se propone en el modelo planteado por Shapero y Sokol (1982) y lo contemplado en la Teoría del Comportamiento Planeado de Ajzen (1991); de ahí que, este modelo definitivo o que contempla las visiones de los autores señalados, se concentra “en el estudio de la percepción del deseo (normas sociales) y de la viabilidad (autoeficacia)” (p.46), estableciendo un principio de intención que los emprendedores asumen al momento de decidirse a crear empresa.

Agregan los precitados autores, que el modelo difiere de la Teoría del Comportamiento Planeado, al no considerar

Las variables de deseabilidad y viabilidad percibidas tengan una incidencia positiva en la intención, puesto que incluye dos fases previas como la credibilidad (la forma en que el comportamiento es percibido frente a otros comportamientos alternativos.) y el potencial (preparación preexistente para aceptar que la oportunidad fue seguida por algo que precipitó la decisión). (p.46).

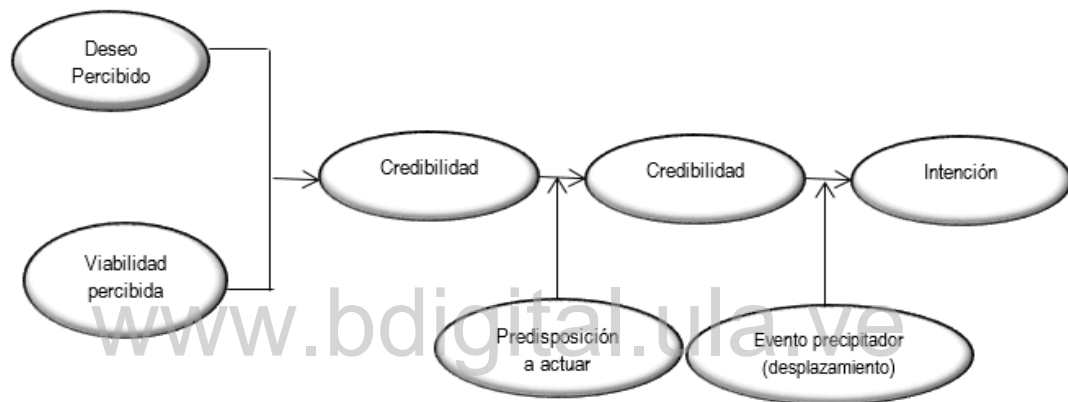
En consecuencia, el proceso de identificación de oportunidades que tiene el emprendedor es un proceso intencional que fusiona la percepción de la deseabilidad y la percepción de la viabilidad; y por ello, Krueger (2000) citado en Alonso y Galve (2008), señala que “son las percepciones de las personas, canalizadas a través de sus intenciones, las que pueden impulsar o inhibir la identificación de nuevas oportunidades empresariales que se encuentran en los inicios del proceso de crear una empresa” (p.32). Y una vez que esto tiene lugar, el emprendedor o emprendedores para poder asumir una primera fase de creación de empresas, cuentan con cierto nivel de credibilidad, teniendo un efecto motivador en ellos.

Ahora bien, logrado ese grado o nivel de credibilidad que motiva al emprendedor, bastará según los creadores del modelo teórico (Krueger y Brazeal, 1994), que:

Se produzca algún suceso que desencadene el proceso de creación desplazamiento que, junto con la identificación de una oportunidad empresarial en forma de necesidad real a satisfacer en el mercado, influirá determinadamente en la intención final de crear una empresa propia. (Alonso, y Galve, 2008, p.32)

Por lo anterior, tanto el deseo como la viabilidad percibida por el emprendedor, dan paso a la credibilidad, para crear potencialmente una empresa; y ello es impulsado por cualquier circunstancia que desencadene el proceso de creación, que, junto con la identificación de una oportunidad empresarial en el entorno, permite en forma de necesidad real, satisfacer en el mercado la carencia existente, y en consecuencia todos estos aspectos influirán en la intención final de crear una empresa propia. La figura 6 presenta a continuación este modelo:

Figura 6. Modelo de Krueger y Brazeal (1994).



Nota. Tomado de Alonso (2012)

De la Universidad Emprendedora.

El modelo de la universidad emprendedora ha venido desplazando la Universidad Clásica, producto de “la mayor importancia otorgada a la explotación comercial del nuevo conocimiento generado en las universidades, tanto para las administraciones y gobiernos que financian tal investigación”. (Alonso, 2012, p.85).

En función de lo anterior, se debe considerar como lo hace Arocena y Sutz (2001, como se citó en Alonso, 2012) que la Universidad Emprendedora, es producto de diversos factores entre los cuales destacan:

1. El papel central del conocimiento en la economía, al considerar al conocimiento como la base del desarrollo económico y competitivo actual.
2. La posibilidad de privatizar gran parte del conocimiento, por ejemplo, en forma de patentes.
3. El valor de mercado en la economía nacional de una porción

sustantiva del conocimiento generado dentro de fronteras, en especial, el impacto que puede tener el conocimiento como fuente de riqueza en el espacio geográfico en el cual se genera. 4. La capacidad financiera y de gestión de las universidades para desempeñarse con una visión capitalista dentro del mercado del conocimiento, así como la capacidad de la universidad para actuar como gestor de tal conocimiento. 5. Las estrategias gubernamentales en relación a la política industrial a través de las universidades, específicamente el papel que desempeña el Estado a través de sus mecanismos de apoyo industrial (pp.86-87).

Por tanto, aun y cuando este tipo de Universidad no se ha expandido por completo a lo largo y ancho del orbe, si es necesario contemplar la posibilidad que muchas de las instituciones de educación superior de países desarrollados y en vías de desarrollo, han venido adaptando esta Universidad a la realidad social; pues como lo afirma Alonso (2012), este tipo de universidad emprendedora, permite un mayor impulso a las actividades relacionadas con el emprendimiento.

Empero, en Latinoamérica este fenómeno de adaptación ha sido lento porque existe resistencia al cambio paradigmático de la universidad clásica a la universidad emprendedora, pudiendo considerarse que ello obedece al “riesgo potencial que implica perder el carácter desinteresado y libre propio de la investigación científica, en algunas instituciones académicas aún existe reticencia a incorporar esta nueva misión” (Alonso, 2012, p.87).

Para que ello sea posible, es necesario considerar el esquema emprendedor, que según Alonso (2012) identifica cinco elementos, los cuales se presentan en la Tabla siguiente:

Tabla 1. Elementos del Esquema Emprendedor.

Número	Elemento
1	Autosuficiencia financiera basada en un amplio portafolio de fuentes de ingresos provenientes de fondos públicos, organizaciones privadas o bien generados por la propia universidad.
2	Núcleo directivo fortalecido y alineado, en todos los niveles, desde los órganos de gobierno, facultades, departamentos e institutos.
3	Formas básicas de una periferia de desarrollo extendida, en relación con la implementación de cambios a nivel organizacional, que permitan a las universidades responder a las demandas sociales, estableciendo unidades periféricas no tradicionales, como centros de

	investigación interdisciplinarios, enfocados en un amplio espectro de problemas sociales. La periferia también debe contar con unidades de extensión educativa como educación continua, educación a distancia o desarrollo profesional.
4	Espíritu emprendedor en los departamentos que constituyen la base de una universidad emprendedora. Entre otras características, tales departamentos deberían entender los beneficios de las acciones emprendedoras, ser dinámicos y atractivos para los académicos, estudiantes y proveedores de recursos; y ser centros en los cuales el conocimiento se expande e intensifique.
5	Cultura emprendedora a lo largo de la institución, elemento en el cual la cultura se debe de entender como un campo de ideas, creencias y valores.

Nota. Tomado de Alonso (2012), adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021).

Consecuencialmente, este paradigma o modelo de la universidad emprendedora, lleva consigo una impronta de proceso complejo, que reúne no solo elementos internos como externos, sino la adaptación al cambio de estrategias y actividades emprendedoras dentro de las diferentes casas de educación superior, para que se pueda alcanzar la enseñanza, la investigación y las actividades orientadas al emprendimiento.

En este sentido, Wood (2011) citado en Alonso (2012), indica que “se ha sugerido que la conceptualización en torno a las universidades emprendedoras se integre dentro del campo de estudio en emprendimiento académico” (p.91), de ahí que, se toman en consideración todas las acciones y actividades que las instituciones de educación superior como aquellas actores dentro del ecosistema emprendedor, desarrollan para ejercer un proceso de comercialización, de todos los hallazgos derivados de investigación de tipo académico.

Partiendo de una perspectiva amplia, el emprendimiento académico integra una serie de actividades comerciales relevantes que implican científicos, académicos y organizaciones realmente involucradas. Entre estas actividades se encuentran la colaboración universidad-industria, los fondos de capital de riesgo, las incubadoras de empresas, las empresas creadas por académicos e incluso las funciones dobles de algunos miembros académicos en empresas y departamentos universitarios.

De allí que se infiera que, el emprendimiento académico que permite el cambio paradigmático de la Universidad clásica a la Universidad Emprendedora, permite que la casa de estudios superiores, desarrolle procesos de innovación, que conlleva a verdaderos comportamientos emprendedores, en donde se fusiona la universidad emprendedora, el emprendimiento académico, la colaboración y la transferencia tecnológica entre la universidad y la industria, además, de ciertas actividades en las que se incluyen las incubadoras de empresas, así como, las empresas creadas por académicos, etcétera, lo que da pie al ecosistema del emprendimiento.

Ecosistema del emprendimiento.

El ecosistema para el emprendimiento es definido como “una comunidad conformada por entidades públicas, instituciones y personas que buscan fomentar el emprendimiento en el país” (Incubar Colombia, s.f., párr.4). Agregan además, que este pretende que diversos sectores presenten en el país, logren integrarse con la finalidad de aportar en el crecimiento de emprendimientos en sus primeras fases de creación como de ideas de negocios.

A su vez, el ecosistema del emprendimiento está compuesto por diversos componentes que permiten se logre lo descrito, entre los cuales se encuentran el mercado, donde confluyen los clientes potenciales del producto, el capital humano compuesto por la educación y aquellos conocimientos que se han adquirido, las entidades que brindan apoyo como ayudan al accionar emprendedor como universidades, incubadoras de empresas, asociaciones, etc.

Por ello, Feld (2012, como se citó en Hernández y González, 2015) menciona que, el ecosistema para el emprendimiento:

Está integrado por tres elementos, que son una comunidad de emprendedores altamente concentrada, líderes que dirigen a esta comunidad según los diferentes grupos de interés de la misma y facilitadores que apoyan a la comunidad y que pueden ser las universidades, el gobierno, los inversionistas, empresas y otros actores. (pp.5-6).

Por ende, el ecosistema del emprendimiento debe entenderse como el que se da producto de las relaciones que generan valor para el emprendedor entre diversos

organismos y entidades públicas como privadas, como lo indica Vásquez (2014) “el entorno debe de proveer recursos suficientes para incrementar el potencial emprendedor” (p.168), ayudando con esto a catapultar las ideas de negocios de los estudiantes de administración para convertirlas en empresas reales y dinámicas, al igual que, les permiten obtener una formación como capacitación en emprendimiento, para concluir en guiarlos hasta el punto que puedan obtener el capital necesario para ejecutar su plan de negocios.

Ahora bien, Isenberg (2010) afirma que para optimizar el ecosistema se puede hacer “una revisión del estado de un ecosistema mediante la evaluación de seis dominios: políticas, finanzas, cultura, servicios de apoyo, capital humano y mercados” (Auletta y Rivera, 2011, p.14). Así se observa en la figura 7 que se presenta seguidamente.

Figura 7. Dominios de un Sistema de Emprendimiento de Isenberg.



Nota. Tomado de Auletta y Rivera (2011, p.14)

Isenberg (2010) citado por los autores señalados, plantea que en el dominio que concierne a las políticas resalta “la existencia de un liderazgo tanto público como privado, con legitimidad social y compromiso activo con el proceso de desarrollo” (p.14), de igual forma, concibe a los entes públicos como los encargados de desencadenar un ambiente propicio para emprender, por medio de beneficios fiscales

y financiamiento, incentivo a la investigación y desarrollo, así como, toda la logística que se espera en materia de leyes como apoyo a este asunto.

Luego, en lo referente a lo financiero, Isenberg (2010) como se citó en Tuta y Ordoñez (2016), señala que “con las instituciones de microcréditos, los inversionistas ángeles y el capital de riesgo, estos se han convertido en instrumentos facilitadores para el acceso a capital semilla, se han especializado en atender las necesidades de financiamiento de emprendedores dinámicos” (p.33). Lo que significa que, el dominio financiero está constituido por el capital semilla y todas las instituciones que ayudan a mover el dinero al emprendedor, dentro de los que se encuentra: inversionistas, micro préstamos, inversores familiares, fondo de capital de riesgo, recursos ajenos, entre otros, con la finalidad de respaldar a los emprendedores.

A continuación, Auletta y Rivera (2011) señalan lo planteado por Isenberg (2010), en cuanto al dominio de lo cultural, se necesitan normas de tipo social que sean “comúnmente aceptadas de tolerancia al riesgo y al fracaso, que incentiven la innovación y la creatividad, y definan la creación de empresas como una forma de carrera deseable, fundada en la generación de riqueza y la sana ambición de progreso” (p.14).

En cuanto al dominio de los servicios, Tuta y Ordoñez (2016) parafraseando a Isenberg (2010) afirman que este dominio “está representado por acciones de apoyo al fomento de la empresa, que incluyen infraestructura, telecomunicaciones, transporte y energía, todo como cualidades propias de la dinámica para el desarrollo regional” (p.33), de allí que, este dominio configura toda la infraestructura básica de los servicios más elementales que debe considerar todo emprendedor y junto con ello, la presencia de profesionales que den soporte a las iniciativas en los diversos campos en que se desarrollan.

En cuanto, al dominio de capital Isenberg (2010) citado en Auletta y Rivera (2011), expone que este dominio abarca todo lo relacionado a la capacitación de la fuerza de trabajo disponible, así como, a la cultura con base en el emprendimiento y su promoción, al igual que, el soporte que brinda el campo educativo. Con referencia al dominio de mercado, Tuta y Ordoñez (2016) señalan que

Está bajo la óptica de emprendedores, quienes responden a las expectativas de clientes cada vez más exigentes, capaces de asumir riesgos para ampliar la oferta de productos y servicios, no solo responden con propuestas competitivas, sino en el marco de reglas de juego, que promueven la confianza, la transparencia hacia los mercados internos e internacionales. Articulándose en redes, entre organizaciones y emprendedores que apoyan la consolidación del ecosistema. (p.33).

En definitiva, como lo indica Isenberg (2010) en que para darle impulso al “emprendimiento es indispensable, entonces, una acción orquestada en los diversos dominios. También es esencial la comprensión de los impactos que los cambios en cada factor pueden producir en los demás, para eliminar obstáculos e incentivar redes y sinergias” (Auletta y Rivera, 2011, p.14).

Percepción. Cosacov (2010) menciona que “la percepción es el dato sensorial elaborado, es decir, al que se interpretó” (p.221); agrega que primeramente, cada uno de los emprendedores “transformamos estímulos (de la propia persona o del mundo exterior) en sensaciones, las que al ser interpretadas (es decir, al atribuírseles un significado) se convierten en percepciones” (Ob.cit.). en este sentido, Cosacov expone como ejemplo para ayudar a captar la idea en este aspecto, como sería el caso, cuando una persona siente algo húmedo en su lengua, esto se atribuye a una sensación. Por otro lado, la misma persona interpreta al creer que es limonada, lo que sería como tal la percepción. A su vez, señala que percibir no es solamente el sentir, sino que además es aquella atribución dada a lo que se ha sentido.

Además, el autor antes citado añade que la percepción no debe ser entendida tan solo como “sinónimo de percepción visual: se percibe [también] con cualquiera de los sentidos, y resulta perfectamente aceptable hablar de percepción táctil, percepción auditiva, percepción olfativa, etc. Además, en la vida cotidiana lo normal es percibir con todos los sentidos operando simultáneamente” (Ob.cit.). También este autor expone que los sentidos del ser humano al percibir, están en constante construcción del mundo de una forma activa, ya que, la percepción es un proceso activo, apoyándose en algunas ocasiones en la imaginación, para poder interpretar cierto tipo de elementos percibidos, como es el caso de gráficas inconclusas.

Por tanto, Cosacov (2010) concibe la percepción como una forma de pensamiento o proceso cognitivo que manifiesta aquellos procesos de tipo intelectual, igualmente, indica que al percibir cada individuo está interpretando datos. No obstante, estos datos pueden ser alterados por la estimulación o motivo que se tenga, por lo que se hace indispensable considerar un concepto de motivación.

Motivación. La motivación se encuentra asociada de manera estrecha a “consideraciones dinámicas, es decir, a consideraciones sobre aquello que activa nuestro comportamiento y le conduce a iniciar una búsqueda y al mismo tiempo lleva implícito una explicación del porqué de cierta conducta” (Cosacov, 2010, p.303).

Adicional a ello, Cosacov (2010) manifiesta en relación con el motivo, que este es aquello que da una explicación de la conducta; resaltando que la “conducta es un dato, un hecho, mientras que los motivos son constructos interpretaciones de tales hechos. En consecuencia los motivos se infieren o inducen de la conducta” (Ob.cit.). Por tanto, se puede desprender que los motivos que mueven a las personas son diversos y la combinación de ellos, es lo que va a dar forma a su conducta que lo va a hacer partícipe de unos lineamientos establecidos por la sociedad actual.

Por lo cual, se puede pensar que una motivación asociada al logro de objetivos económicos y de escalar peldaños sociales, podría ser en algún momento un aliciente para iniciar empresa para un individuo en particular.

Por otra parte, Cosacov (2010) aclara que, existen motivos tanto primarios como secundarios. Entre los primeros se encuentra aquellos que se relacionan con nosotros y los animales, ya que, se requieren para sobrevivir, entre los cuales está el dormir, evitar el hambre, la sed y el dolor, la necesidad sexual, la agresión.

De ahí, una de las motivaciones para emprender se podría dar por la necesidad de dar satisfacción a estos niveles primarios, para poder cubrir necesidades de supervivencia, como sería el tener una empresa viable que brinde aquellos requerimientos básicos que sería la motivación inicial para el emprendedor.

Entre los motivos secundarios, se distinguen aquellos que caracterizan al hombre en general, ya que, estos no están presentes en el mundo animal, por esa razón, están presentes los relacionados con lo social que son compartidos por una cultura en

particular como pueden ser pertenecer a un grupo, la obediencia a la autoridad y la autonomía para pensar y actuar como uno mismo. (Cosacov, 2010).

En este sentido, García y Fernández de Bobadilla (2004), basados en lo referido por varios autores expresan que “en el momento de crear una empresa, muchos emprendedores están motivados por un fuerte deseo de independencia, autonomía y logros” (p.21), por tanto, se deben generar pautas de acción por parte de las universidades para encontrar y fortalecer estos deseos en esta población estudiantil, que deriven consecuentemente en la germinación de nuevas empresas locales, y den la satisfacción a las necesidades no solo del entorno, sino también del emprendedor.

Necesidades. Dentro de las necesidades, se encuentra aquellas relacionadas directamente con el emprendedor y que dan forma a una de sus características que lo definen como tal.

Ahora bien, es común en las personas emprendedoras, la necesidad de logro, siendo esta, de acuerdo con Barba (2007) “la principal motivación del empresario que determina su decisión de crear una empresa” (p.134). Además, agrega el autor, que es la necesidad la que genera en las personas, un gran deseo de superarse.

En relación a esto, se entiende que este rasgo tiene un influjo fuerte sobre el fuero interno de los emprendedores o de quienes tienen el deseo de emprender con lo que se debe atender este aspecto para lograr potenciarlo, para alcanzar el desarrollo económico local que se precisa, puesto que tiene alto impacto dentro de la personalidad de los emprendedores, los cuales tendrán razones diversas a nivel personal, para superarse y destacar en la sociedad como sentirse útiles para esta, con lo que puedan lograr la satisfacción de cada nivel de necesidad mencionado por Maslow (1943).

Por su parte, Espíritu (2011) muestra luego de una revisión bibliográfica “que el rasgo necesidad de logro es una característica que poseen los empresarios y aquellos que tienen intenciones de crear su propio negocio” (p.68). Por tanto, complementa que si se desea alcanzar logros de tipo personal, se requiere tener tanto vigor como insólitas energías, las cuales son atribuidas al empresario. En este sentido, concibe una hipótesis que tiene que ver con que “el rasgo de personalidad necesidad de logro, influirá positivamente en la actitud emprendedora de los estudiantes universitarios” (p.69),

siendo esta corroborada en su estudio al conseguir resultados positivos en los estudiantes que fueron objeto del mismo. Por ello, la actitud emprendedora si es influenciada de manera positiva por la necesidad de logro.

Adiciona el autor predecesor, que considera que para las personas a las cuales se les atribuye una actitud emprendedora se les hace necesario adquirir esta característica, ya que, aquellas que tienen esta cualidad en una elevada dosis, alcanzan una energía que los empuja a moverse y ser más eficientes, al igual que, excelentes en todo aquello que se desenvuelven, procurando una gran responsabilidad, siendo considerado lo anterior, a manera de un elemento para alcanzar el éxito. No obstante, frente a la motivación, deben tomarse en cuenta las características psicológicas que debe tener el emprendedor.

Características psicológicas del emprendedor. Sánchez, G. (2010) señala que “los determinantes importantes del comportamiento emprendedor son los rasgos de personalidad que presentan los individuos. Los emprendedores poseen rasgos característicos que los predisponen a actuar de manera emprendedora” (p.42).

Por esto, las características psicológicas son aquellas que permiten y les ayudan alcanzar el éxito a los emprendedores, como los diferencian al realizar alguna iniciativa empresarial. En función de ello, dentro de las características psicológicas más comunes, se encuentran el deseo de dependencia, el gusto por el riesgo, elevada necesidad de logro, alta necesidad de competencia, preferencia por la innovación. Así pues, enuncian otras características que se identifican como son: un alto grado de optimismo, la habilidad social y la utilización de atajos cognitivos. (Marulanda, Correa y Mejía, 2009).

Y en este orden, Marulanda, Correa y Mejía (Ob.cit.) enuncian que “las características psicológicas del emprendedor permiten inferir que no existe un perfil único con relación a los emprendedores” (p.165), de allí que, se entiende que para cada emprendedor, estas características tendrán mayor o menor influencia en su comportamiento empresarial, debido a la experiencia personal de cada individuo emprendedor que define su psicología.

Por otro lado, Saboia y Martin (2006) afirman “que los rasgos psicológicos inciden en la supervivencia de un proyecto empresarial” (p.15). Por tal razón, se precisa que las universidades aborden el seguimiento e identificación de aquellas características psicológicas que comparten en mayor o menor medida, los estudiantes adscritos a administración de empresas y financiera, para establecer acciones pertinentes a impulsar el emprendimiento esperado por estos estudiantes, como ayuden a sobrevivir en el tiempo a las posibles empresas creadas por ellos.

Por su parte Rodríguez (2009) apunta que “la personalidad emprendedora está al servicio del comportamiento de los emprendedores” (p.14), por consiguiente, se hace necesario establecer mecanismos para identificar estos rasgos, así como, influenciarlos proactivamente, en los estudiantes de administración de empresas y financiera, puesto que, como lo mencionan Sánchez J.C. , Lanero y Yurrebaso (2005) en que “la historia personal como experiencia vicaria, las características personales como valores, actitudes, motivaciones, rasgos de personalidad, etc., y las habilidades personales pueden predisponer a los individuos hacia la formación de intenciones emprendedoras” (Neira, Pórtela, Fernández y Rodeiro, 2013, p.75).

Formación emprendedora. Neira et al. (2013), sobre la formación emprendedora en relación con la educación, consideran que es necesario incentivar “una cultura emprendedora, empezando por las edades más tempranas, al fomentar entre el alumnado las cualidades personales que constituyen la base del espíritu empresarial: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la autonomía personal” (p.75).

Debido a esto, las universidades deben propender por comprender su papel como organización formadora de emprendedores, para lo cual, se deben incorporar aspectos gerenciales a la estructura educativa actual, acorde al comportamiento en lo empresarial detectado previamente en sus estudiantes, que permitan orientar mejores resultados en capacitar empresarios con capacidades y actitudes acordes a la situación económica del ambiente que los rodea, y que la sociedad requiere realmente.

Al respecto, Alda-Varas, Villardón-Gallego y Elexpuru-Albizuri (2012) concluyen que la formación emprendedora debe estar “centrada en el estudiante, en la

que se aprenda de forma activa, asumiendo riesgos en situaciones controladas y supervisadas, donde el error sea un punto de partida para el aprendizaje” (p.1072), así, añaden que las tareas no sean predeterminadas y sean desarrolladas con soluciones de tipo abierta, todo esto, con lo cual se fomente tanto la innovación como la creatividad.

Asimismo, Neira et al. (2013) exponen que las Universidades debido al interés despertado recientemente por el campo del emprendimiento, no se han estado quedando apartadas en lo relacionado al rol que tienen dentro del desarrollo tanto económico como social del medio que las circunde, donde estas se encuentran “tratando de fomentar la educación emprendedora al incorporar aspectos específicamente relacionados con la creación de empresas en su modelo educativo: creatividad, valorización de ideas, análisis de mercados, planificación, toma de riesgos, resolución de problemas, etc.” (p.81).

Por ende, se debe enfocar estos esfuerzos en fortalecer la formación en los estudiantes de administración de empresas y financiera en términos de emprendimiento, que permita alcanzar objetivos positivos como palpables en el marco de la economía y encadenar diferentes medios, que permitan conseguir financiamiento en todos los niveles para la creación de unidades productivas, a su vez, la promoción en mayor grado de los diferentes actores que hacen parte del ecosistema emprendedor.

Así también, establecer verdaderas alianzas estratégicas con el sector empresarial que impulse, al igual que, estimule el emprendimiento en estos estudiantes en particular. Finalmente, Krauss (2011) establece que “para formar emprendedores hay que incrementar las actitudes emprendedoras, desarrollar la inteligencia emocional, y educar por competencias” (p.35), y en caso que no existan tales elementos, debe considerarse algunas medidas correctivas.

Medidas correctivas. David (2003), concibe dentro de la administración estratégica que “la toma de medidas correctivas, requiere la realización de cambios para reposicionar a la empresa de manera competitiva para el futuro” (p.308), asimismo, menciona algunos tipos de cambios dentro de la organización en lo que concierne a su estructura, los cuales podrían ser necesarios, entre los que podrían darse cambio de personal establecido como clave y la misión empresarial puesta en revisión,

la elaboración de políticas como objetivos, así como, el examen a estos últimos, las acciones correspondientes a financiamiento y repartición de recursos.

Por consiguiente, David (Ob.cit.) en cuanto a este tema, complementa que estas medidas “deben colocar a una empresa en una mejor posición para aprovechar sus fortalezas internas y las oportunidades externas clave; evitar, reducir o mitigar las amenazas externas y mejorar las debilidades internas” (p.309). Además, añade el autor que tienen que gozar de un periodo de tiempo que se estime lo más apropiado posible, bajo cierto número de riesgos asimilables, para mantener la congruencia en el interior de la organización o negocio, como una imagen de responsabilidad frente al entorno y sociedad, por último, “deben fortalecer la posición competitiva de una empresa en su industria básica” (Ob.cit.).

Por esta razón, las universidades como organizaciones con una estructura administrativa definida en una base educativa, establecidas con el propósito de formar elementos profesionales que la sociedad demanda en todos los campos de la ciencia y del mercado, deben propender por configurar medidas correctivas asociadas a la consecución de un mejor desempeño en el área del emprendimiento, que facilite en la carrera de administración, la formación idónea y relacionada a la realidad económica, social como de desarrollo de la región. Y en función de ello, es importante la experiencia que se haya tenido para encauzar tal propósito.

Experiencia. Desde la perspectiva de la filosofía empírica, la experiencia es concebida como la verdad en base al conocimiento aportado por las percepciones internas y externas de los individuos.

Locke (1690, como se citó en Priani y López, 2009) propuso que la mente se encuentra en blanco al nacer y que el conocimiento surge por la experiencia, la cual proporciona contenido a la mente para que surjan las ideas, afirmando que la experiencia es una fuente viable como irremplazable de conocimiento, puesto que, esto es posible por “tener la sensación de algo específico, incluso de algo tan abstracto como saber que uno es la misma persona todos los días, sólo se puede construir y formar a partir de ideas simples y primarias tomadas de las experiencias diarias” (p.123). Por tal razón, este autor añade que la educación no es solamente el cumulo de conocimientos

e ideas para llenar aquellas mentes vacías, sino, que debe tener implícita una elaboración de tipo reflexiva, por lo cual, se puede inferir que la formación emprendedora debe combinar tanto el conocimiento como la experiencia que permita obtener los resultados esperados, el cual es el surgimiento de nuevas empresas.

La Real Academia Española de la Lengua (s.f.) define la experiencia como la “práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo” (párr.3), también, como el “conocimiento de la vida adquirido por las circunstancias o situaciones vividas” (párr.4). En este mismo sentido, Hernández (2012) concibe que “una persona tiene experiencia cuando ha desarrollado una serie de actividades que le han permitido adquirir competencias que lo hacen práctico o experto en determinada actividad humana” (p.47). En este aspecto, la experiencia de aquellos estudiantes que han tenido algún tipo de emprendimiento previo, como una experiencia de tipo profesional en alguna empresa, crea una ventaja competitiva, un soporte base para alcanzar objetivos empresariales propuestos de manera personal o grupal.

A esto, Saboia y Martin (2006), concluyen “que cuando antes ha empezado el emprendedor a tener experiencias profesionales, mayor es la posibilidad de que su proyecto sobreviva” (p.15), por esto, se hace importante generar espacios de experiencia que permitan nutrir la formación de los estudiantes de administración en lo relacionado al tema del emprendimiento, para que aborden y solidifiquen sus conocimientos, habilidades, competencias y demás herramientas que les proporcionen éxito profesional como empresarial a lo largo de su vida.

García y Fernández de Bobadilla (2004) afirman que los emprendedores “que no tienen experiencia empresarial previa, se sienten en general más influidos por motivos económicos a la hora de tomar la decisión de crear una empresa” (p.32). En cambio, añaden que entre los que cuentan con experiencia de tipo empresarial con anterioridad, sus motivos para generar empresas están más relacionados y encauzados con aprovechar oportunidades de negocios, también, con factores de tipo psicológico, manifestando creatividad, entre otros.

Lo anterior, debe ser tomado en consideración por cualquier emprendedor que se forme en cualquier universidad del mundo, pues para convertirse desde el punto de

vista psicológico en un verdadero emprendedor, es necesario un exosistema, como escenario de tipo social, que afecta las experiencias de cada individuo, el cual les va a brindar apoyo en su desarrollo, en este caso, los estudiantes objeto de estudio (Consuegra, 2010), y toda esa experiencia, debe estar sustentada en estrategias.

Estrategias. Mintzberg (1987, citado en Montoya, R., 2009) señala que una estrategia es un plan, dirección, planificación que se tornan puntos de guía o conjuntos de acciones, que se configuran de forma consciente y lógica, para actuar en determinados hechos o situaciones que se presentan. En el contexto empresarial resalta que al ocurrir la ocasión en que “patrones de comportamiento provienen de una determinada forma de concebir el papel de la organización en el entorno, la estrategia es concebida como una perspectiva, la cual orienta y da coherencia a las actuaciones de la organización en el tiempo” (Montoya, 2009, p.25). Por tanto, la estrategia se establece en el tiempo como una acción puntual, concebida y diseñada con anticipación.

Según Mintzberg (1987) citado en Montoya, R. (2009), concibe a la estrategia “como un plan, el cual en sus palabras es una serie de cursos de acción conscientemente pretendidos a manera de guía, con los cuales interviene o interactúa sobre una situación” (Ob.cit.), asimismo, Montoya, R. manifiesta que casi toda la literatura apunta a que consideran la estrategia como un plan, afirmando también que:

Quando los patrones de comportamiento provienen de una determinada forma de concebir el papel de la organización en el entorno, la estrategia es concebida como una **perspectiva**, la cual orienta y da coherencia a las actuaciones de la organización en el tiempo. (Ob.cit.).

Por lo anterior, se pueden considerar las estrategias como las líneas de acción que toman las organizaciones para llevar a cabo y conseguir objetivos a corto, mediano y largo plazo; pues así, las estrategias que se toman como un cumulo de decisiones, son las que permitirán que se determine y se dé forma al camino que toman en un tema específico las organizaciones, basadas en el entorno que las rodea, en este caso de estudio, aplicadas a la formación emprendedora, donde se precisa que las estrategias conjuguen aspectos financieros, sociales, administrativos y educativos concernientes a

formar a los estudiantes de administración para motivar como impulsar la creación de empresas.

Verbigracia, una estrategia puede considerar la presentada por McKinsey y conocida como los principios de los horizontes del crecimiento y la innovación, pues como estrategia, el conocimiento de estos tres horizontes ha permitido definir objetivos que permiten repuntar en el éxito. (Ríos, 2020).

El modelo de tres horizontes de McKinsey, según Cerem (2017) define tres perspectivas u horizontes a observar, subrayando que los tres horizontes deberían existir en la organización al mismo tiempo, con la finalidad de planear para afrontar los cambios en su entorno y/o mercados, como prever cambios futuros, de ahí que, esta herramienta de planeación estratégica permite a las organizaciones planear conscientemente y no dejar todo a la improvisación; como lo plantea Benjumea (2010) en que:

Una empresa ha de plantearse en primer lugar su estrategia de desarrollo, los negocios en los que pretende crecer y cuáles son sus apuestas de futuro para luego definir sus programas de I+D que contribuyan a ese desarrollo a través de la innovación. (p.185).

Por otro lado, Benjumea (2010) explica que el modelo de McKinsey (1999), se estructura en tres horizontes. En su primer horizonte, las empresas deben tener gran parte de su actividad económica comprendida en “negocios bien contrastados, vinculados a su actividad tradicional y en los que una gestión rigurosa le permita generar caja” (Ob.cit.), o sea, realizar lo que está haciendo o se sabe hacer para el sostenimiento económico de la organización en el corto plazo, como lo sostiene Cerem (2017) cuando afirma que este horizonte se basa en “defender y ampliar el negocio principal de la compañía. Se trata de asegurar los resultados a corto plazo, los que permiten la generación de dinero, de caja” (párr.1).

En cuanto al segundo horizonte, radica en conseguir negocios de tipo emergente que contengan “alta capacidad de crecimiento y en los que es necesario invertir para que desarrollen todo su potencial y con el tiempo se conviertan en negocios del primer horizonte” (Ob. cit.). En otras palabras, este horizonte es a mediano plazo, y por ello, lo que se busca son negocios o actividades que permitan generar ingresos cuando los

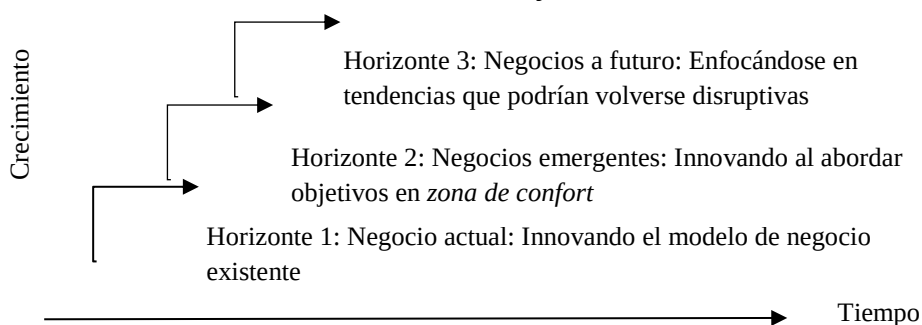
mercados cambien o evolucionen y la actividad principal ya no sea rentable, pues esta fase u horizonte se centra “la creación de oportunidades de negocio emergentes, nuevas, que permitan el crecimiento a medio plazo” (párr.1), asimismo, agrega, que esto es necesario “para mantener el flujo cuando el mercado del negocio principal ya esté maduro” (párr.3).

Luego, en el tercer horizonte Benjumea (2010) indica que se debe explorar constantemente para buscar opciones de negocios en el futuro, asimismo, que estas son simplemente posibilidades de conseguir negocios y que deben manejarse un número alto de estas con el objeto de descartar gran parte de ellas, habiendo invertido pocos recursos en las mismas.

Por tanto, en este último horizonte se buscan oportunidades de negocios, a largo plazo y que eventualmente sostendrán la empresa económicamente. Igualmente, Cerem (2017) señala que en este horizonte “se desarrollan las ideas, las semillas, las opciones que se puedan crear a medio plazo y permitan crecer a largo. Aunque el marco sea futuro, la planificación ha de realizarse en el presente” (párr.1).

Asimismo, se puede agregar que el tiempo de consecución de cada horizonte lo define cada organización, de acuerdo a sus intereses y recursos disponibles para realizar dicha gestión. Por tanto, la figura 8 expone el planteamiento del modelo de Mckinsey para una mejor comprensión.

Figura 8. Modelo de los tres horizontes de Mckinsey.



Nota. Mckinsey (1999), adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

Otra estrategia puede estar dada gracias a los postulados de la teoría de las cinco fuerzas competitivas de Porter (1982), que es un modelo estratégico con el cual se

establecen parámetros de acuerdo al contexto y elementos externos de la organización, con la finalidad de realizar un análisis detallado a los actores que circundan o tienen relación con la organización o empresa, los cuales están presentes en el mercado; permitiendo esto, medir el nivel o posición de competencia de las unidades productivas, en un sector determinado; por tanto, enfocándola principalmente a cada plan de negocios con la finalidad de establecer su interacción con el mercado y su entorno, lo que le brinde mayor posibilidad de éxito.

En relación a esto, Baena, Sánchez y Suarez (2003) indican que las organizaciones empresariales son sistemas de tipo abierto en recurrente interacción con el ambiente o medio que las rodea, asimismo, añaden que “los resultados internos de la empresa dependen, en porcentaje alto, de las características del entorno en que se mueve y de la capacidad que tiene ésta de asimilar este entorno y de administrarlo eficientemente” (p.61).

Dicho esto, los planes de negocios al ser una preconcepción de una empresa han de plantearse con los pormenores del ambiente en que se va a desenvolver, tanto de mercado, clientes y todo lo que afectaría su actividad.

En este sentido, Baena et al. (Ob.cit.), plantean que en el entorno empresarial se distinguen dos dimensiones: el macro ambiente y el sector; así pues, el macro ambiente es entendido como aquel que “comprende las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden tener implicaciones en el comportamiento del sector y de la empresa en particular (fuerzas de carácter económico, político, cultural, social, jurídico, ecológico, demográfico y tecnológico)” (p.62).

En este sentido, la segunda dimensión, denominada el sector, hace referencia al “(conjunto de empresas que producen los mismos tipos de bienes o servicios), cuyo análisis se relaciona con el comportamiento estructural, estudiando las fuerzas que determinan la competitividad en el sector” (Ob.cit.). Por tanto, estos autores consideran que, el análisis de la interacción del ambiente es más cercano a la organización; es decir, el sector, es el que permite tomar conclusiones sobre las estrategias que han de implementarse para posicionarla en el marco local, nacional o incluso el internacional.

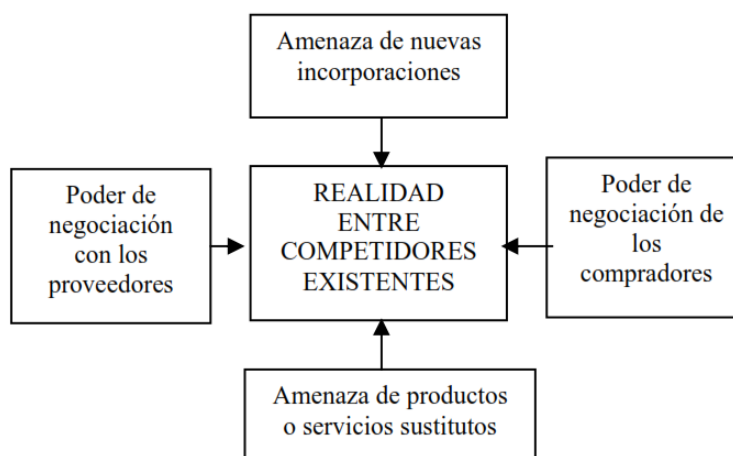
En este orden de ideas, Porter (1982) citado en Baena et al. (2003), el cual considera que la relación de la organización con el ambiente que la circunda es esencial para que se configuren estrategias competitivas, asimismo, agrega que el sector o aquellos sectores en los cuales compite la empresa son el aspecto más importante de su entorno. Por consiguiente, las organizaciones dedicadas a la educación superior, han de establecer e identificar los sectores críticos en los que puedan entrar competir los emprendimientos nacientes, de esta manera, se determinen patrones competitivos y estrategias en este sentido, mucho más idóneas para abordar con éxito el medio y el entorno que subsisten alrededor de las futuras empresas.

De igual manera, Baena et al. (Ob.cit.), relacionan los componentes más representativos del mercado para una empresa, según la teoría de Porter (1982), destacando que dichos componentes son: los competidores directos, los cuales son el grupo de empresas que ofertan un mismo producto o servicio; *los clientes* representados por el grupo que adquiere los productos; *los proveedores* u organizaciones que surten a las empresas productoras con los insumos para sus actividades; los *productos sustitutos*, conocidos como los que pueden surgir para satisfacer de forma similar las actuales necesidades del mercado como lo hacen los productos disponibles y finalmente, *los competidores potenciales*, las cuales son organizaciones que entran al mercado a competir en un sector específico.

Por lo anterior, las cinco fuerzas que componen el modelo estratégico propuesto por Porter (1982), están condensadas en primer lugar, en una competencia a nivel horizontal, la cual está dada por tres fuerzas que son: los proveedores y los compradores, al igual que, la rivalidad; así mismo, a nivel vertical están presentes los competidores con el potencial de entrar en el mercado y la aparición o establecimiento de productos sustitutos. Al mismo tiempo, Porter resalta que “de la combinación de estas cinco fuerzas depende el beneficio potencial del sector” (Baena et al., 2003, p.62).

En función de lo expuesto se presenta la figura siguiente que comprende las cinco fuerzas competitivas propuestas por Porter (1982).

Figura 9. Las cinco fuerzas competitivas de Porter.



Nota. Tomado de Baena, Sánchez y Suárez. (2003)

Adicionalmente, en el marco de las estrategias, debe considerarse el Benchmarking. No obstante, es importante iniciar aclarando que, no existe una única definición de esta estrategia, pues como lo afirma De Cárdenas (2006) citado en Hernández y Cano (2017), en lo referente a la definición de este término, no se encuentra por la comunidad científica y/o académica un consenso frente a Benchmarking, ya que, cada autor que se refiere a esta estrategia, adquiere una visión particular, construida por experiencias, conocimientos y como percibe el Benchmarking en cada organización o en un sector en específico.

Por tanto, según lo considera Boxwell, Rubiera, McShane, y Zaratiegui, (1995) esta estrategia se basa en el “estudio comparativo en áreas o sectores de empresas competidoras con el fin de mejorar el funcionamiento de la propia organización” (p.2), pues más allá de solamente comparar datos, esta estrategia se propone mejorar la organización, desde su estructura productiva como desde sus políticas internas, para que la empresa alcance una postura más robusta en el mercado, en términos de posición y ventaja frente a sus competidores.

Por su parte, Kearns (1989, como se citó en Vargas Chiappe, 2019), señala que el “benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones reconocidas como las mejores prácticas y los competidores más duros” (p.8). De igual manera, Vargas Chiappe

(Ob.cit.) añade que esta estrategia permite a las organizaciones o empresarios, tomar las acciones y prácticas que los líderes del mercado de un sector o sectores desarrollan, para ser adaptadas al contexto de la organización, para poder estar a la par de la competencia, pero, ha de contar esta adaptación en su aplicabilidad con un valor agregado, lo que genere una mayor ventaja competitiva.

De ahí que, se puede inferir que esta estrategia permite tomar las mejores estrategias llevadas a cabo por los mejores competidores del mercado en cualquier tipo de industria e insertarlas en la organización, para mejorar procesos y procedimientos que permitirán un mejor posicionamiento en el mercado.

Por lo anterior, las instituciones educativas pueden asimilar este tipo de estudio para tomar lo mejor que hacen sus organizaciones homologas en Medellín y Bogotá, para adaptarlo a sus actividades, como lo destaca León (2002) refiriéndose al Benchmarking como “la identificación, entendimiento y adaptación de las mejores prácticas de una organización para mejorar las propias” (p.195).

Frente a ello, es indispensable considerar que el Benchmarking, según Hernández y Cano (2017) se caracteriza por aspectos como: calidad, productividad y tiempo; los cuales se describen en la Tabla siguiente:

Tabla 2. Aspectos que caracterizan al Benchmarking.

Aspecto	Descripción
Calidad	Al aplicar una estrategia de calidad se están involucrando actividades de planificación, organización y análisis que responden a objetivos específicos de aprendizaje; orientados a descubrir, emplear y adaptar nuevas estrategias para las diversas áreas de la organización. La manera como las otras empresas forman y manejan sus sistemas de calidad puede ser usada como un punto de vista de acuerdo con la calidad percibida por los clientes. También se puede hablar de calidad cuando se cuenta con certificaciones, considerando las normas para que se cumplan las especificaciones y estándares de calidad predefinidos. Además, dentro de este aspecto, se puede analizar el desarrollo de la organización y de los recursos humanos, el enfoque, el compromiso y el entrenamiento.
Productividad	Es la búsqueda de la excelencia en las áreas que controlan los recursos que entran a la empresa. La productividad puede ser expresada por el volumen de producción y el consumo de recursos,

	los cuales pueden significar pérdidas o ganancias. Ninguna herramienta de calidad y productividad se vale por sí misma para solucionar todo lo que una organización necesita a nivel competitivo; ellas conducen al logro de objetivos específicos propios. En cambio, el Benchmarking es una herramienta con un amplio foco, debido a que se aplica desde el conocimiento y la comprensión de las necesidades de los clientes hasta el servicio de post venta.
Tiempo	Simboliza la dirección del desarrollo industrial en los años recientes. Se ha convertido en un factor potenciador de ventas, administración, producción y distribución, obteniendo una mayor productividad. El desarrollo de programas enfocados en el tiempo ha logrado recortar los lapsos de entrega, alcanzando una mayor competitividad.

Nota. Tomado de Hernández y Cano (2017), adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

En consecuencia, los extremos anteriores, permiten hacer una comparación real entre organizaciones homologas, para poder medir calidad, productividad y el factor tiempo en el proceso productivo, por lo cual es una estrategia a considerar a la hora de establecer un modelo de formación emprendedora.

Universidades de la ciudad de Cúcuta, Norte de Santander- Colombia con formación emprendedora y Carrera de Administración de Empresa y/o Administración Financiera

Para poder empezar este apartado, de las universidades de Cúcuta en el Norte de Santander- Colombia, el investigador considera necesario, hacer una reflexión sobre la universidad y la evolución de la misma en Latinoamérica, y seguidamente pasar a considerar una breve remisión histórica de la universidad colombiana; posterior a ello pasará a considerar a las universidades públicas y privadas de la ciudad de Cúcuta, en Norte de Santander-Colombia, en las que se dicta carreras de administración de empresas y/o administración financiera, y para ello, se hace unas reminiscencias o remembranzas de las universidades: Universidad Francisco de Paula Santander; Universidad de Pamplona-Sede Villa del Rosario; Universidad Libre de Colombia-seccional Cúcuta; Universitaria de Santander y Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.

En función de lo planteado y tomando en cuenta lo que describe Perkin (2006) citado en Alonso (2012) acerca de la Universidad, la cual es una institución axial como parte de la sociedad moderna post-industrial, se presenta como una institución con suficiente flexibilidad como para suplir las necesidades de sociedades con marcadas diferencias en cada región que compone el globo terráqueo, aunque, alcanzando “su aceptación universal como una institución clave en las sociedades modernas y desarrolladas en todos lados” (p.81).

Pues tomando en consideración lo anterior, se podrá tener una base de si la universidad como institución, ha sido capaz de adaptarse a la situación política como forma de sociedad dispuesta en Latinoamérica y de manera puntual en Colombia y si con ello, se ha avanzado a otro modelo de universidad como la universidad emprendedora.

La Universidad y sus orígenes en Latinoamérica

La palabra *universitas* fue creada según lo afirma Chuaqui (2002) por “Cicerón, con el sentido de *totalidad*; deriva de *universum*, que significa *reunido en un todo*” (p.563).

Más puntualmente, Martínez (2016) afirma que en “la Universidad de Bolonia, se comienza a emplear el término *universitās magistrōrum et scholārium*, que significa comunidad de profesores y académicos, lo que en definitiva eran las universidades en su sentido más básico” (p.16); por ello, a esa reunión de maestros y estudiantes, se le conoció en su origen como Universidad.

No obstante, muchos autores consideran que las universidades son unas de las instituciones de más vieja data que aún existen actualmente. Tan es así, que se indica que su origen procede de la Academia de Platón, pues la misma, por medio de la utilización de la mayéutica, estuvo abierta a la formación de políticos como gobernantes de la época. Otros autores afirman que, el origen de esta institución estuvo con Aristóteles, que siguió este concepto bajo una visión de experiencias sometidas a un proceso de sistematización, en la cual se dictaron las ciencias prácticas de la

antigüedad en términos de producción como a través de prácticas y teorías. (Martínez, 2016).

Por su parte Chuaqui (2002) destaca que las universidades se conformaron como una forma académica y científica que refleja un renacimiento intelectual, esto dado a principios del siglo XI, teniendo en un principio como eje central tanto la filosofía como la teología. Sin embargo, no es sino hasta la era después de Cristo y entrada la Edad Media, que comienza a marcarse un verdadero espíritu formador universal, a cargo de la iglesia y los monasterios del tiempo, en los que se formaron bajo estrictos cánones de enseñanzas, ciertas profesiones clericales como teología, derecho canónico y medicina, para los jóvenes de la realeza; por lo que en palabras de Martínez (2016) afirma que:

En Europa durante la Edad Media, alrededor del siglo V d.C., los monasterios benedictinos perfeccionan un ordenamiento curricular más o menos uniforme, en el cual enseñaban a los varones de la nobleza y demás aspirantes a una vida monástica que fueran aceptados, estas serían denominadas escuelas monásticas, que surgen de la mano con las escuelas catedralicias o episcopales, todas estas escuelas, a partir del siglo VIII, adoptan un criterio de enseñanza uniforme impuesto por la Escuela Palatina de Aquisgrán, fundada por Carlomagno. (p.15)

Por tanto, las primeras universidades de Latinoamérica, estuvieron marcadas por un fuerte modelo colonialista, en el cual prevaleció la educación eclesiástica para los funcionarios civiles de la colonia. De allí que, Cárdenas (2004) citado en Giraldo De López y Pereira de Homes (2011), afirma que las universidades o instituciones de educación superior, aparecieron por primera vez en América Latina, tomando como sede Santo Domingo para el año 1538 y posteriormente, México como Perú en el año 1551. Por ende, “la creación de estas instituciones respondía a la necesidad de evangelizar y ofrecer oportunidades de educación parecidas a las que se daban en Europa específicamente en España” (p.63)

Agregan los precitados autores que, Frente a este panorama, también cabe resaltar que no existió un tipo de universidad modelo para toda Latinoamérica, ya que, las necesidades y las realidades de los países de la región signaron las bases de las primeras universidades.

Con el paso del tiempo, la Universidad en Latinoamérica, tiene una fuerte influencia del modelo napoleónico, en el cual el rasgo fundamental era la centralización de la misma al Estado; al igual que, no se consideraba la investigación; y en este contexto, existieron dos tipos de universidades: las universidades públicas y, las universidades católicas. En las primeras se formaban los futuros profesionales en derecho, ingeniería, y medicina; mientras que, en las segundas, se dotaban de conocimientos generales solo a los profesionales pertenecientes a un grupo selecto de la sociedad. (Giraldo De López y Pereira de Homes, 2011).

Ahora bien, a partir del año 1918, comienza a gestarse el llamado *Movimiento de Córdoba*; Tünnermann (1998) señala que se presentó como “el primer cotejo importante entre una sociedad que comenzaba a experimentar cambios de su composición interna y una Universidad enquistada en esquemas obsoletos” (p.59). En consecuencia, este *Movimiento* destacó en la clase media de la época, ya que, este pretendía abrir las puertas de las aulas de la universidad a los sectores sociales, diferentes del clero como grupo selectos, ilustres y de alta alcurnia.

Como lo señala Tünnermann (1998), la clase media como emergente, vio una oportunidad en la Universidad, para alcanzar nuevas posiciones sociales, económicas y políticas, que solo eran accesibles a cierto sector de la sociedad de entonces. Por tanto, este *Movimiento* marco las primeras bases para la apertura de la Universidad como un espacio abierto a todas las clases sociales, y no solo para un sector privilegiado; promoviendo una lucha contra barreras obsoletas que imponían una Universidad netamente exclusiva para altas esferas

Por tanto, no es sino en la segunda década del siglo XX, que se da una reestructura a los recintos universitarios, y gracias al *Movimiento de Córdoba*, se rompe con el modelo napoleónico que imperó por mucho tiempo dentro de las Universidades de Latinoamérica, y que enquistó prácticas maliciosas entre las cuales afirma Tünnermann (1998), se identifican “la corruptela académica, el predominio de las mediocridades, la rutina y la modorra en los hábitos académicos, la orientación puramente profesional y utilitaria, el olvido de la misión educadora y la entronización de un autoritarismo de la peor especie” (p.61).

No obstante, la verdadera reforma universitaria en Latinoamérica llegó hasta después del año 1945, como lo asevera Tünnermann (1998) cuando afirma que:

La reforma de las universidades latinoamericanas es un proceso continuo que llega hasta nuestros días, el movimiento reformista, con las características que Córdoba le imprimió, se ubica entre las dos Guerras Mundiales, con todo y que sus postulados no lograron su incorporación a los textos legales, en algunos países del área, sino hasta después de 1945. (p.62).

De allí que, las Universidades en Latinoamérica debieron sortear diferentes circunstancias, para poder dar paso a un modelo educativo en el cual prevalecen algunos principios, tales como: autonomía universitaria en aspectos económicos como políticos, elección por parte de la comunidad universitaria de sus autoridades, enseñanza gratuita, docencia como asistencia libre, aparece la asistencia social para los estudiantes, se democratiza el ingreso a estas instituciones, se empieza hablar de extensión universitaria, se promueve la unión de Latinoamérica como la desaprobación de formas de gobierno no democráticas, entre otras reformas; las cuales cambiaron la concepción y la percepción de la Universidad frente a la sociedad, rompiendo paradigmas arraigados en épocas pasadas.

Sin embargo, aunque esta es la práctica que se ha venido manteniendo en la estructura de las Universidades de Latinoamericana; no es menos cierto que poco a poco en Europa y América, se ha ido gestando de cierta manera, la formación emprendedora.

La Universidad colombiana: breves reflexiones históricas

Sobre este punto, Soto (2005) afirma que existen dos etapas:

La inicial la denominamos como de formación: 1580-1768. La primera fecha indica los inicios de los estudios superiores en la actual República de Colombia. Finalizamos en 1768 con la expulsión de los jesuitas. Esta fecha marca los inicios del sector civil por intentar tomar el control de la universidad con el apoyo de la política reformista del Despotismo Ilustrado de Carlos III. El segundo sub-período lo enmarcamos hasta 1826 cuando se estructura la universidad republicana (p.103).

Así pues, en el período de la Colonia, la Universidad Colombiana, como institución se caracterizó, por el control totalitario que ejerció la iglesia sobre la

educación, todo ello, entre los años 1580-1768. Por ello, se tiene que algunas casas de estudios superiores de la época, se crearon en este período, dentro de las cuales vale mencionar: la Universidad Santo Tomás, en Santa Fe de Bogotá (1580) que se levantó como la primera universidad de Colombia, en la que se dictó estudios de arte y teología. (Soto, 2005); de la misma manera, cabe señalar a la Universidad Javeriana (1622), la cual fue fundada por jesuitas en el periodo del virreinato.

Posterior a ello, se erige la Universidad Republicana, entre el período de 1826 a 1843; por tanto, Soto (2005) afirma que “este período se caracteriza por continuar con el modelo borbónico de control de la universidad por parte del Estado” (p.110). Por otro lado, al llegar la independencia, los líderes de ese periodo encargados de dirigir las riendas del Estado colombiano, el cual estaba bajo la influencia marcada de la Ilustración, decidieron cambiar esto, promoviendo una educación que fuera disruptiva para la época, bajo conceptos de educar en aquellas ciencias que realmente fueran útiles para el momento que se vivía, sembrando las bases de la educación pública y brindada por el Estado; aunque esto, no contempló el modelo de universidad investigativa para Colombia.

Por ello, en ese período de la Colombia Republicana, la Universidad emergió para dar una nueva concepción a la Educación, dejando atrás las universidades clericales, para pasar a considerar las llamadas ciencias útiles, pero con control absoluto de estas casas de estudios por parte del Estado.

Sin embargo, no es sino hasta el período comprendido entre el año 1842 al año 1920 que comienza la modernidad en la Universidad. No obstante, en ese período estuvo la Universidad Colombiana, signada por el bajo presupuesto, el control del Estado y los constantes enfrentamientos entre la moral laica y la iglesia, asimismo, la inexistencia de la autonomía universitaria, entre otros. (Soto, 2005).

Entre tanto, desde 1920 hasta 1935 en Colombia, se cuenta con ocho (08) Universidades públicas y tres (03) de carácter privado, pero en principio no existió el apoyo a la investigación científica, pues los pensum se limitaban solo a las asignaturas, mas no así a la investigación. (Soto, 2005). Y no es sino después del año 1935 que se da en dichas universidades la profesionalización de los docentes como la apertura

ideológica, consiguiéndose la autonomía universitaria y los principios de la libertad de cátedra libre, aunque con ello, todavía no se logra un sistema universitario estatal, ya que, solo una Universidad pública fue el centro de la aplicación de estas reformas.

Es de hacer notar que es en este período, en el que se crea las Universidades Departamentales entre las cuales vale mencionar: La Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín, siendo esta institución de educación superior privada, y dentro de las oficiales o públicas se crearon: la Universidad de Caldas, la Universidad del Tolima, la Universidad del Valle, la Universidad del Atlántico y la Industrial de Santander.

Ahora bien, con el fin de la dictadura de Rojas en el año 1954, empiezan a crecer las universidades privadas y la gran mayoría dio paso a la educación tecnológica. No obstante, es para el año 1957 que se crea la Asociación Colombiana de Universidades, y gracias a esto, un año después el Decreto 136, del 30 de abril de 1958, permite a la universidades presentes en el país ser autónomas, contar con una personería jurídica, y estar fuera del contexto político nacional (Soto, 2005).

Con el paso de los años se volvió a marcar el período de intervencionismo del Estado, entre 1968 y 1980, con la creación de organismos que generaron la centralización de la Universidad; además, se planteó el desarrollo científico y por ello se crea Colciencias, y la investigación se plantea como figura indispensable dentro de la educación universitaria, creándose programas de doctorados, también, surge una preocupación de eficiencia como calidad en la educación, entre otros.

Finalmente, Soto (Ob.cit.) analiza que en estos últimos años la globalización y las demandas científicas, han marcado la existencia de la universidad colombiana; además de ello, se han creado redes de universidades, dentro de la cual vale la pena mencionar la RUDECOLOMBIA, que está conformada por las Universidades de Cartagena, Cauca, Caldas, Nariño, Tolima, Tecnológica de Pereira, Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Luego de haber establecido una breve remisión histórica de las Universidades en Colombia, se pasa a considerar las siguientes universidades públicas y privadas de la ciudad de Cúcuta, en Norte de Santander-Colombia, en las que se imparten carreras

de administración de empresas y/o administración financiera: Universidad Francisco de Paula Santander; Universidad de Pamplona-Sede Villa del Rosario; Universidad Libre de Colombia-seccional Cúcuta; Universitaria de Santander y Fundación de Estudios Superiores Comfanorte.

Universidad Francisco de Paula Santander. La Universidad Francisco de Paula Santander (2016) señala en su portal electrónico, que esta institución

Nace como fundación de carácter privado el 5 de julio de 1962, con la Escuela de Economía. Ese mismo año el 19 de septiembre, el gobierno departamental le otorga la personería jurídica y se incorpora a la universidad las escuelas de Topografía y Dibujo. (párr.1).

Es de destacar que su objetivo principal está concentrado en aumentar los niveles culturales de todos los jóvenes residentes del departamento de Norte de Santander, asimismo, configurar vínculos con otras regiones como las partes interesadas de la sociedad. También, ser una opción académica para obtener un título profesional, para los bachilleres que salen cada año de los diversos colegios ubicados en esta región del país, ya que, permite que estos accedan a educación superior sin tener que trasladarse a otras ciudades.

Por otro lado, esta institución deja de ser fundación para pasar a ser una universidad a pleno, el 01 de junio de 1970, ya que, “se declara disuelta la Fundación Universidad de Cúcuta Francisco de Paula Santander, constituida como derecho privado y para garantizar su perpetuidad se acepta sea declarada como Universidad Oficial del Departamento: quedando como establecimiento público descentralizado y con personería jurídica” (párr.5).

Adicionalmente, esta institución añade como parte de su historia, que desde el transcurrir de su fundación se ha visto incrementada la población estudiantil y se ha ampliado la oferta académica, la cual se encuentra bajo altos estándares de calidad, contado con carreras de “ingeniería, salud, ciencias básicas, ciencias empresariales, ciencias agrarias, ciencias del medio ambiente, educación, artes y humanidades” (párr.6).

De esa remembranza se debe colegir que, la Universidad Francisco de Paula Santander, nace como una persona jurídica de derecho privado bajo la forma de una

fundación, que le dio a los estudiantes del Departamento de Norte de Santander en Colombia, la oportunidad de albergar en esa casa de estudios superiores algunas carreras como: las ciencias económicas, además de topografía y dibujo.

Años más tarde, pasa a ser una Universidad Oficial del Departamento, con personería jurídica, en la que se dicta una gamma de carreras en ciencias básicas y ciencias empresariales entre otras, y dentro de las ciencias empresariales destaca la carrera de administración que se orienta de forma diurna, en 10 semestres. Asimismo, esta institución ofrece esta carrera en jornada nocturna.

En cuanto a su Misión, La Universidad Francisco de Paula Santander (Ob.cit.) describe en su página digital, tiene como fundamento tanto el mejoramiento continuo como procesos de calidad, en lo concerniente a “docencia, investigación y extensión, en el marco de estrategias metodológicas presenciales, a distancia y virtuales, cuyo propósito fundamental es la formación integral de profesionales comprometidos con la solución de problemas del entorno, en busca del desarrollo sostenible de la región” (párr.1).

De allí se infiere que, esta casa de estudios superiores de carácter pública, tiene por misión, el mejoramiento y la calidad en la academia, en la extensión, y en la investigación; todo ello enmarcado en estrategias metodológicas mixtas: (presenciales, a distancia y virtuales), para formar profesionales comprometidos en aportar soluciones a las dificultades de su entorno y de la región.

En tanto que su Visión, está enmarcada en el reconocimiento que aspira tener la Universidad como institución en el tiempo. Por ello, la Universidad Francisco de Paula Santander (Ob.cit.) dispone que contará con un reconocimiento nacional, debido a su

alta calidad, competitiva y pertinencia de sus programas académicos, la generación de conocimiento, la transferencia de ciencia y tecnología, y la formación de profesionales con sentido de responsabilidad social, utilizando estrategias metodológicas presenciales, a distancia y virtuales, que faciliten la transformación de la sociedad desde el ámbito local hacia lo global. (párr.1).

En función de lo antes expuesto, se considera que esta universidad de carácter público, es de vital importancia para el presente estudio, pues en la misma se imparte dentro de las ciencias empresariales, la carrera de administración.

Universidad de Pamplona sede Villa del Rosario. Esta Universidad data del año 1960. Nació como una casa de estudios superiores privada, pero al igual que la Universidad Francisco de Paula Santander, fue convertida en Universidad Pública de orden departamental, bajo el decreto No 0553, en el año 1970. Pero no es sino hasta la promulgación de la Ley N° 30 de 1992, que la Universidad de Pamplona se convierte en una entidad de régimen especial, “con autonomía administrativa, académica, financiera, patrimonio independiente, personería jurídica y perteneciente al Ministerio de Educación Nacional” (Universidad de Pamplona, s.f., párr.8).

Tal como se relata en la página electrónica de la Universidad de Pamplona (2020) al hacer su disertación histórica, es importante considerar que en el transcurrir de los años sesenta y setenta, esta institución tuvo un crecimiento en

la línea de formación de licenciados, en la mayoría de las áreas que debían ser atendidas en el sistema educativo: Matemáticas, Química, Biología, Ciencias Sociales, Pedagogía, Administración Educativa, Idiomas Extranjeros, Español – Literatura y Educación Física. (párr.2).

Posteriormente, en los años 80, esta institución empezó a ofertar el Programa de Tecnología de Alimentos y luego en los años 90, se abrieron las carreras en las áreas de tanto de ciencias naturales como tecnológicas, asimismo, programas en “Microbiología con énfasis en Alimentos, las Ingenierías de Alimentos y Electrónica y la Tecnología en Saneamiento Ambiental. En el campo de la Ciencias Socioeconómicas, el programa de Administración de Sistemas, inicialmente como tecnología y luego a nivel profesional” (párr.4).

En consecuencia, desde su creación la Universidad de Pamplona, manejó una gama de estudios superiores en donde tuvo y tiene un sitio de honor, las ciencias sociales y dentro de ella, la Administración. No obstante, para hacer referencia a la Sede Villa del Rosario, se debe mencionar que la misma está ubicada como una de las sedes de extensión de esta institución de educación superior, específicamente en el

municipio de Villa de Rosario. Fue fundada en el año de 2003, creciendo con las diferentes carreras ofertadas. (Universidad de Pamplona, s.f.).

En cuanto a la Misión, la Universidad de Pamplona (s.f.) señala en su portal electrónico que como ente autónomo y público ubicado en Norte de Santander, adquiere con la sociedad de este departamento un deber social, enmarcado en la formación de los jóvenes de esta región del país, por medio de procesos de docencia, extensión, así como, investigación universitaria. Lo anterior, dado para motivar como estimular la generación de nuevo conocimiento, por medio de innovación en terrenos de la ciencia como tecnológica; asimismo, realizando acciones de “promoción de la cultura, las artes y las humanidades, con una vocación de liderazgo, calidad y excelencia que impulsa la paz y el desarrollo de las regiones con responsabilidad social y ambiental” (párr.1).

En cuanto a la Visión, la Universidad de Pamplona (Ob.cit.) en su portal digital expone que para el año 2030, aspira a tener un reconocimiento como una entidad educativa, tendiente alcanzar la máxima calidad y a generar un impacto local, regional como en lo internacional. También, se caracterizara por el liderazgo que ejerza como institución educativa en aspectos académicos, de investigación como extensión; gracias a sus egresados ubicado en “soportados en el desarrollo social y tecnológico y por el desempeño de sus egresados en el medio laboral” (párr.1).

De allí se puede inferir que, esta Universidad pública posee autonomía y busca generar una formación innovadora en sus educandos, con miras a ser globalizada, así como, destacar en la investigación nacional y binacional, en diferentes campos científicos; destacando la oferta académica de diversos programas según la facultad de que se trate, interesando para esta investigación, la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y en ella, la carrera de Administración de Empresas, que se orienta en Villa del Rosario- Cúcuta.

Universidad Libre de Colombia seccional Cúcuta. Esta Universidad, nace en el año 1913 como una institución superior, independiente de la Universidad de la Republicana, pero solo hasta el año 1923 que se empezaron a ofertar las carreras de Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Facultad de Ingeniería, Escuela de Comercio,

Escuela de Artes y Oficios, Escuela Preparatoria de Bachillerato. Pero es hasta el año 1947, que se constituye como la *Corporación Universidad Libre*, teniendo como principios rectores la “democracia, justicia social, libertad de pensamiento y culto, autonomía universitaria; tolerancia, convivencia civil, pluralismo ideológico, y rechazo a toda forma de confesionalismo y de imposición ideológica” (Universidad Libre de Colombia, 2002, párr.9).

La Misión de esta institución según la página web de la Universidad Libre de Colombia (s.f.), se enfoca en el compromiso férreo hacia el país de formar los líderes que la sociedad requiere; respetando las diversas expresiones étnicas presentes en Colombia en todas sus regiones; asimismo, promover el cuidado del medio ambiente y su preservación. Igualmente, “ser espacio para la formación de personas democráticas, pluralistas, tolerantes y cultoras de la diferencia” (párr.5).

En tanto, según La Universidad Libre de Colombia (2020), expone en su canal digital que la Visión de la misma, se basa en la busca de un país democrático, con una sociedad con un comportamiento y pensamiento tolerante como pluralista, asimismo, vela por que el país sea un mejor lugar. Adicionalmente, “impulsa el desarrollo sostenible, iluminada por los principios filosóficos y éticos de su fundador, con liderazgo en los procesos de investigación, ciencia, tecnología y solución pacífica de los conflictos” (párr.1).

Así las cosas, la Universidad Libre de Colombia, es una institución de educación superior que desde su creación buscó la identidad nacional colombiana. En su sede de Cúcuta, esta Universidad cuenta con la facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, en donde se imparte desde el año 2015 la carrera de administración, bajo la modalidad presencial, con una duración de 8 semestres. (Universidad Libre de Colombia, s.f.).

Universidad de Santander. También conocida por sus siglas UDES, tiene como antecedente la Corporación Tecnológica de Santander. Desde el año 1992, la institución dio apertura a sedes en distintas regiones de Colombia, de esta manera, contar con una mayor cobertura, oferta y permitiendo el acceso a la educación superior, con lo cual, también se aumentó la oportunidad a los habitantes de esta regiones para

formarse profesionalmente. (UDES, s.f.). En este sentido, según lo manifestado en el portal web de la Universidad de Santander (s.f.), su Misión es la de formar

Integralmente ciudadanos de calidad académica y profesional, con proyección internacional, competentes en las distintas áreas del conocimiento, sensibles al uso racional de los recursos naturales y tecnológicos, que contribuyen mediante la relación con el entorno, al desarrollo humano, el arte y la cultura. Desarrolla la investigación y la extensión con visibilidad de resultados en la solución de problemas de la región, del país y del mundo, en un marco de principios democráticos y de valores éticos y estéticos. (párr.1).

En tanto que la Visión que se tiene de la Universidad de Santander (s.f.), es que la misma sea reconocida en los ámbitos locales, nacionales y en lo internacional, principalmente por la calidad que ofrece en términos académicos como de formación. Asimismo, resaltar como una fuente generadora de conocimiento y de innovación; también, compenetrarse con la sociedad y entorno que la rodea, para de esta manera, impactar “en la calidad de vida de las personas y por su contribución con el desarrollo de la región nororiental y del país” (párr.1).

Por ello, esta opción dentro de la gama de estudios universitarios, es una alternativa cierta dentro de la ciudad de Cúcuta en Norte de Santander-Colombia.

Fundación de Estudios Superiores Comfanorte. En agosto de 1993, nace jurídicamente la Fundación de Estudios Superiores de la Caja de Compensación Familiar del Norte de Santander conocida por sus siglas Comfanorte, por medio de la resolución 04172. Esta resolución permitió que dicha Fundación de Estudios Superiores, pudiera desde el año 1995, empezar con los programas académicos de administración financiera y Administración en Informática. Para 2009, obtuvo el Aval del Ministerio de Educación Nacional, para que, los programas de educación superior de tipo universitario, Administración Financiera y Administración de Negocios Internacionales, contaran con sus respectivos registros calificados, requisito para poder ofertar estos programas universitarios. (Fundación de Estudios Superiores Comfanorte, s.f.).

La Misión de la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (s.f.) para los años comprendidos entre 2017 a 2002, es la de formar de manera integral, profesionales

que sean competentes y con mentalidad emprendedora, con comportamientos éticos frente a la sociedad y con un espíritu de responsabilidad social como ambiental; basado todo esto en “una cultura investigativa, innovadora y de excelencia académica, impactando en el desarrollo socioeconómico regional para la construcción de una sociedad justa, democrática y en paz” (párr.1).

En tanto que la Visión, de acuerdo con lo planteado en el portal digital de la Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (s.f.), se basa principalmente en tener un reconocimiento, gracias a su acreditación institucional, bajos un contexto tecnológico, oferta de diversos servicios de tipo académico, “pertinentes e innovadores con proyección internacional, comprometida con la formación integral, la investigación, la extensión y proyección social, para contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de la región fronteriza, el departamento y el país” (párr.1).

En consecuencia, esta fundación expande los horizontes de los asociados a dicha caja de ahorros y aporta a la comunidad a través de la fundación de estudios superiores, una opción dentro de la educación superior en Norte de Santander en Colombia, la cual ha sido avalada por las instancias pertinentes.

Sistema de variables

Se trata de un sistema en el cual el investigador, expone el procedimiento que se realizó con el fin de verificar el cumplimiento de los objetivos planteados en el estudio, asegurando la correlación entre estos, las variables, las dimensiones y los indicadores.

Por ello, presenta una definición conceptual, que según Palella y Martins (2012) “se limita a explicar el significado de la variable utilizando palabras conocidas” (p.72), por tanto, las definiciones conceptuales de cada variable presentada, comprende el significado que el investigador le atribuye dentro de la investigación.

De la misma manera presenta las variables, que según Palella y Martins (2012) son los elementos que pueden ser clasificados en una o más categorías, siendo factibles cuantificarlas según sus propiedades o características. Lo referido por los autores, alude a aquella característica, atributo, cualidad o propiedad que se supone es la causa del

fenómeno estudiado, que pueden estar o no presente en matices o modalidades diferentes o en grados, magnitudes o medidas distintas.

En cuanto a las dimensiones, Arias (2006) señala que “es un elemento integrante de una variable compleja, que resulta de su análisis o descomposición” (p.61). Por tanto, los elementos en los que se descompone la variable, van a ser las dimensiones.

Y finalmente, el indicador según Arias (2006), comprende la unidad de medida que permite cuantificar las dimensiones de una variable. Por tanto, el indicador es elemento más particular en la operacionalización de las variables. Lo expuesto, sugiere ser presentado a través de un cuadro matriz de operacionalización de variables, en el que el investigador plasma su creatividad e intencionalidad, además de los criterios que se toman en consideración para alcanzar los objetivos propuestos, el cual se presenta a continuación:

www.bdigital.ula.ve

Tabla 3. Operacionalización de variables.

Objetivo general	Generar un modelo de formación emprendedora en la carrera de administración de empresas para universidades de la ciudad de Cúcuta-Colombia.				
Objetivo específico	Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Ítem
Diagnosticar la situación actual del emprendimiento en los estudiantes de la carrera de administración en las Universidades de la ciudad de Cúcuta.	Emprendimiento	Es precisar el contexto actual de la figura del emprendimiento en los educandos de la carrera de administración en las Universidades de la ciudad Cúcuta	Perfil del emprendedor	Características del emprendedor	E: 0/ D y A: 6
				Características del entorno del emprendedor	E: 0/ D y A: 7
				Tipos de emprendimientos	E: 0/ D y A: 8
				Tipo de emprendedores	E: 0/ D y A: 5
			Ecosistema interno del emprendimiento	Componente cultura emprendedora	E: 0/ D y A: 9
				Organización de eventos Acercamiento a convocatorias	E: 0/ D y A: 10 E: 0/ D y A: 11

Identificar las percepciones de los estudiantes de administración de las Universidades de la ciudad de Cúcuta en lo concerniente al perfil del emprendedor.	Percepción sobre el perfil del emprendedor	Es el discernimiento de los diferentes rasgos que los estudiantes de los estudiantes en administración identifican en el emprendedor	Pensamiento acerca del emprendimient o	Aspectos del emprendimiento más valorado Motivación Motivo para estudiar la carrera Motivación para crear empresa Desestimación para iniciar empresa Ideas de negocios generales	E: 16/ D y A: 0 E: 17/ D y A: 0 E: 4/ D y A: 0 E: 8/ D y A: 0 E: 14/ D y A: 0 E: 10/ D y A: 0
			Experiencia	Conocimiento de convocatoria Participación en convocatoria Fase de creación de empresa Expectativas esperadas del programa	E: 11/ D y A: 0 E: 12/ D y A: 0 E: 13/ D y A: 0 E: 4-5/ D y A: 0

Psicológica	Sector atractivo para emprender	E: 15/ D y A: 0
	Jornada académica	E: 2/ D y A: 0
	Semestre que adelanta	E: 3/ D y A: 0
	Materias cursadas en emprendimiento	E: 6/ D y A: 0
Financiera	Capital disponible para emprender	E: 9/ D y A: 0
	Financiamiento de su estudio	E: 7/ D y A: 0
Intención emprendedora	Intención para emprender	E:10-15/ D y A :0
Demografía	Edad	E: 26/ D y A: 0
	Sexo biológico	E: 25/ D y A: 0
	Estado civil	E: 28/ D y A: 0
		0

				Información socioeconómica	Nivel educativo	Estudiante: 23 D. y P.A.: 0
					Estrato socioeconómico	Estudiante: 27 D. y P.A.:0
					Nivel de ingresos	Estudiante: 20-24
					Jornada laboral	D. y P. A.: 0 Estudiante: 19
					Actividad laboral	D. y P. A.: 0 Estudiante: 20
					Cuenta con negocio propio	D. y P. A.: 0 Estudiante: 21 D. y P. A.: 0
Determinar las medidas correctivas que están tomando las universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de administración para el fortalecimiento	Estrategias	Son el conjunto de acciones correctivas que están implementando en la práctica las Universidades con carrera de administración en la ciudad de Cúcuta para fortalecer la formación en emprendimiento	Acciones cuerpo docente y administrativo	Acciones que se desarrollan a nivel personal		E: 0/ D y A: 14
	Perfil del docente	Son los rasgos o características que particularizan al docente universitario de la ciudad de Cúcuta en la carrera de	Acciones de apoyo institucional	Acciones de apoyo institucional Labora para la facultad		E: 0/ D y A: 15 E: 0/ D y A: 1

de la formación emprendedora.	administración para el fortalecimiento de la formación emprendedora.	Acciones docentes/ administrativo	Tiempo ejercido en la docencia	E: 0/ D y A: 2
			Tiempo laborando en la facultad	E: 0/ D y A: 3
			Materias de emprendimiento dictadas	E: 0/ D y A: 4
			Número de asesorías	E: 0/ D y A: 12
			Disposición de reforzar el modelo emprendedor	E: 0/ D y A: 13
			Experiencia laboral previa	E: 0/ D y A: 16
			Cargo que ocupa	E: 0/ D y A: 23
Variables demográficas	Edad	E: 0/ D y A: 20		
	Sexo biológico	E: 0/ D y A: 19		
	Estado civil	E: 0/ D y A: 22		
Variables socioeconómicas	Nivel educativo	E: 0/ D y A: 17		
	Estrato socioeconómico	E: 0/ D y A: 21		
	Nivel de ingreso	E: 0/ D y A: 18		

Consolidar un cuerpo de recomendaciones cuyo impacto oriente la toma de decisiones relacionadas con el emprendimiento en las universidades de la ciudad de Cúcuta dentro de la carrera de administración de empresas y financiera	Recomendaciones	Son el conjunto de sugerencias que el investigador aporta producto de su trabajo reflexivo, para que las universidades de la ciudad de Cúcuta dentro de la carrera de administración de empresas y financiera, tomen decisiones optimas, relacionadas con el emprendimiento en las universidades	-Universidad -Estudiante -Docente -Empresas -Gobierno local	No aplica	No aplica
---	-----------------	--	---	-----------	-----------

Nota. E = estudiante, Instrumento 1. D = docente, A = Administrativo, Instrumento 2

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

Con respecto al marco metodológico, este hace referencia al conjunto de métodos y técnicas utilizados de manera sistemática para analizar el objeto de estudio. En palabras de Arias (1999) “la metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el *cómo* se realizará el estudio para responder al problema planteado” (p.19). Por tanto, el presente estudio utiliza estos procedimientos, técnicas y los instrumentos diseñados para tal fin, con el propósito de obtener la información concerniente al tema de estudio, la cual al ser analizada permite dar respuesta a los objetivos propuestos y una interpretación idónea correspondiente al tipo de investigación establecida.

Naturaleza de la investigación

La presente investigación busca generar conocimiento propio y adicionar datos relevantes para aquellos investigadores que estudian el emprendimiento. Por ello, utiliza la investigación cuantitativa como procedimiento para conseguirlo, así lo señalan Del Canto y Silva (2013), quienes afirman que esto es posible “teniendo su soporte en la indagación a través de elementos cognitivos y en datos numéricos extraídos de la realidad, procesados estadísticamente para probar teorías” (p.26).

Por lo anterior, la opción metodológica más apropiada que se adaptó al presente estudio sobre la formación emprendedora, fue el enfoque cuantitativo, que en relación con Monje (2011), es la “la investigación científica, desde el punto de vista cuantitativo, es un proceso sistemático y ordenado que se lleva a cabo siguiendo determinados pasos” (p.19).

En consonancia con esta idea, Briones (2002) afirma que las investigaciones de tipo social cuantitativo se basan de manera directa en lo que conforma el paradigma

explicativo, el cual “utiliza preferentemente información cuantitativa o cuantificable para describir o tratar de explicar los fenómenos que estudia, en las formas que es posible hacerlo en el nivel de estructuración lógica en el cual se encuentran las ciencias sociales actuales” (p.17). Por tanto, al estar esta investigación enfocada en un grupo de personas que comparten un rasgo en común, que es el ser estudiantes de Administración de Empresas y/o Financiera, la información obtenida fue el fundamento para establecer los lineamientos que dieron resolución de las interrogantes a satisfacer, ciñéndose a unas características medibles, lo que generó nuevo conocimiento en el tema de la formación en emprendimiento impartida por las universidades cucuteñas.

De esta manera, con respecto a lo anterior, y siendo este un estudio basado en formación emprendedora, la metodología aplicada está sujeta a los fines de la investigación a realizar con lo pertinente al método científico, con lo que se espera obtener información real acerca de los procesos formativos que generan el acto de emprender, llevados a cabo por las universidades de la ciudad de Cúcuta, que condujeron a dictaminar una serie de recomendaciones, que se espera den un mejor balance en lo empresarial a esta ciudad, basadas estas en un proceso científico que las sustenta y las avala.

Nivel de la investigación

El nivel de investigación del presente estudio es de carácter descriptivo, ya que, el propósito del investigador fue describir situaciones y eventos. Esto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno, de acuerdo con lo indicado por Hernández, Fernández y Baptista (2014). Así, en este caso se describió la situación del emprendimiento y la formación de la misma dentro las universidades de la ciudad de Cúcuta. También, se midieron como evaluaron diversos aspectos, dimensiones y componentes del fenómeno investigado; lo cual forma parte del nivel descriptivo dentro de una investigación cuantitativa, como lo señalan Hernández, Fernández y Baptista (2014) cuando manifiestan que desde el punto de vista científico describir es medir, proceso reflejado en este estudio.

Diseño de la investigación

El diseño del presente estudio se corresponde con la investigación de campo, definida por Arias (2012) como aquel que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, de la realidad en la cual ocurren, sin manipular o controlar alguna variable. En consecuencia, la información que se obtiene son datos primarios, en este caso, recolectados de manera directa en las universidades de la ciudad de Cúcuta que imparten la carrera de administración de empresas y/o financiera, pues allí se presenta el fenómeno a estudiar.

Asimismo, este estudio está dentro de un diseño no experimental, el cual de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) “no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza” (p.152). Esto permite señalar que esta investigación no pretendió realizar un experimento o manipular el objeto de estudio, sino observar y describir la situación de la formación emprendedora de la ciudad de Cúcuta.

De igual manera, el presente estudio se desarrolló con un diseño transaccional, pues en palabras de los autores citados anteriormente, los datos se recolectan “en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154), características presentes en este estudio.

Fases de la investigación

En cuanto a las fases que permitieron desarrollar esta investigación, se tienen que fueron diseñadas con base en los planteamientos de Palella y Martins (2010), quienes advierten que las fases que permiten realizar una investigación son diagnóstico, factibilidad y diseño, permitiendo su culminación y presentación de una propuesta alternativa al problema en estudio. Así pues, la fase Diagnóstica establece el pronóstico de una situación que es de valor práctico para resolver problemas. En el presente estudio esta fase permitió conocer cómo se encuentra la formación en emprendimiento dentro de las universidades de la ciudad de Cúcuta, así como, los estudios previos que cimentaron las bases teóricas de la presente investigación.

A partir de la información y los resultados obtenidos del diagnóstico, se ejecutó la siguiente fase, la Factibilidad; en la cual se diseñaron y aplicaron los instrumentos para la recolección de la información en la población determinada para el presente estudio. Además, se analizó dicha información tomando en cuenta los aspectos legales, pedagógicos, sociales e institucionales; logrando conclusiones que respondieron a los objetivos del estudio. Por último, se realizó la fase de Diseño, esta se elaboró de acuerdo con los datos recogidos en la fase de diagnóstico y factibilidad, obteniendo la propuesta para contribuir en la transformación de la formación actual en emprendimiento que está siendo ejecutada por las universidades de la ciudad de Cúcuta.

Población y Muestra

La población en un estudio se define según Hernández, Fernández y Baptista (2014), como el grupo total de personas o cosas a estudiar, que presentan características similares en uno o varios aspectos, haciendo posible la aparición de los datos de la investigación; mientras que, para Arias (2012) "es un conjunto de elementos con características comunes que son objeto de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación" (p.98).

En este sentido, la población objeto de estudio en que se efectuó la recolección de datos para el presente trabajo quedó conformada por los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas y/o Financiera de la ciudad de Cúcuta, matriculados en la Universidad Francisco de Paula Santander, Universidad De Pamplona (Sede Villa del Rosario), Universidad Libre de Colombia (Seccional Cúcuta), Universitaria de Santander (UDES) y Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (FESC), por ser las más representativas del sector educativo de la ciudad, además de poder consultarse por el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES), perteneciente al Ministerio de Educación de Colombia, como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla 4. Población Estudiantil de la Investigación.

Institución	Programa	Tipo	Estudiantes
Universidad Francisco de Paula Santander	Administración de Empresas	Pública	1800
Universidad De Pamplona - Sede Villa del Rosario	Administración de Empresas	Pública	220
Universidad Libre de Colombia - Seccional Cúcuta	Administración de Empresas	Privada	60
Universitaria de Santander (UDES)	Administración Financiera	Privada	130
Fundación de Estudios Superiores Comfanorte - FESC	Administración Financiera	Privada	200
Total			2410

Nota. Información de SNIES y de la decanatura y/o coordinación de cada institución, ajustada por el autor para la investigación (enero, 2021)

Con referencia a los docentes, la población estuvo conformada por aquellos profesores que facilitan la materia de emprendimiento en dichas instituciones, y por el personal administrativo de las oficinas relacionadas al emprendimiento presentes en cada uno de estas universidades.

En cuanto a la muestra, esta fue seleccionada con base en una técnica de muestreo, que como señala Arias (1999) es el “proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra” (p.22), por lo que cada uno de los sujetos que conforman la población de esta investigación, tuvo la probabilidad de ser escogido para aplicársele el instrumento diseñado para la recolección de la información. De igual manera, dentro de esta técnica están presentes dos tipos básicos, de los cuales el investigador de este estudio, optó por la utilización del muestreo no probabilístico, que Arias (2012) define “es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra” (p.85).

Al mismo tiempo, el autor de este trabajo se inclinó por el uso del muestreo intencional u opinático, que como Arias (2012) lo expone es el que permite la escogencia de los elementos de acuerdo con criterios preestablecidos por el investigador, los cuales favorecen el desarrollo de la investigación. En consecuencia,

los criterios establecidos en la investigación para seleccionar la muestra en cuanto a los estudiantes fueron: aquellos estudiantes de administración que estaban cursando la materia de emprendimiento o afines (según la denominación de cada institución) y el permiso otorgado para ingresar a estos espacios suministrado por cada decanatura, coordinación o departamento correspondiente.

En cuanto a los profesores, los criterios de selección fueron: ser profesor de los estudiantes que conforman la muestra de este estudio en la materia emprendimiento o afín, tener tiempo para participar en el estudio, orientar la asignatura en sólo una de las instituciones que participan en la investigación y no desempeñar cargo administrativo relacionado con el emprendimiento, para evitar que se replicara la información. Los administrativos se seleccionaron con base en el principal criterio de estar desempeñándose en funciones dentro de la oficina de emprendimiento de la institución más no estar dictando la asignatura.

Por tanto, la muestra es definida por Sabino (1978) como el “conjunto de unidades, una porción del total, que nos represente la conducta del universo total” (p.131); entendiéndose que es la parte de la población a la cual se le aplicó el instrumento para la recolección de datos y que en este estudio luego de realizar el muestreo no probabilístico intencional con base en los criterios preestablecidos, quedó conformada como se muestra a continuación en la siguiente Tabla:

Tabla 5. Muestra de la Investigación

Institución educativa	Estudiantes	Docentes	Personal Administrativo
Universidad Francisco de Paula Santander	186	13	2
Universidad De Pamplona - Sede Villa del Rosario	60	7	1
Universidad Libre de Colombia - Seccional Cúcuta	48	9	1
Universitaria de Santander (UDES)	87	5	1
Fundación de Estudios Superiores Comfanorte - FESC	164	6	1
Total	689	40	6

Nota: Elaboración propia con base a información cada decanatura y/o coordinación de cada institución.

Técnicas e Instrumentos para la recolección de Información

Para la recolección de la información pertinente a la investigación, la técnica que se empleó fue la encuesta, la cual según lo señala Méndez (1998) “permite el conocimiento de las motivaciones, las actitudes y las opiniones de los individuos con relación a su objeto de investigación” (p.146). Asimismo, Arias (2012) indica que esta técnica puede ser oral o escrita, siendo esta última “la que se realiza mediante un cuestionario” (p.72).

A partir de lo planteado anteriormente, el instrumento utilizado en este estudio es el cuestionario, el cual en palabras de Méndez (Ob.cit.) se diseña “mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas” (p.74). En consecuencia, se diseñaron dos (2) cuestionarios, uno para los estudiantes conformado por veintinueve (29) preguntas cerradas, seis (6) para ser respondidas con respuesta corta y veinte (20) para ser respondidas por selección múltiple, y tres (3) bajo escala de Likert con cinco (5) opciones de respuesta (ver anexo 1); y un instrumento para los docentes y personal administrativo, compuesto por veintitrés (23) preguntas cerradas, siete (7) para ser resueltas con respuesta corta y trece (13) para contestar con selección múltiple, y tres (3) bajo escala de Likert con cinco (5) opciones de respuesta (ver anexo 2).

Validez y Confiabilidad

Con respecto a la validez, Tamayo (2010) plantean que: “es aquella en la cual la validez se refiere al grado en que una prueba o escala mide aquello que se propuso medir” (p.145); de igual manera, Arias (2012) cuando hace referencia a la validez de los instrumentos considera que “las preguntas o ítems deben tener una correspondencia directa con los objetivos de la investigación. Es decir, las interrogantes consultarán sólo aquello que se pretende conocer o medir” (p.79).

Con base en lo anterior, la validez de los instrumentos de la investigación se realizó a través del juicio de expertos, la cual permite según Escobar y Cuervo (2008) “una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia,

juicios y valoraciones" (p. 29). Por ello, se seleccionaron tres (3) profesionales del área de Administración y Gerencia con estudios de Doctorado, quienes revisaron minuciosamente cada uno de los ítems del instrumento y su relación con los objetivos y las variables en estudio, así como, el contenido que lo sustenta; y sobre este análisis, emitieron las observaciones como recomendaciones que consideraron pertinentes; las cuales fueron tomadas en cuenta para la construcción de la versión final de cada cuestionario, para luego poder ser aplicados a la muestra seleccionada. (Ver Anexo C).

Por otra parte, se encuentra la confiabilidad que Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen como el “grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p.277), por lo cual, los instrumentos que se diseñaron para efectos de recolectar información en este estudio, fueron sometidos a una prueba piloto como lo recomienda Arias (2012) consistente en “aplicar el instrumento a un pequeño grupo con características similares a las de la muestra definitiva, para más tarde hacer las correcciones y ajustes necesarios” (p.135).

De acuerdo con lo anterior, para determinar la confiabilidad se aplicaron los instrumentos a 20 estudiantes de Administración de Empresas como a 10 docentes y administrativos de la Universidad Francisco de Paula Santander, todos con características similares a los de la muestra definitiva, más no formaron parte de esta.

Por consiguiente, se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach para medir la confiabilidad de cada uno de los instrumentos, pues, como lo señalan Molina, Aranda, Hernández y Jiménez (2013) este coeficiente “es el indicador más utilizado para cuantificar la consistencia interna de un instrumento” (p.8). Por ello, en la investigación se aplicó la siguiente formula de Cronbach:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Dónde:

α = Alfa de Cronbach

K = Numero de Ítems

V_i = Varianza de cada ítem

Vt = Varianza del total

Los resultados de aplicación de la anterior formula, se cotejaron como lo sugiere Corral (2009) con las diversas magnitudes que permiten conocer en qué estado de confiabilidad se ubican los instrumentos de acuerdo con la siguiente Tabla:

Tabla 6. Magnitudes coeficiente de Cronbach

Coeficiente de Correlación	Magnitud
0,70 a 1,00	Muy fuerte
0,50 a 0,69	Sustancial
0,30 a 0,49	Moderada
0,10 a 0,29	Baja
0,01 a 0,09	Despreciable

Nota. Bravo (2001-2015) citado por Corral (2009).

En consecuencia, luego de aplicar la formula previamente señalada y cotejar los resultados obtenidos con las magnitudes previamente presentadas, el instrumento dirigido a los estudiantes arrojó un coeficiente de 0,94 lo que significa tiene una muy fuerte magnitud de confiabilidad; de igual manera, la prueba realizada al instrumento dirigido a los docentes y personal administrativo, dio como resultado 0,90 siendo igualmente, una magnitud muy fuerte; lo que significa que ambos instrumentos se consideran con un nivel de confianza alto para aplicarse a cada una de las muestras definidas para la presente investigación.

Procesamiento y Análisis de los Datos

El procesamiento y análisis de los datos consiste en los diferentes procesos que llevó a cabo el investigador para recolectar, simplificar, tabular, analizar y presentar los resultados, partiendo de las respuestas emitidas por los encuestados en los instrumentos aplicados. Como lo sostiene Arias (2012) “se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso” (p.111).

Por tanto, en concordancia con lo anterior, en la presente investigación se utilizó el Excel 2013 y el programa SPSS en su versión 21 como programas estadísticos, para tabular la información obtenida producto de la ejecución de los instrumentos. Esto permitió su análisis de forma ordenada, al igual que, la creación de tablas y gráficos favoreciendo una mejor interpretación y dando respuesta a las interrogantes del estudio.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO IV

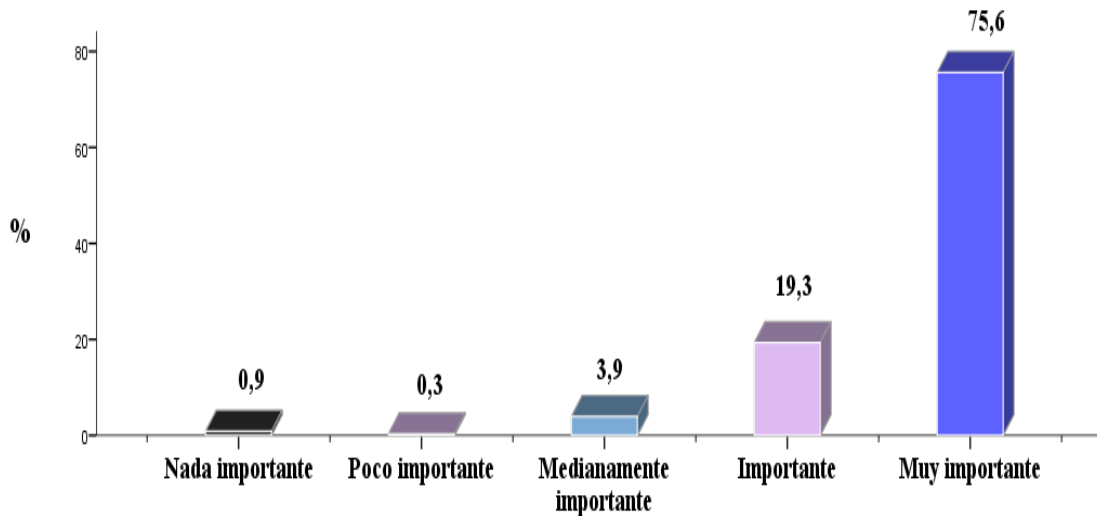
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después de la recolección de los datos a través de la aplicación de los instrumentos que fueron diseñados para tal fin, Del Cid, Méndez y Sandoval (2011) indican que “el investigador podrá contrastar o cotejar lo que está ocurriendo con el fenómeno estudiado con lo que otros han concluido anteriormente; esos resultados formarán parte de teorías sobre las cuales se construye nuevo conocimiento” (p.157). Por tanto, en este capítulo se procede a la descripción de los resultados obtenidos de la investigación realizada con los estudiantes de Administración de las universidades de la ciudad de Cúcuta, los profesores y personal administrativo de dicha carrera. Para ello, el autor de este estudio, llevó a cabo la consecuente interpretación de los datos, que radica como lo expresan Palella y Martins (2012) “en inferir conclusiones sobre los datos codificados, basándose en operaciones intelectuales de razonamiento lógico e imaginación, ubicando tales datos en un contexto teórico” (p.182).

Por lo anteriormente expuesto, a continuación, se presentan los resultados que fueron obtenidos de la aplicación de cada instrumento a la muestra antes descrita. Para facilitar la comprensión, los resultados aparecen en el orden en que se establecieron los objetivos específicos y las dimensiones descritas en la operacionalización de variables; partiendo del análisis descriptivo general hasta los hallazgos específicos encontrados.

En referencia con el instrumento aplicado a los Estudiantes.

Figura 10. Innovación.



En la figura 10 resalta que para el 94,9% de los encuestados resulta altamente importante la innovación como un elemento asociado al emprendimiento. Es decir, estos estudiantes entienden las implicaciones de la innovación en los procesos de creación de nuevas empresas, por lo que estos resultados están en consonancia con lo señalado por Marulanda y Morales (2016) en que la innovación es un pilar positivo; de igual manera, para González, Valencia (s.f.)

El crecimiento y el desarrollo económico, puesto que genera mayores niveles de productividad, mejora las exportaciones y el comercio exterior, favorece la generación de empleo y el direccionamiento de los retos sociales y ambientales. Además, permite sostener el aumento del nivel de ingresos y el empleo en la creciente población urbana. (p.2).

Asimismo, los precitados autores concluyen que Colombia carece de políticas públicas realmente eficientes que impacten en la generación de innovación, la cual está “basada en el sector privado, en el desarrollo regional y, sobretudo, que se derive de unas sólidas capacidades humanas” (p.9). De igual manera, González, Valencia (s.f.) señala que en el país se deben originar políticas propias y no emular éxitos en esta materia de otros países, por consiguiente, estas deben ser más apegadas al contexto

nacional, o se podría agregar en el caso cucuteño, que se podrían crear políticas más fieles a la situación que vive esta zona en particular, para desde la innovación se creen emprendimientos locales.

En relación con lo anterior, los resultados arrojaron una perspectiva positiva desde el cuerpo estudiantil hacia la innovación como un elemento que acompaña al emprendimiento. No obstante, en la región de Norte de Santander se evidencian bajos márgenes de desarrollo en este tema, como lo señala el índice de innovación departamental en Colombia, a través de algunos sub índices que toma esta medición, los cuales reflejan que esta región queda muy relegada en comparación con otros departamentos, como se observa en la Tabla siguiente.

Tabla 7. Sub índices de innovación departamental

Sub índice	Puesto 2015	Puesto 2017	Nivel 2017
Educación superior	2	14	Medio bajo
Investigación y desarrollo	17	21	Bajo
Capacidad de inversión	19	16	Bajo
Enlaces de innovación	16	20	Medio
Creación de conocimiento	23	13	Medio bajo
Difusión del conocimiento	12	14	Bajo

Nota. Información del índice de innovación departamental 2015-2017, adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

Por tanto, a pesar de los repuntes en varios sub índices en el departamento, no son suficientes para competir en el tema de la innovación con otras regiones del país, en las cuales este es un factor de interés, como lo señala la revista Dinero (2017)

En el país se observa que en temas de innovación existen disparidades regionales en la medida que se cuenta con ciudades y departamentos que están realizando una apuesta por generar desarrollo económico y bienestar a través de la innovación como es el caso de Bogotá y Medellín donde se han planteado diversas estrategias para fortalecer las cadenas productivas y los procesos innovadores a través del perfeccionamiento de los procesos productivos, productos y servicios que implica mayor diversidad, exclusividad en la producción y mayor valor agregado haciendo más atractivas las exportaciones con diversidad de mercados y mayores ingresos favoreciendo el crecimiento económico, fortalecimiento del capital humano y la productividad. (párr.5).

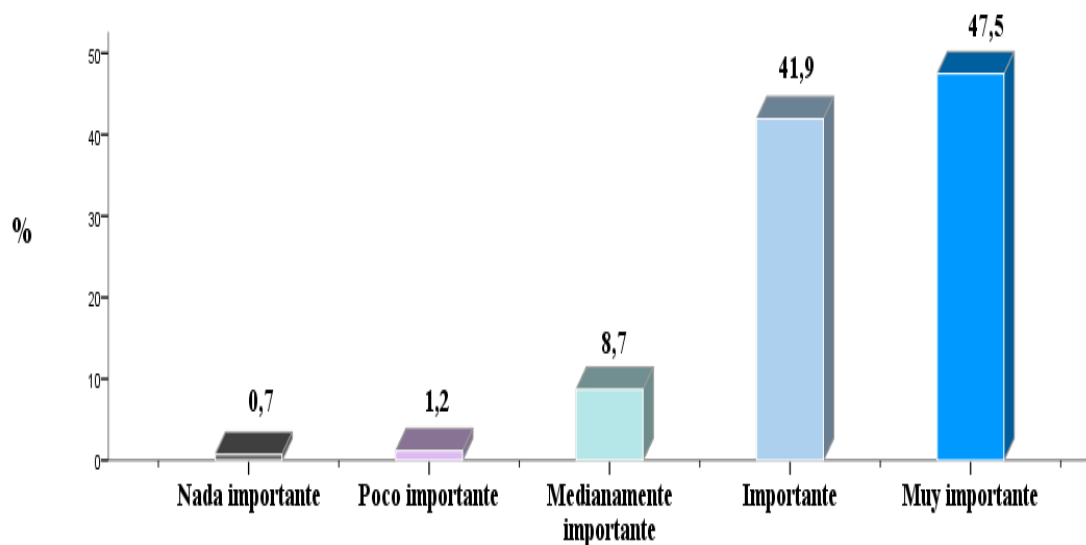
Asimismo, se indica la necesidad de conformar un ecosistema innovador que tenga “una visión integral y sistemática donde se definan los roles de cada una de las partes interesadas de tal manera que se cuenten con lineamientos claros desde el gobierno para promover y fortalecer la innovación” (párr.6). A su vez, se debe motivar al sector empresarial a innovar en términos de mejoras en su nivel de competitividad, a la academia como fuente de producción de la ciencia y tecnología, siendo estas últimas, los cimientos para la innovación.

En este mismo orden de ideas, motivar a la sociedad, puesto que esta “valora los procesos de innovación como elemento clave del bienestar social y calidad de vida” (Ob.cit.), como sucede con los estudiantes de administración en Cúcuta. En consecuencia, este ecosistema innovador puede ir de la mano o combinado con el ecosistema emprendedor que está presente en la ciudad de Cúcuta, para fortalecer ambos temas en esta zona fronteriza, a fin de que los estudiantes de administración y otras carreras emprendan, mientras que, el sector empresarial se beneficie de todo esto.

De igual manera, Gómez y Mitchell (2014) encontraron que a pesar de que en Colombia desde el año 2002 hasta el 2011 en cuanto a capital humano, como indicador de ciencia, tecnología e innovación en el país, se duplicaron los graduados en organizaciones prestantes de educación superior, pasando de 133.442 a un total de 267.708, sin embargo, a pesar de estas cifras, “la limitación del país en disponibilidad de capital humano para la generación de conocimiento y el desarrollo exitoso de emprendimientos innovadores [se mantiene]. Esto se refleja en las bajas tasas de participación de la educación superior” (p.17), tanto en niveles técnico, tecnológico y estudios de cuarto nivel.

Por ende, los estudiantes de administración en Cúcuta en su mayoría, son conscientes que se requiere innovación para efectos de emprender, no obstante, es importante ofrecerles calidad en su formación y otorgarles la orientación, como las bases para que innoven desde su etapa formativa, pues las cifras encontradas en esta investigación señalan que esta población es receptiva al tema de la innovación, por lo que se debe reforzar este tema en las aulas de clases.

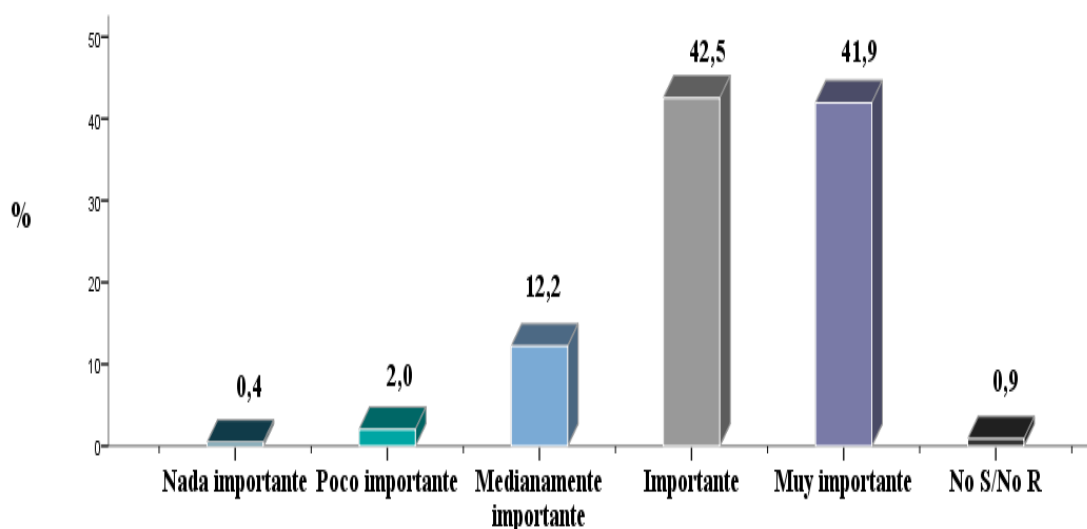
Figura 11. Búsqueda de información.



En la figura 11 se observa que la búsqueda de información tiene altos niveles de importancia para los estudiantes encuestados, ya que, el 89,4% comparten esta opinión. En relación con estos resultados, Galindo y Echavarría (2011) encontraron en su investigación enfocada en los estudiantes de pregrado y postgrado de la Escuela de Ingeniera de Antioquia (EIA), que entre los componentes de la cultura emprendedora más destacados, se tiene la búsqueda de información en varias fuentes y la homogeneidad “en la percepción de estudiantes y profesores, lo que constituye una fortaleza importante” (p.94).

Por consiguiente, los estudiantes de administración mayoritariamente entienden que la búsqueda de información es fundamental para efectos de emprender, entonces, se hace necesario indagar por parte de las universidades en Cúcuta, que tanta información realmente buscan y se establezca si es una fortaleza o una debilidad en estos planteles, como en el caso del EIA; con el propósito de que estas instituciones en esta carrera, mejoren o se refuercen en este aspecto.

Figura 12. Proactividad.



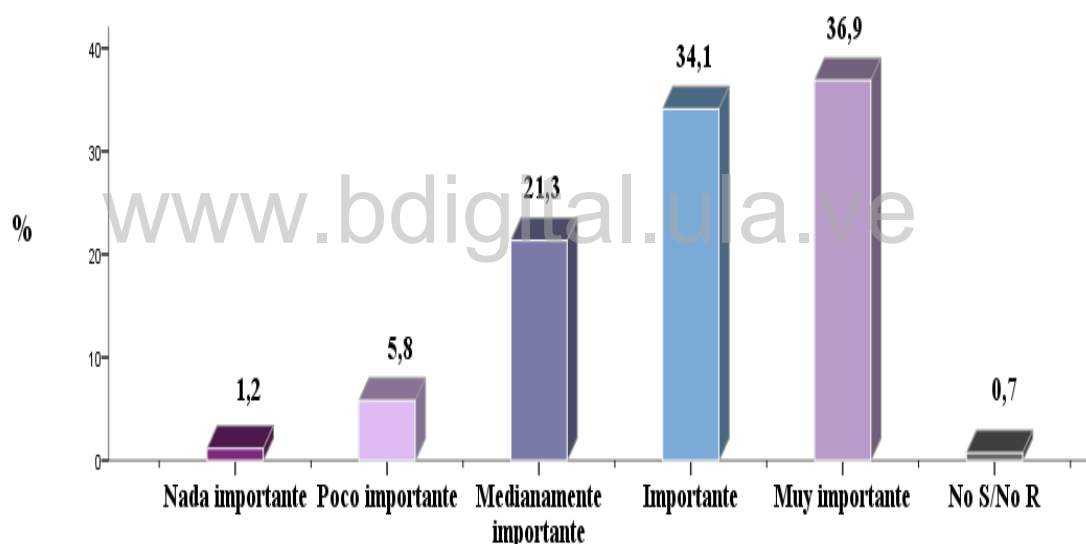
Como lo refleja la figura 12, para el 84,4% de la muestra encuestada la proactividad es importante al hablar de emprendimiento. Esto significa que la apuesta de valor hacia la proactividad de estos estudiantes, está en sintonía con lo planteado por Sánchez (2009) cuando afirma que las personas con personalidad proactiva “identifican oportunidades y actúan sobre ellas, muestran iniciativa, realizan acciones directas y perseveran hasta que consiguen un cambio significativo. En contraste, las no proactivas fracasan en identificar y actuar sobre las oportunidades para cambiar cosas” (p.44). Por ende, un alto número de estudiantes de administración en Cúcuta, entienden la proactividad como esencial para efectuar cambios en su entorno, cuando hacen referencia al emprendimiento.

En torno a este asunto, Galindo y Echavarría (2011) encontraron que la proactividad, al ser uno de los componentes de la cultura emprendedora, se mostró como uno de los más débiles en el EIA, debido a la ausencia de “homogeneidad en la percepción entre los estudiantes y los profesores” (p.90), ya que, esto se observó en otros resultados; por su parte el cuerpo estudiantil señaló una deficiencia de esta organización educativa, en la gestión de promover la proactividad y manifestaron poseerla en un alto porcentaje; mientras que, los profesores manifestaron que este

componente en sus estudiantes es poco notorio; evidenciando una significativa divergencia de percepción entre profesores y estudiantes al respecto.

En relación con lo anterior, los resultados referentes a la proactividad de los estudiantes de administración de la ciudad de Cúcuta, evidencian una actitud positiva hacia este elemento, pues la perciben como un factor muy valioso para emprender. Esto permite recomendar a las universidades de esta ciudad, estimularla, promoverla y estudiar que tan proactivos son sus estudiantes; favoreciendo una mejor percepción de sus instituciones en este tipo de temas, tomando como ejemplo lo acontecido en el EIA.

Figura 13. Experiencia emprendedora.



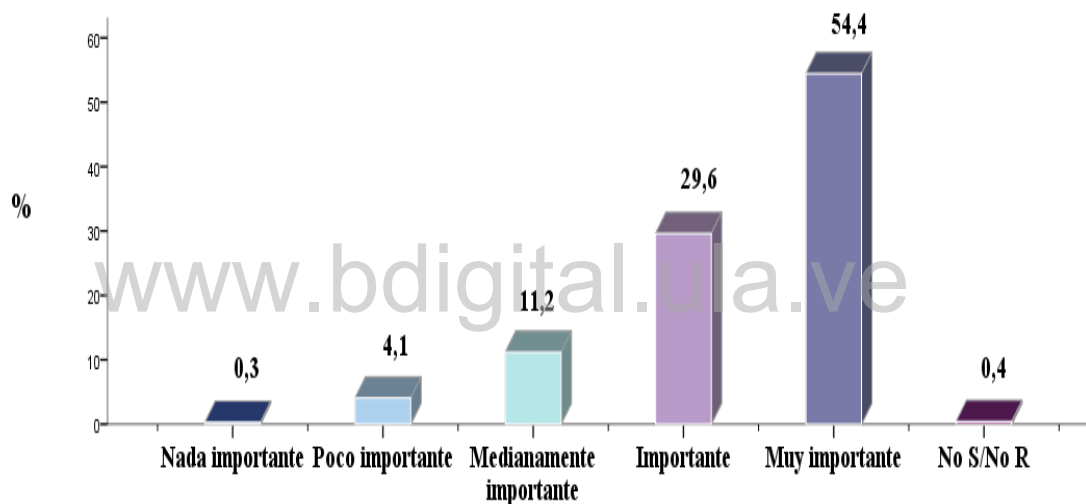
Como se observa en la figura 13, el 71% de los encuestados consideran que la experiencia emprendedora es realmente importante; en contraposición a esto, el 28,3% de los estudiantes no lo consideran así. Por consiguiente, el valor que le otorgan los estudiantes a la experiencia en términos de emprender, es acorde a lo que plantean Kantis, Federico e Ibarra (2014), en que para que emerjan emprendedores que se identifiquen por su calidad, se requiere de

Una trayectoria de acumulación de competencias (valores, actitudes, aptitudes, conocimientos y destrezas) que ocurre a lo largo de la vida de las

personas. Comienza durante la niñez y adolescencia, en el marco de las familias, continúa en las instituciones del sistema educativo y prosigue en las empresas donde trabaja la gente. (p.36).

Por tanto, se esperaría que, al aplicar una estrategia en las universidades de Cúcuta que permita afianzar la experiencia en esta población con respecto al emprendimiento, la respuesta sea positiva, a la vez que comienza a despertar en estos estudiantes el interés por la vida laboral.

Figura 14. Acceder a capital.



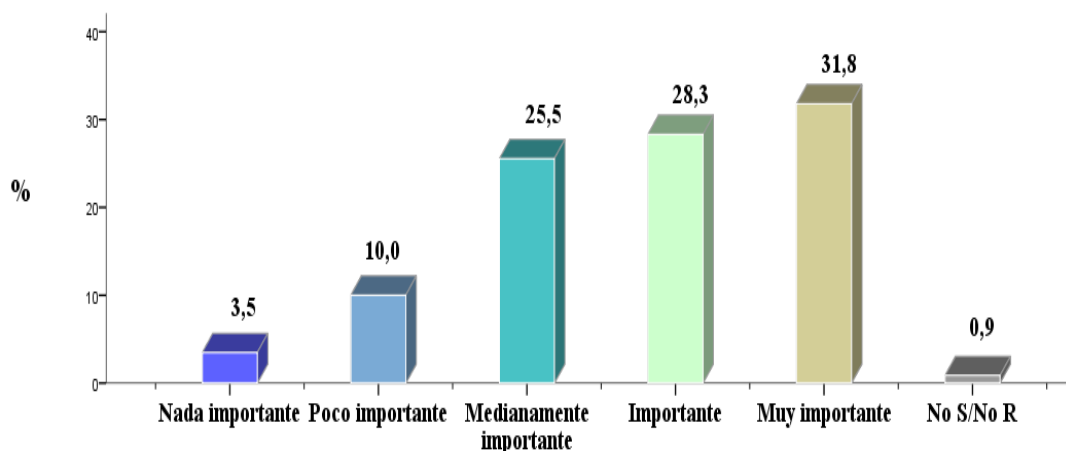
La figura 14 refleja que para el 84% de los estudiantes que fueron encuestados en cada una de las universidades en Cúcuta, el acceso a capital es un aspecto importante para ellos. En contraste, el 15,6% de los estudiantes se muestra indiferente a acceder a capital, bien sea porque no están interesados en crear una empresa, o porque cuentan con recursos para emprender. En relación con esto, el portal digital de Portafolio (2017) reseña el informe de la Universidad Antonio Nariño, en el que se plantea que uno de los principales obstáculos a la hora de emprender en los jóvenes colombianos es el acceso a financiamiento, ya que, “el 17% de los empresarios arranca con recursos propios, 13% con deuda y 7% con capital semilla. Solo el 3% utilizan los recursos públicos disponibles, 3% ángeles inversionistas y 0,5% capital de riesgo” (párr.2).

Además, existe en el panorama colombiano “una baja disponibilidad de recursos financieros para apoyar la creación de empresas” (párr.7), a pesar de existir varias fuentes de financiamiento.

En este orden de ideas, el modelo de evento emprendedor de Shapero y Sokol (1982) citado en González, Herrera y Tovar (2015), y analizado por Alonso y Galve (2008), establece en su fase de acción para la creación de empresas, que se deben dar ciertas condiciones en las que “el individuo finalmente se decidirá a crear su empresa. Dentro de esas condiciones se podría citar la existencia de recursos financieros, humanos y técnicos, entre otros” (p.9). Por consiguiente, los impedimentos para acceder a capital al momento de la creación de una empresa, pueden constituirse en un elemento inhibitor de esto en los emprendedores potenciales, como sería el caso de los estudiantes de administración.

En consecuencia, las universidades de la capital de Norte de Santander podrían gestionar recursos para desarrollar empresas viables desde el seno mismo de sus aulas de clase, de esta manera, brindar los accesos a financiamiento de los planes de negocios de esta comunidad estudiantil, incitando un ambiente idóneo para emprender, puesto que, los estudiantes encuestados conciben que sin capital no podrán realizar empresa.

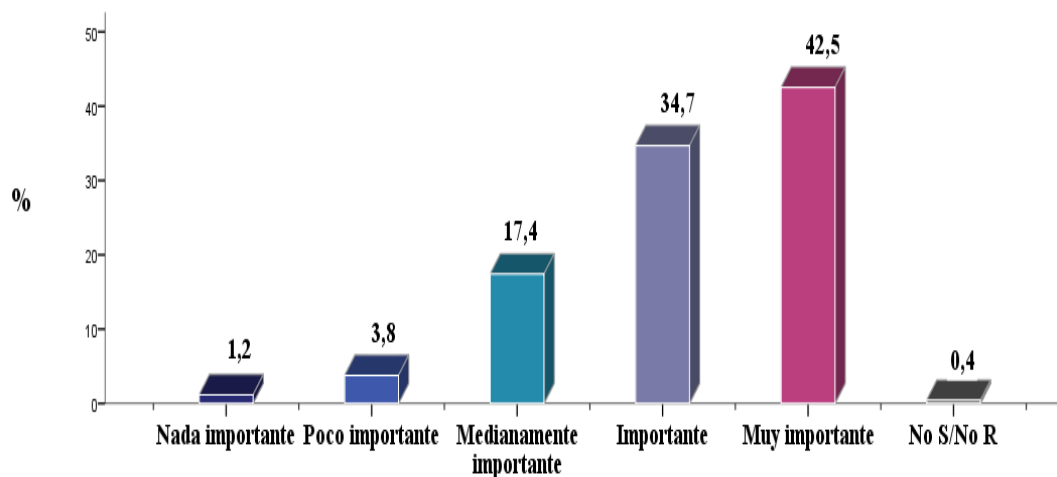
Figura 15. Experiencia laboral.



La figura 15 evidencia que la experiencia laboral para el 60,1% de los estudiantes a quienes se les aplicó el instrumento, es completamente relevante en lo que tiene ver al emprendimiento; por el contrario, para el 39% del cuerpo estudiantil encuestado es poco importante este aspecto. Por su parte, Kantis (2004) señala que “las principales escuelas de emprendedores son las empresas donde ellos trabajaron antes, dado que en ellas adquieren la vocación y la mayoría de las competencias necesarias para emprender” (p.130), debido a que “el aporte del sistema educativo al proceso emprendedor se limita a la contribución de la enseñanza universitaria” (Ob.cit.), mucho más si se toma en cuenta, que hay una restricción a los estudiantes, pues las universidades se concentran primordialmente en una formación de tipo técnica, sobresaliendo esto en los países latinoamericanos.

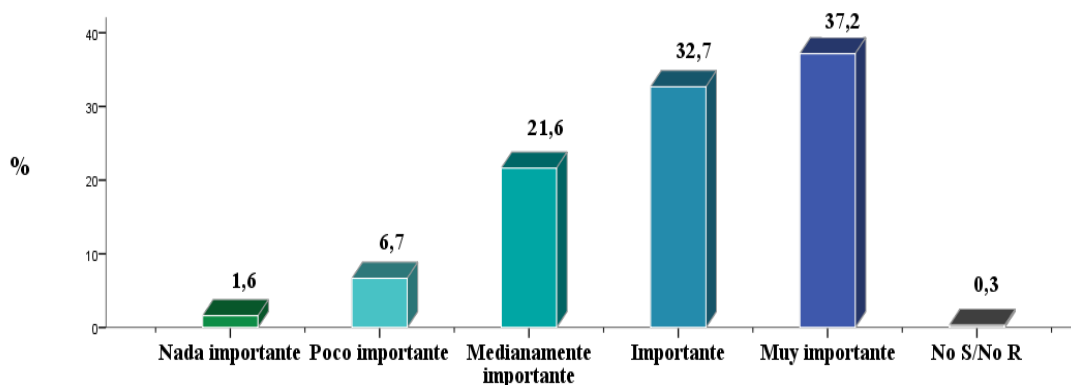
Por tanto, podría indicarse que tener experiencia en lo laboral no es determinante para crear empresa, sin embargo, ayuda a que aumenten las probabilidades de conocer un sector o campo específico, que permita a los emprendedores generar nuevas ideas, negocios y productos derivados del mismo, más atractivos para eventuales inversionistas o las mismas convocatorias en emprendimiento, asimismo, se muestren más sólidos en el sector en que se desenvuelvan. En consecuencia, las universidades en Cúcuta deben incidir a través de estrategias, a que la mayoría de sus estudiantes tenga una experiencia de trabajo en los sectores que más le atraen, además, se estudien en Cúcuta esta relación entre experiencia laboral y la intensidad de motivación a crear empresa.

Figura 16. Asesoría de expertos.



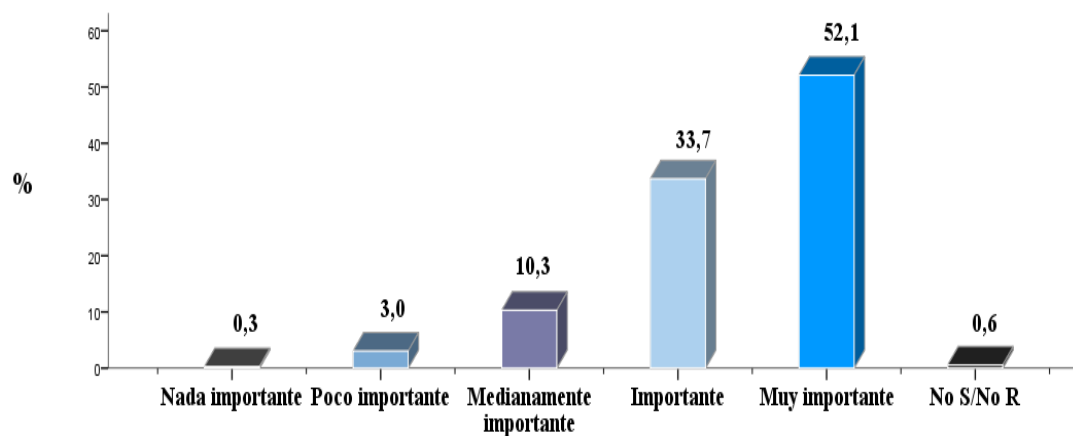
En la figura 16 se aprecia que para el 77,2% de los estudiantes objeto de estudio, es claramente importante la asesoría de expertos en relación al emprendimiento, por su parte, el 22,4% expresan que lo consideran poco significativo.

Figura 17. Experiencia empresarial.



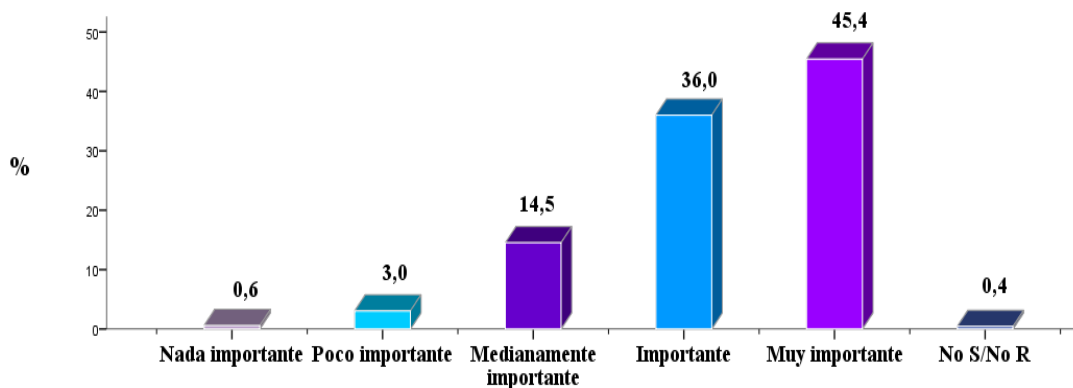
La figura 17 destaca que es considerable la experiencia empresarial para el 69,9% de estudiantes de administración encuestados, a su vez, el 29,9% se inclinan a que es poco valioso este aspecto en cuanto a emprendimiento.

Figura 18. Estudio real de mercados.



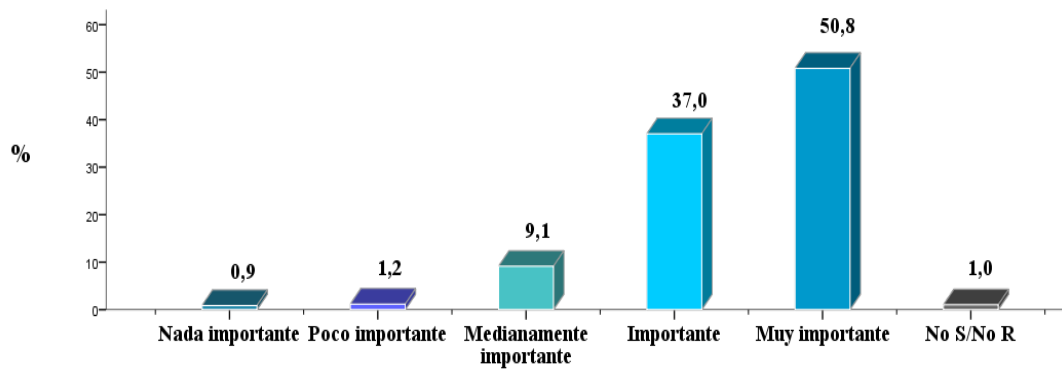
En la Figura 18 se evidencia que el 85,8% de la población estudiantil atribuyen importante el estudio real de mercados para el tema del emprendimiento, en contraste, tan solo el 13,6% lo consideran en baja medida importante.

Figura 19. Consideración del riesgo.



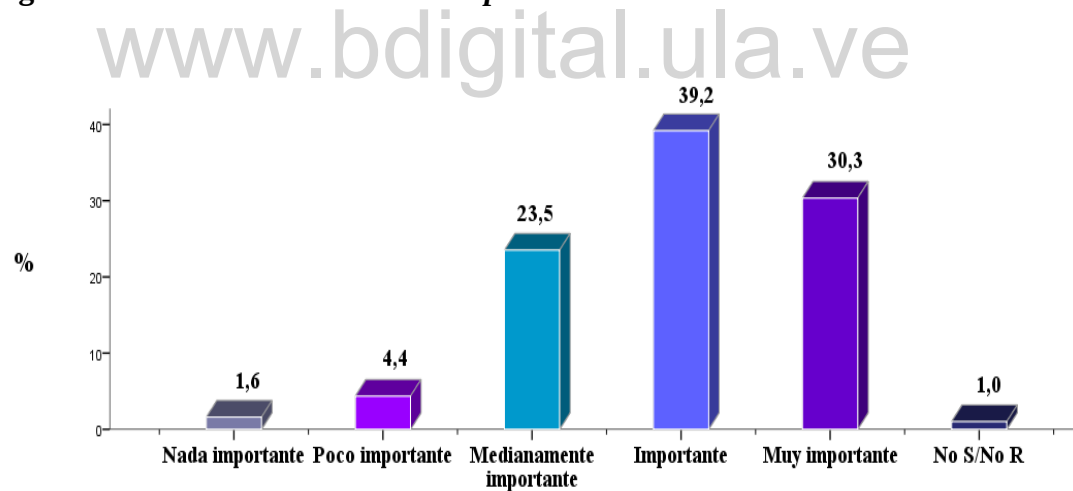
En lo referente a la consideración del riesgo, como se observa en la figura 19, para la mayoría de los estudiantes que fueron encuestados este aspecto toma importancia en términos de emprendimiento. Por otro lado, el 18,1% juzga de poco relevante este aspecto.

Figura 20. Formular planes de negocios.



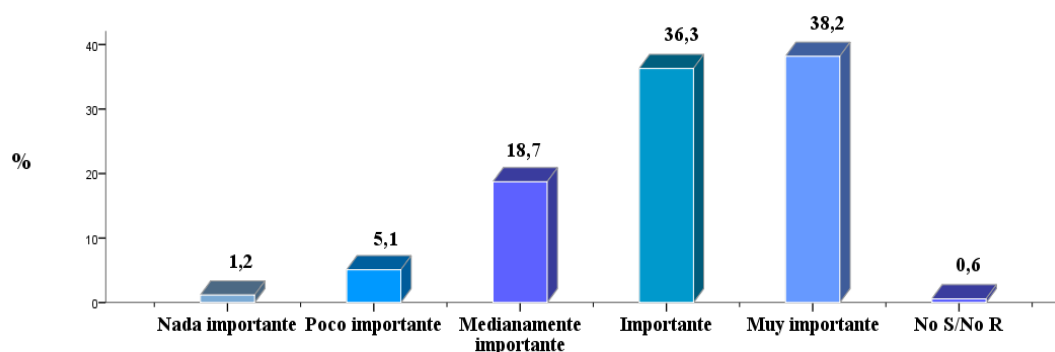
En la Figura 20 es evidente que para el 87,8% de los administradores en formación, es importante formular planes de negocios en lo que abarca al emprendimiento, mientras que, el 11,2% no lo considera así.

Figura 21. Contar con ecosistema emprendedor local.



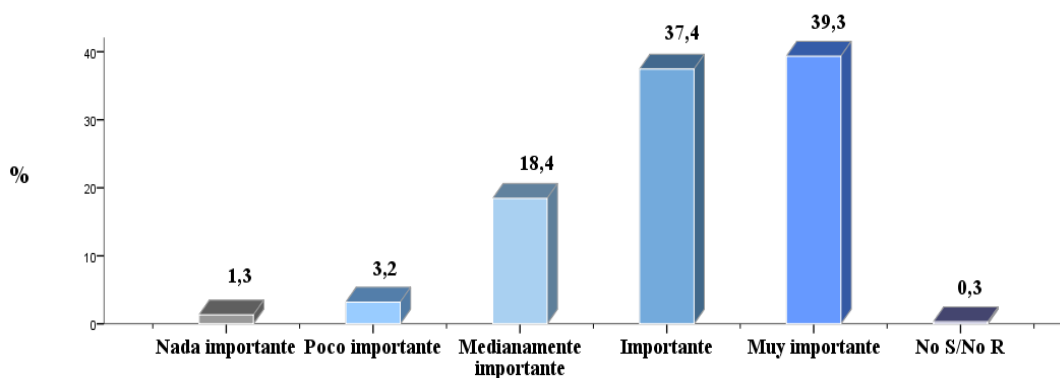
Resalta como lo demuestra la figura 21 que el 69,3% de los encuestados está consciente de la importancia que toma el tener un ecosistema emprendedor local. Por otra parte, el 29,5% muestran poco interés en este aspecto.

Figura 22. Acercamiento a inversionistas.



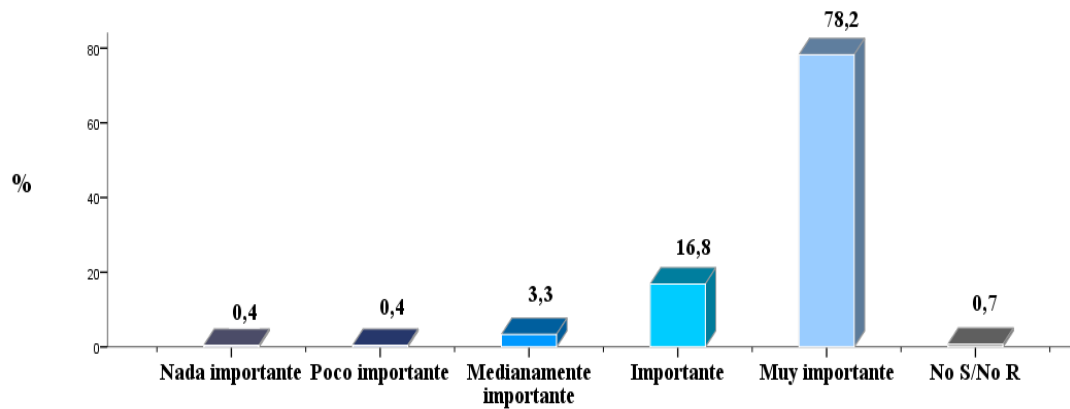
En lo que respecta al acercamiento a inversionistas en el marco del emprendimiento, los estudiantes universitarios en un porcentaje mayoritario del 74,5% lo determinan importante, en cambio, el 25% no lo estima de esta forma. Entonces, las universidades radicadas en Cúcuta pudieran realizar experiencias de este tipo, para que los estudiantes de esta carrera logran captar recursos para desarrollar sus ideas y planes de negocios.

Figura 23. Desarrollar intuición para negocios.



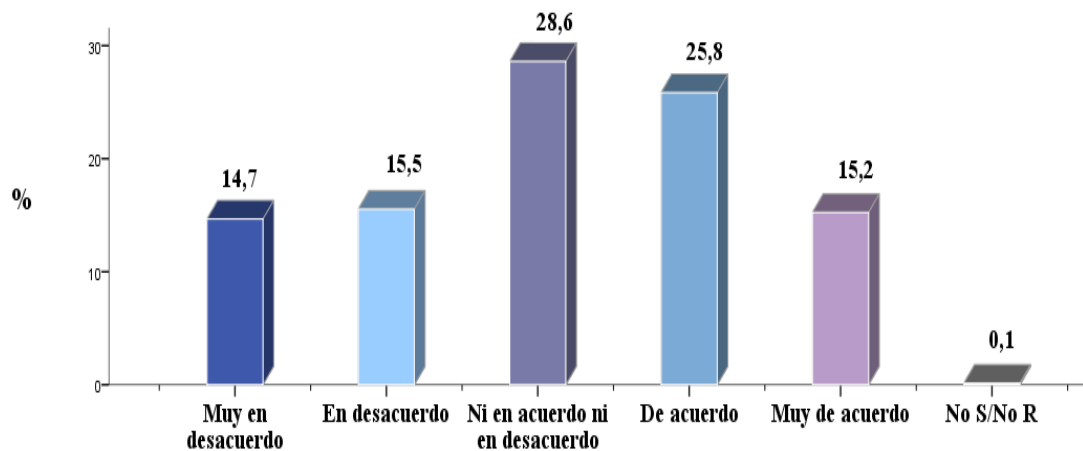
El nivel de importancia para este aspecto en el 76,7% de estudiantes de la carrera de Administración a quienes se les aplicó el instrumento, es alto, a su vez, tan solo el 22,9% le resta importancia a esto.

Figura 24. Creatividad.



En lo que acontece a la creatividad asociada al emprendimiento, es notorio que para el 95% de los estudiantes de administración es un aspecto de mucha importancia, lo que daría pie, para que las universidades consideren incorporar materias o temas para estimular la creatividad en esta carrera, de una forma contundente y eficiente, que precipite la generación de empresas desde el seno de estas organizaciones.

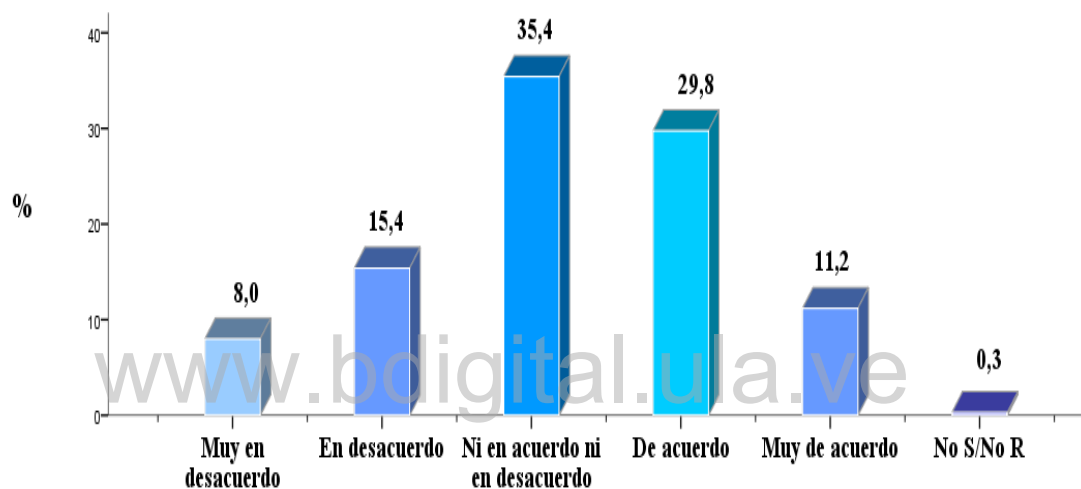
Figura 25. Hay respaldo financiero para emprender.



En la figura 25 se observa que el 41% de los estudiantes encuestados está de acuerdo con que existe un respaldo financiero para emprender desde el ámbito universitario. Sin embargo, el 28,6% asume una posición neutra y el 29,9% señala estar

en desacuerdo. Estos resultados reflejan que más de la mitad de la muestra (58,5%) están desinformados sobre la posibilidad de respaldo financiero para emprender desde el ámbito universitario, aspecto a considerar por las instituciones educativas superiores de la ciudad de Cúcuta, pues esta situación representa un índice claro de infra aprovechamiento por parte de los discentes de este valioso recurso en su formación.

Figura 26. Se le acerca a convocatorias.



La figura 21 deja en evidencia que el 41% tiene claro que la universidad les brinda un acercamiento a las convocatorias de emprendimiento existentes; mientras que, el 35,4% mantiene una opinión neutral al respecto, lo que permite inferir que no les interesa este hecho o desconocen el alcance del mismo y finalmente el 23,4% de estos estudiantes coinciden en estar en desacuerdo ante esta proposición.

En este sentido, la Red Universitaria de Emprendimiento (REUNE, 2017) analiza las cifras que dejan las 41 convocatorias de Fondo Emprender entre los años 2005 y 2014, siendo estas 19 en todo el territorio nacional, 19 regionales y 3 convocatorias cerradas, en las que se han financiado 345 planes de negocios de universidades, de los cuales “a 273 de ellas se les asignaron recursos de las convocatorias nacionales, 4 empresas recibieron recursos de convocatorias cerradas, 68 iniciativas recibieron recursos de convocatorias regionales” (p.2). Adicionalmente, al analizar los proyectos

aprobados tanto por departamento como por la universidad a la que pertenecen, sobresale la ciudad de Bogotá y Medellín, en el que la primera tiene una participación del 26,35% y la segunda con el 11,65%, como se observa en la Tabla siguiente; siendo valioso destacar que en la misma no se incluyeron los departamentos menos representativos.

Tabla 8. Proyectos aprobados Fondo Emprender por departamento

Departamento	Total general	%	Universidad	%
Antioquia	41	11,61	PUB, 7; Antioquia, 5; Medellín, 4; Inst. Metropolitano, 4	49%
Bogotá D.C	93	26,35	Empresarios sin indiferencia Gerencia de proyectos, 38; Universidad de Los Andes, 8; EAN, 6; Universidad Nacional, 8	65%
Cauca	14	3,97	Universidad del cauca	64%
Nariño	25	7,08	Universidad de Nariño, 13; Universidad Cooperativa de Colombia 5.	72%
Norte de Santander	21	5,95	Pamplona, 8; Corporación Propulsora de Empresas de Norte de Santander, 7; CC Cúcuta, 4.	90%
Santander	17	4,82	UIS 15	88%
Sucre	25	7,08	Corporación Incubadora de Empresas de Sucre, 15; Universidad de Sucre, 6	84%
Valle del Cauca	16	4,53	Universidad el Valle 6; UNAD, 3; Santiago de Cali, 3.	75%

Nota. Tomado de la REUNE (2017), adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

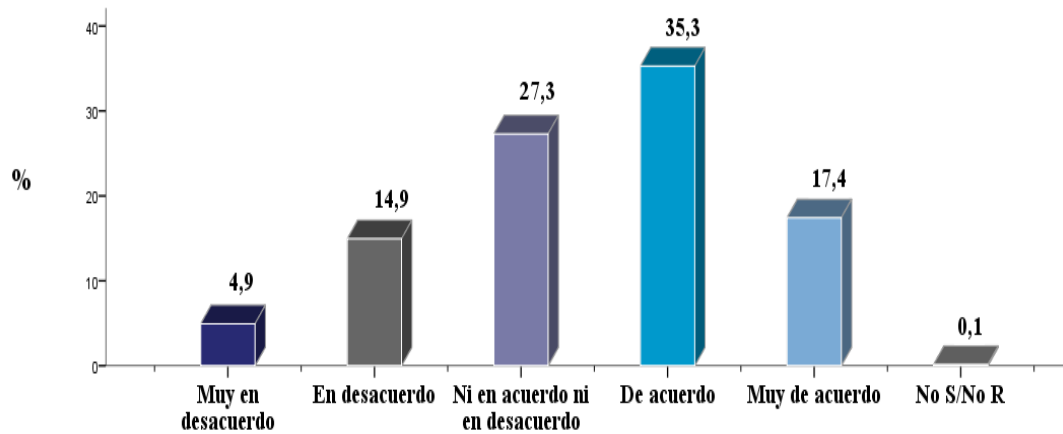
Es preciso señalar, que en Colombia de acuerdo con Portafolio (2018), existen activas 288 instituciones de educación superior, de las cuales el 72% son privadas y el 28% son públicas. Asimismo, agrega que los estudiantes de estos planteles entre los años 2007 a 2016 se incrementaron de 1,36 millones a 2,39 millones y que, “del total de estudiantes matriculados en la última década, el 6% cursó un nivel técnico, 25% tecnológico, 63% universitario y el 5,8% restante hizo un posgrado (3,8% especialización, 1,8% maestría y 0,2% doctorado)” (párr.2).

Por lo anterior, es notorio que siendo 288 universidades alrededor del país, en casi una década de convocatorias del Fondo Emprender, tanto solo 345 planes de negocios surtieron efecto para ser financiados y empezar su vida empresarial, por lo que existe un rezago a emprender entre los estudiantes de estas instituciones colombianas. En otras palabras, se muestran muy pocos proyectos formulados en comparación al volumen que se mencionó de estudiantes, por lo que se podría inferir que existe eventualmente, un acercamiento a convocatorias pero que no es trascendental, ni profundo; es decir, no logra su cometido, como lo reflejan las cifras citadas y la gran división de opiniones encontradas entre los estudiantes de administración en Cúcuta.

En la Tabla 7 también resalta que, en el departamento de Norte de Santander sea la Universidad de Pamplona la única institución de este tipo que tenga 8 proyectos aprobados, número bajo por demás al relacionarlo con el incremento de estudiantes que ha mostrado Colombia para el momento; por lo que se deduce que esta región adolece de procesos eficientes y los que existen son erráticos o insuficientes, sin conseguir un número mayor de proyectos para recibir capital semilla. Del mismo modo, en este departamento sorprende que sean otras instituciones diferentes a las académicas las que consigan proyectos financiados.

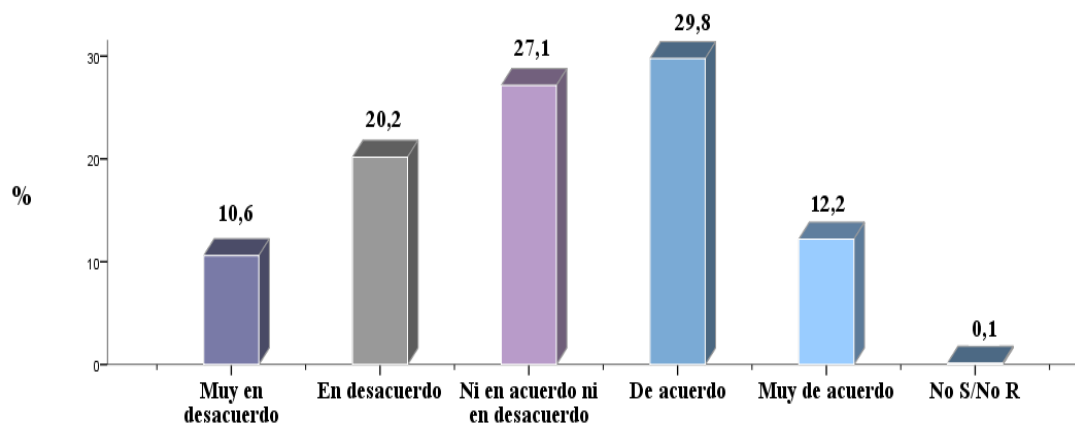
Por tanto, las universidades en la ciudad fronteriza de Cúcuta deben evaluar si los medios con los cuales brindan acercamiento a estas convocatorias son suficientes o adecuados, así como, configurar y establecer elementos de acercamiento más eficientes y eficaces, que permitan un mayor acceso a los mismos, por parte de los estudiantes de la carrera de administración.

Figura 27. Se otorgan experiencias para despertar el emprendimiento en los estudiantes.



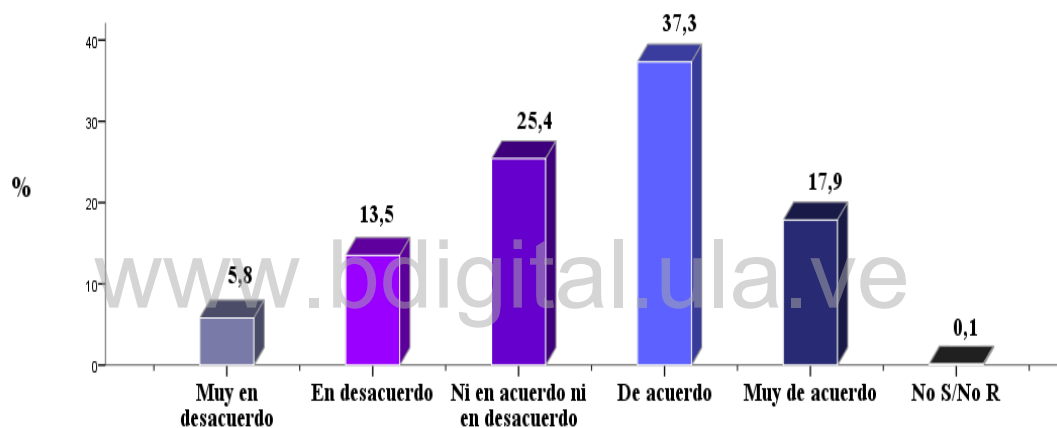
Sobresale en la figura 27 que el 52,7% de los estudiantes objeto de estudio coinciden en que se les están otorgando experiencias en lo relativo a despertar el emprendimiento en ellos. Tan solo el 19,8% ofrece una posición contraria, asimismo, el 27,3% adoptan una postura neutral ante esta acción. Por lo anterior, es posible que las experiencias estén formalizadas en cada una de las universidades en que se aplicó el instrumento, pero, tal vez, no son suficientes para satisfacer las expectativas de todos los estudiantes, como lo demuestran estos datos.

Figura 28. Total de horas que le brindan para formarlo académicamente es suficiente para emprender.



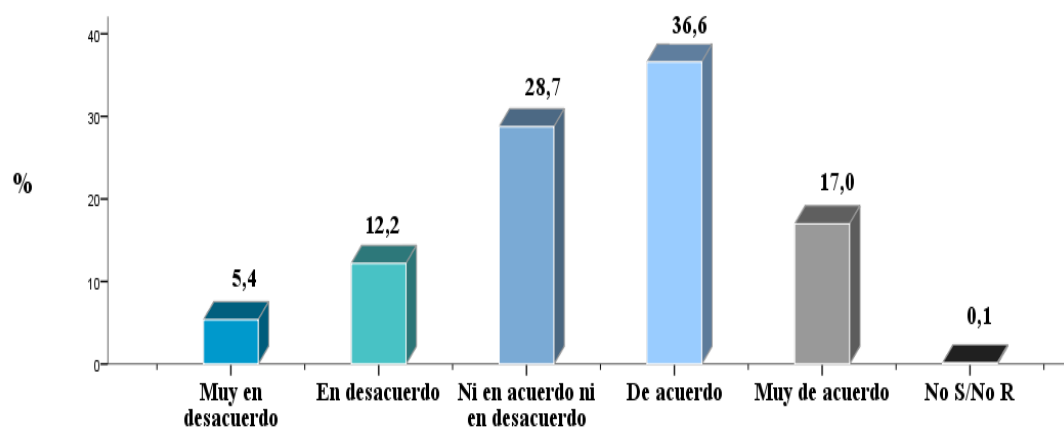
Se observa en la figura 28 que el 42% de los estudiantes de administración en Cúcuta, perciben que la cantidad de horas académicas que reciben es la apropiada para incitarlos a emprender, en este sentido, el 30,8% discrepa de este tema, al igual que, un 27,1% mantiene una neutralidad ante esta acción. Por ende, es claro que las directivas de estas universidades deben plantearse en sus programas académicos, aumentar la intensidad horaria en lo que refiere al emprendimiento, para dar satisfacción a un mayor número de sus estudiantes en esta carrera y esto, los incite a conformar empresas viables.

Figura 29. La formación académica adquirida despierta su espíritu emprendedor.



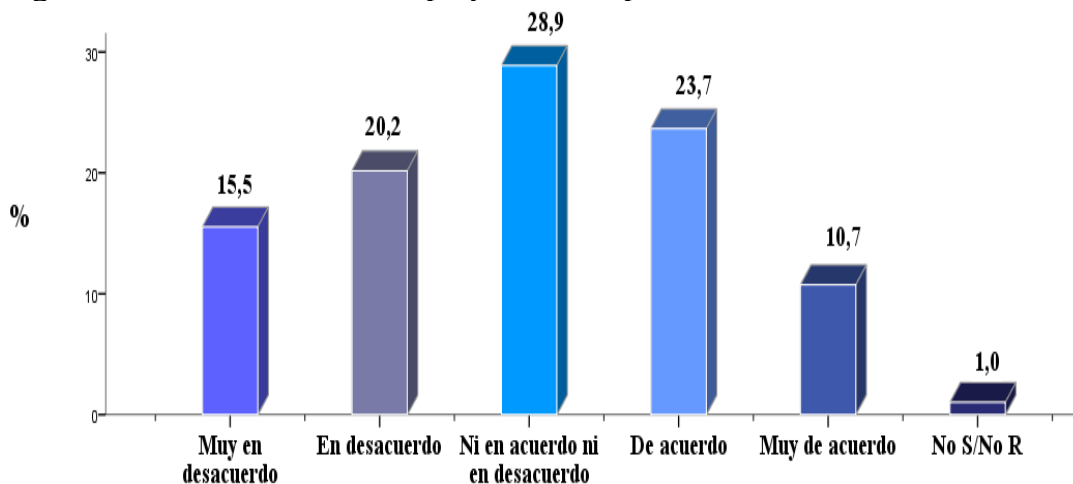
Como se observa en la figura 29, el 55,2% de quienes fueron encuestados, afirman que la formación recibida en lo académico, les permite despertar su espíritu emprendedor, en contraposición, el 19,3% resaltan que no es suficiente para lograrlo. El 25,4% se abstuvo de entrar en algunas de las posiciones anteriores.

Figura 30. Han tomado en cuenta sus expectativas en la carrera para ser formado como emprendedor.



En lo que respecta a este punto, el 53,6% de los estudiantes encuestados, están de acuerdo en que las universidades han tomado en consideración sus expectativas puestas en esta carrera para ser formados como emprendedores. Por otro lado, el 17,6% manifestó estar en contra de lo formulado en esta acción y el 28,7% se limita a no estar a favor de ninguno de las dos posturas o es posible que no le prestan interés a esto.

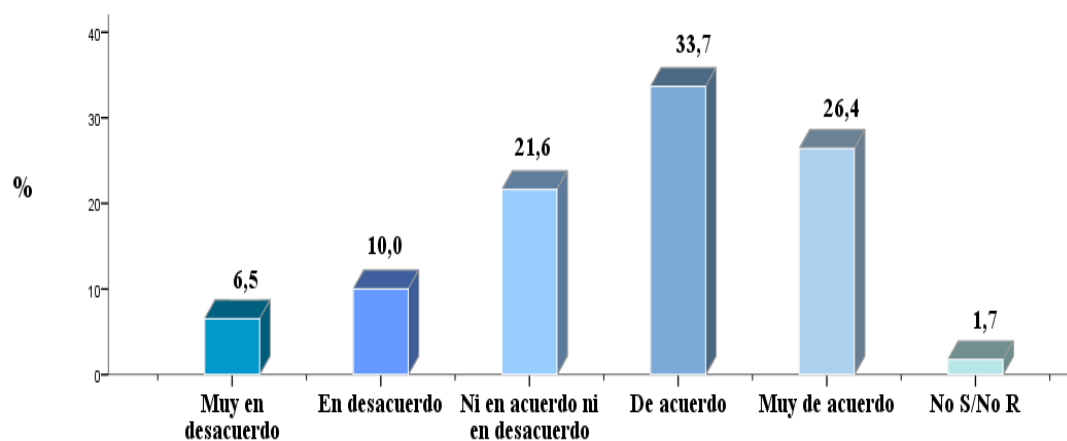
Figura 31. Ha sido evaluado su perfil como emprendedor.



La Figura 31 expone que el 34,4% de los universitarios encuestados, concuerdan en que se evaluó su perfil emprendedor en la universidad a la que pertenecen, por el contrario, para el 35,7% esto no se ha llevado a cabo. A su vez, el 28,9% asume una

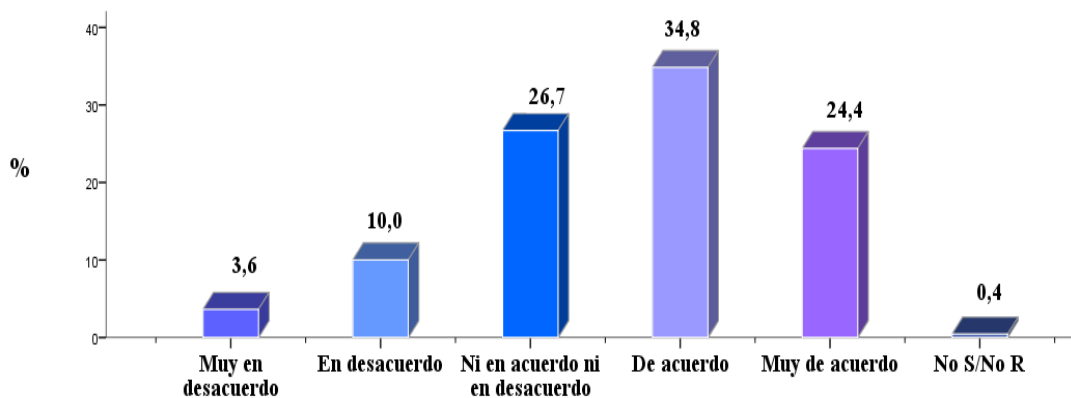
imparcialidad frente a esto, existiendo la posibilidad que no tengan conocimiento en este asunto.

Figura 32. La universidad lo enfoca para crear empresa.



Se observa que en la figura 32 un total de 60,1% de encuestados asumen que están siendo enfocados por parte de la universidad para la creación de empresa. Acto seguido, el 16,5% no comparte esta posición y un 21,6% es neutral frente a las opiniones anteriores.

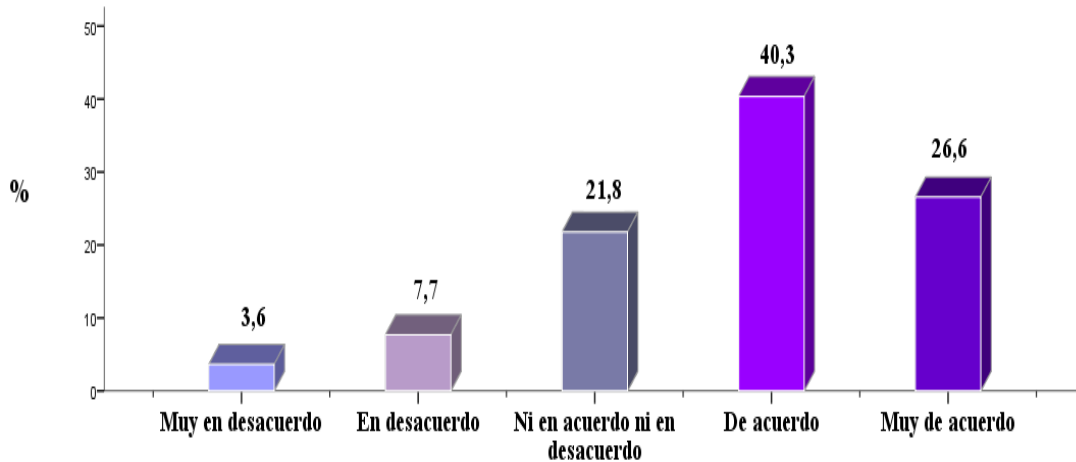
Figura 33. La universidad programa eventos en emprendimiento.



Como se representa en la figura 33, el 59,2% de los universitarios encuestados, comparten que están de acuerdo en que la universidad a que están adscritos efectúa eventos en lo relativo al emprendimiento. Por su parte, el 13.6% admiten estar en

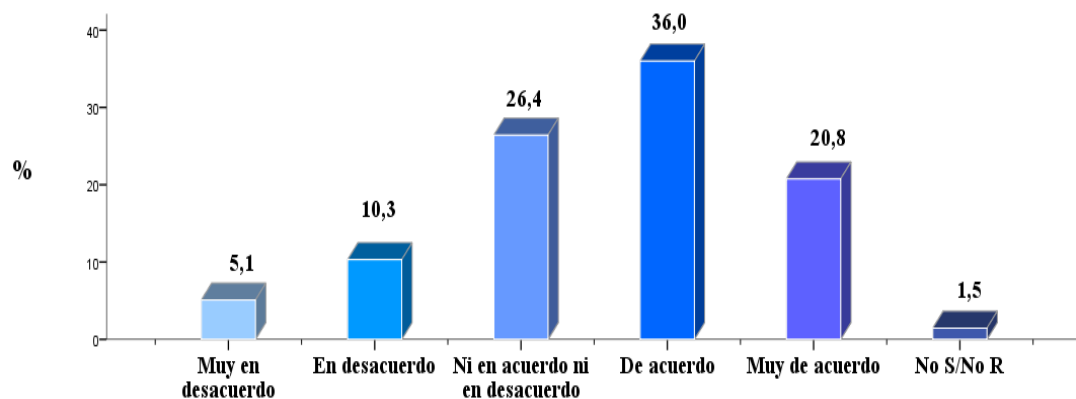
desacuerdo con esta realidad, igualmente, el 26,7% no optó por tomar partida en ninguna de las posturas anteriores.

Figura 34. Está siendo formado como líder.



Al observar la figura 34, resalta que el 66,9% de los estudiantes encuestados, declaran estar siendo formados como líderes bajo el programa de administración al cual pertenecen. Frente a esto, el 11,3% afirman no sentirse estar de acuerdo con esta acción. Así pues, el 21,8% se mantienen al margen de estas opiniones.

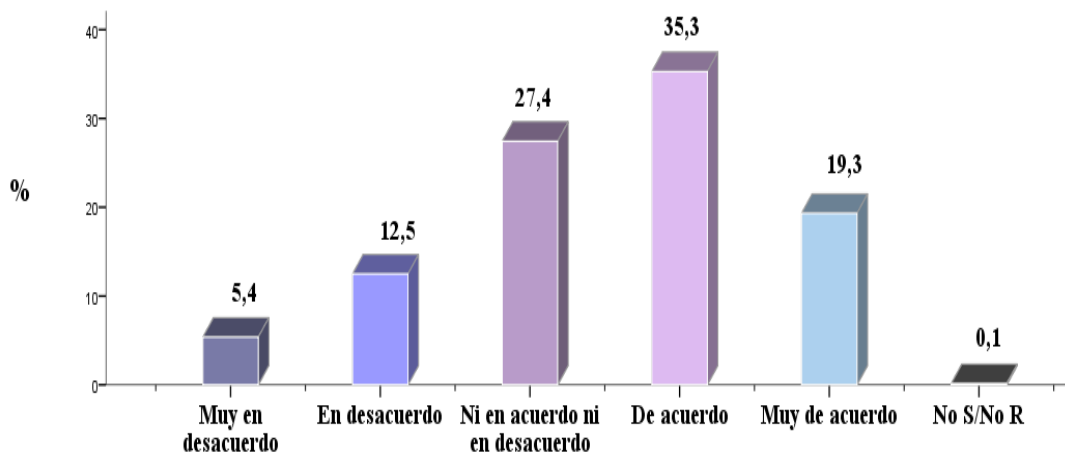
Figura 35. Se le está formando como negociador.



Al analizar la Figura 35, el 56,8% de los universitarios que respondieron el cuestionario, indican que se les esta suministrado una formación que los conduce a ser

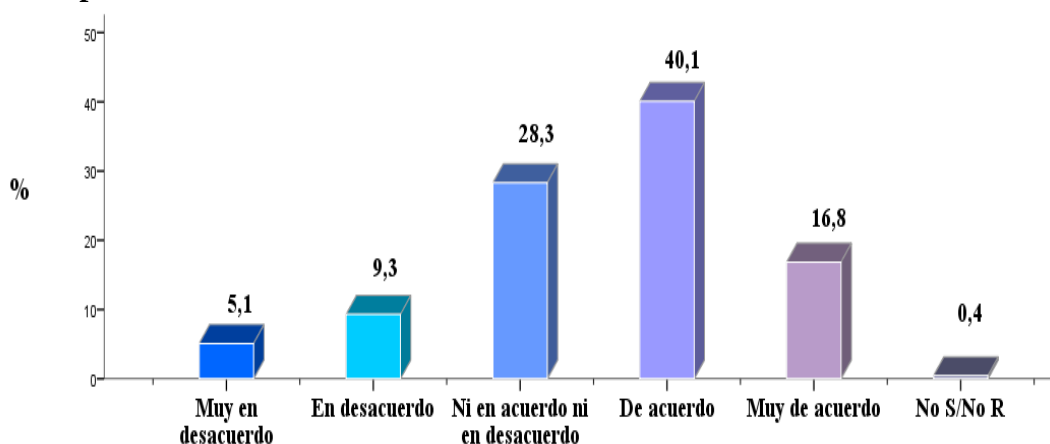
negociadores. Por otro lado, el 15,4% perciben todo lo contrario y un 26,4% deciden establecerse neutrales en este tema.

Figura 36. La problemática de la región está presente en las clases que conforman su carrera.



En este punto, los estudiantes pertenecientes a administración, manifestaron en un 54,6% que la problemática que sufre Cúcuta y sus alrededores hace parte de los temas que se les imparten en clases, mientras tanto, el 17,9% admiten que esto, no se está cumpliendo. Por último, solo el 27,4% no participaron de ninguna de las opiniones dadas anteriormente.

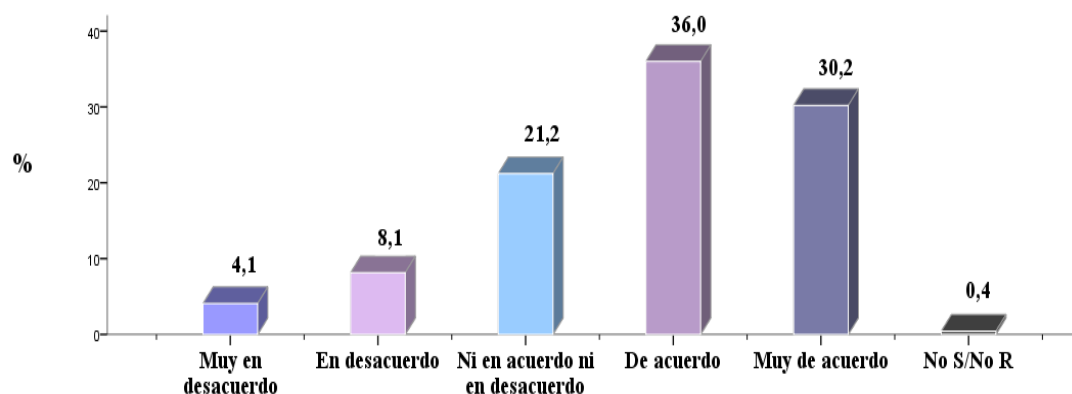
Figura 37. Le son dadas pautas para agregar valor a los productos o servicios en una empresa.



Como resalta la figura 37 el 56,9% de los universitarios que fueron encuestados sostiene que las instituciones de educación superior les brindan las pautas

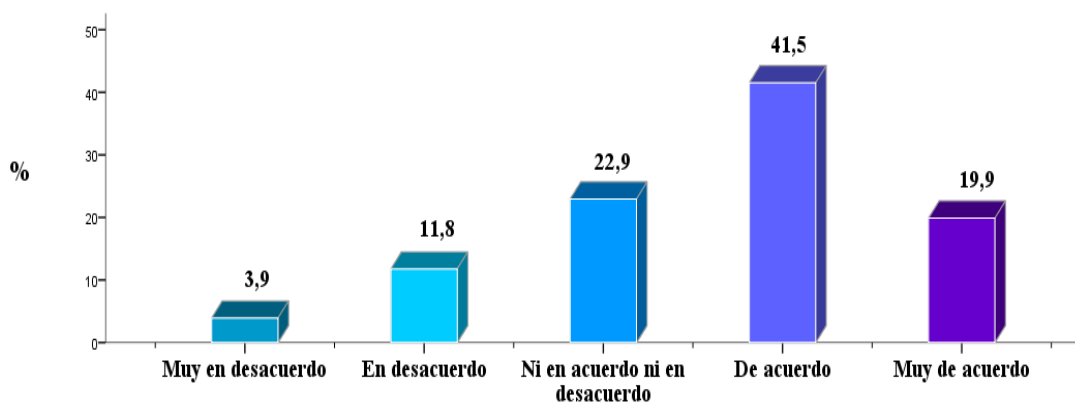
concernientes para agregar valor a productos o servicios de una empresa. Por otro lado, un 11,4% afirma lo contrario y el 28,3% establece un punto de imparcialidad a este asunto.

Figura 38. Cuenta con docentes con experiencia en emprendimiento.



La figura 38 exhibe que el 66,2% de los estudiantes de administración admiten que los docentes que les facilitan las diversas materias que componen los pensum de administración, tienen experiencia en lo que refiere al emprendimiento. A esto, un 12,2% de estos creen lo contrario, adicionalmente, un 21,2% se mantiene neutral en su opinión.

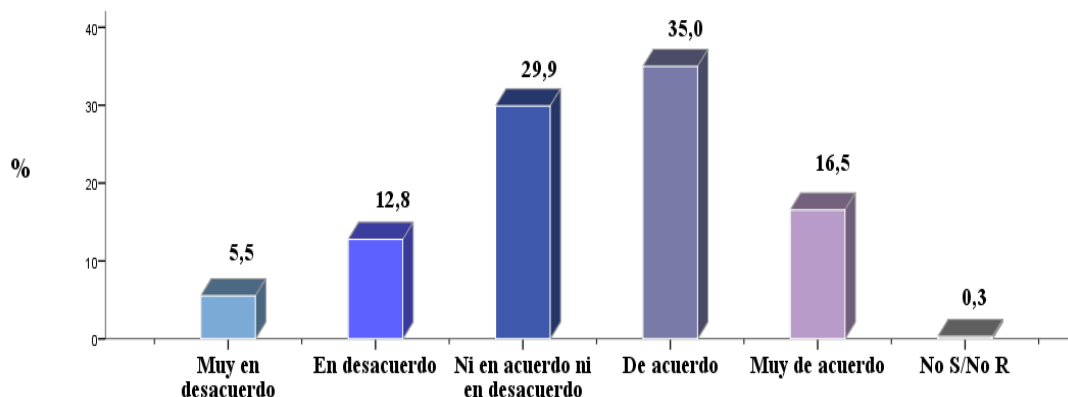
Figura 39. Recibe enseñanza en conformación y guía de grupos de trabajo.



Evidentemente el 61,4% de los encuestados como se detalla en la figura 39, concuerdan en que se les imparte formación en lo que atañe a conformar y guiar grupos

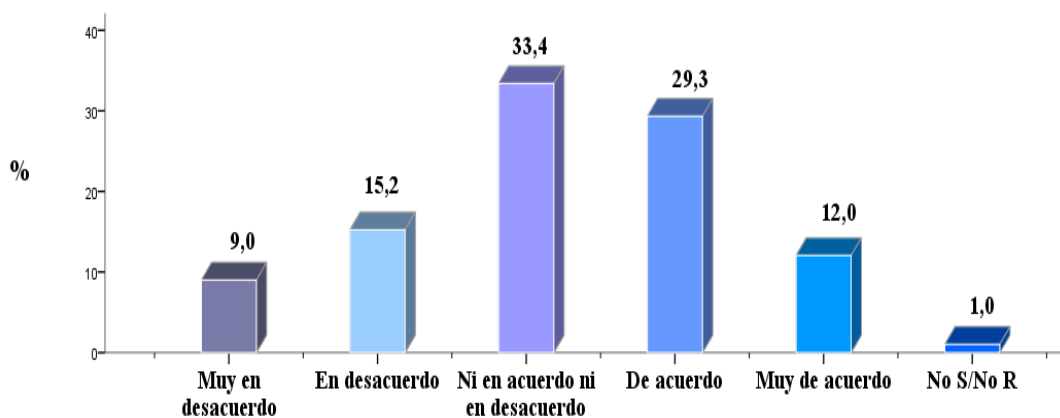
de trabajo, en cambio, un 15,7% declara no estar conformes en que esto se esté llevando a cabo. Finalmente, el 22,9% señala no ser partícipes de este tema.

Figura 40. Le son dadas pautas y pasos contratación de personal.



El 51,5% de los estudiantes que respondieron el instrumento, comparten estar de acuerdo con que se les transmite pautas y los pasos en lo relativo a contratar personal. Contrariamente, el 29,9% estima ser neutral al respecto, seguido del 18,3% de quienes aseguran que no concuerda esto con la realidad.

Figura 41. Existe una red interna de emprendedores.



En la figura 41 se evidencia que la opción de respuesta con mayor porcentaje es la neutra, con un 33,4%, resultado que permite recomendar a las universidades de la ciudad de Cúcuta que promuevan y fortalezcan este tipo de redes, como apoyo interno

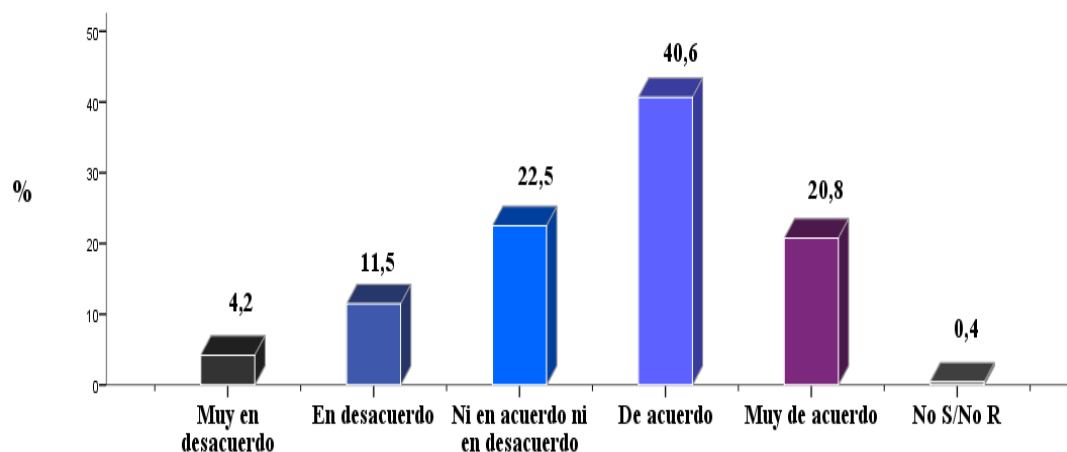
al emprendimiento, así como sugiere Kantis (2004), al indicar su importancia para el surgimiento de emprendimientos de tipo dinámico.

Además, para cualquier estilo de emprendimiento es necesario el empeño comunitario, como lo señala el precitado autor, cuando afirma que es indispensable que exista un equipo que reúna emprendedores cuyas capacidades ayuden a complementarse unos a otros; siendo estas especializadas, a la vez, que se cuente con “red de contactos que complementen los conocimientos, las habilidades y los recursos de los emprendedores” (p.134). Dicha red es fundamental durante todo el proceso de emprendimiento, logrando identificar todo tipo de oportunidades de negocios para acceder, tanto a tecnología como a recursos; recordando que las políticas que ayudan al emprendimiento deben estar dirigidas a favor de que surjan este tipo de equipos y se aliente la conformación del trabajo a través de redes.

Por su parte, Hernández (2011) concuerda con el autor antes citado, en la medida que el emprendedor usa este tipo de redes con la intención de acceder a recursos para la gestión empresarial; recomendando al emprendedor que

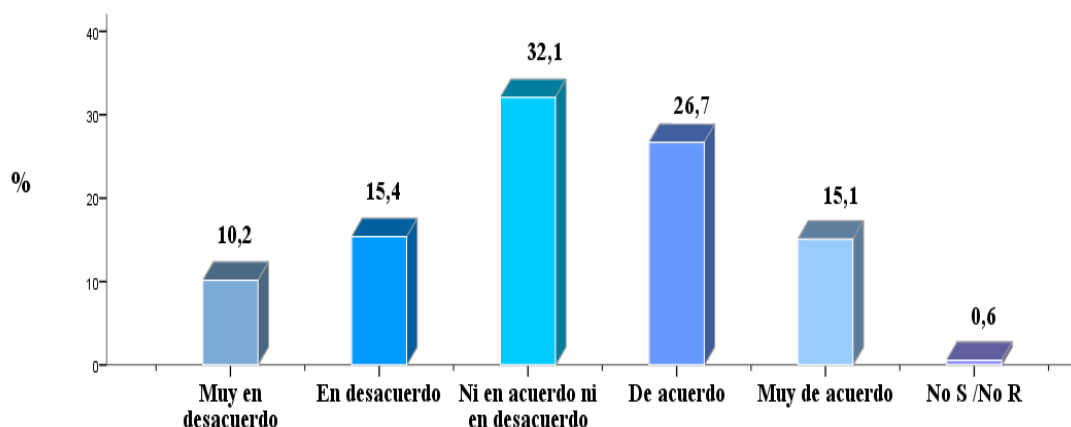
Invierta tiempo y esfuerzo en ampliar y enriquecer todas sus redes de relaciones y, más aún, que utilice estas redes para acceder a recursos. Este último punto es importante, ya que el capital social es la única forma de capital que no se desgasta sino que se refuerza con el uso. (p.248).

Figura 42. Se le forma para tener visión globalizada de las empresas, negocios y mercados.



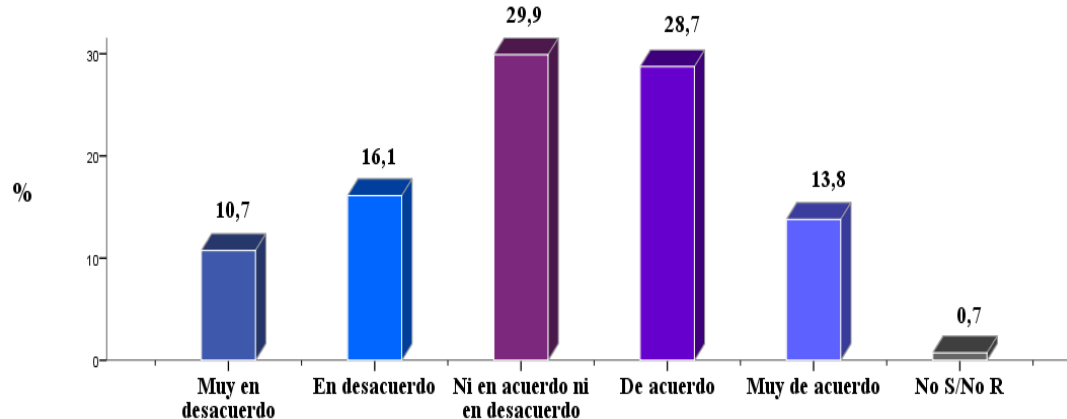
Se destaca en la figura 42 que el 61,4% de los administradores en plena formación están conscientes en que se les está instruyendo para adquirir una visión globalizada en términos de negocios, empresas y los mercados, de manera opuesta, solo el 15,7% no comparten esta opinión, al igual que, el 22,5% evidencia imparcialidad al respecto.

Figura 43. Se está dando mayor énfasis a la mujer para ser emprendedora.



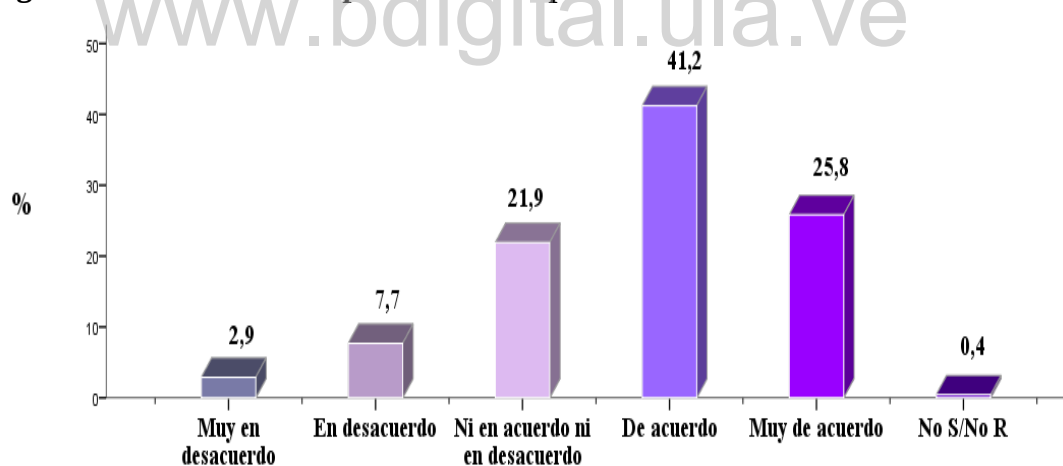
Para el 32,1% de los encuestados en cada universidad, se mantiene una posición neutral en lo que compete a darle mayor énfasis a la mujeres a la hora de emprender por parte de los organizaciones de educación superior, a su vez, el 41,8% están de acuerdo con que es así, de forma contraria, el 25,6% no concibe que esta acción se esté dando en sus universidades.

Figura 44. Se está dando mayor énfasis al hombre para ser emprendedor.



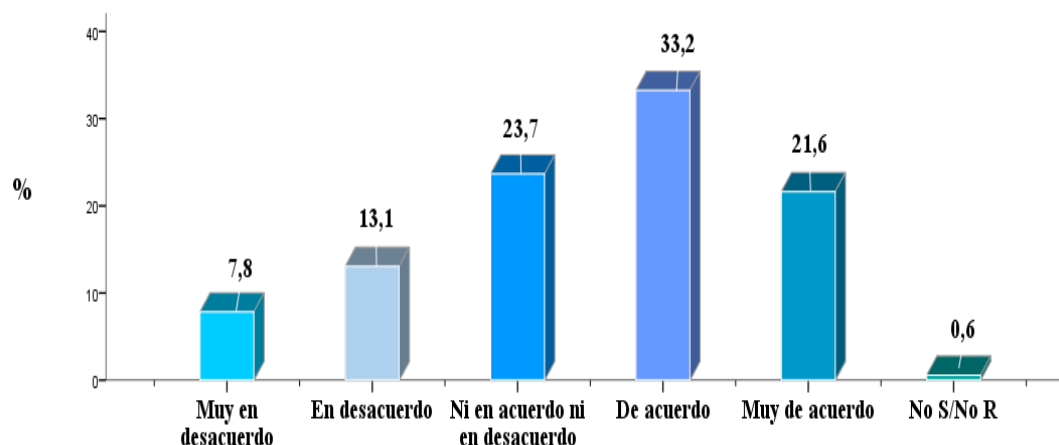
En lo que tiene que ver con esta acción, el 42,5% de los encuestados determinaron estar de acuerdo con que las universidades a las cuales acuden, hacen hincapié para que los hombres sean emprendedores. Por su parte, el 26,8% está en completa posición a esto, sin embargo, el 29,9% se abstuvieron de tomar partido en relación a este asunto.

Figura 45. Se motiva a emprender con responsabilidad social.



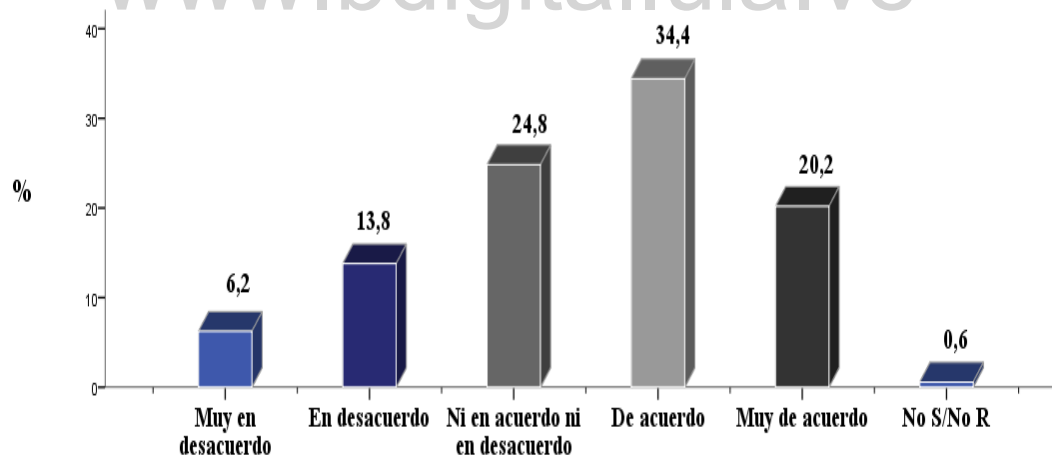
En lo que acontece a si se está motivando al emprendimiento con fines de responsabilidad social en las universidades en las que se aplicó el instrumento, un número significativo de encuestados que conforman el 67% concuerdan que si se está realizando esta acción, frente a esto, solo el 10,6% tiene la idea que es todo lo contrario, al mismo tiempo, el 21,9% optan por declararse en plena imparcialidad.

Figura 46. Se enseña a enfrentar el miedo al fracaso



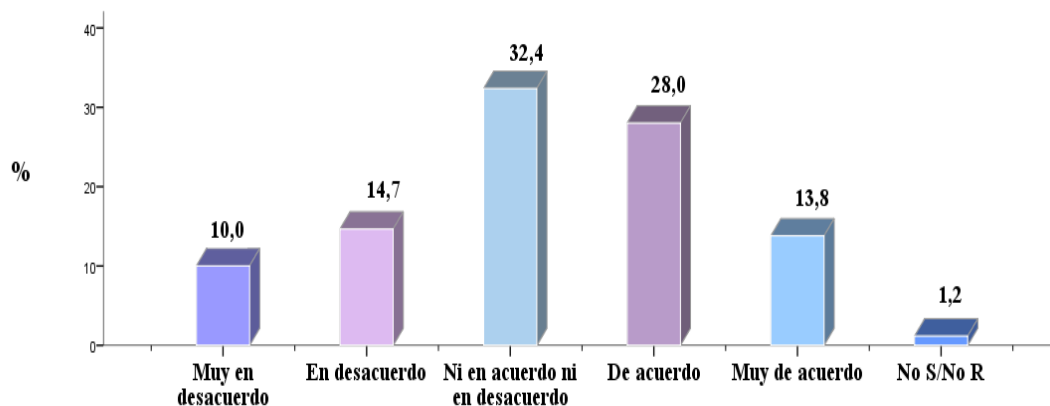
La figura 46 refleja que el 54,8% de quienes fueron encuestados, afirman que se les está instruyendo para enfrentar el miedo al fracaso en la carrera de administración, aunque, el 20,9% niega que esto esté sucediendo; por otro lado, el 23,7% consideran no tomar opinión alguna.

Figura 47. Se estimula el emprendimiento de alto impacto.



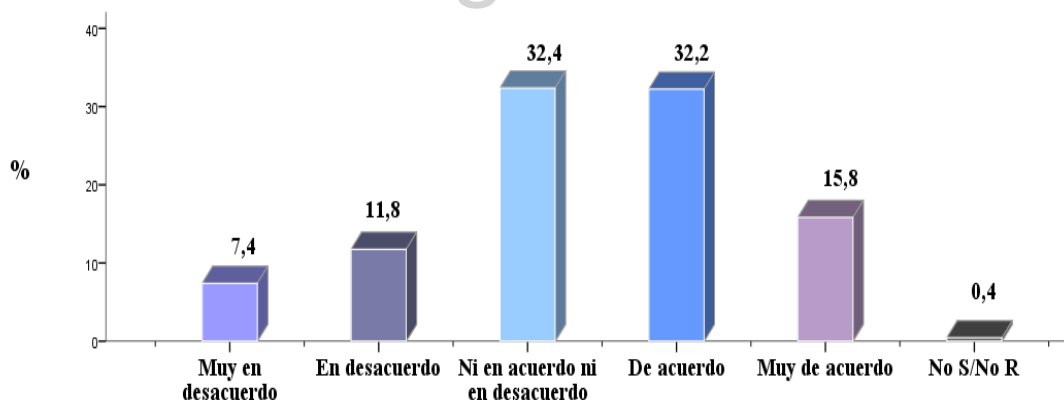
En la figura 47 es claro que para el 54,6% de los estudiantes que fueron encuestados, las universidades les están estimulando para realizar emprendimientos de alto impacto, en contraposición, solo el 20% consideran que realmente no se estimula en esto, asimismo, el 24,8% prefieren ser imparciales.

Figura 48. Se le acerca a red nacional de emprendedores.



Como lo determina la figura 48, el 32,4% de quienes dieron respuesta a la encuesta se inclina en mantenerse indiferentes a dar una opinión sobre este asunto, a su vez, el 41,8% asegura que se les acerca a la red nacional de emprendedores por parte de sus universidades, aun así, el 24,7% admite ir en contra de esto.

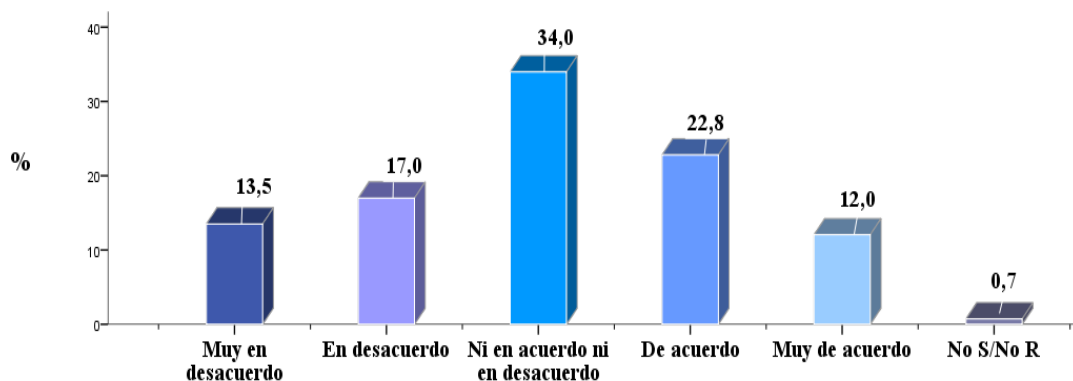
Figura 49. Existen alianzas empresariales para emprender.



En lo que respecta a si existen alianzas entre las universidades y empresas para emprender, el 32,4% se abstuvo de dar algún comentario positivo o negativo, en cambio, el 48% de los encuestados están conscientes de la existencia de estas alianzas, de igual manera, el 19,2% se opone a lo anterior. Por tanto, las universidades en sus programas de administración deben enfocarse en buscar más alianzas y consolidar las que ya tienen, además, de dar comunicación de las mismas a sus estudiantes, para que

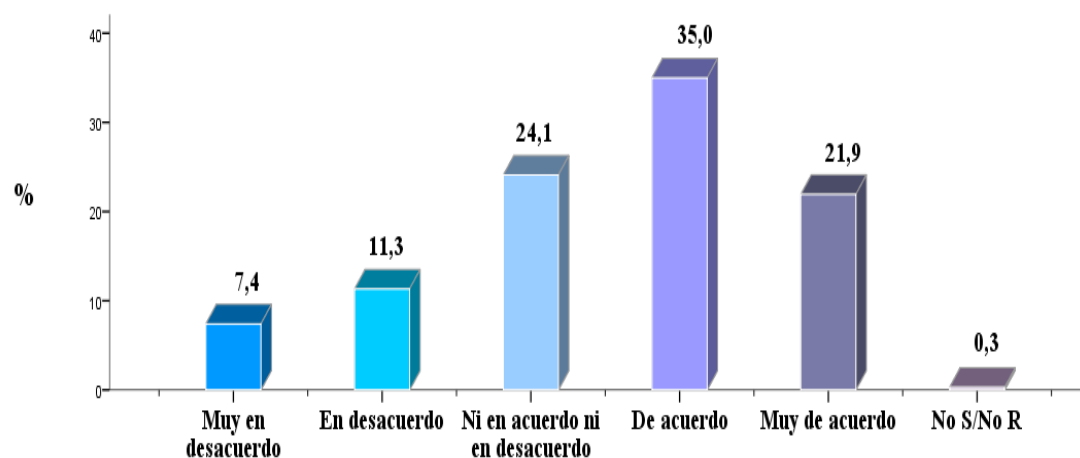
pueda haber un consenso más generalizado si se les pregunta de nuevo a estos estudiantes acerca de este tema.

Figura 50. Se le acerca a red mundial de emprendedores.



En lo que corresponde a la Figura 50, se encuentra que sobresale que el 34% de los encuestados decidieron no inclinarse a favor o en contra de esta acción, al mismo tiempo, el 34,8% asumen que las universidades a las que pertenecen los acercan a la red mundial de emprendedores, pese a que, el 30,5% no comparte este pensamiento.

Figura 51. En general la universidad lo motiva adecuadamente para emprender.



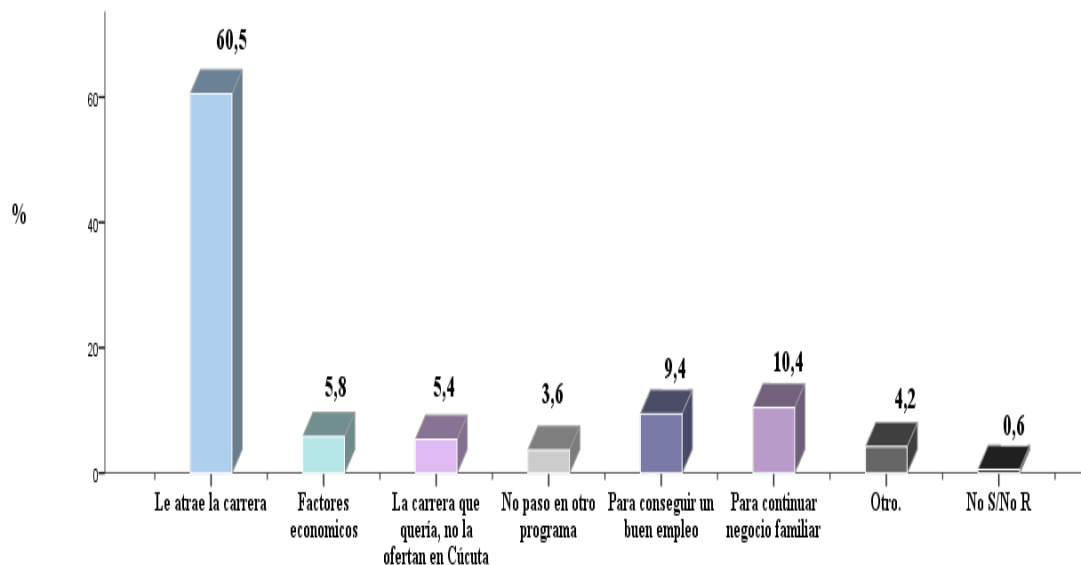
En lo que concierne a si las universidades en Cúcuta están motivando de una manera adecuada a sus estudiantes de administración para emprender, sobresale en la figura 32 que el 56,9% de los encuestados comparten que se sienten motivados en este

tema, sin embargo, el 18,7% no lo percibe de esta manera y el 24,1% decide permanecer neutral al respecto. En síntesis, se evidenció que de los estudiantes encuestados, un porcentaje cercano al promedio reconoce las acciones que realizan las universidades para fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la carrera de administración.

Sin embargo, un porcentaje considerable de estos estudiantes no asienten que se estén realizando estas acciones, por lo cual, se aconseja a las universidades fortalecer este tipo de acciones, informar sobre las mismas y tratar por diversos medios de despertar el interés de su masa estudiantil, con el objetivo de convertirlos en emprendedores integrales; ya que al parecer, las acciones llevadas a cabo en estas organizaciones educativas relacionadas con la motivación para emprender, no están realmente generando el impacto deseado, por lo que, se puede replantear su ejecución y el alcance de las mismas, para configurarlas mejor y de esta manera, cambiar la percepción de quienes no sienten que estén presentes como apoyo al emprendimiento en el programa de administración.

www.bdigital.ula.ve

Figura 52. Señale el principal motivo que lo condujo a estudiar Administración de Empresas o Financiera.



Entre lo que más destaca en la figura 52, se tiene que el 60,5% de los estudiantes encuestados se encuentran actualmente cursando el programa de administración de empresas o financiera, debido principalmente a que les atrae dicha carrera, lo cual puede interpretarse como vocación e identidad con la misma; mientras que, el 10,4% se sintió motivado en estudiar en este programa para continuar un negocio familiar, al igual que, el 9,4% se están formando como administradores para acceder a un buen cargo en alguna empresa.

Cabe señalar, que a nivel nacional, el programa de Administración de Empresas tiene gran acogida entre quienes desean entrar a cursar una carrera profesional, como lo evidencian las cifras para los años 2007 a 2016, que reseña Portafolio (2018) y que se pueden observar a continuación en la Tabla 8. De igual forma, se relacionan los cinco programas que sobresalen en Colombia para el mismo periodo, destacando que la carrera que ocupa la atención de la presente investigación, ocupa el segundo lugar en el contexto colombiano.

Tabla 9. Estudiantes matriculados por programa académico

Programa académico	Estudiantes matriculados
Derecho	132.497
Administración de empresas	127.454
Contaduría pública	102.807
Psicología	100.172
Ingeniería industrial	75.544

Nota. Datos obtenidos de Portafolio (2018), adaptados por el autor para la investigación (enero, 2021)

De igual manera, el Observatorio Laboral para la Educación (s.f.) recoge las cifras aportadas por el Ministerio de Educación y el Sistema Nacional de la Educación Superior (SNIES), que concuerdan con lo presentado anteriormente, así pues, específicamente entre los años 2011 a 2014 el área de economía, administración y afines, se alza como el área de conocimiento de la cual más profesionales han egresado, como se muestra a continuación en la Tabla 9.

Tabla 10. Graduados por área de conocimiento en Colombia

Área de conocimiento	Graduados
Economía, Administración, Contaduría y Afines	469.705
Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y Afines	305.906
Ciencias Sociales y Humanas	221.572
Ciencias de la Educación	153.720

Nota. Datos obtenidos del Observatorio Laboral para la Educación (s.f.), adaptados por el autor para la investigación (enero, 2021)

Asimismo, esta entidad destaca que Bogotá es la región de la cual se han graduado más personas, a su vez, resaltando que de la carrera de Administración de empresas hubo en esta ciudad 21.195 graduados en comparación a las otras carreras. Al mismo tiempo, señala que a nivel general “en Colombia existen 3.179.102 graduados de la educación superior entre los años 2001 y 2014, de los cuales 1.355.919 fueron solo entre los años 2011 y 2014” (párr.1).

Por su parte, la Tabla 10 refleja los niveles de formación en el periodo de 2011 y 2014 de los egresados en Colombia, sobresaliendo el nivel universitario como puede observarse a continuación.

Tabla 11. Graduados por nivel de formación

Nivel de formación	Egresados	%
Técnicos profesionales	76.744	5,7%
Tecnológico	363.967	26,80%
Universitario	614.598	45,30%
Especialización	258.744	19,10%
Maestría	40.521	3,00%
Doctorado	1.345	0,10%

Nota. Datos obtenidos del Observatorio Laboral para la Educación (s.f.), adaptados por el autor para la investigación (enero, 2021)

Adicionalmente, en el portal web de este observatorio laboral, se indica que los departamentos que más aportaron egresados a las cifras nacionales entre los años 2011 y 2014, son Bogotá y Antioquia sucesivamente; mientras que, los departamentos que menos graduados reportaron son los de Vaupés, Guainía y Vichada, como se puede visualizar en la Tabla 12 que seguidamente se presenta.

Tabla 12. Egresado por departamento

Departamento	Egresados
Bogotá	457.942
Antioquia	184.514
Valle del Cauca	102.193
Santander	89.993
Atlántico	60.139
Vaupés	184
Guainía	318
Vichada	433

Nota. Datos obtenidos del Observatorio Laboral para la Educación (s.f.), adaptados por el autor para la investigación (enero, 2021)

En relación con lo anterior, para el caso de Norte de Santander entre los años de 2001 a 2104 han salido un total de 90.939 graduados en todas las carreras y de los diversos niveles de formación, como lo señala el Laboratorio Laboral, siendo mayoritariamente estos graduados de instituciones públicas, ya que, fueron 78.649, mientras, los de instituciones privadas fueron 12.290. De esta manera, en la Tabla 13 se especifican los graduados de esta región fronteriza, de acuerdo con el área de conocimiento, encontrándose que las carreras de Economía, Administración y afines son las que mayor número de egresados la integran.

Tabla 13. Graduados en Norte de Santander por programa

Programa	Graduados
Económica, Administración, Contaduría y Afines	29.733
Ciencias de la Educación	27.746
Ingeniería, Arquitectura, Urbanismo y Afines	16.155
Ciencias Sociales y Humanas	7.187
Ciencias de la Salud	5.436
Agronomía, Veterinaria y Afines	2.420
Matemáticas y Ciencias Naturales	1.228
Bellas Artes	1.020
Sin clasificar	14

Nota. Datos obtenidos del Observatorio Laboral para la Educación (s.f.), adaptados por el autor para la investigación (enero, 2021)

Por todo lo anteriormente expuesto, la carrera de Administración, tanto en Norte de Santander, como en toda Colombia, cuenta con una gran cantidad de egresados y resulta un programa atrayente para estudiar como lo demuestran las cifras reveladas.

No obstante, estos datos retratan que a pesar del aumento de los mismos, de la cantidad de egresados y estudiantes, el acercamiento a convocatorias, como ya se observó antes, se muestra relativamente bajo o insignificante en comparación a estas cifras, sin poder obviar que Norte de Santander no es de los departamentos que más destaca por egresados, en especial, de Administración, de acuerdo con las cifras nacionales. También, se demuestra que los estudiantes de Administración locales, no están tomando en consideración el emprendimiento como una ruta para ejercer su profesión y generar empleo.

Por tanto, se deben considerar estos datos para ejecutar estrategias a favor de que los estudiantes afiancen la creación de empresas. En este orden de ideas, se debe cuestionar la calidad de los programas de administración locales en comparación a los nacionales, puesto que, tal vez, esto incida de alguna manera en el comportamiento emprendedor de los estudiantes locales, dado que, como se ha señalado previamente, Bogotá y Antioquia, lideran la consecución y la financiación de proyectos en el Fondo Emprender.

En relación con esto, Dinero (2017) listó las mejores universidades del país para estudiar Administración de Empresas, información reflejada en la Tabla 12, en la cual, en su mayoría resaltan las universidades con sede en Bogotá y Antioquia respectivamente. Partiendo de la aclaratoria de que para este estudio solo se tomaron los 10 primeros puestos, de ahí que, en el caso de Norte de Santander, solo la universidad Francisco de Paula Santander se ubica en el puesto 129 entre 168 planteles educativos; seguidamente, en el puesto 162 se ubica nuevamente esta universidad, pero con su sede en Ocaña; hallazgo que invita a reflexionar sobre la situación particular de las universidades de Cúcuta y cómo esto puede relacionarse con la motivación para emprender de estos estudiantes.

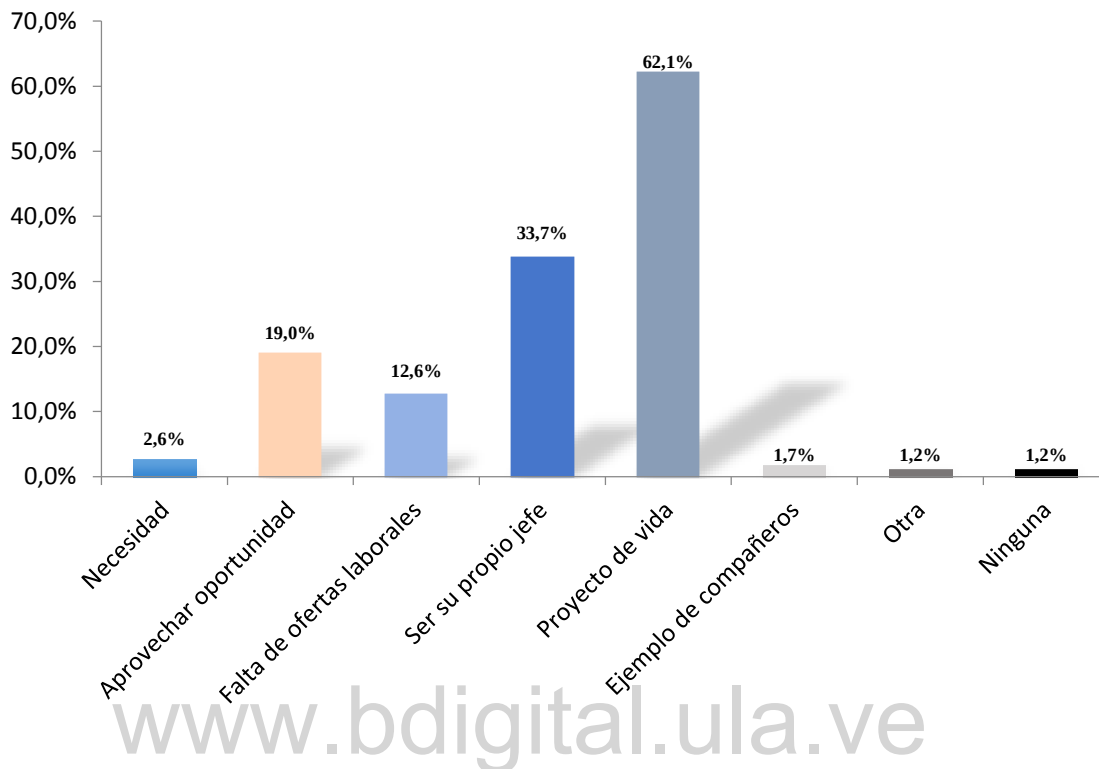
Tabla 14. Mejores universidades de Colombia para estudiar Administración de Empresas.

Puesto	Institución	Ciudad o región	Puntaje Promedio
1	Universidad de Los Andes	Bogotá D.C.	188,8
2	Universidad Nacional de Colombia	Bogotá D.C.	184,8
3	Colegio de Estudios Superiores de Administración	Bogotá D.C.	181,8
4	Universidad Nacional de Colombia	Medellín	178
5	Universidad Externado de Colombia	Bogotá D.C.	176
6	Universidad de Antioquia	Carmen de Viboral	174
7	Universidad de la Sabana	Chía	173,8
8	Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario	Bogotá D.C.	173
9	Pontifica Universidad Javeriana	Bogotá D.C.	172
10	Universidad Eafit	Medellín	170,8
129	Universidad Francisco de Paula Santander	Cúcuta	142
162	Universidad Francisco de Paula Santander	Ocaña	138

Nota. Dinero (2017), adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

www.bdigital.ula.ve

Figura 53. Razones que lo motivarían a tener su propia empresa.



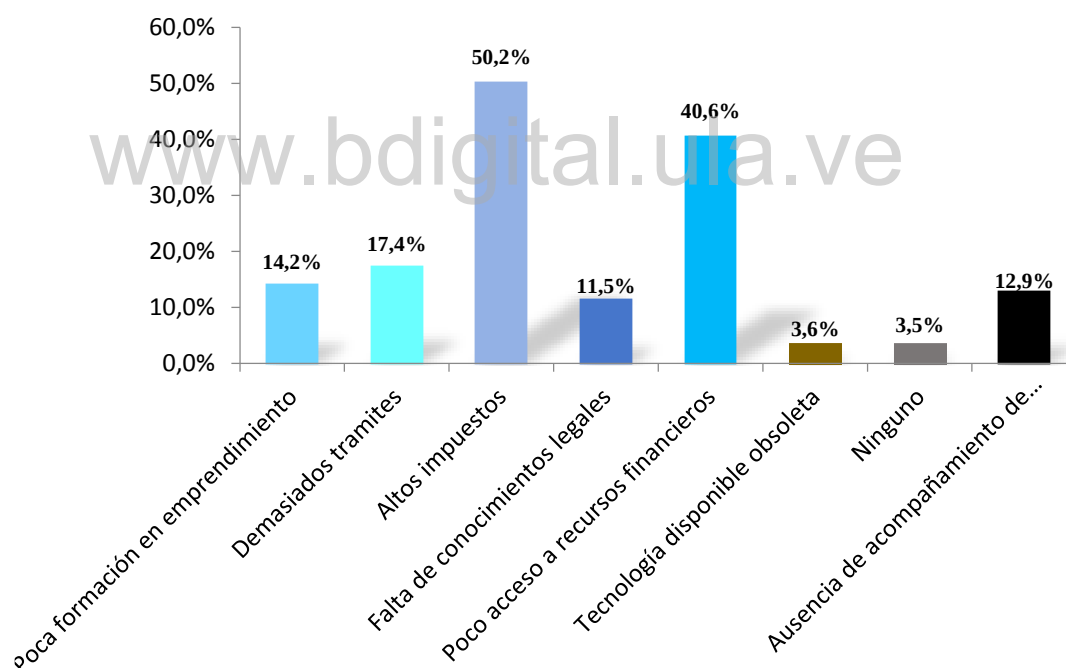
De las razones que más pesan y llevarían a la población estudiantil objeto de estudio a conformar empresa, resalta en primer lugar que para el 62,1% como parte de su proyecto de vida crearían empresa, para un 33,7% la idea de ser su propio jefe lo motivaría, un 19% estaría a favor de tener su empresa para aprovechar una oportunidad que se les presente y a un 12,6% lo motiva la falta de ofertas de tipo laboral. Los anteriores resultados, concuerdan con lo encontrado por Kantis (2004), en que los emprendedores tienen motivaciones aparte de las económicas, siendo esto una característica que comparten los emprendedores en varios países; asimismo, añade que, “la necesidad de desarrollo y realización personal, así como también el deseo de contribuir a la sociedad, son los principales motores para convertirse en empresario” (p.130).

En relación a lo anterior, Marulanda y Morales (2016) encontraron que en los emprendedores resaltan rasgos como la independencia y el dinero, como factores motivacionales para emprender; aunque también consideran, pero con menos

relevancia, la contribución en términos de empleo y de crecimiento del país, seguido de la oportunidad y del empleo.

Al contrastar la postura de ambos teóricos y los hallazgos obtenidos en la investigación, se observa cierta diferencia en cuanto al peso motivacional que se le asigna a la creación de una empresa; siendo oportuno referenciar que, a la luz de esta evidencia, las universidades en la ciudad de Cúcuta podrían desarrollar estrategias educativas y empresariales más categóricas a la hora de motivar a sus estudiantes a emprender y, contribuyendo incluso con un cambio de mentalidad en dichos estudiantes para pasar de ser simplemente empleados a ser empleadores.

Figura 54. Obstáculos desmotivadores para crear empresa en Colombia.



Entre los obstáculos que supondrían una negativa a emprender por parte de los estudiantes de administración encuestados de la ciudad de Cúcuta, prevalece que para el 50,2% de esta población los altos impuestos son una barrera que los podría cohibir de hacer empresa. Seguidamente, el poco acceso a recursos de índole financiero es la

causa para el 40,6%, para el 17,4% la tramitología en exceso los cohibiría de crear empresa y para un 14,2% la baja formación en emprendimiento acarrearía un impedimento para tener su empresa.

En este sentido, las preocupaciones expuestas en las respuestas de los estudiantes de administración, son acordes a lo reseñado por Portafolio (2017) con respecto al informe de la UAN, dado que, entre las dificultades para emprender en Colombia, está presente la legalidad “y su forma de concebirla, ya que, muchos de los emprendedores a la hora de levantar su empresa no tienen el conocimiento de cómo hacerlo formal y jurídicamente” (párr.4). Asimismo, señala el nivel elevado de costos por impuestos que “que tienen que pagar los emprendedores colombianos. Estos se enfrentan a una tasa impositiva de tributación social del 68%, consolidándose Colombia como el tercer país en América Latina con las tasas más altas, superando solo por Argentina y Bolivia” (párr.8); afirmando que este es un obstáculo grande que desmotiva a los jóvenes a emprender, pues, la formalidad en el país exige que las empresas paguen impuestos a pesar del nivel de ventas que tengan, sumado a los altos costo de esta tributación.

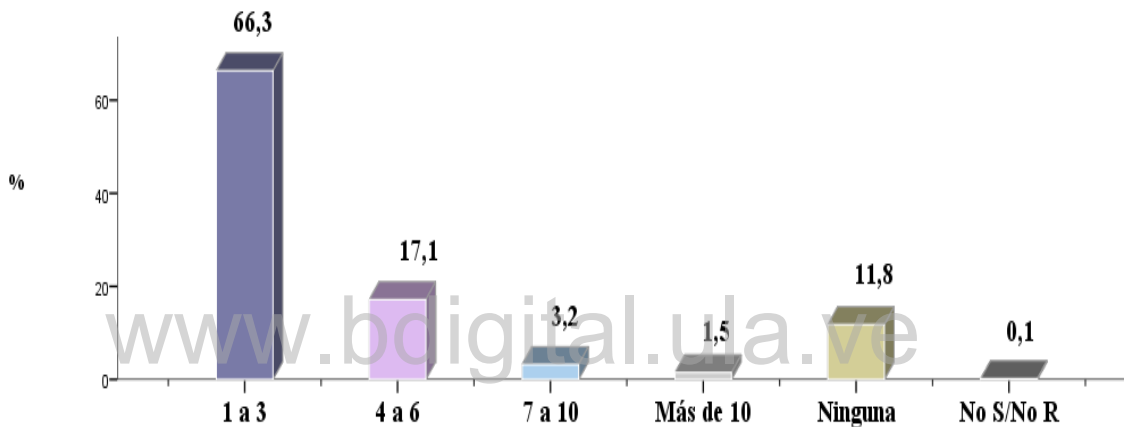
Igualmente, El Espectador (2017) hace referencia a lo antes descrito con gran coincidencia, añadiendo otra dificultad para emprender, que es lo concerniente a la tecnología, no por el conocimiento del área, pues “los jóvenes colombianos son nativos digitales, muy pocos tienen recursos para invertir en este rubro” (párr.18), de igual forma, se agrega que este informe resalta que en relación a este tema, en el país “el 27% de las personas utilizan tecnología de más de cinco años, y más del 54% emplean equipos aún más rezagados” (párr.19).

Por otro lado, Kantis (Ob.cit) señala que encontró que los emprendedores que son latinoamericanos, sin contar a los chilenos, destacan “por señalar condiciones de entorno desfavorables a la hora de crear y gestionar la nueva empresa, especialmente en áreas locales, destacando entre ellas los trámites relacionados con el inicio de la actividad o el peso de la carga impositiva” (p.132); lo que permite afirmar que, no solo en Colombia estos obstáculos impiden motivar emprendimientos.

En consecuencia, los estudiantes de administración en Cúcuta son conscientes de las dificultades que conlleva ser emprendedor y de que estos obstáculos no están

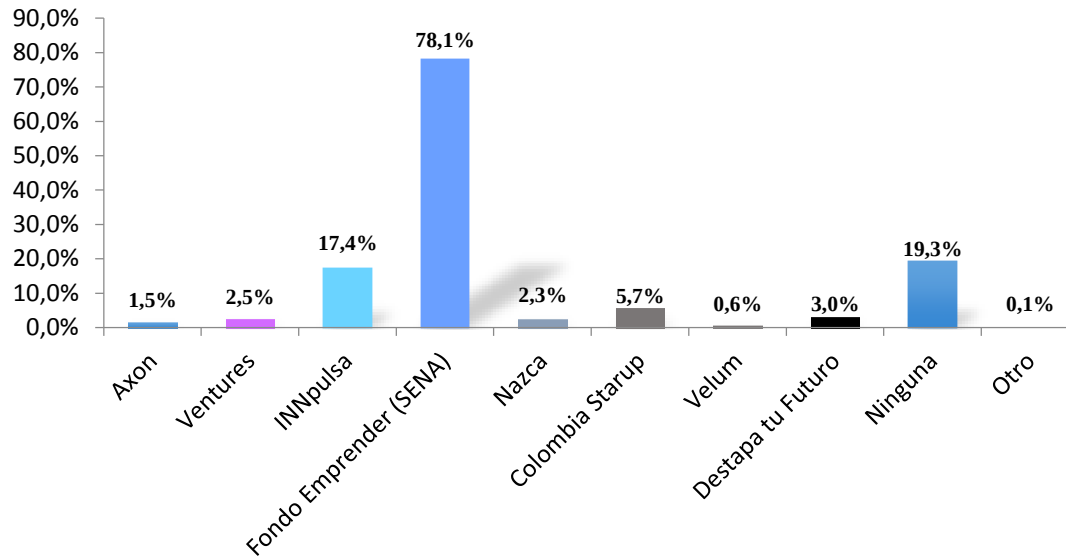
supeditados solamente a la ciudad de Cúcuta, sino al entorno nacional. Por tanto, la conclusión de Kantis (Ob.cit.) toma peso en esta realidad, en relación con la necesidad de crear “condiciones de entorno más favorables para el crecimiento [y surgimiento] de las nuevas empresas” (p.133); favoreciendo en estos futuros empresarios, la iniciativa de generar empresas.

Figura 55. Cantidad de ideas de negocio generadas como estudiante de administración.



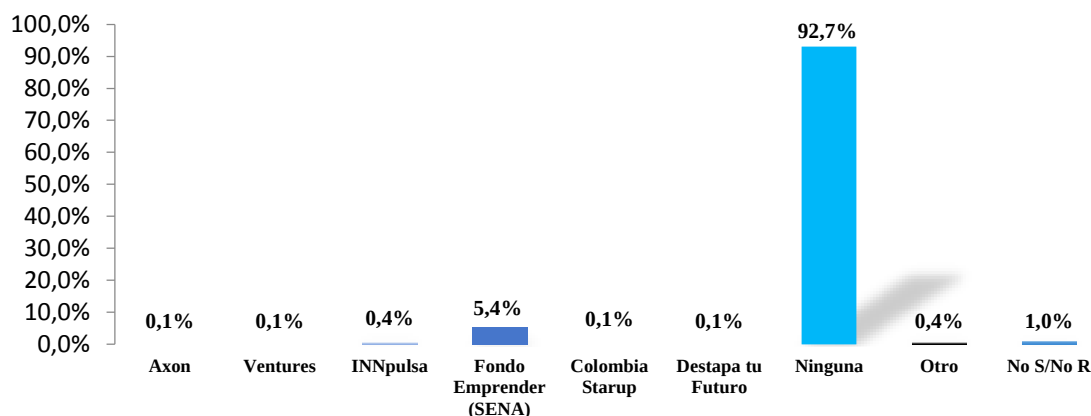
Como se visualiza en la figura 55, el mayor número de ideas que han generado los administradores en formación pertenecientes a la muestra de este estudio, convergen entre 1 a 3 de estas, como lo expresan el 66,3% de estudiantes; asimismo, el 17,1% indicó haber producido entre 4 a 6 ideas de negocio, mientras que el 11,8% señaló no haber desarrollado ninguna idea de este tipo hasta este momento. Estos resultados, pueden resultar poco alentadores si se piensa en el emprendimiento como una alternativa de crecimiento en Norte de Santander. Sin embargo, las instituciones educativas tienen aquí una responsabilidad emergente, al contar con los futuros emprendedores de manera cautiva por varios años de formación, permitiendo la implementación de estrategias instruccionales que desarrollen la creatividad de los aprendices en términos objetivos, confiables y sustentables ante la creación de nuevas empresas.

Figura 56. Cuáles de estas convocatorias a nivel de emprendimiento conoce.



En la figura 56, prevalece que el Fondo Emprender del SENA es el más reconocido por el 78,1% de estudiantes encuestados, mientras que, el 19,3% admite no conocer ninguna de estas convocatorias y el 17,4% expresó conocer a INNpulsa. En definitiva, los demás valores oscilan entre 5,7% y 0,1% lo que significa que son muy bajos y permite inferir que existe un desconocimiento de la mayoría de convocatorias. En consecuencia, las universidades ubicadas en Cúcuta han de establecer mecanismos y convenios con las entidades a las que pertenecen estas convocatorias menos reconocidas, con el ánimo de darlas a conocer a toda la comunidad de estudiantes de administración, promoviendo así el respaldo al emprendimiento en esta carrera, al contar con un abanico más amplio para la recepción y postulación de las ideas y planes de negocios que generen estos estudiantes.

Figura 57. En cual convocatoria ha participado.

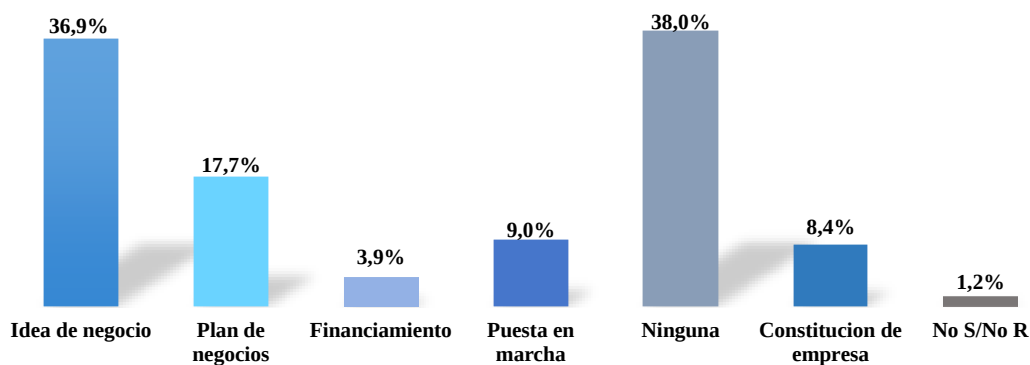


La figura 57 evidencia que el 92,7% de quienes se les encuestó, manifestaron de no haber participado en ninguna de las convocatorias que se listaron en el ítem anterior. Por su parte, el 5,4% respondió que participó en el Fondo Emprender del SENA. A su vez, los demás valores de respuesta ofrecidos por los encuestados oscilan entre 1 y 0.1%, lo cual indica una mínima participación en los otros procesos de convocatorias en emprendimiento. Estos resultados coinciden con el comportamiento a nivel nacional al momento de participar en este tipo de convocatorias, como lo señalan Cantillo, Pina, Gómez y Volpe (2013), quienes afirman que al solicitar a los estudiantes generar empresas, participan en convocatorias nacionales en cuanto a emprendimiento, siendo el Fondo Emprender y Ventures las más frecuentadas.

Lo aportado por los autores reafirma el hallazgo obtenido en la investigación, y previamente discutido, sobre el conocimiento que tienen algunos estudiantes de administración en Cúcuta sobre estas convocatorias; sin embargo, un alto porcentaje de estos no procede a gestionar ideas y planes de negocios en dichas convocatorias. Este resultado, es un aspecto a reflexionar por parte de las universidades con la finalidad de aumentar el flujo de participación de sus estudiantes en este tipo de actividades de emprendimiento, con lo cual, adquieran experiencia en las mismas, estimulen la creación de nuevas empresas por parte de ellos y obtengan una mejor

visión de estos procesos, como una conformación de sus planes de negocios ajustados a los requerimientos de cada convocatoria activa.

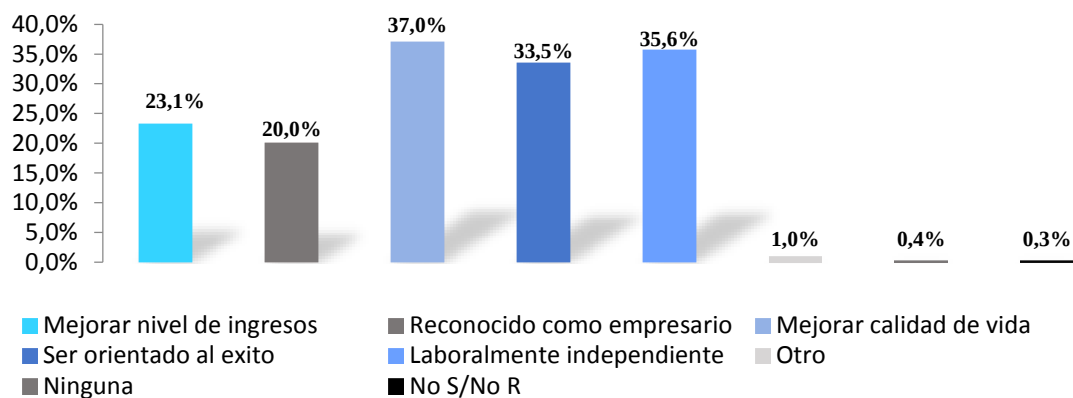
Figura 58. En cuales de estas fases a nivel personal, fuera de la universidad ha estado.



La figura 58 muestra que el 38% de la muestra del estudio expresa que no ha sido participe de ninguna fase de creación de empresa, el 36,9% admite haber tenido una idea de negocio, el 17,7% reconoció haber realizado un plan de negocios; mientras que, el 9% ha efectuado la puesta en marcha de sus ideas y planes de negocios y el 8,4% de estos estudiantes ha constituido una empresa como tal, cifras que revelan un porcentaje significativo de estudiantes de administración en Cúcuta que no optan por conformar empresa en la ciudad, realidad que debe despertar el interés de las universidades para conocer por qué está sucediendo este comportamiento y de esta manera, tomar medidas que contrarresten estas cifras encontradas y aprovechar las ideas de negocios que se originan desde el aula de clase, aprovechando estos esfuerzos y así, contribuir con el descenso de las altas tasas de informalidad como desempleo en esta zona de frontera.

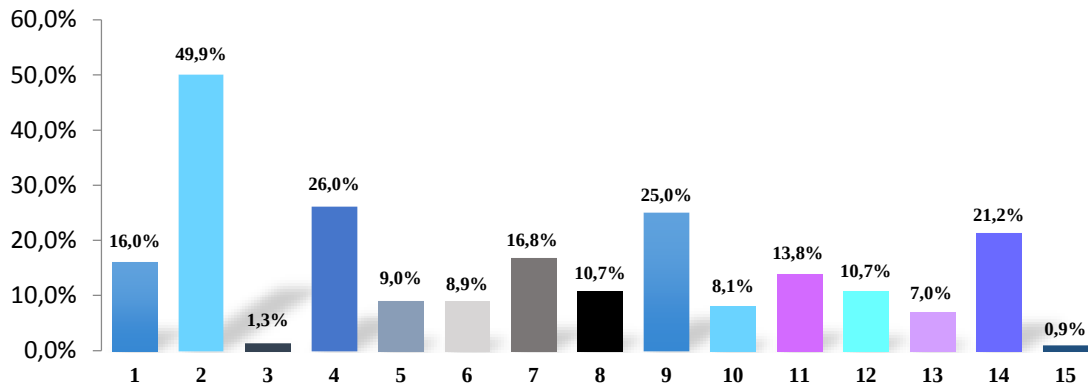
En definitiva, es indiscutible que existen las ideas y los planes de negocio propiciados por estos estudiantes, así como, están presentes las convocatorias que pueden hacerlas realidad, pero, al parecer falta una conexión adecuada entre todos los actores a los cuales les compete cambiar el rumbo económico de la ciudad desde la fuente misma del conocimiento, como es el caso de las universidades.

Figura 59. Expectativas esperadas en el programa de Administración para ser formado como emprendedor.



En lo que corresponde a las expectativas que esperan los estudiantes de administración para ser instruidos como emprendedores, reflejadas en la figura 40, se tiene que el predominio se distribuye entre tres opciones con muy poca diferencia entre ellas, como son: mejorar su calidad de vida que obtuvo un 37% de aceptación por parte de los estudiantes encuestados, un 35,6% de estudiantes que quieren ser laboralmente independientes y un 33,5% que esperan ser orientados hacia el éxito. Al analizar estos porcentajes puede decirse que se revelan bajos; lo cual podría estar relacionado con la poca o nada discusión de este tema, durante la formación de estos futuros empresarios.

Figura 60. Qué sector o sectores le atraen para crear empresa.



1. Calzado, 2. Comercio, 3. Químico, 4. Textiles, moda, 5. Agroindustria, 6. Salud, 7. Tecnología, 8. Medios, publicidad, 9. Servicios, 10. Producción industrial, 11. Alimentos procesados, 12. Cultural, recreación, 13. Construcción, 14. Financiero, 15. Ninguno.

La figura 60, presenta los sectores que más atraen a los estudiantes de administración en la ciudad de Cúcuta para conformar empresa, resaltando el sector comercio con el 49,9% de aquellos que se inclinan por él, seguido del sector textil y de moda con un 26%, el sector de servicios resultó atractivo para un 25% y un 21,2% prefiere incursionar en el ramo financiero. Cabe señalar, que la fabricación y mano de obra del sector textil en esta ciudad es reconocida por las demás regiones, como lo evidencia Caracol (2018) al afirmar que “los proyectos textiles adelantados por el sector privado han permitido a algunos microempresarios, ubicados en la comuna número siete al norte de Cúcuta, generar empleo a través de la confección para una reconocida marca textil en Colombia” (párr.2).

Agrega además, que se está generado trabajo para 100 personas al confeccionar 60.000 prendas para esta empresa nacional; que existen alrededor de 700 personas dedicadas a la fabricación de ropa, los cuales están buscando comercializar sus productos a otras zonas del país, pues lo hacían antes a Venezuela; por lo que se hace un llamado “al sector público – privado apoyar este renglón de la economía que contribuiría a combatir el desempleo y fortalecer el desarrollo empresarial en la ciudad” (párr.5).

En consecuencia, pueden surgir emprendimientos en Cúcuta para satisfacer a otro tipo de industrias locales y nacionales, a la par que puedan ayudar a comercializar estos productos textiles. De igual manera, se evidencia que, en esta ciudad, los gremios, instituciones y el sector político, pueden optar por desarrollar esta industria a gran escala, pues, las cifras reflejan cierta decantación de estudiantes y de personas hacia este sector específico. En relación con esto, REUNE (2017) en el análisis que somete al Fondo Emprender, señala que los tres sectores que más se financian en Colombia a través de esta convocatoria son el de manufacturas, agricultura, cría de animales resaltando la ganadería, comercio al por mayor y menor, entre otros, tal como puede visualizarse en la Tabla siguiente.

Tabla 15. Sectores más financiados por Fondo Emprender

Sector	Nro.	%	Subsectores representativos	%
Industrias Manufactureras	120	34%	Elaboración De Alimentos Compuestos Principalmente De Frutas, Legumbres Y Hortalizas; Otros productos alimenticios; panadería; prendas de vestir	32%
Agricultura, Ganadería, Caza Y Silvicultura	74	20,96%	Cría Especializada De Ganado Vacuno; Porcino; y Actividades De Servicios, Agrícolas Y Ganaderos	54%
Comercio Al Por Mayor Y Al Por Menor, Reparación De Vehículos Automotores, Motocicletas, Efectos Personales Y Enseres Domésticos	33	9,30%	Comercio Al Por Menor De Frutas Y Verduras, En Establecimientos Especializados; carnes; alimentos en general, bebidas y tabaco	18%
Actividades Inmobiliarias, Empresariales Y De Alquiler	28	8%	Actividades De Asesoramiento Empresarial Y En Materia De Gestión; Otras actividades empresariales	46%

Otras Actividades De Servicios Comunitarios, Sociales Y Personales	23	6,51%	Otras Actividades De Servicios; Otras Actividades De Entretenimiento; Otras Actividades De Esparcimiento	57%
Transporte, Almacenamiento Y Comunicaciones	19	5,30%	Servicios Relacionados Con Las Telecomunicaciones; Otros Servicios De Telecomunicaciones	79%
Hoteles Y Restaurantes	17	5%	Expendio a La Mesa De Comidas Preparadas, En Restaurantes; Cafeterías	76%
Servicios Sociales Y De Salud	14	3,90%	Actividades De Las Instituciones Prestadoras De Servicios De Salud, Actividades De Apoyo Terapéutico	29%
Construcción	9	2,50%		
Pesca	9	2,54%		
Educación	5	1,41%		
Explotación De Minas Y Canteras	1	0,28%		
Suministro De Electricidad, Gas Y Agua	1	0,28%		

Nota. Información suministrada por REUNE (2017), adaptada por el autor para la investigación (enero, 2021)

Por tanto, los resultados aportados por los estudiantes de administración en Cúcuta, se asemejan a los datos de los financiamientos presentados por el Fondo Emprender, por lo que se debe impulsar en estos estudiantes desde las universidades, emprendimientos en torno a estos sectores, para que tengan más probabilidades de acceder a capital semilla de esta convocatoria. De igual manera, afirma que al comparar los sectores frente a los proyectos originados en las universidades, se destaca solamente en Norte de Santander, la Universidad de Pamplona en el renglón de hoteles y restaurantes, pues tanto organizaciones como instituciones educativas en Bogotá, son las que más proyectos tienen en la industria manufacturera; tal como lo refleja la Tabla siguiente.

Tabla 16. Proyectos por sectores financiados por Fondo Emprender

Sector	Total general	Universidad	%
Industrias Manufactureras	120	Empresarios sin indiferencia, 13; Universidad Nacional, 7; UIS, 9.	24%
Agricultura, Ganadería, Caza Y Silvicultura	74	Corporación Incubadora de Empresas de Sucre, 15; Universidad de la Amazonía, 8; Universidad Coop de Colombia, 5	37%
Comercio Al Por Mayor Y Al Por Menor	33	Empresarios sin indiferencia Gerencia de proyectos, 13;	39%
Actividades Inmobiliarias, Empresariales Y De Alquiler	28	Empresarios sin indiferencia Gerencia de proyectos, 6; Universidad Nacional 3	32%
Otras Actividades De Servicios Comunitarios, Sociales Y Personales	23	EAN, 3; Escuela de Administración de Mercadotecnia del Quindío, 2; UNAD, 2.	30%
Transporte, Almacenamiento Y Comunicaciones	19	Universidad Escuela de Administración y Finanzas y Tecnologías, 3; UDEA, 2; U de Quindío, 2; U de los Andes 2.	47%
Hoteles Y Restaurantes	17	U. del Cauca, 3; U. de Pamplona,3; U. Coop de Colombia,2;	47%
Servicios Sociales Y De Salud	14		
Construcción	9		
Pesca	9		
Educación	5		
Explotación De Minas Y Canteras	1		
Suministro De Electricidad, Gas Y Agua	1		

Nota. Información suministrada por EUNE (2017), adaptada por el autor para la investigación (enero, 2021)

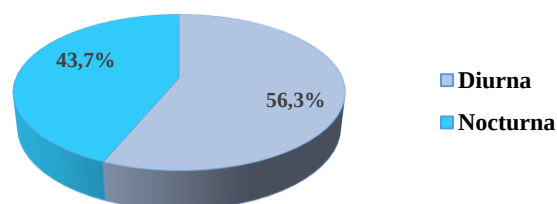
Por otro lado, Dinero (2018) reseña la recopilación de información que realizó INNpula junto con la Universidad Nacional sede Medellín en lo concerniente a emprendedores en el país; resaltando que “uno de los detalles más relevantes que mostró el informe es que los emprendimientos con menos de cinco años de operaciones

han generado 7.933 empleos directos en el país” (párr.4). Adicionalmente, señala que, de acuerdo con los expertos del país en startups, producto de la realización de un mapeo para recolectar y poder llenar vacíos de talentos, realizado en Medellín, surgieron temas para emprender desde el sector salud y en lo referente a energías renovables.

En cuanto a los emprendimientos de alto impacto en el país, afirma Dinero (2018) que “las principales oportunidades estarán en el desarrollo de startups innovadoras apalancadas en tecnologías” (párr.2), desde el ámbito de la educación, financiero y de la salud; así como, menciona que no solamente desde el fuero tecnológico, sino, en el agrícola, en el de transporte y en el turismo, espacios en los cuales “Colombia requiere tener soluciones innovadoras para generar eficiencias, control y mejorar la experiencia al consumidor” (párr.5).

Por todo lo anterior, se podría utilizar el mapeo en Cúcuta para identificar desde las universidades, oportunidades para reforzar empresas y sectores, al igual que, a raíz de esto se cimienten emprendimientos, lo que facilite a los estudiantes de administración crear empresas; ya sea, como respaldo de otras empresas locales o nacionales, o como emprendimientos independientes, aportando incrementos en el panorama económico de la ciudad y combatiendo la informalidad como el desempleo.

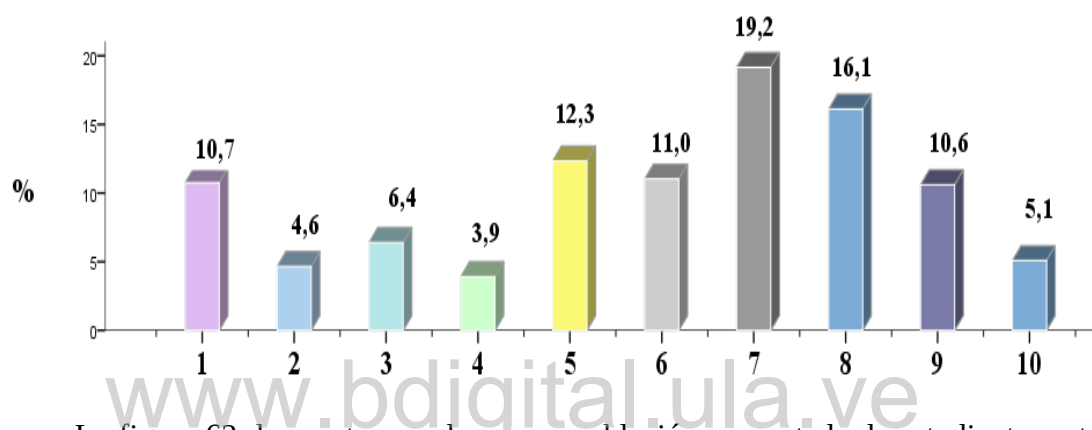
Figura 61. Turno de estudio.



Como se aprecia en la figura 61, el mayor número de estudiantes encuestados representado por el 56,3% se encuentran cursando la carrera de administración de empresas o financiera en la jornada diurna, mientras que, el 43,7% señalan estudiar en el horario nocturno. No obstante, la diferencia entre ambos resultados es solo de un

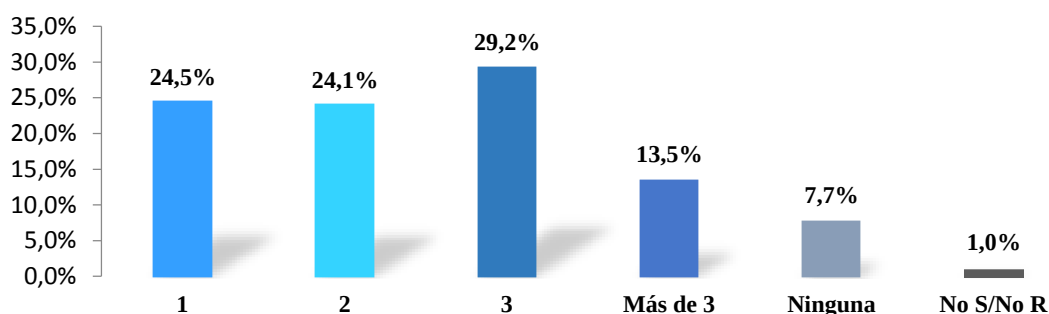
12,6% lo que permite señalar que es baja, permitiendo además presumir que el porcentaje de estudiantes pertenecientes al turno nocturno, pueden estar en su jornada diurna laborando en el ámbito empresarial; lo que favorece la transferencia de conocimientos que están adquiriendo en la universidad a la experiencia laboral cotidiana.

Figura 62. Semestre que cursa.



La figura 62 demuestra que la mayor población encuestada de estudiantes está representada por el 19,2% quienes cursan el séptimo semestre de la carrera de administración, seguidos del 16,1% que reúne a los estudiantes cursantes del octavo semestre. Asimismo, el 12,3% se ubica en el quinto semestre, el 11% en sexto semestre y el 10,7% estaban cursando el primer semestre de administración. No obstante, resulta valioso resaltar que, de acuerdo con los resultados obtenidos, el 74,3% de la muestra del estudio está en la mitad superior de la carrera, es decir, están estudiando entre el quinto y décimo semestre; lo cual permite inferir que ya han adquirido ciertos conocimientos sobre la profesión que les permitiría pensar, participar y hasta iniciar un emprendimiento.

Figura 63. Número de materias que ha visto en emprendimiento en su carrera.



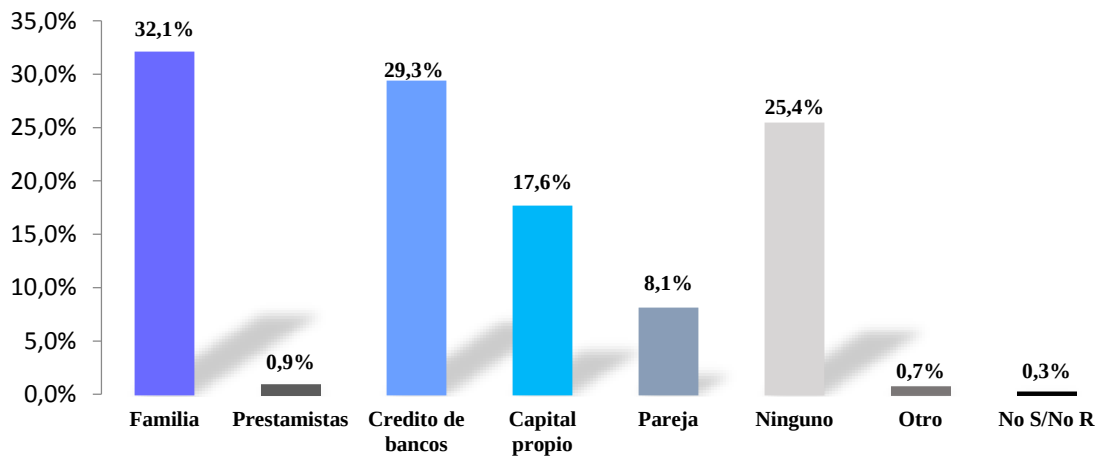
En la figura 63 resalta que el 29,2% de los administradores en formación que fueron encuestados, han visto tres materias que tienen que ver con emprendimiento, además, el 24,5% señaló haber visto dos materias y el 24,5% estaba o había cursado una materia en emprendimiento. Solo el 13,5% manifestó haber participado en más de tres unidades curriculares relacionadas con este tema, y un 7,7% admitió que no ha visto esta materia en su carrera hasta el momento. Estos resultados son un indicador de la baja presencia de la formación en emprendimiento a través de cátedras dedicadas a este objeto de estudio, en la carrera de administración de las universidades participantes en la investigación, hallazgo que se sustenta en lo manifestado por Cantillo, Piña, Gómez y Volpe (2013) cuando indican que “la cátedra de emprendimiento tiene un efecto positivo sobre la formación de una mentalidad emprendedora en los estudiantes” (p.54); por tanto, se podría afirmar que su ausencia presentaría un efecto contrario, es decir, negativo.

Por consiguiente, es razonable a resultados previamente obtenidos y discutidos en la investigación como el desconocimiento de convocatorias y una mínima participación en ellas por parte de los estudiantes encuestados; realidad señalada por Kolvereid y Moen (1997) citado en Guerrero et al. (2013), en “que la educación en emprendimiento influye en el comportamiento emprendedor de los estudiantes” (p.54).

En consecuencia, se exhorta a las universidades de la ciudad de Cúcuta a estudiar más a fondo estos aspectos en sus instituciones, con el propósito de reformular la malla curricular de la carrera de administración, en función de aumentar el número de

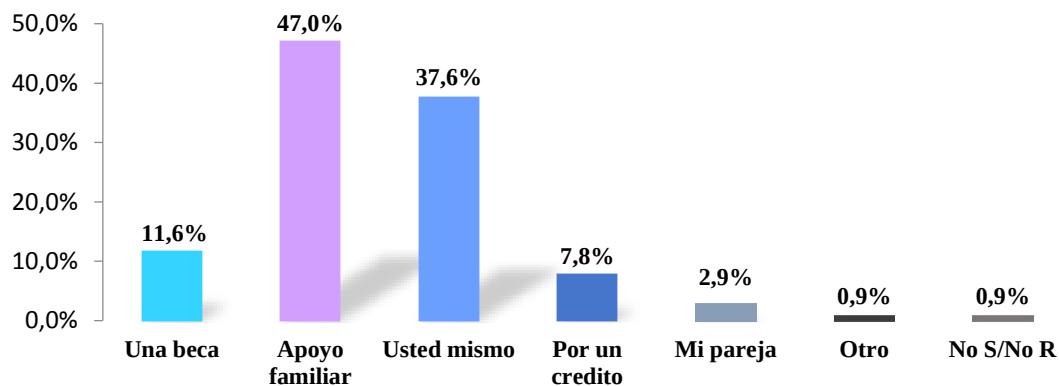
materias relacionadas con el emprendimiento, las cuales puedan ofrecer al estudiante una formación en esta materia, actualizada, contextualizada y eficaz.

Figura 64. Desea crear empresa cuenta con apoyo financiero de:



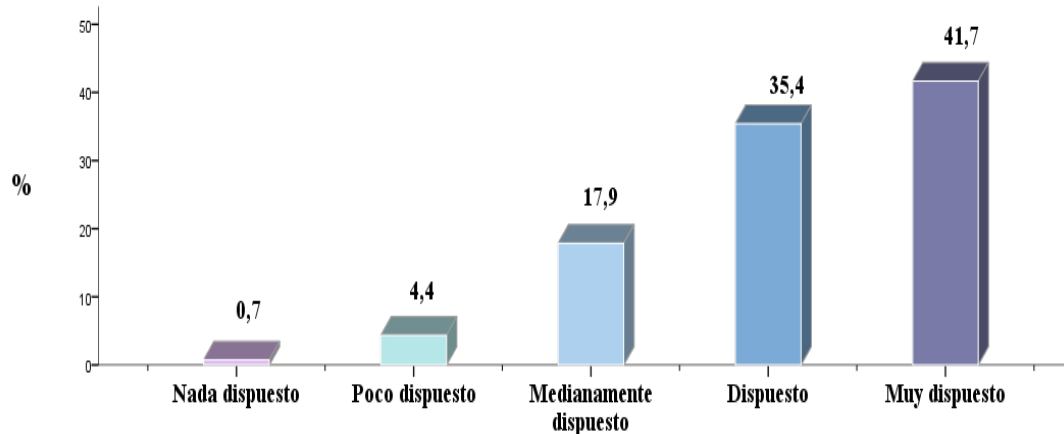
En primer lugar, la figura 64 revela que el 32,1% de los estudiantes que resolvieron el cuestionario, afirman que sus familias son el principal punto de apoyo económico más cercano a la hora de emprender; el 29,3% declaró contar con respaldo financiero de entidades bancarias, el 17,6% respondió contar con un capital propio en caso de emprender y el 25,4% reconoció no contar con ningún apoyo de esta índole para poder emprender. Estos resultados muestran porcentajes similares entre las principales opciones seleccionadas por los estudiantes del estudio, aunque, vale la pena resaltar que, el apoyo familiar permanece como primera opción, hecho que podría explicarse como producto de la tradición cultural colombiana, en la cual la protección y apoyo familiar prevalece como elemento significativo de formación.

Figura 65. El costo de sus estudios lo asume.



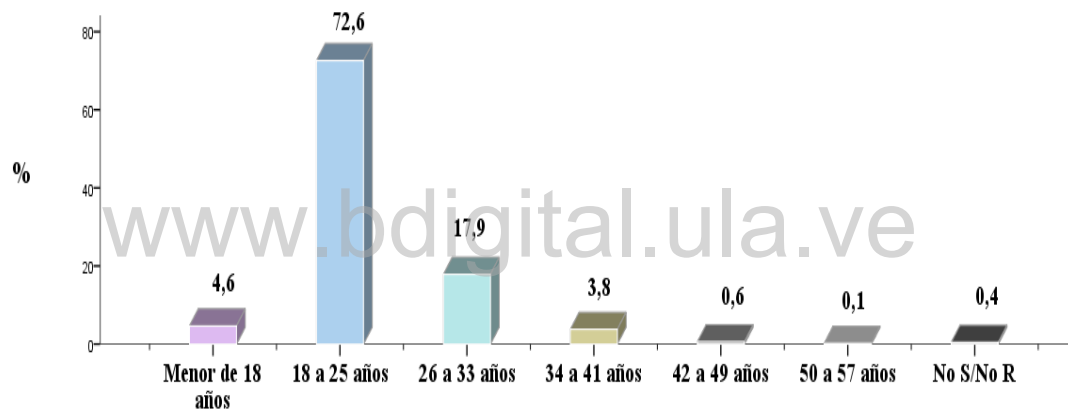
En la figura 65 se observa cómo el 47% de la muestra encuestada indicó que primordialmente el pago de sus estudios proviene de sus familias; en segundo lugar, el 37,6% expresó que ellos mismos proveen el dinero para el pago de su formación y el 11,6% informaron que estudian gracias a una beca. Estos resultados reafirman lo anteriormente expuesto en la figura 64, al concentrar el mayor porcentaje de respuestas nuevamente en el apoyo familiar.

Figura 66. Indique su nivel de disposición para crear empresa.



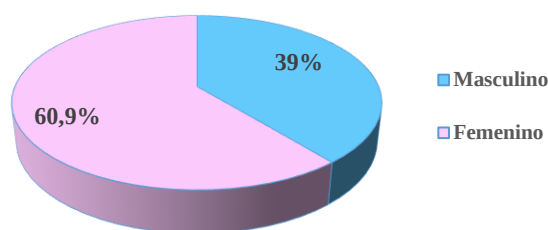
En la figura 66, se refleja que el 77,1% de los estudiantes objeto de estudio están completamente dispuestos a crear empresa, en contraposición al 23% que se mantiene en una actitud poca o nula de disposición ante esta posibilidad. Estos hallazgos pueden interpretarse como que el bajo porcentaje de concreción para crear empresa, por parte de los estudiantes de administración de la ciudad de Cúcuta, puede estar más asociado con desconocimiento del procedimiento para lograrlo, falta de financiamiento o poca formación en el tema; pues con la disposición para hacerlo cuentan la mayoría de los futuros administradores.

Figura 67. Edad.



Como se puede apreciar en la figura 67, predomina el 72,6% de aquellos estudiantes que dieron respuesta a la encuesta, que tienen edades comprendidas entre los 18 a 25 años, así pues, el 17,9% se encuentran entre los 26 a 33 años y el 4,6% son menores de 18 años; por consiguiente, queda evidenciado que un gran porcentaje de esta población es relativamente joven.

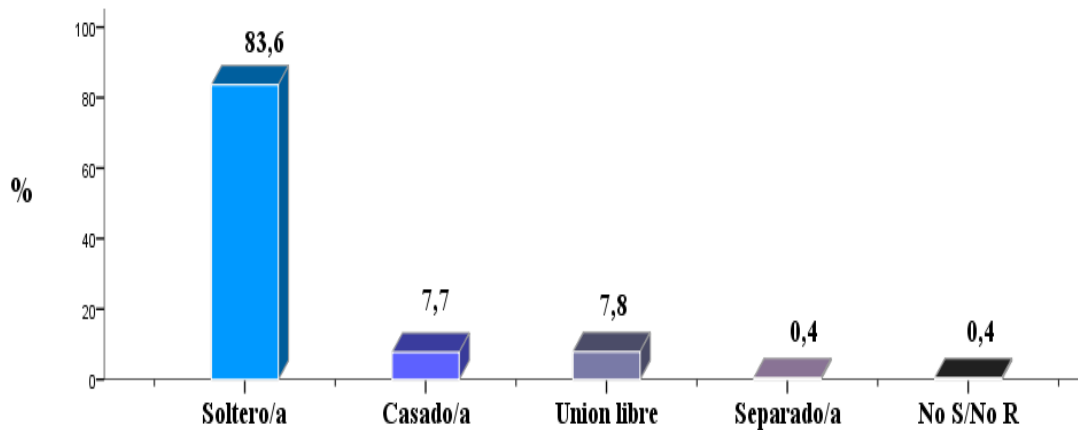
Figura 68. Género de nacimiento.



El género femenino es el que más prevalece entre ambos sexos, siendo el 60,9% de los estudiantes que fueron encuestados, solo el 39% son hombres. De igual forma, estos resultados coinciden con el estudio del perfil del consumidor cucuteño realizado por la Cámara de Comercio de Cúcuta (2012) en el que se encontró que el 55% de los encuestados fueron mujeres. Asimismo, los datos nacionales del DANE en base al censo del 2005 con proyección a 2015, contemplan una población en que destacan las mujeres, dado que, estas son 24.130.117 y los hombres tan solo 23.531.670; al mismo tiempo, a nivel del municipio de Cúcuta, las mujeres son 335.609 y 314.402 hombres.

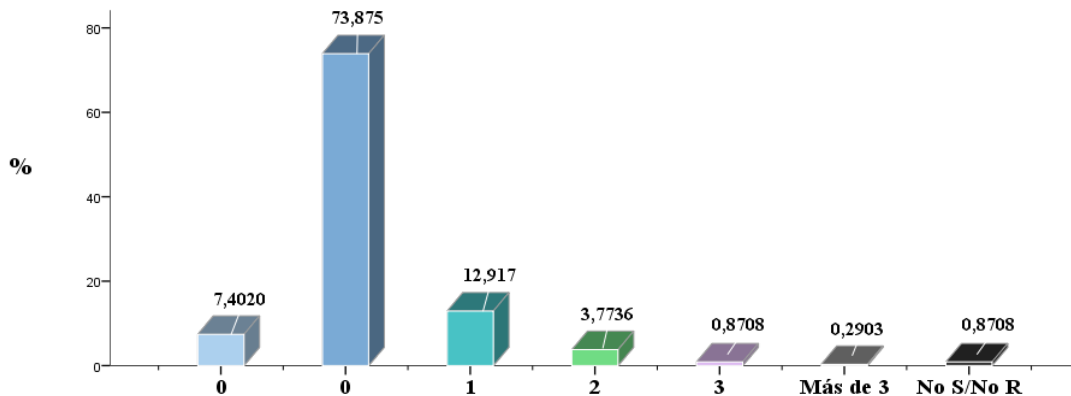
Igualmente, González, Herrera y Tovar (2015) encontraron que la mayor población que encuestaron para su estudio en México, fueron principalmente un 51,2% de mujeres universitarias, por lo que se establece que las mujeres están tomando un rol importante en el contexto profesional, no solo en Colombia, sino, en el marco internacional, así como, son la población que sobresale en números en Colombia y en Cúcuta respectivamente.

Figura 69. Estado civil.



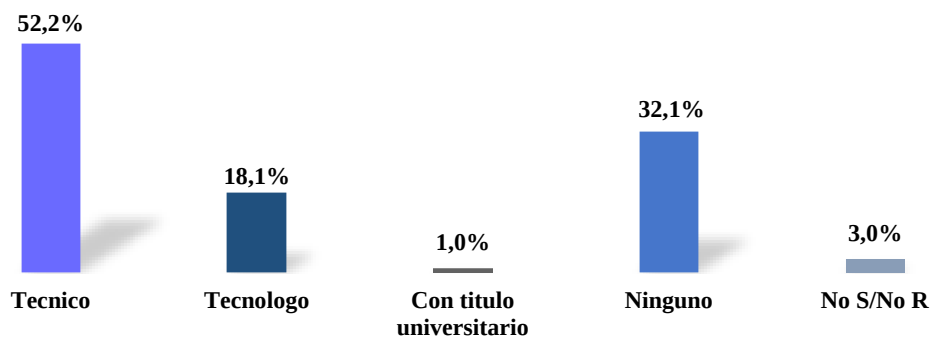
En cuanto al estado civil que tienen los estudiantes de administración encuestados, sobresale en la figura 69 que el 83,6% están solteros, mientras que, el 7,8% se encuentra en unión libre, solo el 7,7% están en unión matrimonial, y finalmente, el 0,4% son separados.

Figura 70. Número de hijos.



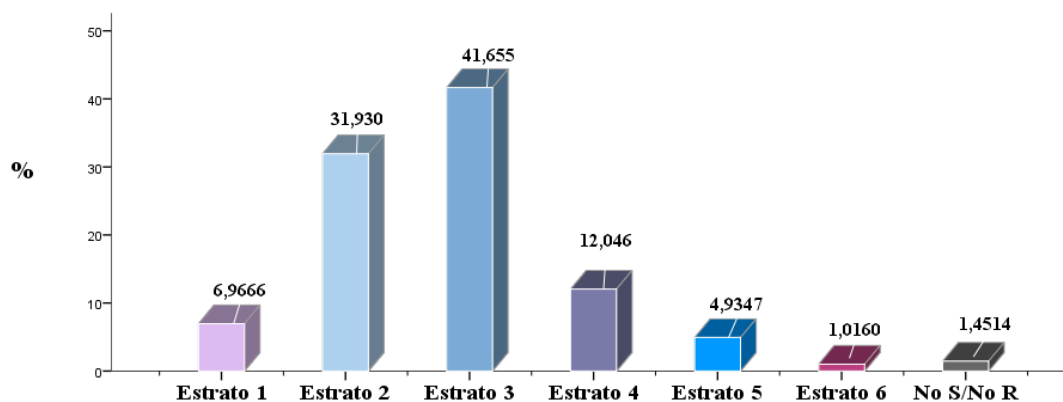
En lo correspondiente al número de hijos, prevalece que el 74% de la población encuestada no tiene ningún hijo, asimismo, el 13% respondió que tiene un hijo y el 3,7% señaló tener dos hijos. Los demás valores se aprecian muy bajos en relación a quienes admitieron tener entre tres y más hijos.

Figura 71. Títulos educativos adicionales que tiene.



En lo relacionado a si los estudiantes que fueron encuestados cuentan con algún título educativo adicional, el nivel técnico es el que más comparten el 52,2% de esta población, a su vez, el 32,1% confiesan no tener ningún título aparte de bachiller, el 18,1% contestaron que tiene a favor una tecnología y el 1% posee un título de nivel universitario.

Figura 72. Barrio de residencia.

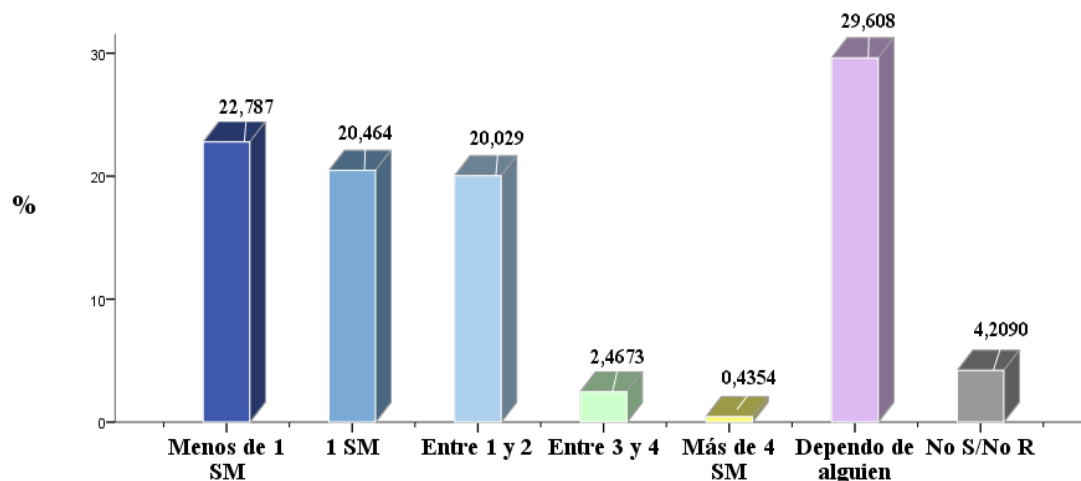


El estrato socioeconómico que prevalece como se visualiza en la figura 72 es el 3, con el 41% de los encuestados ubicados allí, le sigue, el 31,9% de los estudiantes que pertenecen al estrato 2; igualmente, el estrato 4 abarca el 12% de estos estudiantes y el 7% de estos se encuentra en el estrato 1. Tan solo el 5,9% de la masa estudiantil esta entre los estratos 5 y 6. En relación a esto, Kantis (2004) sostiene que los

emprendedores en Latinoamérica “pertenecen a sectores de clase media y media alta y cuentan con un elevado nivel de educación; por consiguiente, provienen de una base social más estrecha” (p.133). Como se observa en los resultados de esta investigación, en que, en estos estrato se ubica la mayoría de población de administración, sin embargo, este autor señala que la accesibilidad a oportunidades de ser empresario, han de ser mucho más equitativas, con el propósito de “incrementar las fuentes de riqueza económica y el número de emprendedores dinámicos y fortalecer los canales de movilidad social” (Ob.cit.).

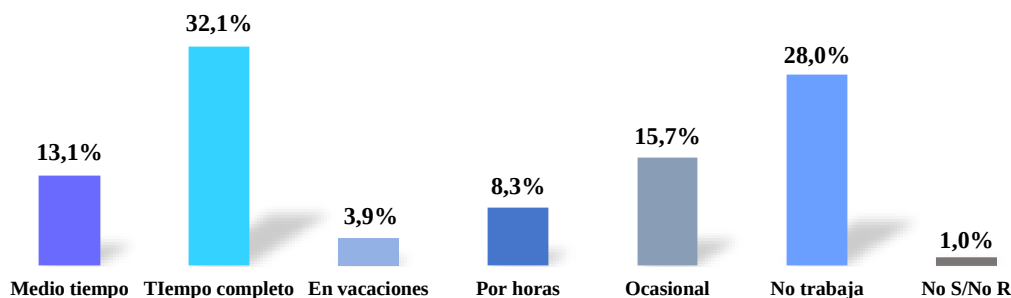
Adicionalmente, Kantis sostiene que existe la posibilidad de que surjan emprendimientos, al inclinar la balanza a esta acción, inclusive en los sectores poblacionales que tienen más presencia de emprendedores, siempre y cuando se cree un entorno tanto cultural como económico que sea muy propicio a que se creen empresas. Entonces, se podría inferir que si se estimula y se condiciona el entorno de los estudiantes de administración en Cúcuta, desde todas las perspectivas, sin importar su estrato, a pesar de lo que manifiestan Suarez, Jiménez y Millán (2015) en que a “partir de los niveles de estratificación, la población cuenta con menores o mayores oportunidades de acceder a diferentes bienes y servicios” (p.30); o en este caso, a oportunidades de emprender, sino, por el contrario, de cada uno de los niveles socioeconómicos en Cúcuta, podrán surgir emprendedores con el ánimo de crear empresas.

Figura 73. Ingreso mensual (Salario Mínimo / SM).



En cuanto al ingreso mensual que perciben los estudiantes de administración que dieron respuesta a la encuesta, destaca en la figura 73 que el 29,6% dependen económicamente de alguien, así pues, quienes reciben menos de un salario mínimo legal vigente para Colombia componen el 22,7% de los encuestados. Por otro lado, comparten similitud de proporción con el 20%, aquellos que tienen una entrada económica equivalente a un salario mínimo y entre uno a dos salarios respectivamente. Sin embargo, una pequeña cantidad que comprende el 2,4% de estos estudiantes, asegura ganar más de tres salarios mínimos al mes, mientras tanto, el 0,4% manifestó recibir más de cuatro salarios de manera mensual.

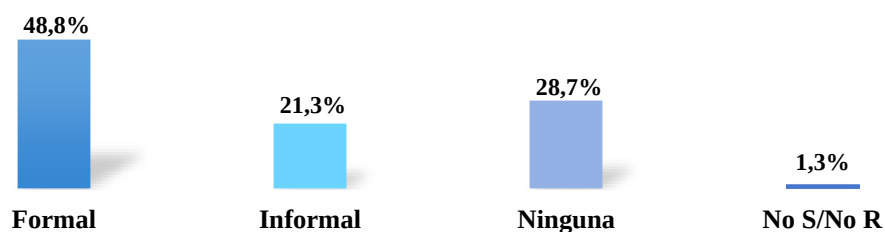
Figura 74. Señale si trabaja actualmente.



El 32,1% de los estudiantes en cuestión, aseveran que laboran a tiempo completo, ahora bien, el 28% respondieron que no están trabajando y el 15,7% trabajan

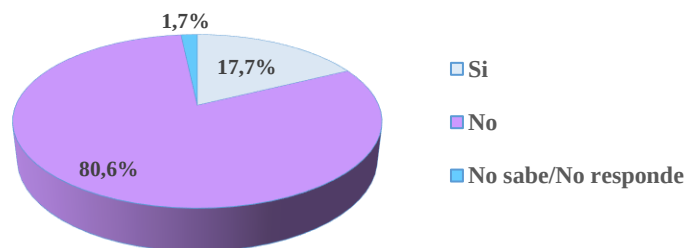
ocasionalmente. De la misma manera, el 13,1% aclaran que laboran media jornada, al mismo tiempo; el 8,3% indicaron que trabajan por horas y un 3,9% labora en vacaciones. Por lo anteriormente descrito, el porcentaje de participación en la vida laboral de estos estudiantes se aprecia bajo y coincide con lo encontrado en la figura 73, en que la mayoría dependen de alguien para solventar sus gastos personales y financiar sus estudios.

Figura 75. De qué manera trabaja.



Como resalta en la figura 75, la forma de trabajo que afronta el 48,8% de estos estudiantes de administración está determinada por ser de tipo formal, de igual forma, el 21,3% labora en la informalidad y el 28,7% no trabaja.

Figura 76. Tiene negocio propio.

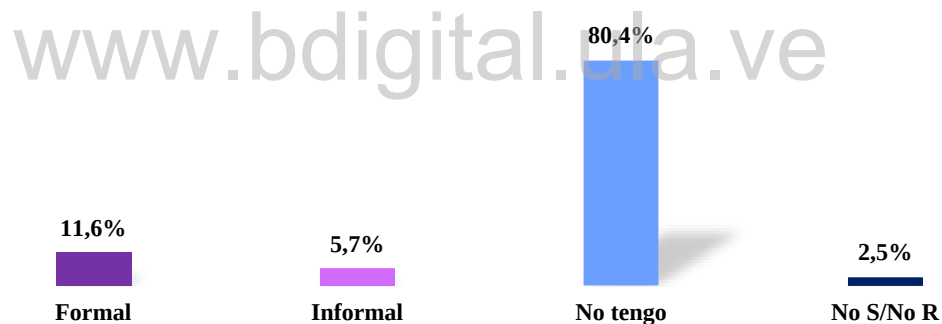


El 80,6% de la población estudiantil de administración que contestó a la encuesta, no cuenta con negocio propio, por el contrario, para el 17,7% resalta el hecho de poseer un negocio. En relación a esto, es importante añadir, el informe de INNpulsas que reseña Portafolio (2017), que expone que en Colombia se encuentran 2.696 startups en la

primera etapa de su desarrollo, además, se agrega que cuentan con una alta capacidad de tener éxito. En este orden de ideas, las edades que comprenden estos emprendedores “está entre los 25 y 35 años (49,37% de los consultados), seguidos de los que se ubican en el rango de edad entre 35 y 45 años (28,79%) de la muestra” (párr.8).

Lo anterior, evidencia que los jóvenes en un bajo margen, tienden a emprender en Colombia, aunque, claramente en Cúcuta sería preciso estudiar en que sectores están ubicados los negocios o empresas de la población estudiantil de Cúcuta que manifestó tenerlos; también, es notorio que los emprendimientos señalados por INNpulsa en el país, sean en su mayoría de los más jóvenes, lo que se puede utilizar para motivar a la comunidad que estudia administración que, como se observó, es relativamente joven, para que sigan estos ejemplos.

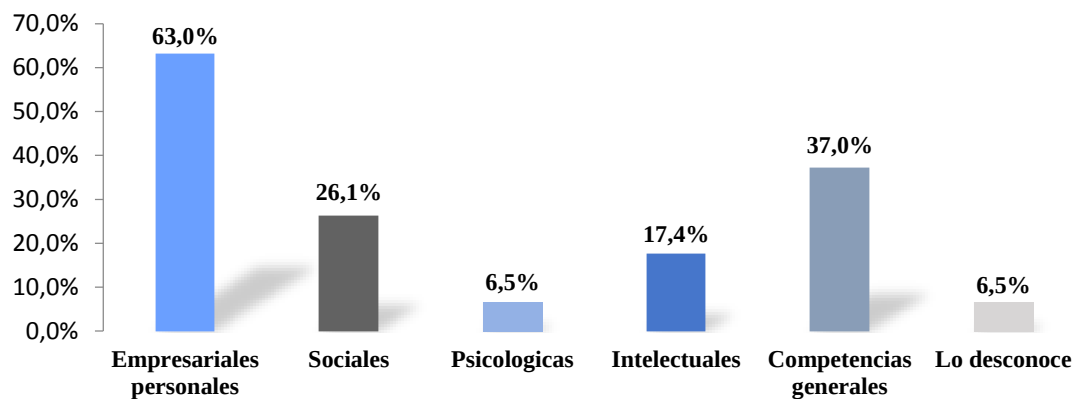
Figura 77. Su negocio es.



Para el 11,6% que contestaron positivamente que poseían un negocio propio, declaran que es formal; de manera semejante, el 5,7% admite que su negocio es informal y el 80,4% remarcan que no cuentan con ningún negocio.

En referencia con el instrumento aplicado a los Docentes y Personal Administrativo.

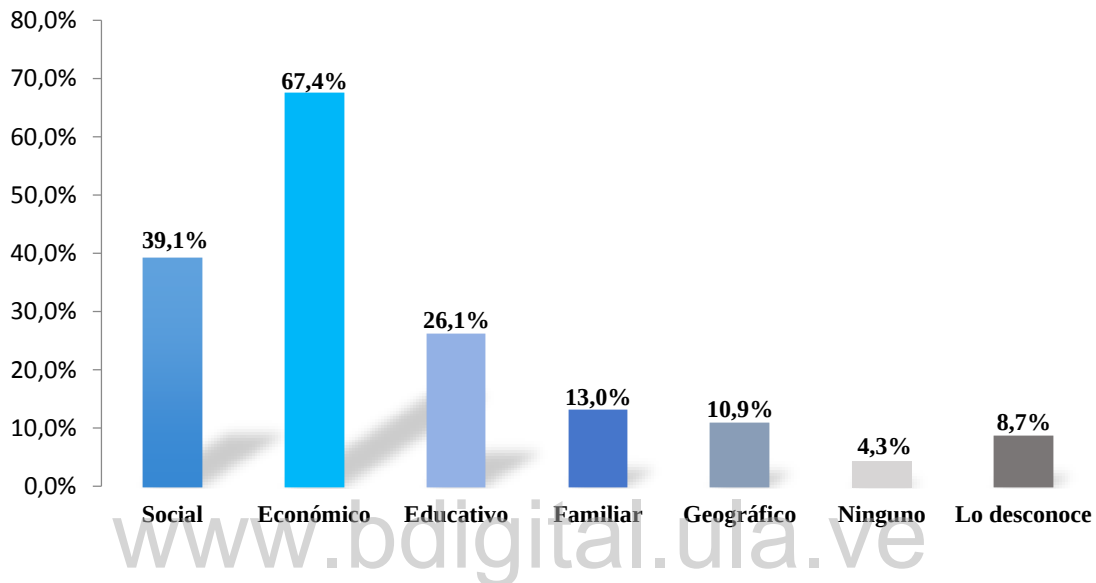
Figura 78. Características emprendedoras identificadas por el programa de Administración.



Como se visualiza en la figura 78, priman tres características que se han identificado en términos de emprendimiento en los estudiantes de las universidades que se aplicó el instrumento; tal como lo señalan los docentes y administrativos encuestados, el 63% está relacionado con las características empresariales personales para emprender, el 37% con las competencias generales, el 26,1% con las características sociales, el 17,4% está representado por las características intelectuales y el 6,5% es compartido por dos alternativas que son, las características psicológicas y el desconocimiento acerca de este tema. Estos hallazgos se sustentan en lo planteado por Neira, Pórtela, Fernández y Rodeiro (2013) sobre la formación emprendedora en relación con la educación, cuando aducen que es prioritario incentivar una cultura emprendedora desde la etapa de formación, fomentando entre el alumnado las cualidades personales que constituyen la base del espíritu empresarial, tales como: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la autonomía personal; responsabilidad que recae en la universidad, institución que debido a su papel de organización formadora de emprendedores, requiere incorporar los aspectos gerenciales a la estructura educativa actual, tomando en cuenta que si bien

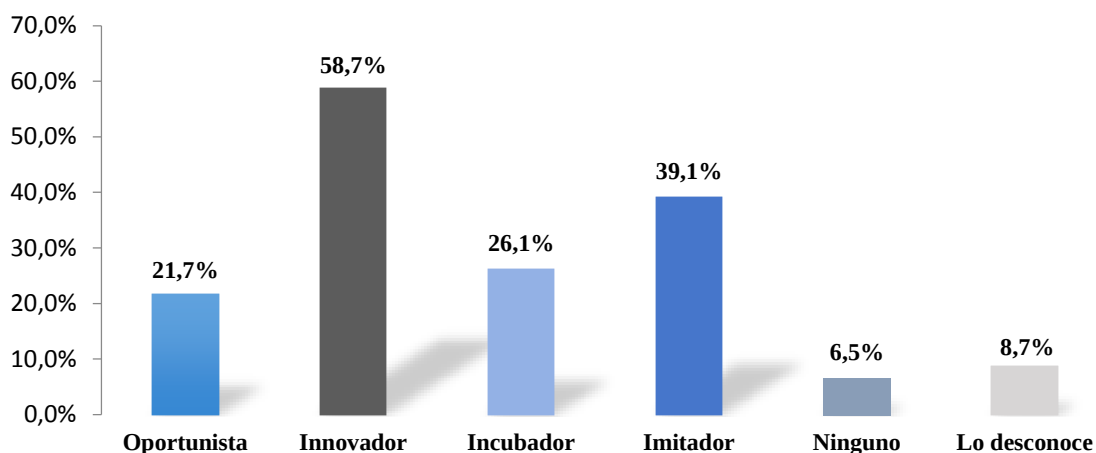
es significativo desarrollar los rasgos personales del futuro administrador, no deje por fuera el resto de las características que requiere para ser un emprendedor calificado.

Figura 79. Entorno del emprendedor visto desde la Universidad.



En la figura 79 destaca que el 67,4% de los encuestados indica que el entorno del emprendedor se caracteriza por lo económico, el 39,1% aseguró que lo social caracteriza el entorno, para el 26,1% está determinado por lo educativo, el 8,7% admitió desconocer este asunto y en lo concerniente a lo familiar y geográfico se aprecian porcentajes muy bajos. Los hallazgos obtenidos en la investigación coinciden, en gran medida, con los planteamientos de García-Macias, Zerón-Félix y Sánchez-Tovar (2018), al aseverar que hoy en día la consolidación de una nueva empresa depende en gran medida de las condiciones del entorno en el que se desarrolla dicha empresa, identificando como los factores más necesarios para que el entorno favorezca la apertura de nuevos negocios, el acceso al financiamiento, el marco regulatorio en que se desenvuelven las empresas, los servicios de apoyo y la capacitación a los que pueden acceder los emprendedores, pues estos elementos se conjugan en el territorio para propiciar el emprendimiento.

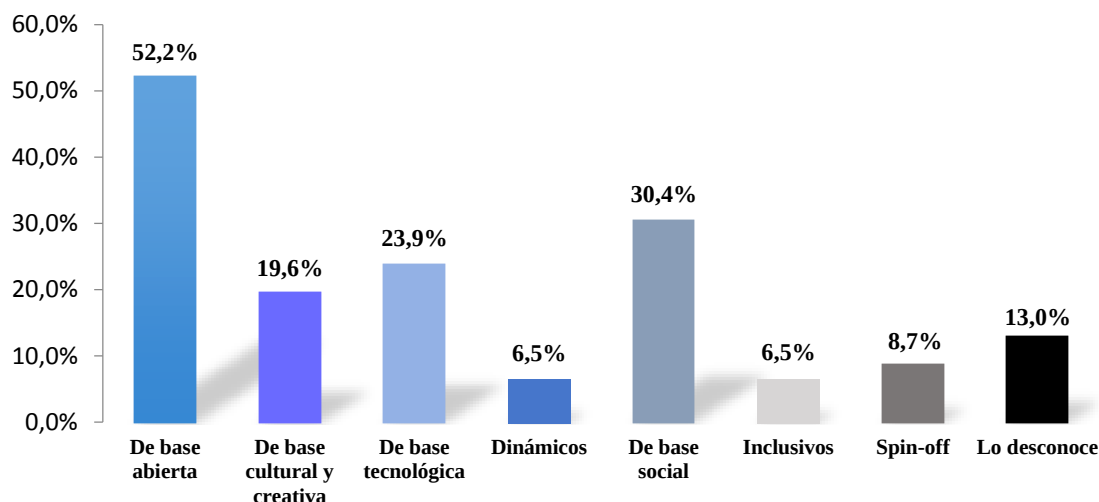
Figura 80. Tipos de emprendimiento identificados en los estudiantes de Administración.



La figura 80 representa desde la opinión de los docentes y personal administrativo que fueron encuestados, la tendencia a los tipos de emprendimiento identificados en sus estudiantes; señalando el 58,7% de los informantes que prevalece el emprendedor de tipo innovador, para el 39,1% es el emprendedor imitador, el 26,1% lo relacionan con el emprendedor de tipo incubador y el 21,7% identifica al tipo oportunista como más frecuente entre los estudiantes de administración. Por el contrario, el 8,7% respondió que tiene desconocimiento de lo anterior, y el 6,5% indicó que no identifica ningún tipo de emprendedor en los estudiantes.

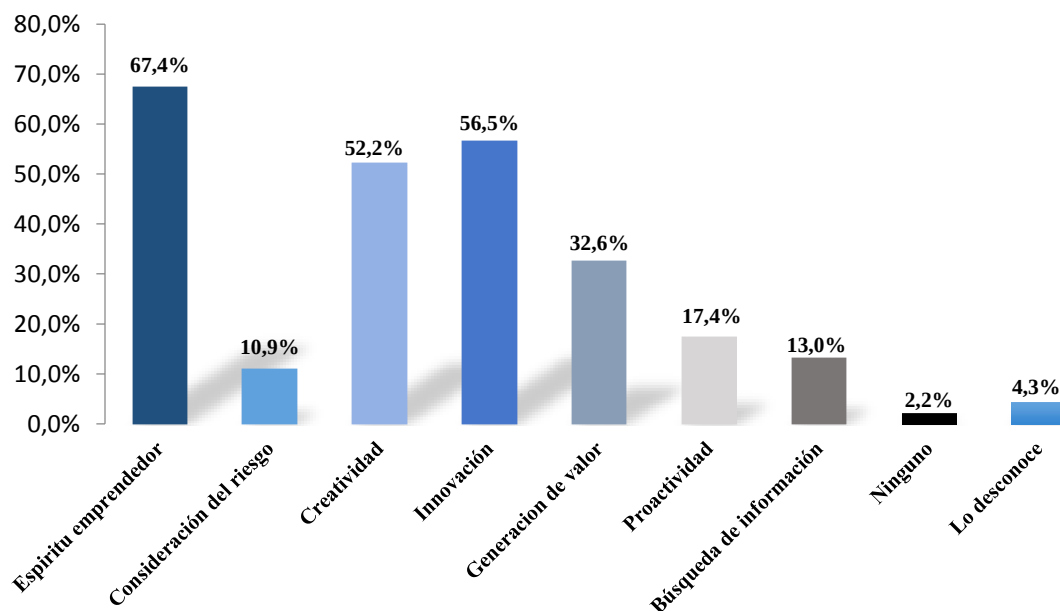
Si bien, un 15,2% puede considerarse un porcentaje bajo, resulta valioso a nivel reflexivo resaltar que este porcentaje representa al grupo de profesores y personal administrativo, del área de emprendimiento de las universidades participantes en el estudio, que no identificaron el tipo de emprendimiento mostrado por sus estudiantes; hecho que podría sugerir, debilidades en los encargados de guiar la formación en emprendimiento de estos futuros administradores, pues al desconocer esta realidad, poco pueden orientar, reajustar o ampliar la formación emprendedora en función de preparar a sus estudiantes para desarrollar su perfil de emprendedor.

Figura 81. Tipos de emprendimiento en la carrera de Administración.



Entre los tipos de emprendimiento que emergen en la carrera de administración en las universidades de Cúcuta prevalecen cuatro, tal como lo muestra la figura 81, siendo los de base abierta los más reconocidos por el 52,2% de los docentes y administrativos encuestados, seguido por los emprendimientos de base social de acuerdo con el 30,4% de los encuestados, mientras que, el 23,9% asegura que en esta carrera surgen emprendimientos de base tecnológica, para un 19,6% los emprendimientos son de base cultural y social. Por último, el 13% de este personal desconoce qué tipo de emprendimientos surgen en el programa de administración. Este último porcentaje, es muy cercano al obtenido por esa misma opción de respuesta en la pregunta anterior, representada en la figura 81, lo que permite sugerir que este es el porcentaje de profesores y personal administrativo, que a pesar de estar adscritos al área de emprendimiento en las universidades participantes en la investigación, no se involucran en el diagnóstico y seguimiento de la formación emprendedora de sus estudiantes.

Figura 82. Componentes de la cultura emprendedora que fomenta la carrera de Administración.

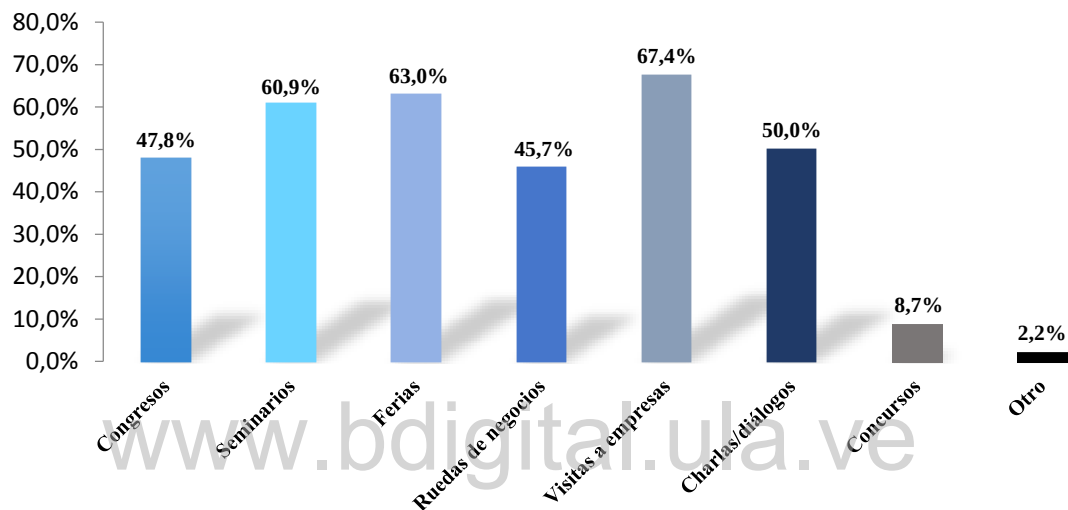


En la figura 82 se observa que entre los componentes que se relacionan con la cultura emprendedora que más impacto tiene en administración y que sobresalen para los encuestados está, el espíritu emprendedor, opción seleccionada por el 67,4% de estos, igualmente, el 56,5% indicó que la innovación es un componente que se fomenta, el 52,2% afirmó que en la carrera se impulsa la creatividad, mientras que, para el 32,6% se induce a generar valor. No obstante, un 4,3% indicó que desconoce acerca de esto y el 2,2% manifestó que ningún componente se promueve.

Los resultados muestran en los tres primeros lugares, el espíritu emprendedor, la innovación y la creatividad, elementos relacionados con el ser humano, que se desarrollan en mayor o menor medida a partir de la formación y experiencia; en este caso particular, la universidad y sus profesores tienen significancia en la consolidación de los mismos entre sus estudiantes. Además, si bien no son los únicos factores constitutivos de la cultura emprendedora, son valiosos para considerar que se posee, pues como lo afirman Ramírez, Ramírez y Acero (2013), la cultura emprendedora “es el conjunto de valores, habilidades y actitudes para la resolución de las situaciones que

surgen en el ámbito sociolaboral y socioeconómico de cada sujeto” (p.5), con base en el desarrollo humano del individuo y de la comunidad en la cual está inserto, propiciando comportamientos benéficos para la mejora personal, profesional laboral y socioeconómica.

Figura 83. Eventos en materia de emprendimiento organizados por la Universidad.

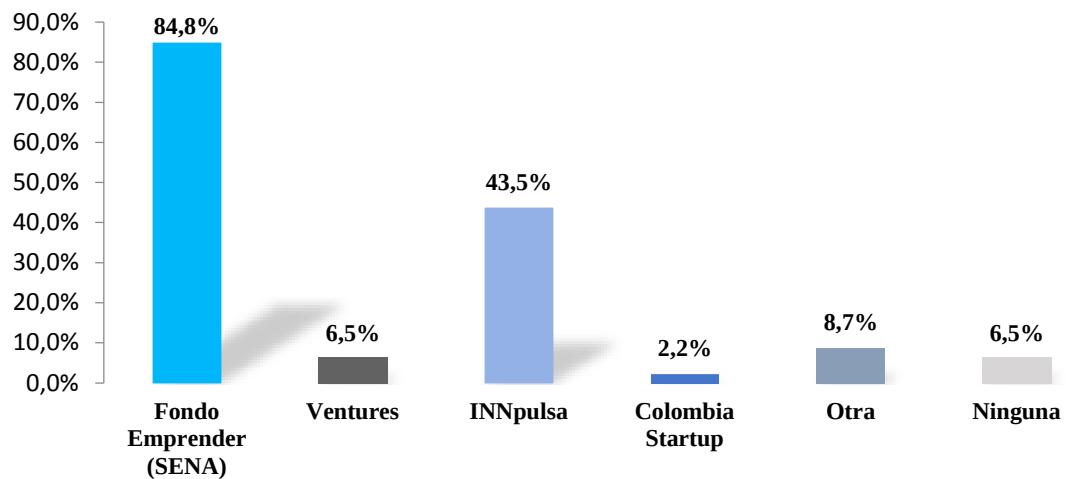


La figura 83 refleja que, ante la pregunta relacionada con los eventos organizados por la Universidad en materia de emprendimiento, los encuestados podían seleccionar múltiples opciones, resultando que más del 60% de los informantes coincidieron en afirmar que el principal evento organizado por las universidades en Cúcuta en términos de emprendimiento son las visitas empresariales, porcentaje similar otorgado a las ferias en este tema y los seminarios al respecto. Por su parte, entre el 40 y 50% fueron seleccionadas opciones como charlas, diálogo, congresos y ruedas de negocios; resultados que permiten presumir que, si bien la formación universitaria en las instituciones de Cúcuta, en términos de emprendimiento, parece estar más relacionada con estrategias para fomentar el conocimiento teórico, hay oportunidad de contrastar este con la realidad, a través de las visitas empresariales y ferias al respecto.

De igual manera, resulta valioso resaltar que estos resultados coinciden con la percepción que tiene el 59,2% de los estudiantes participantes en esta investigación,

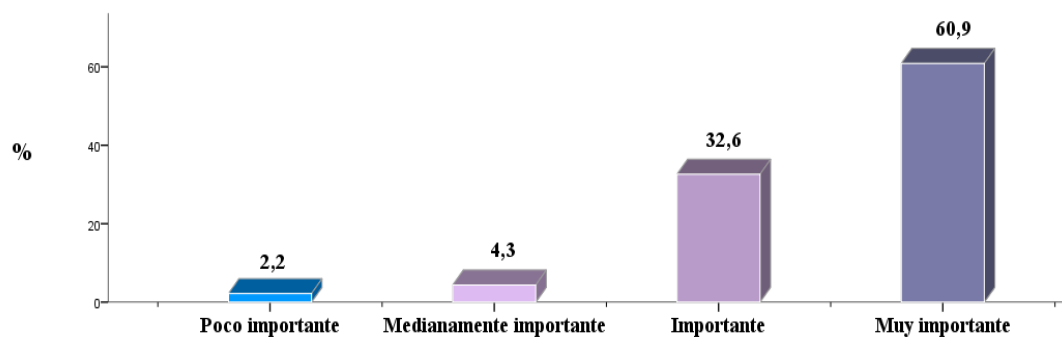
con respecto a que la universidad realiza eventos asociados al emprendimiento, tal como fue discutido en la figura 33, anteriormente presentada.

Figura 84. Convocatorias a las cuales la Universidad acerca a sus estudiantes.



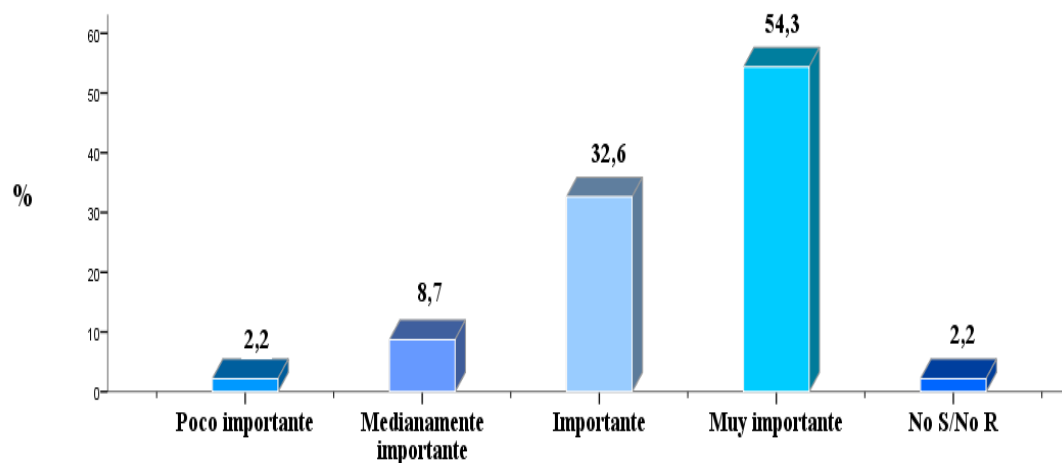
Indiscutiblemente el Fondo Emprender del SENA es la principal convocatoria a la que el personal encuestado, da acercamiento a sus estudiantes de administración en Cúcuta, tal como lo evidencia el 84,4% presentado en la figura 84, seguido por INNpulsa con un 43,5%; siendo valioso señalar que las demás convocatorias se mostraron muy poco utilizadas por parte de los encuestados para vincular sus estudiantes a ellas, e incluso el 6,5% admitió que no da ningún tipo de acercamiento a sus estudiantes con las convocatorias mencionadas. Ante estos resultados, es oportuno destacar que esta puede ser la explicación ante la respuesta dada por los estudiantes encuestados, sobre cuales convocatorias son conocidas por ellos, en la que se obtuvo que el 78,1% refirió al Fondo Emprender y el 17,4% a INNpulsa analizado previamente en la figura 56.

Figura 85. Estimular estudio real de mercados



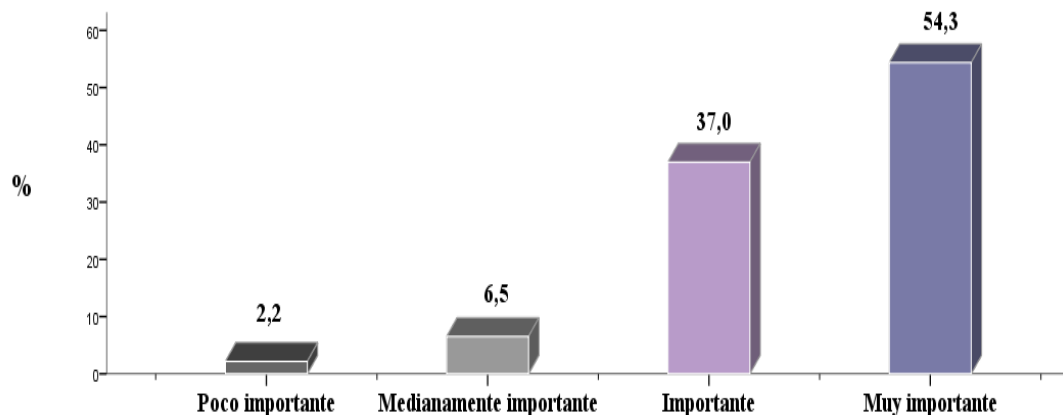
La figura 85 demuestra que para el 93,5% de los encuestados toma una alta importancia estimular a los estudiantes que orientan en administración, a realizar estudio real de los mercados, por otro lado, el 6,5% no se muestran prestos a esto.

Figura 86. Contar con experiencia emprendedora propia



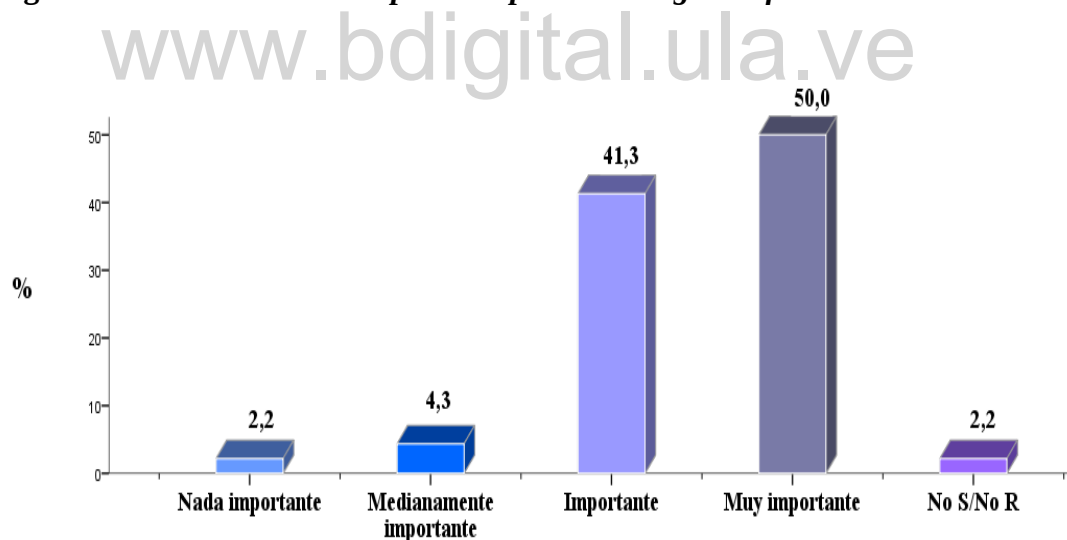
En este ítem, el 86,9% de los encuestados manifestó la importancia que representa su afán por tener experiencia emprendedora propia, al contrario, el 10,9% no considera esta acción relevante a la hora de ejercer la docencia.

Figura 87. Formar negociadores



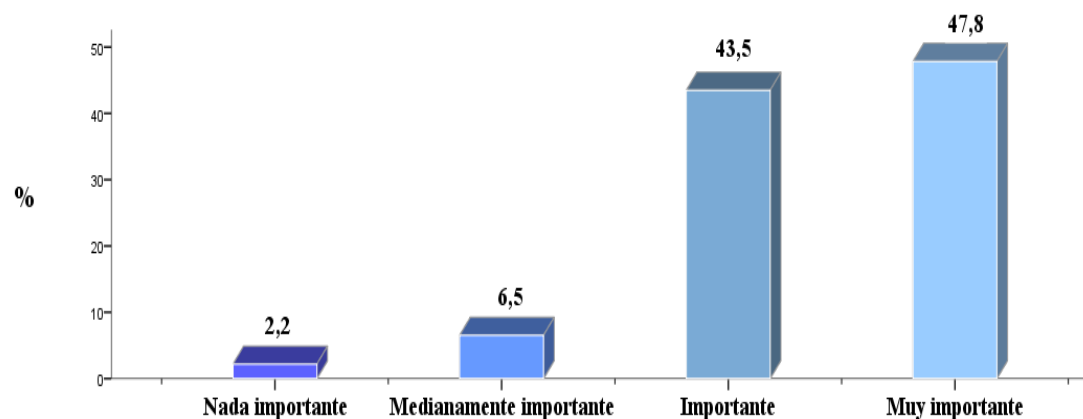
Para el 91,3% de los docentes como administrativos que fueron encuestados toma una alta importancia el hecho de formar a sus estudiantes como negociadores, mientras que, el 8,7% respondió que le interesa muy poco este asunto.

Figura 88. Incidir en la concepción de planes de negocios factibles



Contundentemente para el 91,3% del personal encuestado, es de suma importancia la influencia que generan en sus estudiantes, para que estos originen planes de negocios que sean factibles para su puesta en marcha, en cambio, para el 6,5% de los encuestados, lo anterior toma una mínima relevancia.

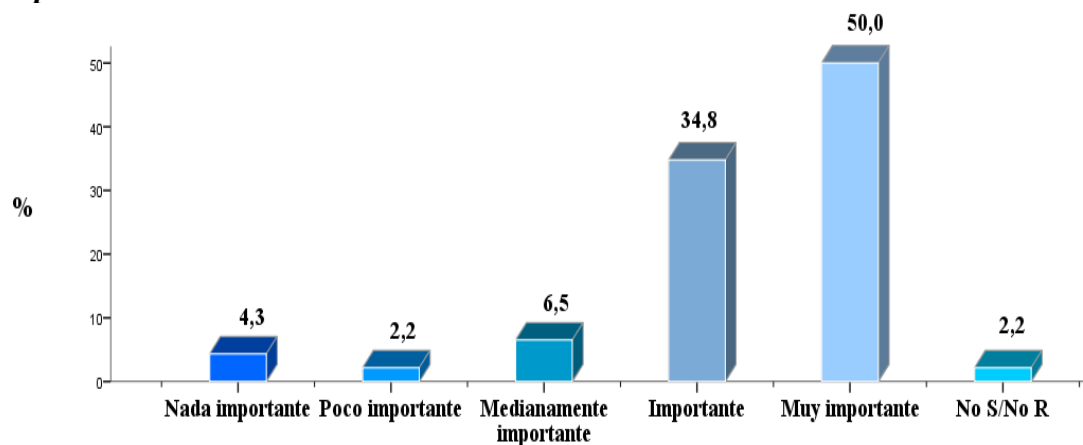
Figura 89. Orientar a la conformación de grupos de trabajo



En lo que compete a orientar a los estudiantes de la carrera de administración para que conformen grupos de trabajo, la figura 89 muestra que para el 91,3% de la población docente y administrativa encuestada lo consideran significativo, no obstante, un 8,7% lo ven como poco o nada primordial dar este tipo de orientación a sus estudiantes.

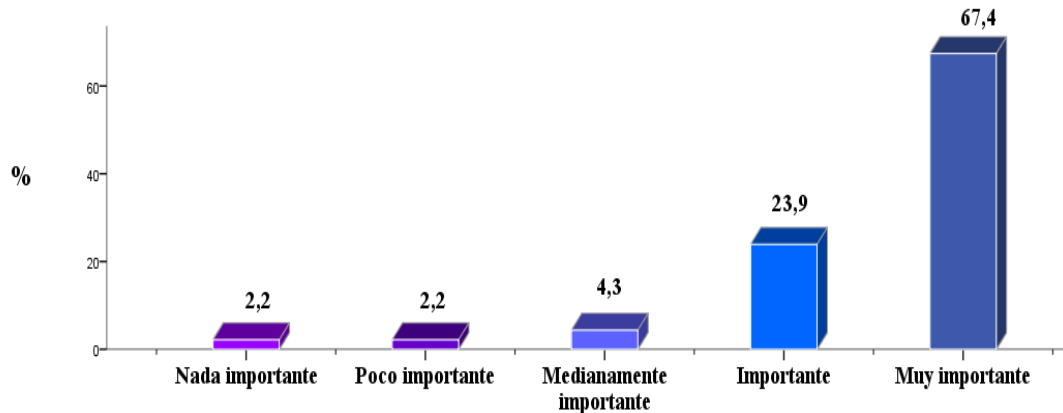
www.bdigital.ula.ve

Figura 90. Acoplar los estudiantes de la carrera con otras facultades para emprender



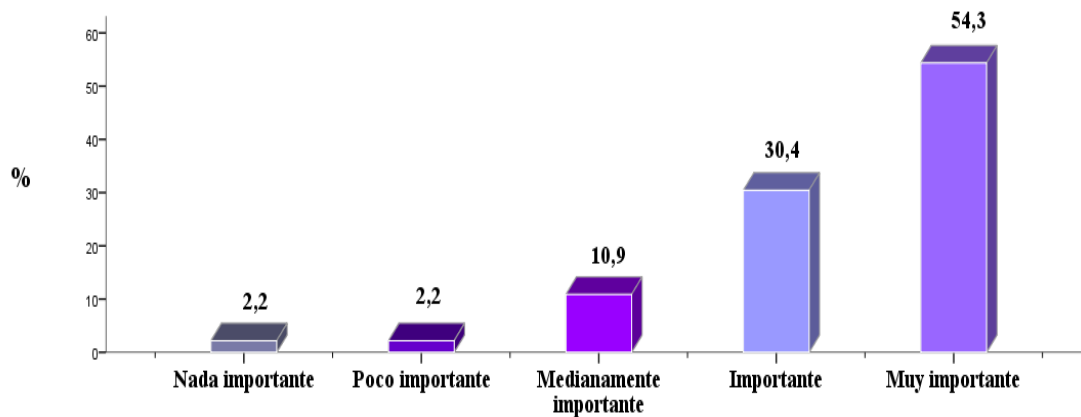
En lo que compete a unir estudiantes de administración con los de otros programas con el fin de que emprendan, como resalta en la figura 90, para el 84,8% del personal encuestado, consideran de enorme importancia hacerlo, tan solo el 13% piensa contrariamente.

Figura 91. Impulsar emprendimientos con responsabilidad social



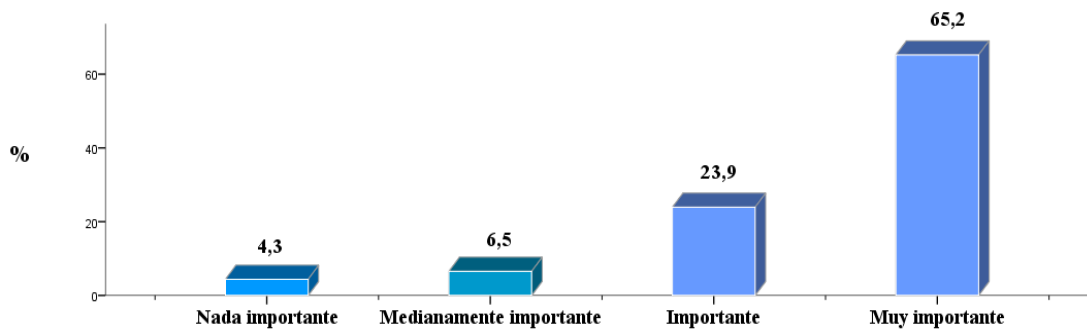
En lo que tiene que ver con dar impulso a emprendimientos que contengan responsabilidad social, es notable que para el 91,3% de la población encuestada representa una acción de elevada importancia, ahora bien, el 8,7% indica que este asunto es poco relevante para ellos, en lo que compete al emprendimiento.

Figura 92. Impulsar emprendimientos de alto impacto



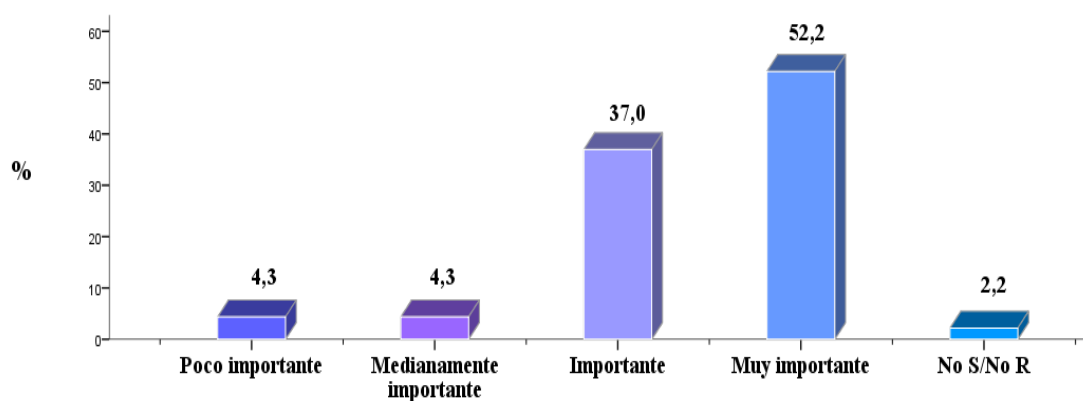
En lo correspondiente a dar impulso a los emprendimientos que brinden alto impacto, el 84,7% de los encuestados coinciden en afirmar que es muy primordial esta acción frente a sus estudiantes, de la misma forma, para el 15,3% de los que dieron respuesta a este instrumento, conciben que realizar esto es poco importante dentro de sus actividades de orientación.

Figura 93. Uso de metodologías en innovación



En la figura 93, se evidencia que para la mayoría de los encuestados con este instrumento, representados con el 89,1%, toma una verdadera importancia el uso de metodologías que estimulen la innovación en los estudiantes de administración, aun así, lo anterior, no tiene trascendencia para el 10,8% de los encuestados.

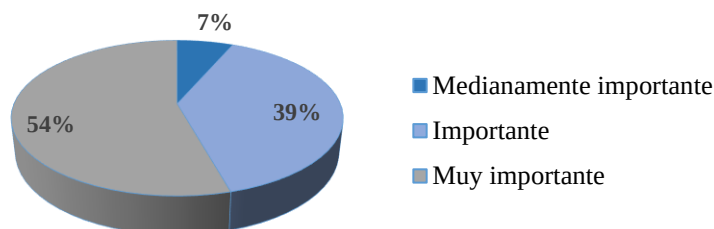
Figura 94. Acercar estudiantes a las incubadoras de la Universidad



Destaca en la figura 94, que para el 89,2% del personal docente y administrativo que fue encuestado, acercar los estudiantes de administración a las incubadoras que estén presentes en las universidades a las que prestan sus servicios, es prominentemente importante hacerlo, por el contrario, para el 8,6% es de poco interés llevarlo a cabo, de

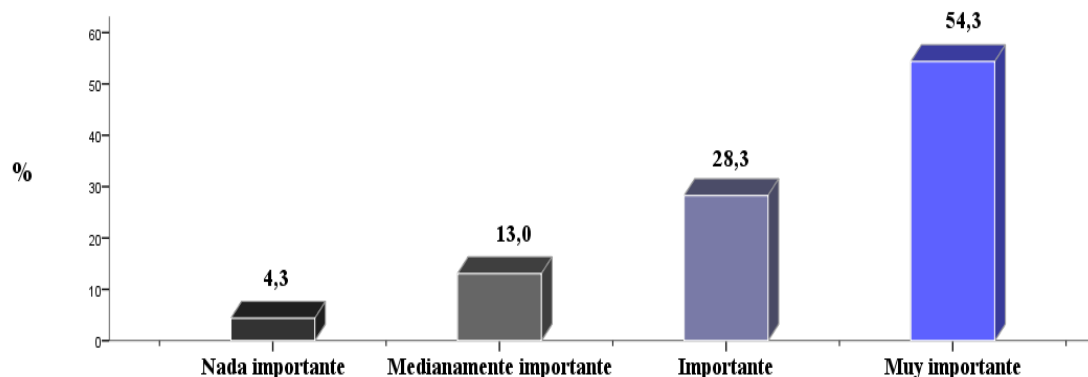
ahí que, se puede inferir que no cuentan con este tipo de áreas dentro de las universidades a las que acuden, o porque, no las aprovechan por algún motivo.

Figura 95. Capacitarse en emprendimiento



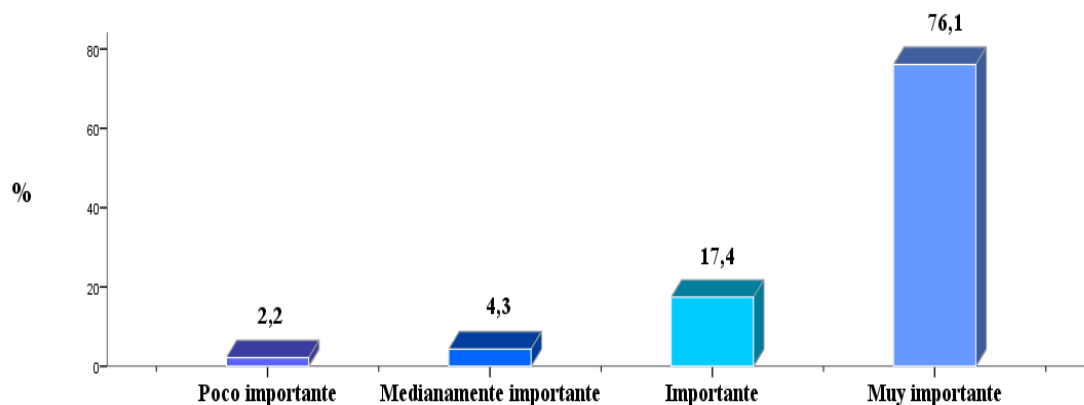
En la figura 95, se aprecia que es completamente claro que para el 93% del personal tanto docente como administrativo que fue encuestado, en un alto nivel consideran trascendental estar capacitados en lo que confiere al emprendimiento, mientras que, el 7% de los encuestados opinan que prepararse en este sentido, no les implica mucho valor.

Figura 96. Acercar estudiantes a red nacional de emprendedores



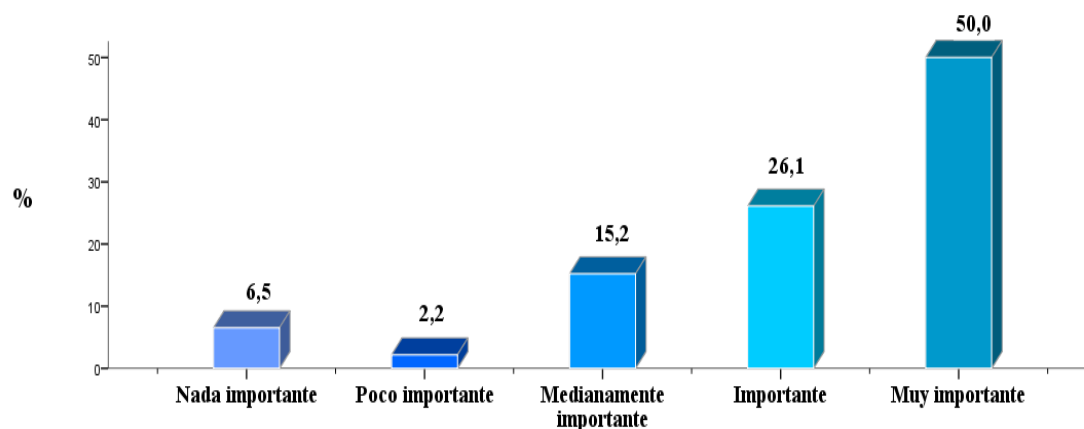
En lo que compete a dar aproximación a los estudiantes en la carrera de administración hacia la red nacional de emprendedores presente en Colombia, está claro que para el 82,6% de quienes dieron respuesta a esta encuesta, consideran altamente importante ejecutar esta acción, aunque, para el 17,3% es mínimamente relevante realizar este tipo de acercamiento

Figura 97. Estimular actitudes emprendedoras



En cuanto a dar estimulación a las actitudes emprendedoras de los estudiantes adscritos al programa de administración, sobresale que el 93,5% del personal docente y administrativo que fue encuestado, atribuyen una elevada importancia a dar este tipo de estímulos; ahora bien, solo el 6,5% de esta población no favorece este tipo de acciones.

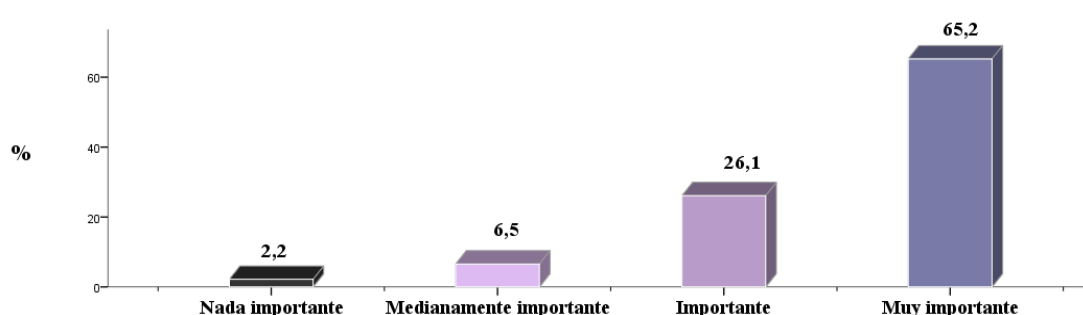
Figura 98. Acercar estudiantes a red internacional de emprendedores



En lo que respecta a dar acercamiento a los estudiantes de la carrera de administración en Cúcuta, hacia la red o redes internacionales que estén disponibles en emprendimiento, el 76,1% de los encuestados declaran que esto es muy relevante para

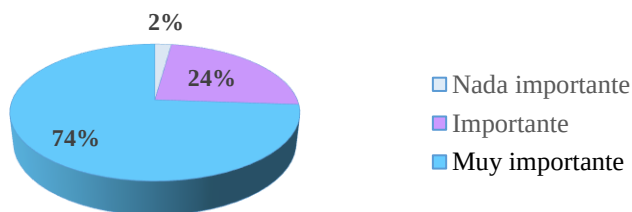
sus actividades de orientación; por su parte, el 23,9% de los encuestados se adjudica que esta acción les parece muy poco importante adelantarla.

Figura 99. Considerar las expectativas de los estudiantes en el emprendimiento



En la figura 99 se puede visualizar que para el 91,3% de los encuestados es significativo en alto grado, el tener en consideración aquellas expectativas que surgen en los estudiantes de administración hacia el tema del emprendimiento, de igual forma, un pequeño porcentaje tasado con el 8,7% de los encuestados, remarcan que no les representa importancia alguna prestar atención a dichas expectativas.

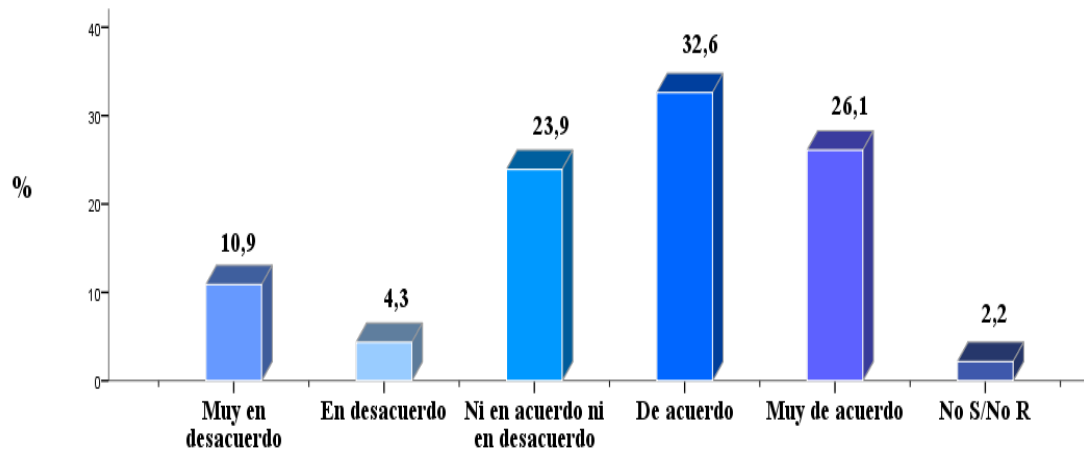
Figura 100. Formar para superar miedo al fracaso



Como se puede observar en la figura 100, es indiscutible que para el 98% del personal que fue encuestado es muy importante la formación de sus estudiantes enfocada en superar aquellos miedos que emergen de emprender y no tener éxito. Por

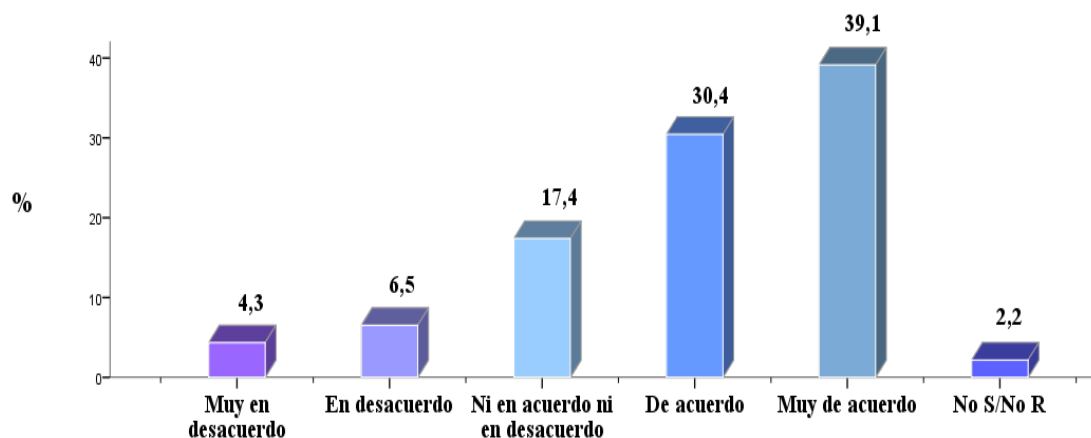
otro lado, tan solo un solo 2% decide responder que este asunto no les parece imperante en su hacer como docentes o administrativos.

Figura 101. Se tiene registro de las necesidades de empleo de los estudiantes de Administración



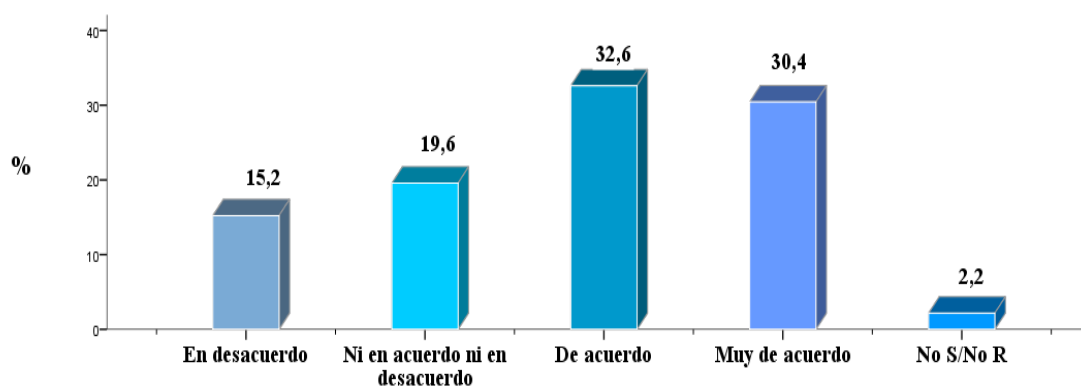
En cuanto a si existe un registro en las universidades en que se aplicó el instrumento, que contenga aquellas necesidades laborales de los estudiantes de administración, el 58,7% asegura que se cuenta con este tipo de medición, en cambio, el 23,9% de estos encuestados manifestó ser partícipes de no entrar a opinar en este asunto, sea porque, desconocen de esto o no tienen relación alguna con este tipo de información; por otro lado, el 15,2% de esta población es concisa en recalcar que este tipo de registro no se ha consolidado dentro de estas organizaciones educativas.

Figura 102. Se considera el ambiente macro y micro que rodea la Universidad para ajustar los métodos de formación



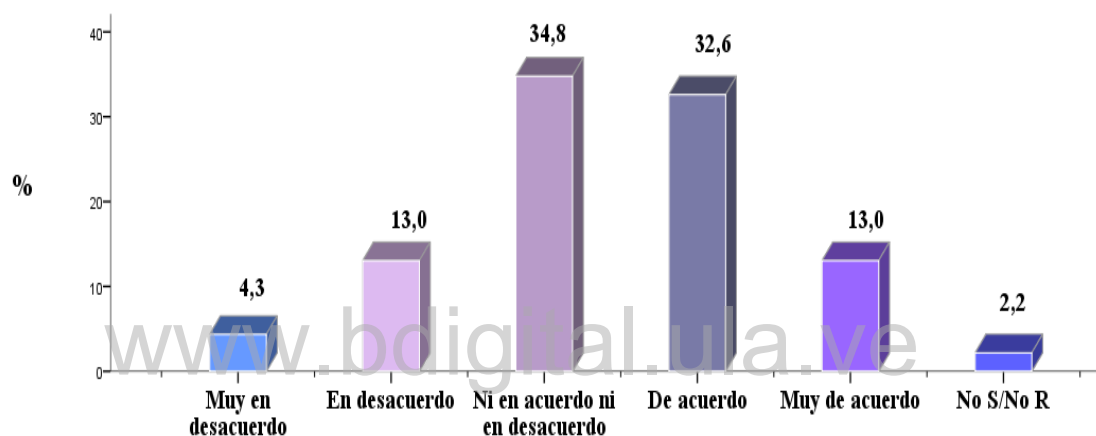
En la figura 102 se evidencia plenamente, que el 69,5% del personal que fue encuestado, coinciden en avalar que se tiene en consideración para efectos de formación de los estudiantes de administración en Cúcuta, tanto, el ambiente macro como micro que envuelve a esta ciudad. Por su parte, un pequeño sector de esta población de académicos, prefieren ser neutrales en lo que embarga a este tema. Finalmente, el 10,8% son enfáticos en oponerse a este hecho.

Figura 103. Se tiene conocimiento de la situación financiera para emprender que requieren los estudiantes



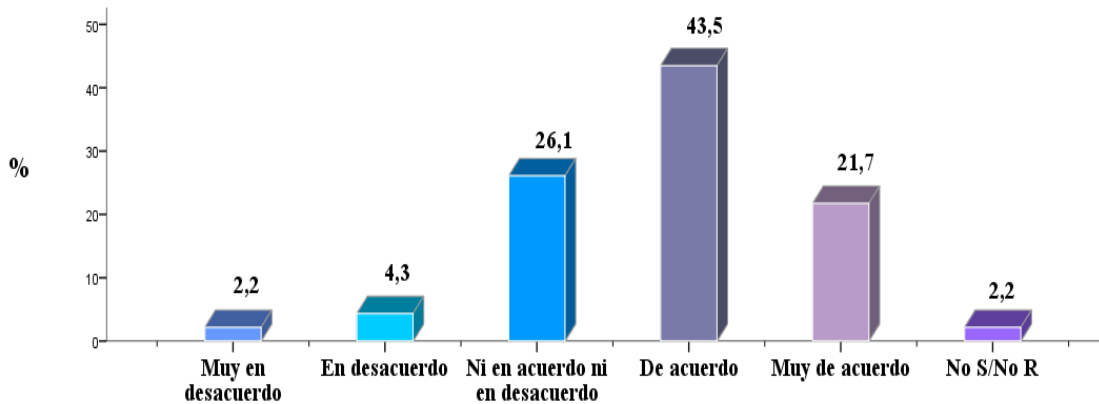
Se observa en la figura 103 que un alto porcentaje de encuestados, que representan el 63%, son conscientes en que se conoce la situación económica que viven los estudiantes de administración para efectos de emprender, sin embargo, el 19,6% se abstiene de dar comentario alguno sobre esto y el 15,2% son radicales en negar que se tenga este tipo de conocimientos sobre los estudiantes.

Figura 104. Se tiene establecido quienes de los estudiantes pudieran realizar emprendimientos por necesidad



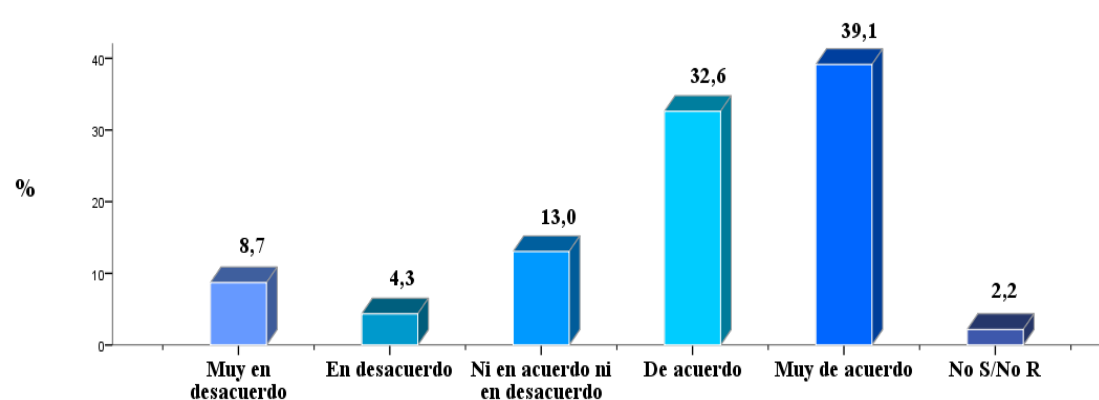
A simple vista, en la figura 104 resalta que el 34,8% de los encuestados mantiene una postura de imparcialidad con respecto a esta acción, además, el 45,6% de estos académicos insisten en que eventualmente se tiene el respectivo conocimiento de aquellos estudiantes que pudieran emprender por necesidad, de manera contraria, el 17,3% se opone a aseverar que se tengan este tipo de datos en la carrera de administración.

Figura 105. El emprendimiento por oportunidad ha sido fomentado en los estudiantes



En lo relacionado al fomento que se ha dado al emprendimiento por oportunidad en las universidades en que se aplicó el instrumento, sobresale que el 65,2% del personal de tipo docente como administrativo aseguran que se alienta a la comunidad estudiantil a emprender desde esta vía, aun así, el 6,5% de los encuestados considera que esto no se está dando y el 26,1% afronta una actitud neutral en general.

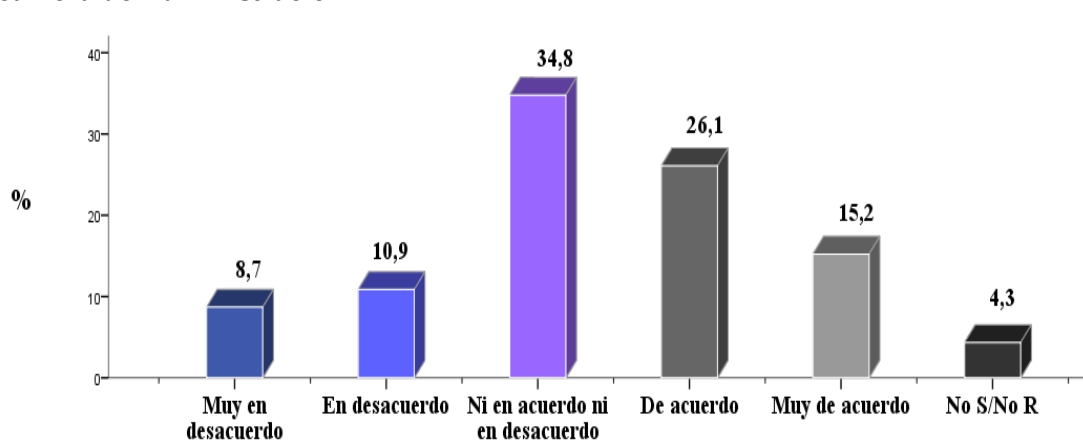
Figura 106. La facultad tiene registrado las iniciativas de emprendimiento llevadas a cabo por sus estudiantes



En la figura 106 se aprecia que la mayoría de encuestados con el 71,7%, concuerdan en que existe el registro de las iniciativas llevadas a cabo por sus estudiantes en concordancia al emprendimiento, del mismo modo, el 13% de estos

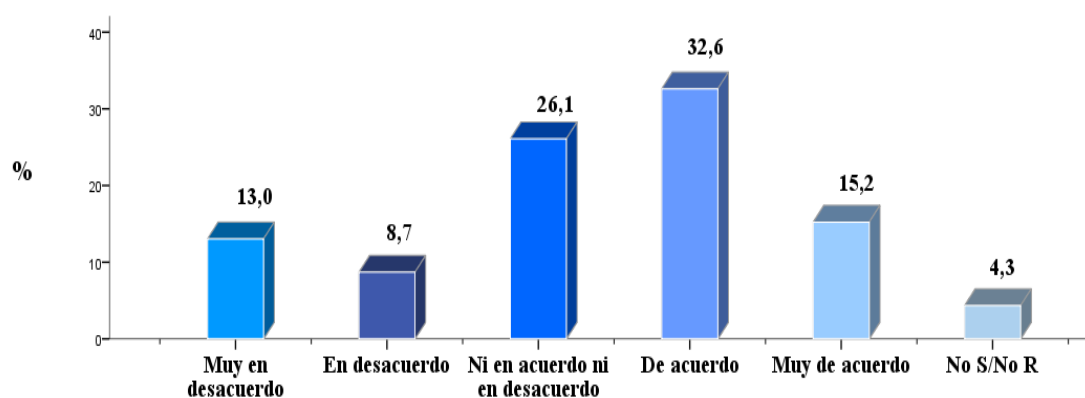
académicos apuntan a que es de manera absolutamente contraria. Tan solo un 13% se mantienen sin tomar posición alguna frente a este tema.

Figura 107. Se tiene detallado cuantas mujeres y hombres son emprendedores en la carrera de Administración



Se resalta en la figura 107, que el 34,8% de los académicos encuestados determinan no dar ningún tipo de opinión acerca de conocer los emprendedores por género en el programa de administración, de igual manera, el 41,3% asiente que se cuenta con dichos datos y el 19,6% resalta que esto no se ha dado de esta manera.

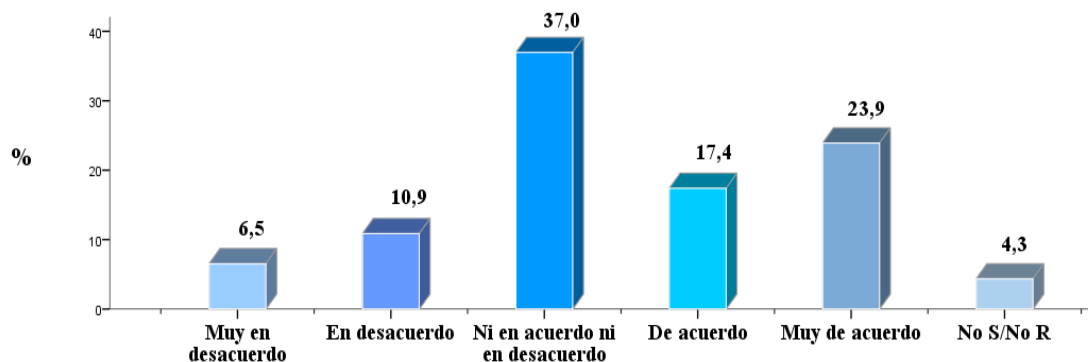
Figura 108. Se tiene identificado el estrato social de los estudiantes que más posibilidades tiene de emprender



Para el 47,8% del personal encuestado, expresan en general que en la carrera de administración esta reseñado aquel estrato socioeconómico más susceptible para iniciar emprendimientos; por otro lado, el 26,1% alude a ser imparciales en lo que concierne

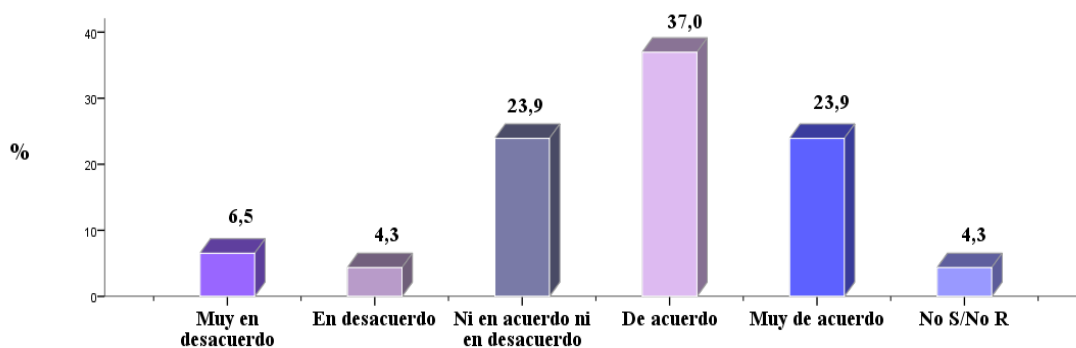
este asunto, y el 21,7% se vuelcan a estar en desacuerdo en que se tengan dichos registros de los estudiantes.

Figura 109. Se ha realizado un estudio para caracterizar los perfiles emprendedores en los estudiantes



Es notorio en la figura 109, que el 37% de los docentes como administrativos encuestados prefieren imparcialidad ante este tema, así pues, el 41,3% admite que se ha realizado algún tipo de estudio con la finalidad de caracterizar los perfiles emprendedores en los estudiantes de administración; ahora bien, el 17,4% indican que este tipo de estudios no se han desarrollado.

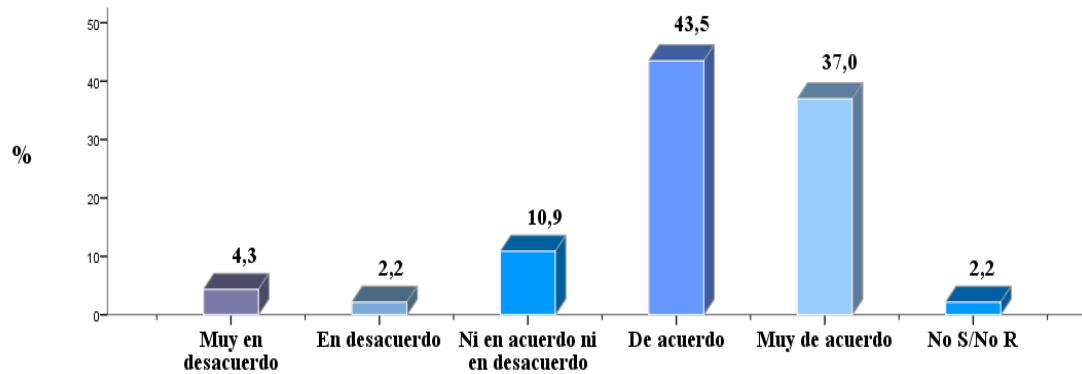
Figura 110. Hay mecanismos para registrar las experiencias en emprendimiento de los estudiantes



Al observar la figura 110, impera que el 60,9% de la población encuestada confirman que se usan mecanismos con el fin de dar registro a todas las experiencias que tienen los estudiantes de administración en cuanto a emprendimiento, de forma

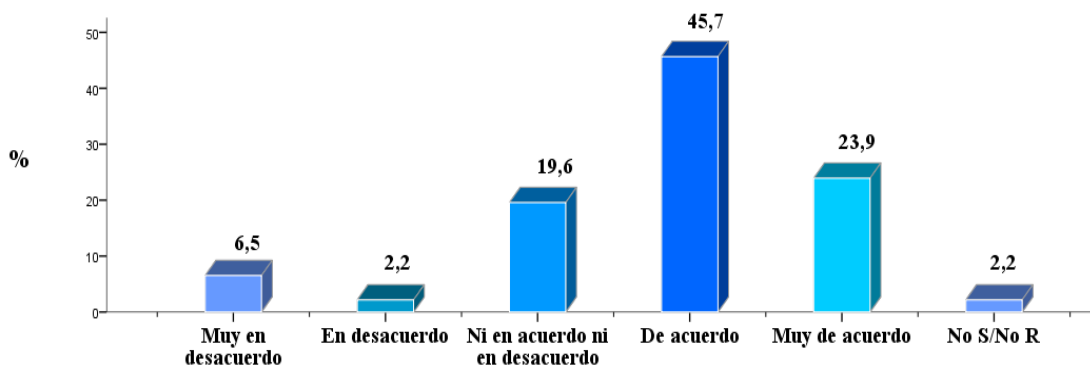
contraria, el 10,8% no considera que existan este tipo de registros; a su vez, el 23,9% se descarta por no tomar participación en ninguna de las posturas anteriores.

Figura 111. Existen planes implementados para formar en emprendimiento a los estudiantes de administración



El 80,5% de los encuestados se inclinan en afirmar que en las universidades donde prestan sus servicios hay planes que se implementan hacia los estudiantes con el objeto de formarlos en emprendimiento, mientras tanto, el 10,9% decide no dar una opinión parcializada sobre este tema, y el 6,5% creen que este tipo de planes no se han planteado en la carrera de administración.

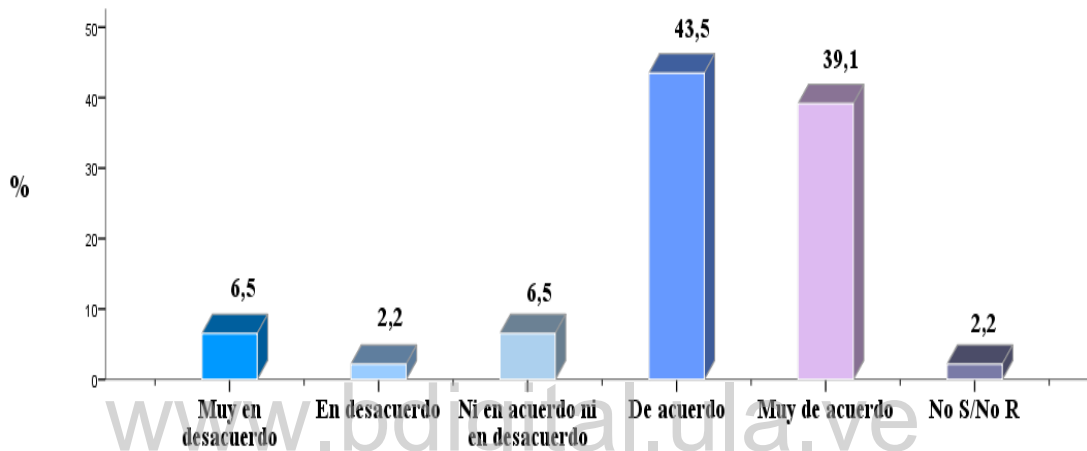
Figura 112. Se conocen las razones personales para emprender



Evidentemente el mayor número de encuestados que componen el 69,6%, insisten en que efectivamente en el programa de administración se tiene conocimiento

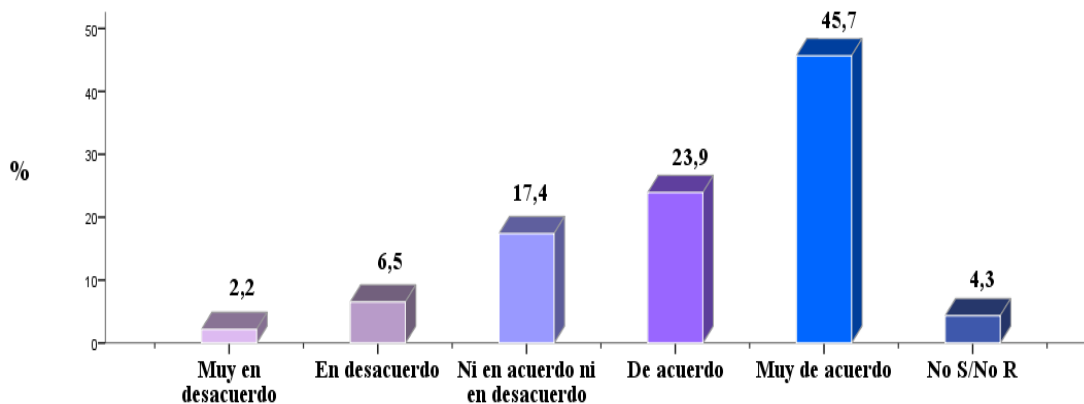
de las razones de índole personal de los estudiantes que pueden derivar en emprendimientos, no obstante, el 8,7% de la población encuestada se manifiesta en contra de que se tenga esta clase de información. A su vez, el 19,6% de los encuestados se mantienen al margen del tema.

Figura 113. Se tienen establecidas políticas internas para fortalecer el emprendimiento en los estudiantes



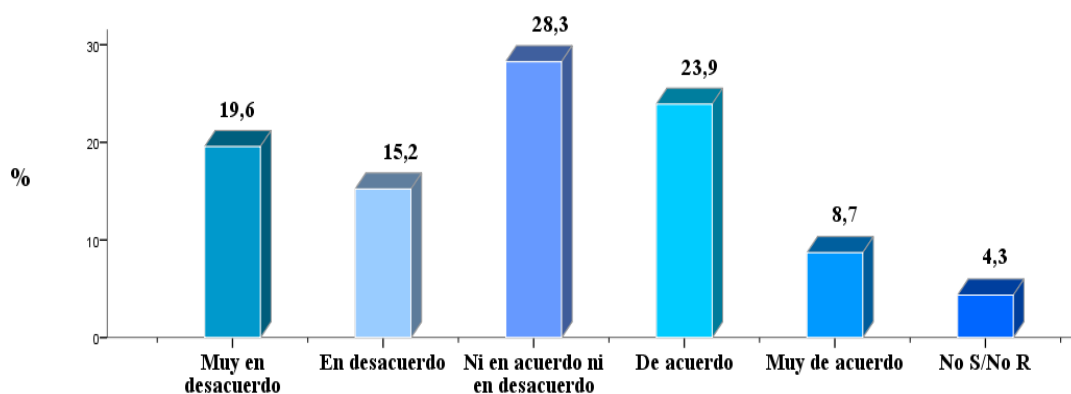
Como se detalla en la figura 113, el 82,6% de los académicos que dieron respuesta a la encuesta, están de acuerdo en la existencia de políticas internas que dan fortalecimiento a los estudiantes para emprender, por el contrario, el 8,7% creen que no se tienen establecidas dichas políticas en las universidades donde laboran; además, el 6,5% opta por mantener una postura neutral frente a esto.

Figura 114. La facultad cuenta con docentes contratados con experiencia en emprendimiento



En la figura 114, se distingue claramente que el 69,6% de los docentes y administrativos encuestados, defienden que en el programa de administración están contratados docentes que tiene experiencia referente al emprendimiento. Por otro lado, el 17,4% de la población encuestada prefiere ser imparciales ante este asunto, y el 8,7% concuerdan en estar en pleno desacuerdo a todo esto.

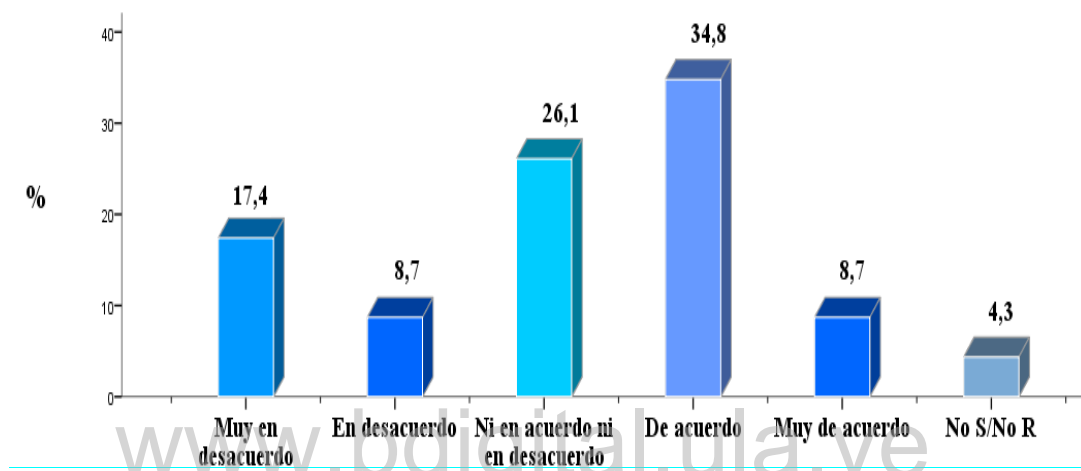
Figura 115. La institución aporta alguna cantidad de dinero para apoyar el emprendimiento en la carrera



Se visualiza en la figura 115, que las opiniones se encuentran divididas, destacándose que el 28,3% de los encuestados deciden tomar una postura de neutralidad en lo que tiene que ver con el dinero que aporta la universidad para

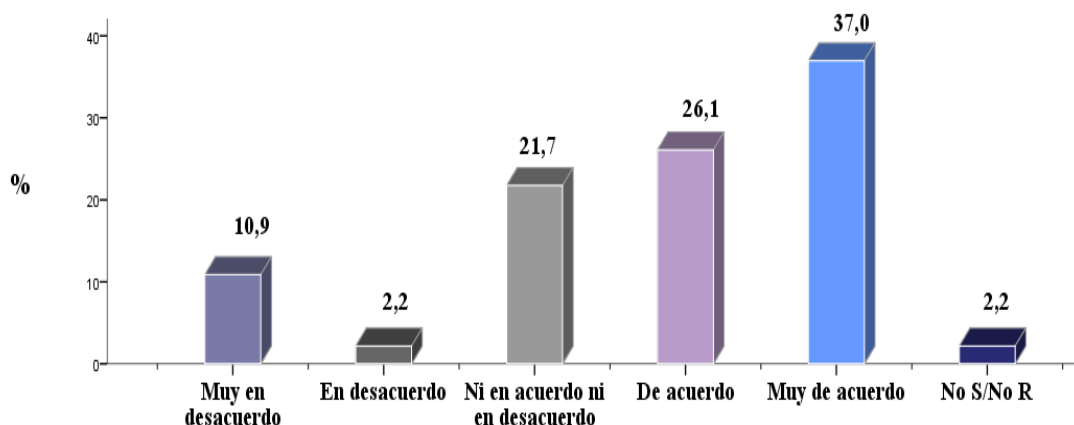
emprender en el programa de administración. Así pues, el 32,6% de los académicos encuestados respalda que efectivamente las instituciones a las cuales pertenecen hacen este tipo de aporte a la carrera, en contraposición a esto, el 34,8% apuntan a que no existen este tipo de ayudas al emprendimiento en esta carrera.

Figura 116. Se cuenta con red interna de emprendedores



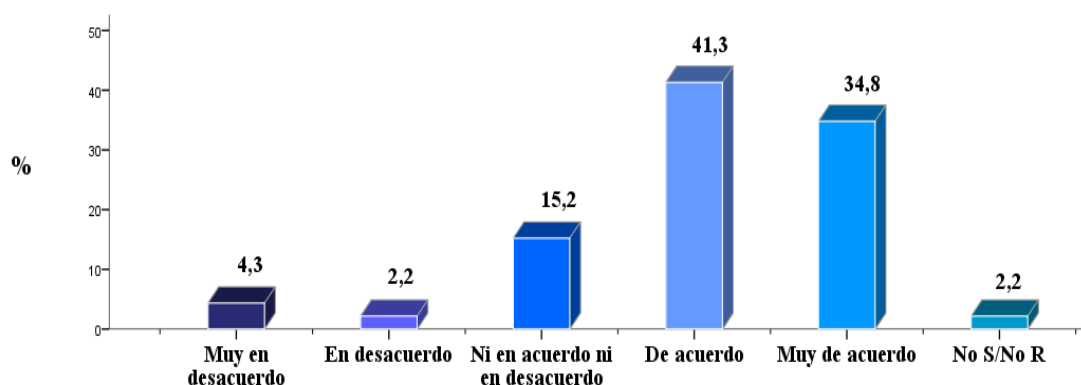
Sobresale en la figura 116, que el 43,5% de la población que fue encuestada están de acuerdo en que está presente una red interna de emprendedores en las instituciones educativas a la cual brindan sus servicios, por el contrario, el 26,1% de los encuestados tiene una postura clara al determinar que no se cuenta con dicha red; mientras tanto, el 26,1% se abstiene de dar declaración alguna sobre esta gestión.

Figura 117. Se cuenta con convenios activos con el sector empresarial de la ciudad, para estimular el emprendimiento en los estudiantes



Como se observa en la figura 117, prevalece el 63,1% de las opiniones respaldando el hecho de que en la carrera de administración, se dispone de convenios vigentes con las empresas locales con el objetivo de dar estímulo a sus estudiantes en emprendimiento; en contraste, el 21,7% de los encuestados mantiene una postura imparcial ante el tema, asimismo, el 13,1% discrepa de este tipo de gestión.

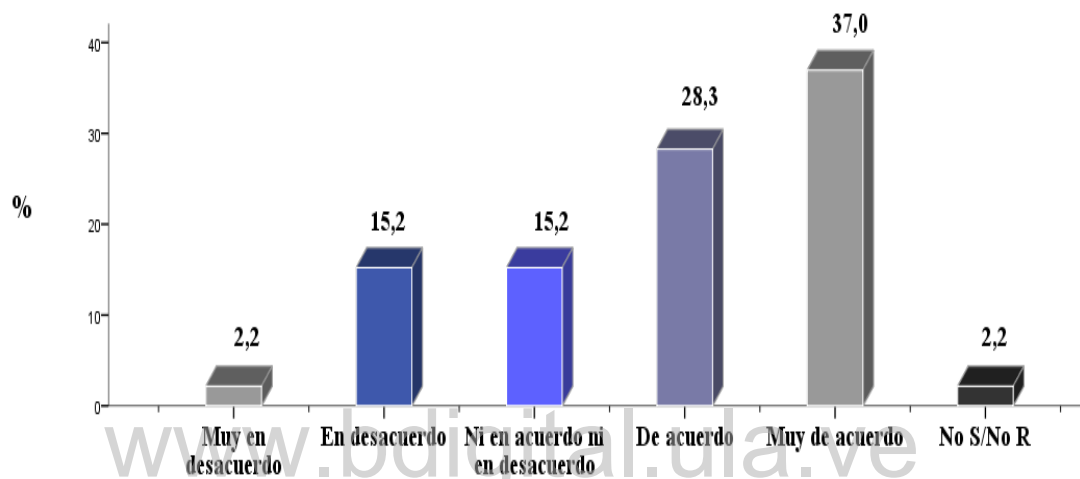
Figura 118. Se da formación con visión globalizada de las empresas, negocios y mercados



Se aprecia en la figura 118, que la mayor concentración de encuestados con el 76,1% respectivamente, tienen una clara idea en que se le brinda a los estudiantes que cursan administración, una formación en base a la visión globalizada empresarial, del

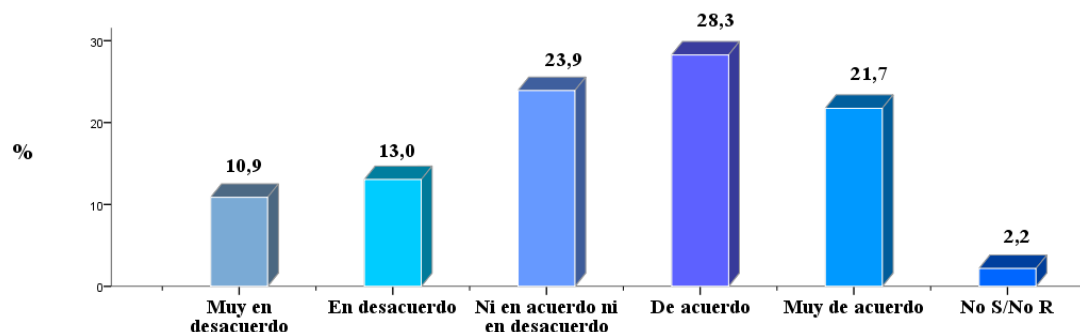
sector negocios y los mercados. En oposición a esto, el 6,5% de los encuestados asume que no se está dando esta clase de formación a los estudiantes, y el 15,2% se abstuvo de dar algún tipo de opinión en esta materia.

Figura 119. Las materias en emprendimiento en el pensum son suficientes para motivar a crear empresa



Como lo demuestra la figura 119, el 65,3% de los encuestados comparten el mayor concesos de aprobación, al expresar que efectivamente las materias actuales que contiene el pensum de administración, son el número idóneo para lograr motivar a los estudiantes a emprender. De manera contraria, el 17,4% indica que no son suficientes para lograr el propósito de motivar; finalmente, el 15,2% permanece imparcial ante este asunto en particular.

Figura 120. Se han evaluado sus características como formador docente en emprendimiento

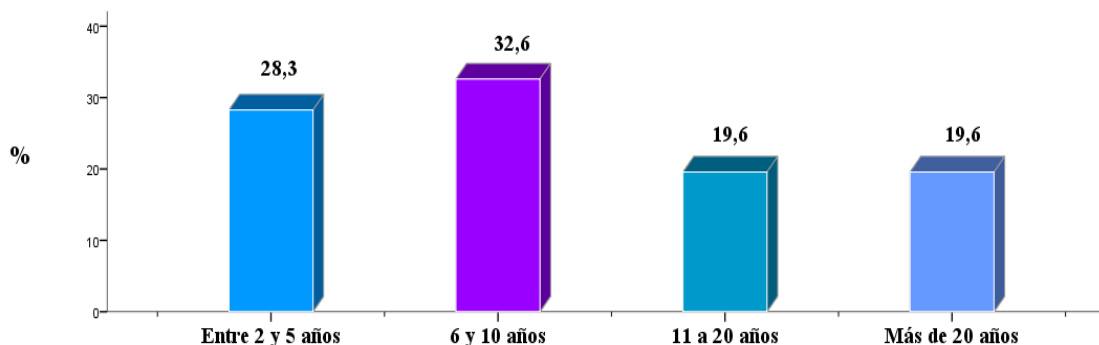


Para el 50% de los académicos encuestados es totalmente claro que han sido evaluadas por parte de las universidades en las que laboran, aquellas características propias para formar en emprendimiento, aunque, el 23,9% plantea que no se ha efectuado dicha evaluación a ellos, mientras, el 23,9% eligen adoptar una actitud imparcial ante esta gestión.

En resumen, se obtiene que en todos los ítems se encuentra presente una división de opiniones antes estos temas, en algunas veces más acentuada que en otras, al igual que, se presentan un cumulo de respuestas que se muestran significativas en el caso de aquellos encuestados que se mantuvieron neutrales sin tomar parte a favor o en contra de lo planteado, lo que podría dar cabida a inferir en que lamentablemente no conocen la problemática real de emprendimiento en estas instituciones, o no se muestra un interés marcado por dicho tema, sea desde el punto de vista docente como desde el programa de administración.

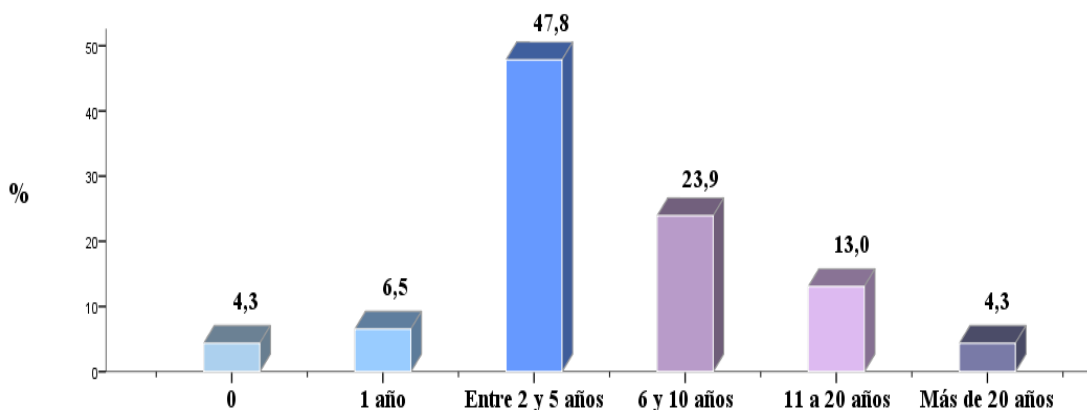
Por lo anterior, las universidades en que se aplicó este instrumento, han de tomar en consideración la información contenida en esta investigación para generar espacios en que se debatan estos temas con el cuerpo docente que las componen, de esta manera si existen estudios, herramientas, instrumentos y demás vías para plasmar y evidencia el proceso emprendedor de los estudiantes de administración, estos se pongan en divulgación para así conseguir una mayor retroalimentación de información.

Figura 121. Total de años como docente



El mayor número de docentes y administrativos encuestados se encuentra entre los 6 a 10 años de servicio en esta profesión, les siguen, el 28,3% que acreditan ser docentes desde hace 2 a 5 años, luego, el 19,6% indican que tienen una experiencia en este campo comprendida entre los 11 a 20 años. Para finalizar, un porcentaje igual al anterior, exponen que cuentan con más de 20 años como pedagogos.

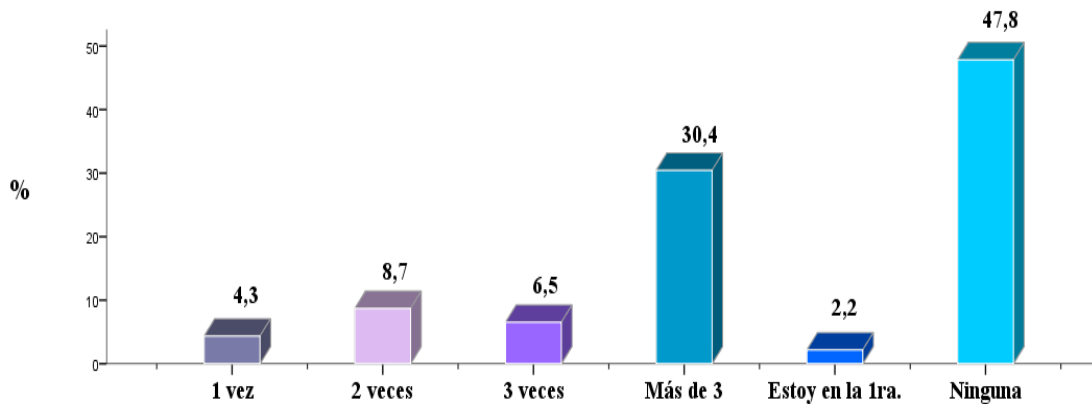
Figura 122. Tiempo laborando en la carrera (En años)



El 47,8% de los encuestados afirman que se encuentran laborando en la carrera de administración de empresas en un periodo comprendido entre los 2 a 5 años, por otro lado, el 23,9% tienen un tiempo de entre 6 a 10 años de labor, asimismo, el 13% respondió que cuentan entre 11 a 20 años trabajando en esta carrera. El 6,5% indican

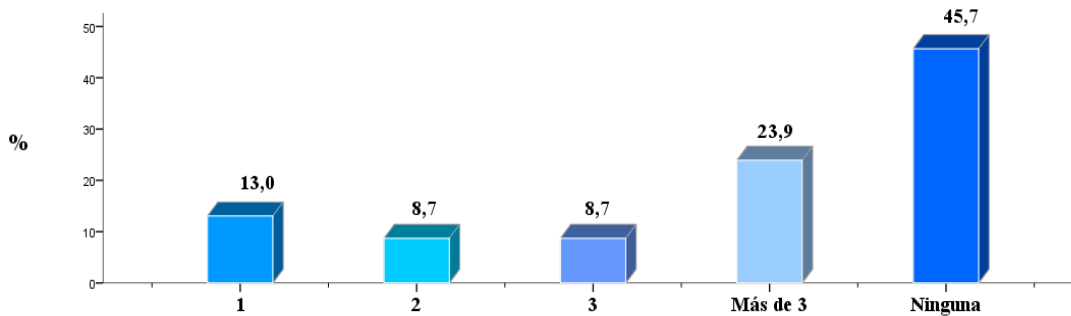
que tenían un año de labores en el programa y el 4,3% señala que trabajan en esta carrera desde hace más de 20 años. Por otra parte, el 4,3% manifiesta que poseen una experiencia laboral inferior al año.

Figura 123. El número de veces que ha orientado materias en emprendimiento



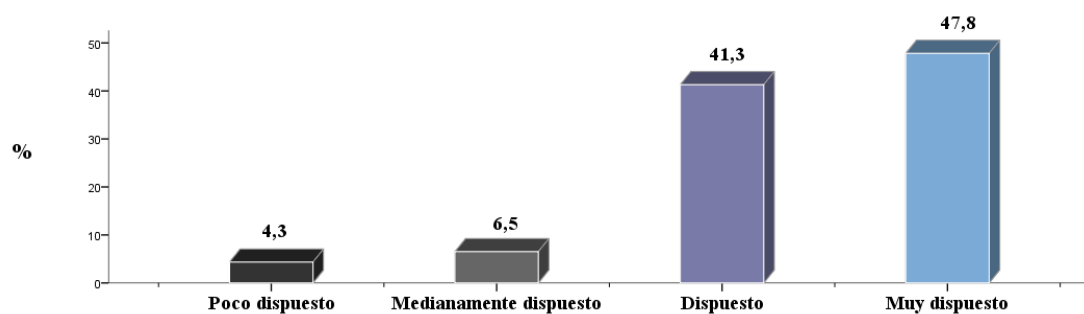
Para este ítem, predomina que el 47,8% de los académicos encuestados admite que hasta el momento no han orientado ninguna materia relacionada al emprendimiento, ahora bien, el 30,4% contestó que ha orientado más de 3 veces materias en este tema; un 8,7% indicó que lo ha realizado 2 veces, asimismo, el 6,5% indicaron que 3 veces han orientado materias al respecto. Por otro lado, el 4,3% señalan que solo contaban con 1 ocasión en que orientaron alguna materia en emprendimiento y el 2,2% estaba al momento de ser encuestados, dirigiendo su primera materia en lo que concierne al emprendimiento.

Figura 124. Número de asesorías en planes de negocios de estudiantes de la carrera, que usted ha realizado para convocatorias



En la figura 124, sobresale que el 45,7% de los encuestados no han efectuado asesorías a los planes de negocios de los estudiantes de administración para presentar en convocatorias de emprendimiento. De manera consecutiva, el 23,9% expone que han llevado a cabo más de 3 asesorías en este ámbito; a su vez, el 8,7% indicaron que solo han asesorado tan solo 3 veces, al igual que, un porcentaje similar lo han hecho solo 2 veces. Por último, el 13% solo ha ejecutado una asesoría de este tipo.

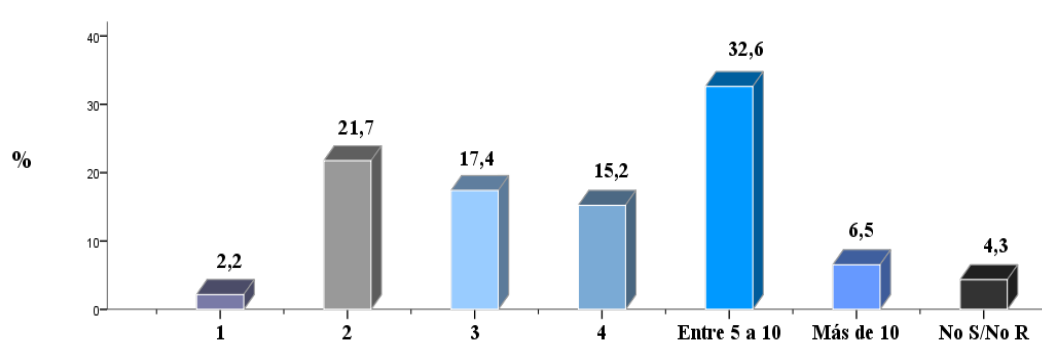
Figura 125. El nivel de disposición que tiene usted para apoyar aplicar reformas al modelo actual de emprendimiento de la Universidad



Se observa en la figura 125, que predomina de sobremanera el 89,1% de los encuestado, los cuales manifestaron contar con un elevado nivel de disposición, para efectuar reformas al modelo que actualmente está vigente en lo referente al emprendimiento en la universidad que prestan sus servicios. De forma opuesta, el

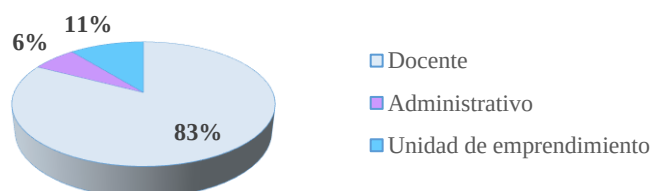
10,8% precisan sentirse poco atraídos a este tipo de reformas al modelo del emprendimiento como tal.

Figura 126. Número de empresas que no son educativas en las que ha laborado



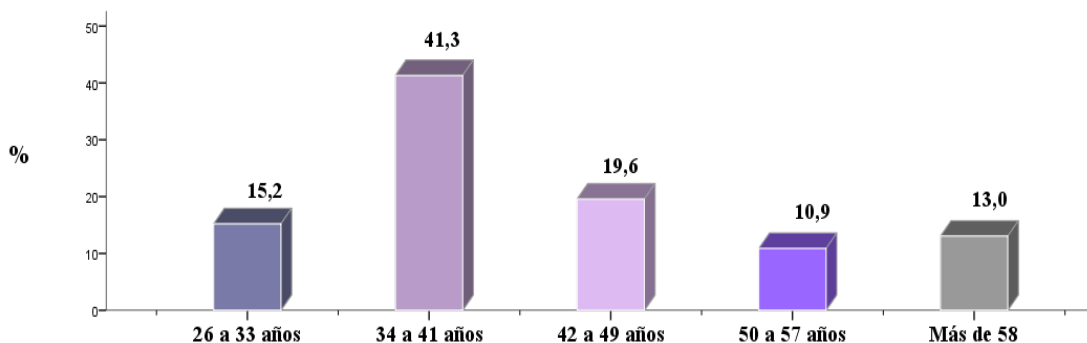
Prevalece en la figura 126, que el 32,6% de la población encuestada ha tenido una experiencia laboral diferente a la educativa en un número de empresas que comprenden de 5 a 10 de estas. Luego, el 21,7% ha tenido relación laboral en 2 empresas; seguidamente, el 17,4% lo ha efectuado solo en 3, al igual que, un 15,2% trabajó en 4 organizaciones no educativas. Por su parte, el 2,2% solo laboró en una empresa diferente a una institución educativa, mientras que, el 6,5% detalló que lo ha hecho en más de 10 empresas.

Figura 127. Cargo



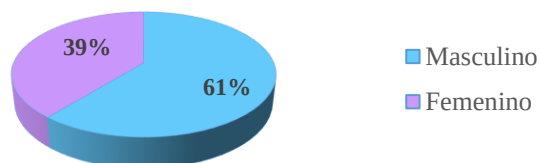
El cargo que más ocupan los encuestados es el de docente, pues, conforman el 83%; le siguen, los miembros de las unidades de emprendimiento que representan el 11% de los encuestados y solo un 6% pertenece a cargos de tipo administrativo.

Figura 128. Edad



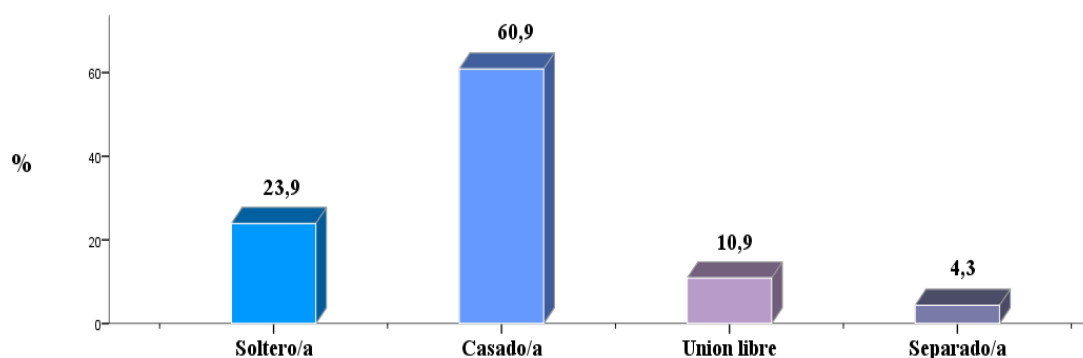
Como se observa en la figura 128, la edad que más predomina en quienes respondieron a la encuesta está entre los 34 a 41 años, simultáneamente, el 19,6% están entre los 42 a 49 años de edad; por su parte, los más jóvenes con el 15,2% están ubicados en edades que oscilan entre los 26 a 33 años. Por otro lado, los de mayor edad son el 13% que tiene más de 58 años y un 10,9% está entre los 50 a 57 años.

Figura 129. Género de nacimiento



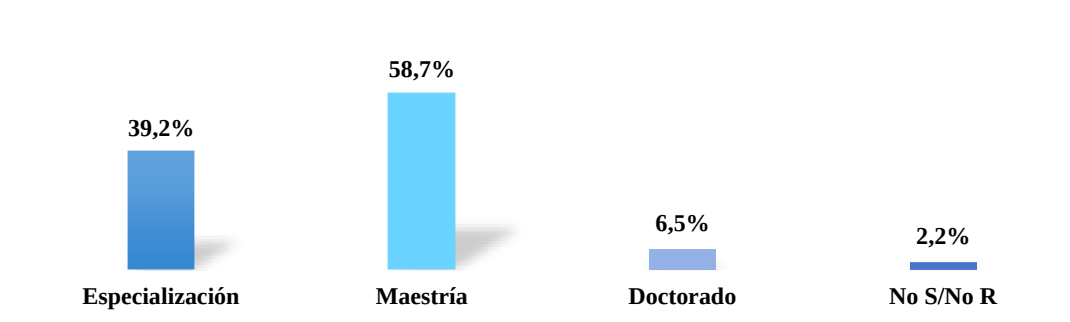
El género que más destaca entre los docentes como administrativos encuestados es el masculino, ya que, el 61% son hombres, en cambio, las mujeres tan solo representan el 39% de los encuestados.

Figura 130. Estado civil



En lo que compete al estado civil en que se encuentran los encuestados, el 60,9% pertenecen a una relación matrimonial, mientras que, el 23,9% se mantienen solteros; en este orden de ideas, un 10,9% están en condición de unión libre y el 4,3% son separados.

Figura 131. Nivel educativo actual



En cuanto al nivel educativo que más prevalece, está el de maestría, puesto que, representa el 58,7% de los encuestados, posteriormente, el 39,2% tiene especialización y el 6,5% tiene título de doctorado. En efecto, estos datos difieren un poco de los nacionales, ya que, el nivel de formación que más destaca de los docentes en todo el territorio colombiano como se aprecia en la Tabla 17, es pregrado, luego, está el nivel de especialización, seguidamente el de maestría.

Tabla 17. Nivel de formación de los docentes de educación superior

Nivel de formación	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pregrado	31.706	32.738	38.514	48.002	46.274	45.173	45.989	46.552
Especialización	31.268	30.159	35.045	34.789	36.962	36.885	43.468	44.505
Magister	21.705	21.598	23.519	25.419	27.546	27.944	41.875	43.856
Doctorados	4.994	5.370	5.649	5.961	6.358	6.808	8.893	9.477
Sin información	1.310	1.693	1.963	0	0	0	2.830	4.890
Total	90.983	91.558	104.690	114.171	117.140	116.810	143.055	149.280

Nota. Información suministrada por MEN – SNIES (mayo, 2016), adaptada por el autor para la investigación (enero, 2021)

De igual manera, es significativo destacar de la información que presenta la Tabla 17 que en lo referente a doctorados, hay similitud con lo encontrado en la investigación, puesto que, es el menor nivel de formación que se encuentra tanto a nivel local como en toda Colombia. En relación a esto, la revista Semana Educación (2018) reseña lo contenido en el informe del Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología del año 2015, el cual señala:

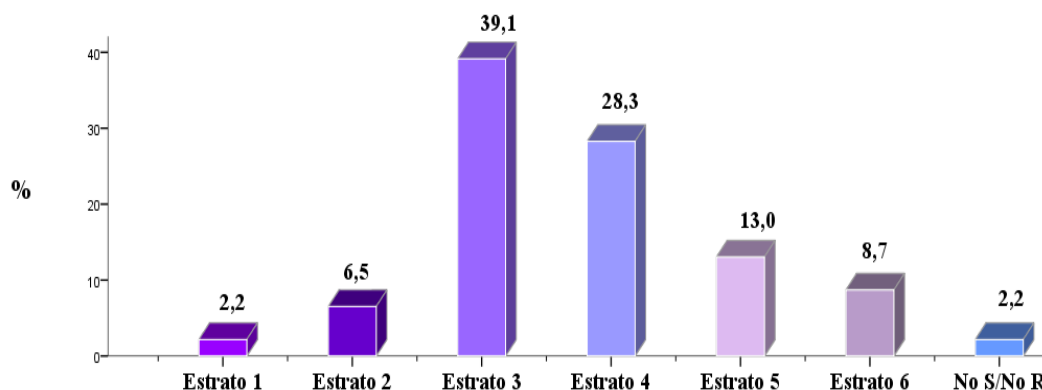
Que el país gradúa un promedio de 6,6 doctores por cada millón de habitantes y esta cifra dista del promedio latinoamericano, que es de 40 doctores por cada millón. Por otro lado, cada vez son menos los proyectos o instituciones en los que estas personas pueden potenciar sus conocimientos. (p.47).

Igualmente, la revista Dinero (2017) indica que Colombia es muy inferior en este aspecto en relación a los Estados Unidos, el cual “gradúa aproximadamente 200 doctores por cada millón de habitantes, mientras que en un emergente como la India, la cifra se ubica en alrededor de 20,2 doctores graduados por cada millón de habitantes” (párr.3); asimismo, este medio reseña lo indicado por Colciencias en que “la cantidad de doctores graduados en un país es un reflejo de sus capacidades instaladas para llevar a cabo labores de investigación y desarrollo y para formar talento humano para realizarlas” (párr.1).

En definitiva, estos resultados impulsan la reflexión sobre una deficiencia formativa entre los formadores pertenecientes a las instituciones de educación superior colombiana, lo que indica un atraso en términos de investigación, impactando el desarrollo multidimensional de los encargados del sector productivo de la ciudad de

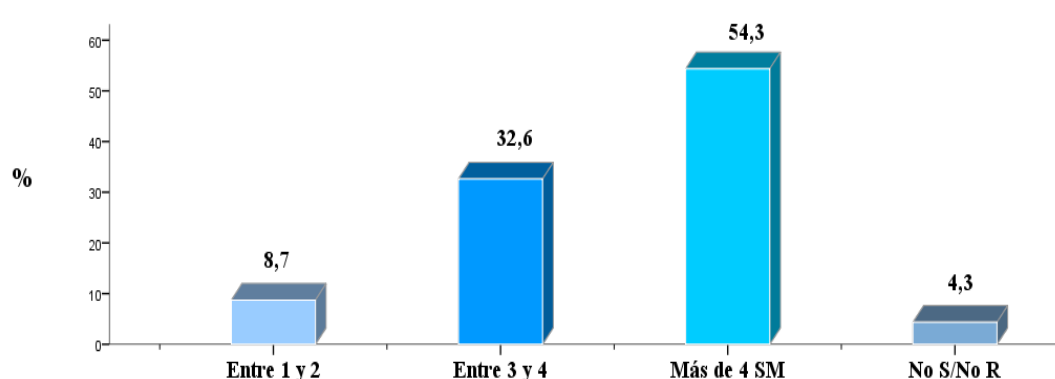
Cúcuta y del país en general, recordando que el emprendimiento es una parte constitutiva de dicho sector.

Figura 132. Barrio de residencia



El estrato socioeconómico que más destaca, es el 3, puesto que, el 39,1% de los encuestados se ubican allí, luego, el 28,3% pertenecen al estrato 4. Asimismo, el 13% son del estrato 5. Seguidamente, el estrato 6 abarca al 8,7% de los encuestados, finalmente, con una baja participación están los estratos 1 y 2.

Figura 133. Ingreso mensual (Salario Mínimo / SM)



En lo correspondiente al ingreso mensual que reciben los encuestados, destaca que el 54,3% obtiene más de 4 salarios mínimos legales para Colombia, el 32,6% devenga un salario alrededor de los 3 a 4 salarios mínimos y el 8,7% indican que tiene ingresos que se establecen entre 1 a 2 salarios mínimos.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

En este capítulo se presenta las conclusiones que se derivaron de la presente investigación, pues según con Palella y Martins (2012) se debe “puntualizar cada uno de los aspectos que conforman las dimensiones del estudio circunscritas a los resultados obtenidos y que den respuesta a los objetivos específicos de la investigación” (p.191). Por lo anterior, se presentan las conclusiones que emergieron del debido proceso de esta investigación, en relación a los resultados que se encontraron y en el mismo orden en que se plantearon los objetivos específicos:

En lo que concierne al objetivo específico número uno (1) dispuesto como: Diagnosticar la situación actual del emprendimiento en los estudiantes de la carrera de administración en las universidades de la ciudad de Cúcuta, se dedujo que los participantes de la carrera de administración de dichas universidades, conocen ciertamente: a) las características propias del emprendimiento, refiriendo a que las mismas se circunscriben a los siguientes ámbitos: empresarial-personal, competencias generales y sociales; b) las características propias del entorno emprendedor, estableciendo a que las mismas giran en torno a lo económico, lo social y educativo; c) los tipos de emprendedores que sobresalen en las universidades bajo estudio, dentro de los cuales destacan: el innovador, imitador e incubador; d) los tipos de emprendimiento que destacan, los de base abierta, de base social y de base tecnológica; y, e) los componentes de la cultura emprendedora, más significativos se encuentran: el espíritu emprendedor, la innovación y la creatividad.

Sin embargo, se diagnosticó la existencia de un desconocimiento de estos temas por parte de los docentes y administrativos (profesores-formadores), lo que conlleva a considerar que la información del emprendimiento que emerge desde las universidades colombianas objeto de estudio, no está siendo compartida entre todos los orientadores de la misma forma; pese a ello, se diagnosticó que en la carrera de administración de las universidades objeto de estudio de Norte de Santander, Cúcuta-Colombia, se

organizan eventos con trascendencia y que tiene relación con el emprendimiento, dentro de los cuales destacan: las visitas empresariales, las ferias y los seminarios, repercutiendo todo ello, en el interés o no que puede presentarse en materia de emprendimiento de parte de los estudiantes (formados o educandos).

En cuanto al objetivo específico número dos (2), dispuesto como: identificar las percepciones de los estudiantes de Administración de Empresas de las universidades de la ciudad de Cúcuta en lo concerniente al perfil del emprendedor, se encontró que el punto focal de dichas percepciones y conocimientos están en función a: la innovación, la proactividad y la experiencia emprendedora.

De allí que se colige que, con esa triada se permite reconocer la importancia que tiene la motivación en referencia al emprendimiento en los estudiantes de la carrera de administración de las universidades objeto de estudio de la ciudad de Cúcuta; pues ese interés para emprender, es lo que les permitirá en el presente y en un futuro a esos actores del emprendimiento, afrontar la responsabilidad de generar empresa (o por lo menos, arriesgarse a intentarlo). Para ello, es vital en la práctica, el apoyo que los mismos emprendedores (o futuros emprendedores), tengan a través de acciones llevadas a cabo desde las universidades a las cuales pertenecen, así como, del sector empresarial y de políticas gubernamentales que les brinden espacios de crecimiento integral y multidisciplinario, que vayan más allá del aspecto académico.

Y en este sentido, se razonó que existen una serie de acciones llevadas a cabo en cada universidad en las que se desarrolló este estudio; empero, las mismas no son tan contundentes para que los educandos o formados consideren que lo que se está haciendo en cada casa de estudio superior, sea lo más idóneo en función de encumbrar el fenómeno del emprendimiento, verbigracia: la no certeza de la existencia de la red interna de emprendedores en cada una de las universidades, ni el emprendimiento desde las aulas, entre otros. En tanto, en el ámbito gubernamental se consideró que factores como la alta tributación y las pocas políticas de apoyo en el acceso a recursos financieros, inciden en el emprendimiento.

Por ello se coligió que, las percepciones de los estudiantes de Administración de Empresas de las universidades de la ciudad de Cúcuta, con respecto a la formación

emprendedora, están influenciadas por factores internos de la institución educativa (falta de redes de emprendimiento intra - universitarias); externos (políticas de gobierno que no se inclinan en el apoyo irrestricto al emprendimiento; familia, falta de recursos o planes de financiamiento para el emprendimiento); y, propios del estudiante (temor por el emprendimiento; edad; género; capacidad económica) influyen en las ideas de negocios de dichos estudiantes, lo cual inciden en la intención de crear o no empresas en esta región del país.

En cuanto al objetivo número tres (3) redactado como Determinar las medidas correctivas que están tomando las universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de administración para el fortalecimiento de la formación emprendedora, se pudo deducir que, se han venido realizando una serie de acciones enmarcadas en las actividades de docencia, investigación, extensión y administración, tales como: formación de líderes negociadores, motivación de actitudes emprendedoras, registro de los emprendimientos por necesidad, entre otras acciones que conlleven a materializar una formación emprendedora, relativamente activa.

En función de ello, se pudo colegir que las estrategias que están siguiendo las universidades en las que se desarrolló el presente estudio, no son suficientes, ni tampoco completamente claras, por lo que dichas medidas deben ser complementadas con otras, verbigracia: conseguir capital semilla, comunicación plena a quienes realmente interesa, y en consecuencia replantearse el sentido y la dirección de las mismas para lograr que logren el cometido de formar a un emprendedor neto desde las bases de la académica.

Finalmente, en cuanto al objetivo específico cuatro (4), dispuesto como: consolidar un cuerpo de recomendaciones cuyo impacto oriente la toma de decisiones relacionadas con el emprendimiento en las universidades de la ciudad de Cúcuta dentro de la carrera de administración de empresas y financiera, el investigador pasa a presentar las siguientes:

a) Las universidades de la ciudad de Cúcuta, deben hacer llegar la información intra - institucional de los diferentes estudios que los educandos o estudiantes en materia de emprendimiento llevaron a cabo en los distintos periodos lectivos, la cual

deberá comprender por lo menos, lo correspondiente al perfil emprendedor de los estudiantes que cursan administración. Ello para que los estudiantes, así como, el cuerpo docente y administrativo, conozcan todos los pormenores de los diferentes estudios en torno a este tema; de manera tal, que se puedan debatir, mejorar y sobre todo retroalimentar para lograr un mayor impacto en materia de formación emprendedora.

b) Se hace necesario que esta formación emprendedora, trascienda más allá de simples datos y, obedezca a reformas dentro del programa de administración que fortalezcan la formación en emprendimiento.

c) Conformar instrumentos y mecanismos idóneos para la formación emprendedora, y que los mismos salgan de la dirección de la carrera de administración, todo ello con el fin de aumentar los tipos de emprendedores, así como, de emprendimientos que se llevan a cabo en estas casas de estudios superiores.

d) Fomentar nuevas líneas de investigación, planes y acciones en materia de emprendimiento, para que se gesticulen nuevos emprendimientos que den paso a la conformación de empresas por parte de los estudiantes en mención.

e) Promover desde el seno de las universidades en estudio, conversatorios en materia de emprendimiento con los mismos estudiantes, para que ellos mismos retroalimenten y desde ahí, se tomen nuevos cursos de acción más propicios a la realidad que estos estudiantes tienden a considerar para llevarlos a emprender.

f) Organizar eventos de emprendimiento, en donde la promoción esté en manos de las Universidades, los estudiantes de la carrera de administración y el sector empresarial de la región.

g) De la misma forma, se recomienda, que las universidades involucradas en esta investigación, tomen en consideración los resultados aquí descritos y con ellos, conformen una serie de reformas, planes y estrategias que maximicen la capacidad emprendedora en los estudiantes de administración, así como, este estudio se extienda a otros programas de formación profesional, con la finalidad de que se cree una red interna de emprendedores plena y visiblemente establecida o mejor conformada que la actual, además, que se puedan adherir a la de otros planteles educativos de la ciudad, a

su vez, enlazándolas con redes nacionales e internacionales en el tema del emprendimiento.

h) Por último, se recomienda que las universidades encabecen la transformación de la ciudad en una metrópoli industrial y económicamente viable, en la que participen tanto las autoridades gubernamentales locales, como el sector empresarial de la ciudad, para que entre todos estos protagonistas, se conformen una alianza público-privada, de la que nazcan políticas locales más favorables al emprendimiento y a los empresarios, asimismo, se engranen unos con otros con el fin, que se complementen y no se anulen, o actúen cada quien por su lado, sino, en un conjunto de entidades se genere el cambio local deseado.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO VI

La Propuesta

Modelo emprendedor para la carrera de Administración de Empresas y/o Financiera de las Universidades de Norte de Santander, en la ciudad de San José de Cúcuta - Colombia

Presentación del modelo emprendedor

Los estudiantes universitarios en carreras de administración de empresas y de administración financiera, requieren el manejo de adecuadas estrategias que le permitan formarse en emprendimiento empresarial; por ello es importante concientizar al respecto, es decir, dar a conocer que la formación emprendedora puede garantizar la formación del aprendizaje significativo y duradero que favorezca su desempeño para la vida y la sociedad donde se desenvuelven, teniendo en cuenta que en la educación superior, laboral y especializada, el rol de actores como el docente, la sociedad, el Estado, es el de promover las habilidades cognitivas de alto nivel, que permitan al estudiante, como protagonista del aprendizaje, tomar de decisiones, resolver problemas, tener un pensamiento crítico y creativo para solventar los problemas que pueden suscitarse en el entorno regional, entre los cuales se puede mencionar los problemas de índole económico y de poco emprendimiento en la ciudad de Cúcuta.

Hechas las consideraciones anteriores, en las diferentes universidades en donde se dicta la carrera de administración en Cúcuta, existe la necesidad de mejorar el manejo de estrategias en emprendimiento, y para ello, es necesario presentar un modelo emprendedor para la carrera de administración de empresas y/o financiera de las Universidades de Cúcuta, que fomente la concepción de estudiantes de administración, como verdaderos creadores de empresas, desde el aula de clase, con el fin de establecer trabajo para ellos mismos, así como, para toda la sociedad cucuteña que lo requiere; ya que gracias a ello, se pretende incitar a una unión entre todos los actores activos de la ciudad, para que el esfuerzo sea conjunto y verdaderamente dirigido a crear empresas desde el seno mismo de las universidades, lo que fortifique la cultura como el ecosistema local en el tema del emprendimiento.

Justificación de la Propuesta

El planteamiento de la presente propuesta se justifica porque para alcanzar estrategias cognitivas, meta cognitivas y de administración en formación para el emprendimiento en las universidades con carreras de administración en la ciudad de Cúcuta, se debe partir de lo más elemental es decir, desde una formación emprendedora desde el aula de clase, y junto con las diversas estrategias que contribuyan a la formación empresarial desde un ecosistema emprendedor, incorporar al sector industrial, corporativo y empresarial, tomando en cuenta la perspectiva del desarrollo empresarial, para con ello traer, inversión en distintos campos, lo que derivara en la apertura de nuevos empleos. Por ello, debe trabajarse en comunión: Universidad, gobierno local y sector empresarial, lo que traerá consigo el engranaje necesario para facilitar el cambio económico que se hace imperativo en Cúcuta y que ha estado pausado por décadas.

Así pues, al generarse un modelo emprendedor dirigido a las instituciones de educación superior en la ciudad de Cúcuta, adquiere justificación la intervención del sector empresarial debido a que se requiere que el referido sector, colabore como participe con su experiencia, orientación, necesidades y conocimiento, para motivar adecuadamente a los estudiantes de administración, y con ello estos sujetos, adquieran una mayor perspectiva del panorama local, tanto en lo económico, como en lo empresarial, lo que despertara la creatividad y desarrollo de ideas como nuevas técnicas que colaboren con este sector.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Crear estrategias de formación emprendedora que permita motivar la creación de empresas en los estudiantes de Administración en las instituciones de educación superior de Cúcuta.

Objetivos Específicos

1. Mejorar el ecosistema emprendedor interno en los planteles de educación superior de la ciudad de Cúcuta.

2. Reforzar las iniciativas de emprendimiento que surgen en las instituciones de educación superior presentes en Cúcuta.
3. Incentivar las bases de un ecosistema emprendedor local desde la academia
4. Promover planes de negocios financiados tanto por las instituciones de educación superior ubicadas en Cúcuta, así como, por el gobierno local y el sector empresarial que apoyan el emprendimiento.

Estructura de la Propuesta

La estructura de esta propuesta está dada para aplicarse durante cada semestre académico en cada una de las universidades que tienen dentro de sus pensum de estudio la carrera de administración y que están ubicadas en la ciudad de Cúcuta, en las que se pondrán en marcha cada uno de los puntos previstos que contempla la propuesta. Asimismo, al final del año académico se pretende realizar una revisión general de los pros y contras encontrados, para darles solución, así como, aprovechar los avances en materia de emprendimiento hallados.

De igual manera, queda en manos de cada directiva de estas entidades educativas conformar los horarios de reuniones, los días y todo el cronograma que de allí se desprenda, ya que, esto dependerá indiscutiblemente de los recursos en conjunto de que disponen para llevar a cabo todo lo propuesto.

Factibilidad de la Propuesta

Guevara, Carmona y López (2017) señalan “la factibilidad demuestra que el proyecto [o modelo] es viable, que se cuenta con los mecanismos y factores indispensables para que se pueda concretar [el mismo]” (p.3). Igualmente, añaden que por medio de esta “se da a conocer qué es lo que se necesita para que el proyecto [o modelo] logre tener éxito al ejecutarse” (Ob.cit.). Por consiguiente, a continuación, se detallan todos aquellos requerimientos que han de estar en consonancia, al igual que, presentes para que la actual propuesta, pueda ser completamente llevada a cabo, desde el orden institucional, técnico, social, legal, económico y financiero, que garantice su ejecución de la mejor manera posible:

Factibilidad institucional

Indiscutiblemente, es preciso la decisión como la voluntad de las directivas de las instituciones de educación superior en acoplar este diseño de modelo a sus quehaceres formativos en la carrera de Administración. De igual manera, el cuerpo docente es parte fundamental de la aplicación de esta propuesta, dado que, es totalmente importante su apoyo, pues, son los que mayormente tienen contacto con los estudiantes, haciéndoles entender que uno de los propósitos que se busca es el de facilitar sus labores como orientadores del emprendimiento, lo que derive en el surgimiento de emprendimientos de diversa índole, desde la formación académica tradicional que vienen implementado.

También, se ha de contar con la voluntad de los estudiantes, puesto que, son el principal eje y sustento de este modelo, dado que, es configurado para llevar la motivación de estos a crear empresa, hacia la acción misma de hacerla realidad.

Factibilidad Técnica

Al tratarse de una propuesta de modelo emprendedor, las directivas de esas organizaciones educativas a nivel superior, han de disponer todos los recursos, tanto físicos como intelectuales para dar cabida al mismo dentro de sus parámetros y en toda la planeación que tienen estructurada, con la finalidad que se conjuguen todos estos aspectos en una misma dirección, que es la de respaldar el emprendimiento desde el aula de clases.

También, desde esas mismas casas de educación superior se deberá generar toda la logística concerniente y los acercamientos respectivos a las entidades que financian los emprendimientos en Colombia, con el objeto de manifestarles la aplicación de este modelo, para recibir el respaldo y la orientación de las mismas, lo que induzca a un mejoramiento paulatino de este modelo, así como, se ajuste a los propósitos que persiguen las entidades nombradas, lo que converge en una sintonía de esfuerzos en ambas direcciones.

Igualmente, las entidades educativas en Cúcuta, deben generar los espacios como iniciar los avances pertinentes para atraer la atención como la colaboración de los

sectores empresariales y gubernamentales locales, con el propósito de comprometerlos en la iniciativa que persigue el modelo propuesto, para reforzar el ecosistema emprendedor cucuteño y esto aliente a los estudiantes de Administración a emprender con mayor ahínco.

Factibilidad Social

Está determinada por todo el cumulo de beneficios que se derivaran de la aplicación de este modelo en los planteles educativos de nivel superior con domicilio en Cúcuta, entre los cuales vale mencionar la disminución de las cifras de desempleo e informalidad arraigadas en Cúcuta desde años atrás, por la consecuente creación de empresas. Adicionalmente, el cambio del contexto económico actual a uno más sostenible, soportado y amparado desde la ciencia, la académica, los sectores empresariales y las entidades del gobierno.

Lógicamente, el cambio cultural hacia una filosofía de emprendimiento instaurada en todos los rincones de la ciudad, para que, se avive la llama emprendedora de los habitantes de la misma, sean estos estudiantes o no. También, la concepción de toda la sociedad presente en Cúcuta, de que es posible desde hechos y acciones contundentes, convertir a esta ciudad en una metrópoli de emprendimiento y de capital humano enfocado en esta dirección.

Factibilidad Legal

En lo referente a los aspectos legales en que se fundamenta la presente propuesta, el Artículo 333 de la Constitución política de Colombia de 1991 expone que “la empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial” (s. p.), por tanto, el Estado en cabeza del gobierno nacional tiene como obligación respaldar los procesos de creación de empresas como uno de los motores viables de la economía del país.

Por lo que esta propuesta se encuentra respalda por principios rectores de la Carta Magna de la República de Colombia que involucran, además, el derecho al trabajo y a la libre asociación, como las que se genera del nacimiento de empresas viables y sostenibles en el tiempo. Así mismo, el eje principal de la propuesta es precisamente

que se originen empresas desde el seno mismo de las instituciones de educación superior en la ciudad de Cúcuta, teniendo concordancia con lo indicado en este artículo constitucional.

Por otro lado, la posibilidad legal de esta propuesta se fundamenta en la Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento, la cual sienta las bases como directrices en Colombia para el apoyo a este tema; concretamente en el contenido del Artículo 2 de esta ley supra, resalta que como parte de su objeto, se establece la promoción del “espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley” (s. p.).

De allí que, la propuesta presentada va de la mano con el direccionamiento que el gobierno nacional imparte en esta ley, lo que garantiza que se trabaje conjuntamente en la motivación como en el desarrollo del espíritu emprendedor de los estudiantes de administración en Cúcuta desde el ámbito público y privado, como lo sostiene el artículo supra citado, en que el gobierno debe velar por “crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento” (Constitución Política de Colombia, 1991).

De igual manera, el contenido del Artículo 4 de esta Ley, indica entre las diversas obligaciones que tiene el Estado colombiano para garantizar tanto la eficacia como el desarrollo de esta ley el “buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo” (s. p.), por lo cual, las redes de emprendimiento internas de las instituciones educativas en Cúcuta que comprende este estudio, pueden acceder a recursos para beneficiar a los estudiantes de administración y fortalecer así, la creación de empresas desde las mismas.

Factibilidad Financiera

En términos financieros, la perspectiva en este aspecto de la presente propuesta radica en los recursos de índole monetarios que están dispuestas estas organizaciones de educación superior con sede en Cúcuta, para llevar a cabo y efectuar las diversas acciones como estrategias que se plantean, por ende, cada una de estas organizaciones decidirá en cabeza de sus directivos que tanto dinero destinarán para consolidar y dar vida efectiva a este diseño de modelo emprendedor. En efecto, cada institución tendrá que acomodar un presupuesto de acuerdo con sus capacidades para el desarrollo de esta propuesta.

De igual manera, es posible ajustar este diseño a cada una de estas organizaciones educativas para sacar el mayor provecho de este recurso escaso y potenciar el emprendimiento en los estudiantes de administración, sin alterar considerablemente las proyecciones financieras que tiene estimadas estas entidades, lo que permite que esta propuesta se acople a los presupuestos anuales determinados por estas organizaciones para sus operaciones, debido a la flexibilidad que emana de la misma.

Asimismo, las directivas de estas instituciones de educación superior han de establecer convenios, acuerdos y todo mecanismo concerniente a la participación como financiamiento de las diversas entidades que en Colombia se encargan de apoyar como impulsar el emprendimiento, sean estas públicas o privadas; es decir, establecer un soporte financiero externo que sea apremiante como duradero en el tiempo, lo que facilite la aprobación como financiamiento de los planes de negocios concretados por los administradores en formación en Cúcuta. De esta manera, se pueda contar con este respaldo financiero óptimo que beneficie a los emprendedores en potencia.

Factibilidad Económica

Este aspecto está soportado para esta propuesta en la medida de la integración de los diferentes actores económicos presentes en la ciudad de Cúcuta, por lo que es prioritario que las entidades de educación superior en manos de sus directivos hagan un férreo llamado a comprometer a la empresa privada, al sector gobierno y todos aquellos que intervengan en el desarrollo económico local, a fin de, establecer el andamiaje idóneo entre los sectores público y privado, con el objeto de concretar

relaciones de apoyo y colaboración mutua para hacer realidad la creación de empresas desde el interior de las organizaciones de estudios de tipo superior.

Asimismo, la factibilidad económica surge por la retroalimentación beneficiosa entre todo este conjunto de entidades con la finalidad de verificar y constatar que tipos de empresas requiere la ciudad, sean estas de tipo de respaldo a las ya establecidas o de productos o servicios que no se realicen en este municipio colombiano. Acto seguido, es contúndete establecer relaciones de cooperación tanto de conocimiento, financiero, asesorías y de experiencia para de esta manera, conformar una verdadera red económica, permitiendo así, que la sociedad cucuteña salga de los bajos niveles económicos que atraviesa, para que todo el esfuerzo económico atribuible a todos estos actores sea provechoso, de igual manera, todo esto genere el impacto económico esperado, tanto por los estudiantes como por los empresarios.

Modelo Emprendedor Propuesto

Para la concerniente elaboración y generación del modelo de formación emprendedora a implementar en las universidades de la ciudad fronteriza de Cúcuta, se procede a utilizar el modelo del evento emprendedor de Shapero y Sokol (1982) citado en González, Herrera y Tovar (2015).

Este modelo, se adapta a los parámetros que el investigador considera como factores de motivación del emprendedor, así como, los elementos, aspectos y situaciones que inciden dentro y fuera de él, que están comprendidos en tres fases a las que refiere la teoría de Shapero y Sokol (1982), las cuales son: Fase *previa*, en la que se presenta un cúmulo de sucesos, que pueden ser de índole positiva o negativa, que ejercen una influencia sobre el emprendedor hacia el hecho de crear empresa. Acto seguido, la segunda fase es la de *deseo*, la cual consiste según Shapero y Sokol (Ob.cit.) en “la existencia de una serie de circunstancias, entre las que podríamos citar la formación del emprendedor, la familia, la cultura y las amistades, transformarán al posible emprendedor [o estudiante] en un emprendedor potencial” (González, Herrera y Tovar, 2015, p.8).

Para terminar, está la fase de *acción*, radica en una compendio de circunstancias, tales como, el acceso a respaldo financiero, capital humano, recursos técnicos, por nombrar algunos; por los cuales el sujeto o individuo, procederá a actuar a favor de generar empresa, y toma en cuenta los modelos de emprendimiento de pares emprendedores.

No obstante, frente a este modelo teórico, el investigador propone ajustar el mismo a la realidad cucuteña, y para ello, el investigador presenta la figura siguiente:

Figura 134. Modelo emprendedor para universidades en Cúcuta.



Nota. Modelo de Shapero y Sokol (1982), adaptado por el autor para la investigación.

Fase previa o inicial

En esta fase se deben valorar los eventos positivos, negativos y neutrales que previamente han atesorado los estudiantes de universidades en las cuales se dicten la carrera de administración de empresas y/o financiera, que pueden repercutir en la acción que tome en el emprendimiento; tal como lo afirma Shapero y Sokol (1982-2015), en sus postulados teóricos.

Así pues, como prefacio a la formación emprendedora, las universidades deben de estudiar y analizar el fuero interno de sus estudiantes, para evidenciar que aspectos, tanto internos como externos son los que más los motivan (Maslow, 1943), cuáles son las necesidades del emprendedor (McClelland, 1961) o como influenciarían a emprender. Y para ello, la acción más significativa está, en el diagnosticar la situación para emprender, lo cual conlleva al siguiente proceder:

- a) Analizar las expectativas para emprender;
- b) Analizar las actitudes emprendedoras personales;
- c) Determinar los aspectos positivos como negativos a los que están sometidos los estudiantes (Shapero y Sokol, 1982).

Esto debe darse desde el momento que el estudiante ingresa al claustro académico. No obstante, para aquellos estudiantes que ya están en el proceso de formación tradicional, se hace necesario hacerlo en todos los semestres, con el fin de empalmar a todos los estudiantes en este modelo.

De manera general, cada institución de educación superior en esta ciudad, deberá determinar los formatos, herramientas, tiempos y recursos para disponer a realizar estas acciones, así como, nombrar los responsables de las mismas, al igual que, configurar los mecanismos de seguimiento, control y de retroalimentación, para evidenciar el cumplimiento de las mismas como corroborar, si se están examinando aquellos elementos en particular que cada institución considere más importante o necesarios para sus fines misionales.

Fase de formación

En la que el emprendedor puede hacerse mediante el atesoramiento de los conocimientos de su formación académica en emprendimiento. En este sentido, en lo concerniente a las universidades, los estudiantes son los sujetos que, bajo estudio y análisis, se les pueden identificar los tipos de emprendedores, vale decir los que nacen y los que se hacen; razón por la cual, este modelo se centra en formar emprendedores, que nazcan y que se formen, a través de las actitudes innatas o deban adquirirlas desde el aula de clases.

Por lo cual es importante, desde toda la línea de emprendimiento si la hubiere, o desde las materias que tengan relación con este tema, se empiecen a gestar las ideas de negocios que, eventualmente se convertirán en planes de negocios, que se presumen sean viables por la intervención misma de los centros educativos en este proceso (Freire, 2005).

Entonces, desde la materia de emprendimiento o la que haga sus veces, se debe realizar la siguiente acción que da sustento y estructura a esta fase:

Manejar desde el inicio de esta etapa una sola o varias ideas de negocios que tengan un contenido de innovación y de valor agregado, que sea un factor diferenciador, en un grupo de estudiantes, preferiblemente dos, con lo que se dé forma

a través de todo el proceso formador, sin perder el hilo, al pasar de un docente a otro en cada semestre.

En relación a esto, es indudable que los directivos del programa de Administración en cada institución, deban establecer rutas o soportes que evidencien el trabajo del docente, que debe registrar los progresos en esta materia y la realización de estas ideas en cada estudiante o grupo de los mismos, a través de herramientas digitales o no.

Además, esto debe reposar en el programa académico, para que el nuevo docente de la materia en línea que siguen de acuerdo al pensum, pueda establecer su plan de trabajo; y con ello evitar, empezar este proceso en cada materia vista, perdiéndose así, los primeros esfuerzos de los estudiantes. Es decir, realizar toda la trazabilidad correspondiente desde el inicio de la carrera, hasta el momento de pasar de la idea de negocios a plan de negocios para buscar capital semilla.

Por lo anterior, estas ideas deben ser trabajos de clase dirigidos por los docentes, desarrollados en el transcurso de cada materia hasta convertirse en planes de negocios, de esta forma, vayan en comunión con lo establecido por las diversas convocatorias presentes en Colombia.

Entonces, ha de implantarse la metodología correspondiente a cada caso, para que al estar preparado todo, sea simplemente de entregar a la convocatoria definida, así pues, ha de incorporarse los diferentes enfoques de las convocatorias a la materia de emprendimiento y afines, con lo que se logre una mayor formación en este aspecto y se aumenten las probabilidades de conseguir el capital semilla para cada plan conformado.

Para esto, se precisa que las instituciones hagan los contactos respectivos con cada entidad que apoya el emprendimiento para que, desde el aula de clase, estén sean parte activa de las actividades académicas, asimismo, se conjuguen sus acciones con las de la materia.

Además, la universidad debe anclar a los estudiantes al ecosistema interno emprendedor, dirigiéndolos a ser protagonistas del emprendimiento, al unirlos a otras

carreras, de esta forma se conforme una red interna de emprendedores y de proyectos que atraigan otros futuros profesionales en formación.

Conjuntamente, crear una base de datos solida de las experiencias de estos estudiantes. Asimismo, crear espacios dentro de estas instituciones para fomentar el emprendimiento y dar orientación sobre el mismo; si ya existen tales espacios, comunicar constantemente su ubicación, así como, intensificar su presencia por medio de marketing de emprendimiento, en otras palabras, generar un plan de mercadeo interno que refuerce las acciones que se están ejecutando en este contexto.

De igual manera, se plantea que estas organizaciones educativas constituyan en sus instalaciones un laboratorio de mercadeo y emprendimiento, cuya finalidad será que los estudiantes como docentes vayan allí a probar artículos como servicios de las diferentes empresas, sean estas formales o no, a fin de determinar nuevos mercados para sus productos, lo que se traduce en nuevas oportunidades (Ducker, 1985); todo ello a través de la experiencia empresarial de los ya consolidados en la ciudad.

De la misma forma, para ampliar la experiencia de estos estudiantes, ha de estimularse concretamente desde los objetivos de la materia de emprendimiento y afines, que se hagan simulacros de solicitud de empleo, para ir moldeando el espíritu emprendedor del estudiante (Freire, 2005).

Por ende, los estudiantes como parte de trabajo de campo, se vean obligados de alguna manera a esto, con el objetivo primordial de hacerles enfrentar la realidad del medio en que viven, para evaluar y tomen conciencia de la necesidad de la apertura de puestos de trabajo desde el nacimiento de empresas, desde su estado de formación como profesionales y no se espere a que salgan egresados para preguntarse qué van hacer al respecto.

Al mismo tiempo, como parte de una estrategia pedagógica, ellos retroalimenten en el salón de clase sus experiencias con los demás compañeros, así como, con sus docentes, lo que evidencie la falta de oportunidades laborales que les aguarda al finalizar sus estudios (Schumpeter, 1965).

En este sentido, otro simulacro que debe ser adherido a la formación en emprendimiento de estos estudiantes, compete a la creación de empresas en la Cámara

de Comercio local, en el que esta masa estudiantil tenga la posibilidad de emular una inscripción a esta entidad, con la finalidad de que aprendan adecuadamente el proceso de formalización, para que al momento de crear empresas, tengan pleno conocimientos de los trámites asociados al mismo, con lo que no se quede en teoría simplemente, sino, se involucren en estos temas y de las implicaciones que deriva este tipo de responsabilidades, y por ello, se evidencia en la disposición de oportunidades para el emprendedor (Kizner,1985).

Fase de deseo

En esta fase, es necesario considerar como lo hace el modelo teórico de Shapero y Sakol (1982), aquellos factores extrínsecos: entorno social, familiar, cultural, vínculos de amistad, que afectan en alguna medida a los posibles emprendedores; pues todo ello puede conducirlo a tomar la decisión de ser emprendedores en toda su capacidad. No obstante, se sugieren añadir ciertas acciones concernientes a lograr despertar el deseo de emprender de los estudiantes que se están formando en administración, como son: conformar una serie de conversatorios, los cuales, según el diccionario de la Real Academia Española (s.f.) son una serie de “reunión de personas versadas en determinada materia” (párr.1)

Por lo anterior, los conversatorios son una herramienta comunicativa que se muestra propicia para que estudiantes, docentes y expertos en el área de emprendimiento, se reúnan entorno a este espacio y expresen sus ideas, sus conocimientos, así como, sus experiencias en el tema.

A su vez, los estudiantes de administración puedan decir sus opiniones y expresar su fuero interno de una manera más amena y más enfocada hacia el tema del emprendimiento, para verificar como los afecta el ecosistema emprendedor que está presente en la ciudad y que esperan ellos hacer para cambiar esta situación, o cuales son los aportes que ellos pueden dar a las estrategias, acciones y demás iniciativas llevadas por las instituciones de educación superior y todas las otras organizaciones vinculadas al emprendimiento en Colombia, lográndose así, una retroalimentación en ambas vías, tanto de docentes, expertos como desde la perceptiva estudiantil.

Por otra parte, integrar a los empresarios de la región como un agente externo para que expongan ante los estudiantes sus experiencias en su campo, los obstáculos que han tenido en su camino, las decisiones que los han marcado en su vida empresarial y todo aquello que ellos han tomado del medio, tanto social como económico para alcanzar sus metas, debe considerarse como otra acción dentro de la fase del deseo; ya que, a través de esta herramienta, este acercamiento ayudará a fortalecer la motivación como el deseo de estos estudiantes en ser emprendedores.

Asimismo, se debe considerar en esa dinámica, a los emprendedores que han surgido desde el seno mismo de cada una de estas organizaciones de educación superior, para que, a través de estos casos de vida, puedan ser un cumulo de incentivos emocionales, intelectuales, técnicos que despierten como se adhieran al deseo de los estudiantes de ser emprendedores.

Este tipo de experiencias pueden ser abordadas por estas instituciones (universidades) desde dos ángulos diferentes: 1) Desde el salón de clase, ya que, entre menor el grupo de personas, se puede incitar a surgir esa familiaridad como confianza que puede surgir entre estos agentes y los estudiantes, por otro lado, realizar estos espacios desde todo el conjunto de estudiantes de cada semestre, es decir, una actividad grupal más extensa, en los auditorios con los que cuenta cada institución educativa en Cúcuta; y 2) Registrados de manera digital, en audio y video, con lo que se cree una base de datos, en la que pueden ser revisados nuevamente, para comparar luego de un tiempo, con los resultados o las metas que se programen cada institución de educación superior en materia de emprendimiento.

De esta manera, se puede evidenciar si el comportamiento de los estudiantes cambia con cada una de estos conversatorios, o por el contrario, se debe enfocar esta herramienta de otra manera, para lograr impactar en el aspecto interno de cada estudiante, en términos de emprendimiento.

Otras de las acciones que se pueden tomar entorno a todo el ambiente social que gira alrededor de cada estudiante, puede enfocarse a invitar a las instalaciones de estas organizaciones educativas a las familias y a las amistades de cada estudiante, para que sean partícipes de la transformación de dichos estudiantes en emprendedores, por

medio de: ferias empresariales, presentación de ideas de negocios, entre otros; sea en clase o, en un espacio que los docentes como directivos consideren apropiados, para luego, registrar este tipo de actividades, y posteriormente, medir el impacto que surtió en los estudiantes luego de este tipo de eventos, enriqueciendo así, el conocimiento sobre el deseo de emprender de cada sujeto en formación, así como, observar su evolución o por el contrario, si esta estático, reconfigurar todo el esquema.

Fase de acción

En esta fase el emprendedor potencial, se encuentra con una serie de aspectos que lo incitan a crear empresa, o que forman parte del ambiente externo del individuo, así como, del trabajo de este (Herzberg, 1959), o factores higiénicos y factores motivacionales (Chiavenato, 2000). Y por ello, existen una serie de condiciones como son los recursos financieros, técnicos (Shapero y Sokol, 1982); físico, ambientales, encargo de tareas y demás asociados, los cuales influyen en la creación de la empresa.

No obstante, aclara el investigador que, la creación de la empresa, en la adaptación de este modelo, estará en la siguiente fase de acompañamiento y, no en esta fase de acción.

En este sentido, las instituciones de educación superior deben ser el engranaje que encauce todos los esfuerzos e iniciativas propias de cada uno de los protagonistas que componen de alguna manera, el ecosistema emprendedor local en la ciudad de Cúcuta.

En otras palabras, al ser estas instituciones las encargadas de formar el talento humano que requiere este municipio, es preciso que sea el protagonista principal que propicie la unión efectiva del gobierno y los empresarios, siendo el catalizador para que emerja el cambio económico esperado.

Por ello, considera el investigador aplicar en este punto los dominios del ecosistema empresarial entre ellos, políticos, finanza, mercados, capital humano, servicios, y de cultura de los que hace referencia Isenberg (2010).

Para esto, dichas instituciones de educación superior, deben procurar ser las responsables de gestionar recursos del sector privado, como la búsqueda de

patrocinadores de eventos que tengan relación con el emprendimiento como ferias, seminarios, congresos, etc., con el fin de lograr una mayor congregación de participantes y se presente más apetecible para los estudiantes asistir a este tipo de espacios, adicionalmente, estos patrocinadores pueden ser locales o nacionales; además, el patrocinio que otorguen puede darse en dinero, capacitaciones, logística, infraestructura y otros que se convengan entre las partes.

También, estas organizaciones educativas han de gestionar recursos con el sector público sea: la Gobernación o Alcaldía, o incluso, desde el gobierno nacional, para que se generen convocatorias públicas cerradas en Cúcuta en convenio con el Fondo Emprender; entonces, estas convocatorias según la normatividad vigente del Fondo Emprender son “aquellas a la cuales solo pueden postularse proyectos o iniciativas empresariales que representen un impacto o desarrollo en la región, localidad, o zona del país donde provienen los aportes, o aquellas que se determine en el respectivo convenio” (p.17).

Dicho lo anterior, cabe señalar que, este tipo de convenios con este fondo, se originan con iniciativas de las entidades u organizaciones públicas o privadas del orden nacional o local, las cuales aportan una cantidad de capital para el emprendimiento y el Fondo Emprender coloca el resto del dinero, siendo esta última la administradora de estos recursos, la cual se encarga de abrir como gestionar este tipo de convocatorias dirigidas a una zona en particular.

Por ende, las organizaciones educativas en Cúcuta deben ser las garantes que se abran y se propicien este tipo de convocatorias cerradas para la zona de frontera que comprender la ciudad, es decir, deben ser el catalizador para que surja capital semilla para los emprendimientos que emergen de sus aulas de clase por parte de los estudiantes de Administración, de esta manera, se garantiza que los emprendedores potenciales, tengan el recurso financiero para crear empresa (Isenberg, 2010).

De igual modo, estas organizaciones en Cúcuta deben velar por atraer a inversionistas aunque sean estos de la ciudad o de otras localidades, con el propósito de mostrar en espacios que se estructuren para este fin, como lo consideren estas entidades, los diversos planes de negocios producto del trabajo e investigación de sus

estudiantes de administración; así pues, enlazar a los emprendedores con inversionistas privados para lograr la creación de empresas a partir de este tipo de iniciativas, para que se expanda el abanico de oportunidades de capital semilla que el ecosistema emprendedor cucuteño puede ofrecer.

También, atraer a las entidades bancarias para que valoren las ideas de negocios y se puedan abrir créditos especiales o dedicados a los emprendedores de administración, lo que sumado a lo anterior, fortalezca el panorama financiero y se creen más oportunidades de acceso a recursos para emprender; pero, sin una entidad que lidere o tome las riendas del ecosistema no se podrá lograr ningún avance al respecto, por eso se sugiere que sean las entidades de educación superior en Cúcuta las encargadas desde la academia de viabilizar todo este tipo de acciones, concretarlas y darles vida pública.

Por otro lado, estas entidades de educación superior deben gestionar todos los demás recursos sean técnicos, humanos y aquellos asociados a respaldar el emprendimiento local, en la medida que se configura toda la logística local para dar soporte al emprendimiento iniciado desde las aulas de clase. De igual forma, todos estos esfuerzos, han de registrarse para evidenciar e ir mejorando cada una de estas acciones y estrategias surgidas para apalancar la creación de empresas en la ciudad por parte de los estudiantes de la carrera de administración, logrando así, una base de datos de experiencias que puedan replicarse a otros programas de formación profesional.

Fase de acompañamiento

En esta fase propuesta para esta investigación, las instituciones de educación superior en Cúcuta, tienen la tarea de facilitar el acompañamiento, respaldo, guía y orientación respectiva a los estudiantes de administración involucrados en procesos de emprendimiento generados en las fases previas, al igual que, fortalecer los esfuerzos para que los estudiantes que aún no se han resuelto emprender, se vean motivados hacerlo.

Para esto, estas entidades de educación superior han de utilizar herramientas y teorías que ayuden e impacten en el ecosistema interno comprendido en cada una, para

lo cual, se sugiere la implementación del modelo de los tres horizontes de crecimiento de McKinsey (1999), con la finalidad de estudiar cada uno de los emprendimientos que se van gestando en cada una de estas organizaciones, para medir su impacto social, económico y consecuentemente, su capacidad para ser una empresa viable y sustentable en el tiempo.

Entonces, estas entidades dedicadas a la educación superior en Cúcuta, siendo ellas mismas una empresa u organización dedicada especialmente a la formación de profesionales y técnicos, entre otros, han de establecer una estrategia basada en el modelo de Mckinsey (1999) para respaldo de los emprendimientos de sus estudiantes.

En este sentido, se puede agregar no solamente a los programas de innovación y desarrollo, sino, de emprendimiento, con lo cual se proyecte que los planes de negocios conformados por los estudiantes contengan un alto valor de innovación o se les incorpore en el proceso, para que vayan en sintonía a lo definido por cada una de las convocatorias y de los parámetros de los mercados locales, nacionales y si es posible internacionales.

Consecuentemente cada uno de los emprendimientos de los futuros administradores se verá sometido al análisis de estos tres horizontes propuestos por Mckinsey (1999), con el propósito de enriquecer los planes de negocios y convertirlos en verdaderas fuentes de generación de empleo para la región, además, de darles un soporte más estricto para ser beneficiados, sea por capital semilla proveniente de entidades que apoyan el emprendimiento en la nación, o por inversionistas privados atraídos por estas instituciones educativas y por la labor de estos estudiantes.

Asimismo, se espera que, al pasar por este filtro, cada emprendimiento en su fase más madura, pueda ser articulado con otros emprendimientos similares o que compaginen, con lo que se le dé dinámica a la economía local. Creando así, posibles clústeres en diversas áreas.

De igual manera, se desprendan de la aplicación de este modelo de crecimiento, nuevos planes de negocios, para ir fortificando el despertar de nuevos emprendedores en su fase de formación académica, identificando así, nuevas oportunidades para planes de negocios, producto de todo este trabajo en conjunto.

Por otro lado, otra herramienta que se muestra idónea para complementar esta fase de acompañamiento, es la teoría de las cinco fuerzas competitivas de Porter (1982), pues ha de tomarse como parte del diseño del modelo que puede ser adoptado por las instituciones de educación superior en la ciudad de Cúcuta desde dos ángulos de acción.

Primero, el que se establece para cada emprendimiento individual concebido por los estudiantes de administración, determinando e identificado el entorno que más afecta positiva o negativamente sus futuras actividades comerciales e industriales, así como, las barreras de entrada a las que van a verse enfrentados. Y consecuentemente, con esta estrategia se podrá evaluar que no se saturen los diferentes mercados en Cúcuta, con emprendimientos del mismo calibre o de competitividad similar, lo que deriva en una sobre oferta de productos o servicios, haciéndolo menos rentables, sino, que los planes de negocios se concreten desde una diversidad de opciones, que deriven en abordar nuevos mercados o mercados insatisfechos.

Segundo, se pueden identificar por medio de esta teoría o modelo de Porter (1982), aquellos nuevos emprendimientos como es el caso de la necesidad de proveedores para emprendimientos específicos, porque, en materia local no existen; y con ello, se evitará que puedan incurrir en mayores costos a los futuros empresarios por esta causa expuesta, así como, surjan nuevos clientes y se gesten nuevos productos o bienes sustitutos que derivaran en nuevos emprendimientos.

En otras palabras, cada fuerza puede ser vista como una fuente de creación de nuevas empresas, sea porque, se requiere para respaldar emprendimientos ya establecidos o a punto de ser beneficiados con capital semilla, o porque, algunos planes de negocios sin ellos, no podrán ser totalmente efectivos o posicionarse adecuadamente en el mercado; o por el contrario, para respaldar empresas locales ya constituidas que requieren otras organizaciones como soporte de sus actividades, como por ejemplo en insumos y demás.

Como corolario de lo anterior, ambas estrategias -modelo- se pueden aplicar para guiar a un emprendedor en su plan de negocios, a la vez, que de esta teoría aplicada al contexto cucuteño, permitirá surgir nuevos planes para complementar o abordar el

mercado de un sector o sectores en particular, derivando en una variedad de nuevas alternativas para explorar, estudiar, analizar, evaluar y emprender en esta ciudad.

Y finalmente, estas estrategias deben ser apoyadas por parte de las organizaciones de educación superior comprendidas en este estudio, con el uso del Benchmarking para mejorar sus procesos de emprendimiento y de formación de sus estudiantes, ya que, como lo definen Boxwell, Rubiera, McShane y Zaratiegui (1995) es el “estudio comparativo en áreas o sectores de empresas competidoras con el fin de mejorar el funcionamiento de la propia organización” (p.2), puesto que, no solamente es comparar simplemente datos, sino, que su uso es más extenso y va dirigido a mejorar la producción, políticas, procedimientos como todos aquellos aspectos que permitan conseguir una ventaja competitiva en el mercado.

En tal sentido, las instituciones educativas en Cúcuta pueden asimilar este tipo de estudio para tomar lo mejor que hacen las organizaciones homologas en el país, como para poder identificar sus factores de éxito; de ahí que, considera el investigador tomar en cuenta lo que ocurre en Medellín, destacando esta metrópoli en Colombia en materia de emprendimiento, además, de que es un referente por su cultura, lo que ha fomentado el turismo y los negocios alrededor de este tema en la capital antioqueña, como lo reseña el Tiempo (2018)

Medellín tiene un potencial turístico en gastronomía, moda y ocio, lo que motiva la llegada de diferentes tipos de visitantes, entre los que se destacan el turista de negocios, el vacacional que busca conocer la ciudad o acercarse a las tradiciones culturales y, además, el que se conoce comúnmente como turista idiomático o educativo, que viene a aprender español en cursos de temporada. (párr.6).

En relación a lo antes mencionado, es importante que las organizaciones educativas cucuteñas formen a partir del Benchmarking, un factor diferenciador que motive el emprendimiento en la ciudad, así como, estimule y motive el capital social, el cual según Putnam (1993, citado por Moreno, 2002) “es más que Capital Humano, el cual se identifica con la capacidad de producción de bienes y servicios, o Capacidad Humana que es la capacidad para escoger o la habilidad para mejorar la calidad de vida individual” (p.198).

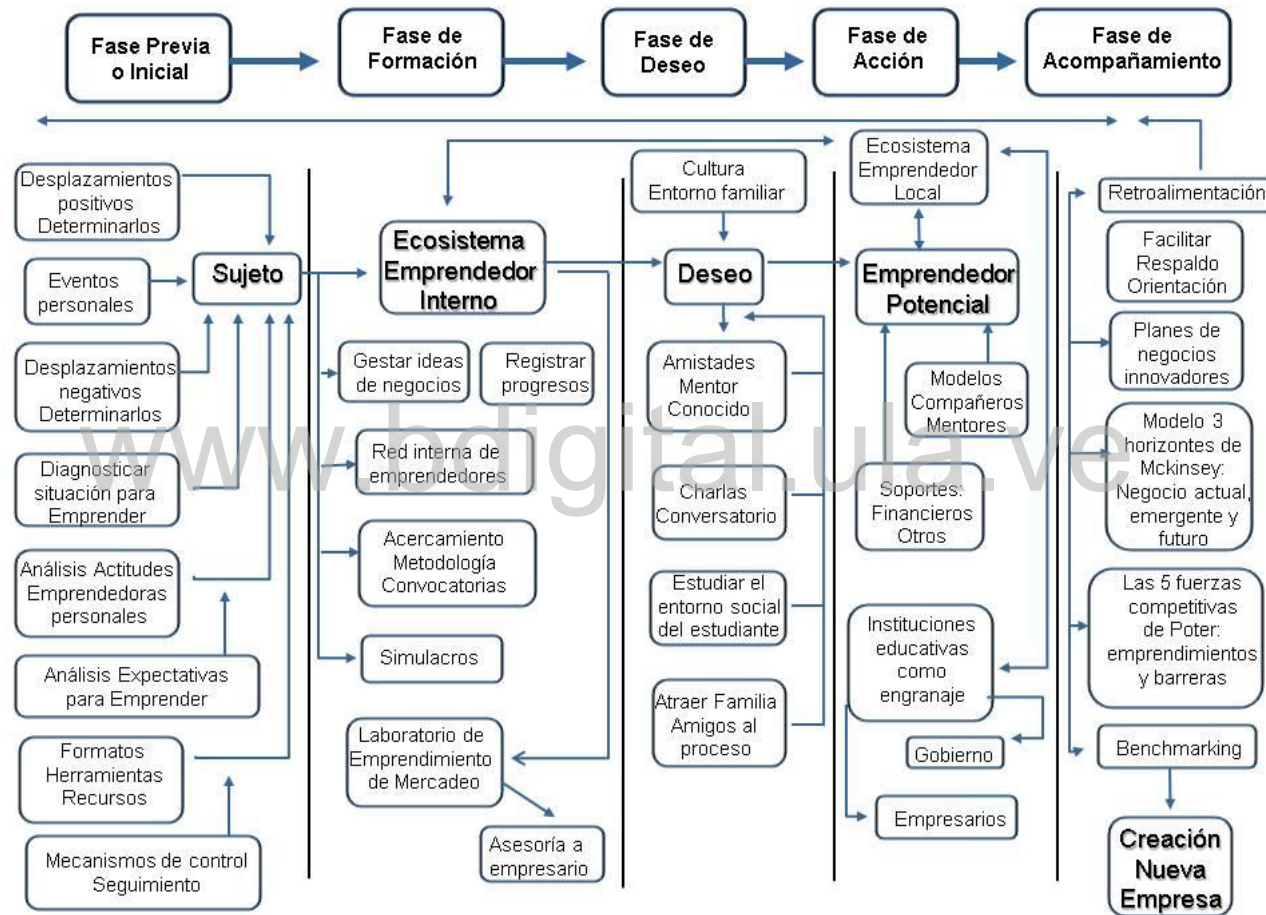
De ahí que, redireccionando lo anterior a esta ciudad fronteriza, desde las organizaciones educativas puede resultar en un cúmulo de oportunidades para competir en turismo y cultura con Medellín, e incluso otras regiones del país; de esta manera, se daría cabida a emprendimientos para lograr esto, como para conformar la logística para dicho fin, derivado desde este capital social, como lo sostiene Moreno (2002) en que este:

Puede entenderse como un recurso natural que se incrementa cuando se usa y que, como bien de un país, contribuye a crear valor social y a optimizar los beneficios del capital físico, del capital humano y de la capacidad humana. Es por tanto, un factor clave del desarrollo y de la gobernabilidad; se sustenta en raíces culturales y más en virtudes sociales que en individuales. (p.198.).

Por ello, es importante que en esta fase se erija una retroalimentación apropiada y acorde a cada una de las entidades de educación superior situadas en Cúcuta, lo que permita que se vaya mejorando con el tiempo este diseño de modelo emprendedor, así como, se afinen los instrumentos, herramientas y demás técnicas utilizadas para fortalecer e incentivar el emprendimiento entre los estudiantes de administración.

Para terminar, lógicamente, de esta última fase se espera que se creen empresas luego de ser reforzados los planes de negocios desarrollados por la masa estudiantil, por consiguiente, el diseño de modelo emprendedor propuesto quedaría planteado como se observa en la figura siguiente.

Figura 135. Diseño Modelo Emprendedor.



Nota. Modelo de Shapero y Sokol (1982), adaptado por el autor para la investigación (enero, 2021)

REFERENCIAS

- Aguiar, T. (2015) *Promoviendo Actitudes de Emprendimiento en Estudiantes de Educación Media General*. [Tesis de Maestría no publicada, Universidad de Carabobo, Venezuela]. Recuperado de: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/2355/taguiar.pdf?sequence=3>
- Alcedo Salamanca, Y., Martínez Nieto, D., & Weky, L. (2021). Comunidades de aprendizaje, trabajo colaborativo y pensamiento complejo: retos para la transformación de la docencia universitaria en el siglo XXI. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11), (76-106). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/521/643>
- Alda-Varas, R., Villardón-Gallego, L. & Elexpuru-Albizuri, I. Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. 10 (3), 1057-1080. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=293124654006>
- Alonso, M. & Galve, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Revista Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, 5-44. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2975142>
- Alonso, P. (2012). *La configuración de la intención emprendedora entre académicos responsables de proyectos de investigación en España. Un enfoque de género*. [Tesis Doctoral no publicada, Universidad de Cantabria, España]. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/96916/TesisPEAG.pdf>
- Alvarado, M. & Rivera, M. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración Universidad del Valle*. 27 (45), 61-74. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v27n45/v27n45a04.pdf>.

- Araya-Castillo, L. & Pedreros-Gajardo, M. (2013). Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009. *Revista de Ciencias Sociales*. IV (142), 45-61. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15333870004>
- Ares, A. (2004). La conducta proactiva de los emprendedores. *PORTULARIA*. 4, 493-498. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/179>
- Arias, F. (1999). *El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración*. (3 ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de Investigación. Guía para su elaboración*. (6 ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Epísteme
- Arraut, L. Sánchez, H. & Novoa, K. (2011). Impacto del programa emprendedor en la Universidad Tecnológica de Bolívar mediante un análisis a través de SPSS. *Revista EAN*. 71 (julio-diciembre), 184-194. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/206/20623157013.pdf>
- Auletta, N. & Rivera, C. (2011). Un ecosistema para emprender. *Debates IESA*. XVI (4), 12-17. Recuperado de: <http://virtual.iesa.edu.ve>
- Baena, E., Sánchez, J. & Suárez, O. (2003). El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. *Scientia et Technica*. IX (23), 61-67. Recuperado de: <http://dialnet.uniroja.es/descarga/articulo/4845158.pdf>
- Balbontín, P. (2012). El emprendimiento, primera opción en las preferencias de los jóvenes andaluces. *Andalucía Económica*. 247, 6-23. Recuperado de: <http://dialnet.uniroja.es/ejemplar/320071>
- Barba, V. (2007). La necesidad de logro y la experiencia del emprendedor: elementos clave en el crecimiento de la nueva empresa. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/235624994_La_necesidad_de_logro_y_la_experiencia_del_emprendedor_elementos_clave_en_el_crecimiento_de_la_empresa
- Benjumea, F. (2010). Caso de éxito en empresa: La innovación como modelo de negocio. *Mediterráneo Económico*. 17, 183-200. Recuperado de:

- <https://www.publicacionescajamar.es/publicacionescajamar/public/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/17/17-304.pdf>
- Bianchi, P., Kantis, H., Bacic, M., Suaznabar, C. & Studart, R. (2003). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Argentina: BCI
- Bojórquez, J., López, L., Hernández, M. & Jiménez, E. (2013, agosto). Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento de medición de satisfacción del estudiante en el uso del software Minitab. En *Eleventh LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology*. [Conferencia realizada en Cancún, México]. Recuperado de: <http://laccei.org/LACCEI2013-Cancun/RefereedPapers/RP065.pdf>
- Boxwell, R. J., Rubiera, I. V., McShane, B., & Zaratiegui, J. R. (1995). *Benchmarking para competir con ventaja*. Nueva York, Estados Unidos: McGraw-Hill Education
- Cadena Albarracín, M. A., Martínez Anteliz, A. L., & Sanjuan Vélez, D. (2020). El Impuesto sobre las Ventas Agregado: propuesta de una nueva reforma. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(10), (209-237). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/496/466>
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (2012). *Mercado laboral e informalidad*. Recuperado de: <http://www.datacucuta.com/PDF/estudios-sectoriales/3.panorama%20regional/panorama%20regional%202013.pdf>
- Cámara de Comercio de Cúcuta. (2013). *Indicadores Económicos de la Ciudad de Cúcuta*. Recuperado de: www.datacucuta.com
- Cantillo, E., Pina, O., Gómez, A. & Volpe, I. (2013). El efecto de la formación en emprendimiento sobre la construcción de una mentalidad emprendedora en estudiantes de ingeniería industrial en una universidad de la ciudad de Barranquilla. *Sotavento M.B.A.* 21 (enero-junio), 50-61. Recuperado de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2291251
- Caracol Radio. (2018). *Mano de obra cucuteña hace grandes aportes a la industria textil*. Recuperado de: https://caracol.com.co/emisora/2018/02/19/cucuta/1519036130_067953.html

- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Intec Chile*. Recuperado de: <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodela rteenlaensenanzadelemprendimiento.pdf> [Consulta: Diciembre, 06, 2020]
- Centeno, A. (2017). *El emprendimiento internacional en países en desarrollo: Factores determinantes de la predicción del emprendimiento internacional*. [Tesis Doctoral no publicada, Universidad Carlos Tercero de Madrid, España]. Recuperado de: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/25418/Tesis_adolfo_centeno_2017.pdf?sequence=1
- Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial. (2008). *Instructivo para la elaboración, tramitación, presentación y evaluación del trabajo de grado*. Mérida, Venezuela
- Cerem (24 de octubre de 2017). *Tres horizontes para crecer* [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://www.cerem.es/blog/tres-horizontes-para-crecer>
- Chan, M. (2014). El perfil del emprendedor de la zona sur del estado de Yucatán: Características, factores de vocación y fuentes de inspiración (The Entrepreneur Profile of the South State of Yucatan: Features, Vocation Factors and Sources of Inspiration). *Revista Global de Negocios*. 2 (3), 29-38. Recuperado de: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2498237
- Chuaqui, B. (2002). Acerca de la historia de las universidades. *Revista Chilena de Pediatría*. 73(6), 583-585. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0370-41062002000600001
- Colas, M. & Buendía, L. (1992). *Investigación Educativa*. Sevilla, España: Alfar
- Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006*. Recuperado de: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=189

- Constitución Política de Colombia (1991). Recuperado de: <https://www.corteconstitucional.gov.co/Inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia.pdf>
- Contreras-Velásquez, J., Wilches-Duran, S., Graterol-Rivas, M. & Bautista-Sandoval, M. (2017). Educación Superior y la Formación en Emprendimiento Interdisciplinario: Un Caso de Estudio. *Formación Universitaria*. (10), 3. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062017000300003>
- Corral de Franco, Y. (2009). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *Revista Ciencias de la Educación*. 19 (33), 228-247. Recuperado de: www.servicio.bc.uc.edu.ve
- Cosacov, E. (2010). *Introducción a la psicología*. (6 ed.). Argentina: Editorial Brujas.
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Pearson Educación
- De Pablos, C. & Blanco, F. (2013). *Los cien errores del emprendimiento*. Madrid, España: ESIC.
- Del Cid, A., Méndez, R. & Sandoval, F. (2011). *Investigación. Fundamentos y metodología*. (2 ed.). México: Pearson Educación
- Diez, S. (2016). La Actitud Conductual en las Intenciones Emprendedoras. *Revista Empresarial*. 10 (2), 42-48. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5603317.pdf>
- Dinero. (2017). *¿Cuántos doctores gradúa Colombia en comparación con el resto del mundo?* [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.dinero.com/economia/articulo/graduados-de-doctorado-en-colombia-y-el-resto-del-mundo/242911>
- Dinero. (2017). *Las mejores universidades de Colombia en administración de empresas*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/mejores-universidades-de-colombia-en-administracion-de-empresas/245769>
- Dinero. (2017). *Primer censo a emprendedores: ¿Cuántos hay y cuánto empleo generan?* [Artículo en línea]. Recuperado de:

<http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/aporte-de-los-emprendedores-al-empleo-en-colombia-segun-e-innpulsa/244800>

Dinero. (2018). *Los negocios en los que debería emprender en 2018, según los expertos en «startups»*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/ideas-para-emprender-en-el-2018-en-colombia/254007>

Escobar Pérez, Jazmine y Cuervo Martínez, Ángela. (2008). Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización. *Avances en Medición*, vol. 6, núm. 1, pp. 27-36. Recuperado de http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/7113/8574/5708/Articulo3_Juicio_de_expertos_27-36.pdf. Portafolio. (2017). La innovación un factor clave para las mejoras en productividad y competitividad a nivel regional. [Artículo en línea]. Recuperado el 13 de septiembre de 2018, de <http://www.portafolio.co/innovacion/la-un-factor-clave-para-las-mejoras-en-productividad-y-competitividad-a-nivel-regional-505542>

Eslava Zapata, R. (2020). Responsabilidad social universitaria: perspectivas en las instituciones de educación superior. *En Una Educación Universitaria de Calidad (Tomo II) (págs. 25-32)*. Venezuela: Publicaciones Vicerrectorado Académico. Universidad de los Andes – Venezuela. Obtenido de <http://bdigital2.ula.ve:8080/xmlui/handle/654321/5154;jsessionid=B6234F5DEBDC759A3E1164CC4175E7DD>

Eslava Zapata, R., Chacón Guerrero, E. J., & Gonzalez Júnior, H. A. (2019). Gestión del Presupuesto Público: alcance y limitaciones. *Visión Internacional (Cúcuta)*, 2(1), 8-14. <https://doi.org/10.22463/27111121.2603>.

Eslava Zapata, R., Martínez Nieto, A., Chacón Guerrero, E, Zambrano Vivas, M., & Alonso Gonzalez, H. (2019). Factores asociados al uso de tácticas políticas en el ascenso laboral: una evaluación desde el contexto de la Universidad de Los Andes, “Núcleo Dr. Pedro Rincón Gutiérrez”, Venezuela. *Visión Gerencial*, 18(1), 96 – 105. Obtenido de

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/visiongerencial/article/download/13833/21921924913>.

Eslava, R. (2018). Responsabilidad social ambiental de las empresas farmacéuticas suizas en Venezuela. En *Gerencia para el desarrollo humano. Unidad en la diversidad* (2ª ed., págs. 136-155). Venezuela: Publicaciones Vicerrectorado Académico. Universidad de los Andes – Venezuela. <http://www.serbi.ula.ve/serbiula/librose/pva/Libros%20de%20PVA%20para%20libro%20digital/LibroGerenciaparadesarrollohumanoVolII.pdf>.

Fondo Emprender. (2018). *Sectores con mayor financiamiento a nivel nacional*. Recuperado de: <http://www.fondoemprender.com/SitePages/FondoEmprenderOportunidades.aspx>

Formichella, M. (2004, mayo). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. En *VII Congreso Nacional e Internacional de Administración y XI Congreso de Administración del MERCOSUR*. [Congreso realizado en Argentina]. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local

Freire A. (2012). *La pasión por emprender. De la idea cruda a la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar

Freire, M. (2017). *Formación para el emprendimiento en la enseñanza de economía y escuelas de negocios*. [Tesis Doctoral no publicada, Universidad Complutense de Madrid, España]. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/40779/>

Fundación de Estudios Superiores laCaja de Compensación Familiar del Norte de Santander. (2017). *Portal de la Caja de Compensación Familiar del Norte de Santander-Historia*. Recuperado de: https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/Historia_FESC_2017.pdf

Galindo, R., & Echavarría, M. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de Ingeniería de Antioquía. *Revista EIA*. 15, 85-94. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eia/n15/n15a08.pdf>

- García, A. & Fernández de Bobadilla, G. (2004). Motivaciones y obstáculos en la creación de empresas Efectos de la experiencia empresarial. *BOLETÍN ECONÓMICO DE ICE*. 2819, 19-36. Recuperado de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/40685/motivaciones%20y%20obstaculos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García-Macias, M., Zerón-Félix, M. & Sánchez-Tovar, Y. (2018). Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*. 14 (1), 88-103. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v14n1/1900-3803-entra-14-01-88.pdf>
- Giraldo de López, M. & Pereira de Homes, L. (2011). La Universidad, su evolución y sus actores: los profesionales académicos. *SABER. Revista Multidisciplinaria del Consejo de Investigación de la Universidad de Oriente*. 23(1), 62-68. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4277/427739445010.pdf>
- Gómez, H. & Mitchell, D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018. *Cuadernos fedesarrollo*. 50, 2-61. Recuperado de: <https://www.repository.fedesarrollo.org.co/handle/11445/149>
- González, M. G. M., Herrera, M. Á., & Tovar, Y. S. (2015). *Análisis de relación de intención emprendedora y la experiencia laboral en el contexto universitario*.
- Guerra, C. E. H., & Restrepo, L. A. M. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de vista*, 4(7). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4776922>
- Guevara, S., Carmona, L. & Aquino, O. (2017). Los estudios de pertinencia y factibilidad: elemento indispensable en el diseño de un plan de estudios. En *Congreso Nacional de Investigación Educativa COMIE*. [Congreso realizado en San Luis Potosí, México]. Recuperado de: <https://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v14/doc/1900.pdf>
- Guillen, K. (2019). *Estilos de aprendizaje y Actitud emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de Administración con mención en Gestión Empresarial de la Universidad Peruana Unión, Filial Tarapoto, 2018*. [Tesis de

- Maestría no publicada, Universidad Peruana Unión, Perú]. Recuperado de: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/2096/Kelita_Tesis_Maestria_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, C. & Cano, M. (2017). La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones. *Revista Ciencia Administrativa*. 2, 21-42. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/04CA201702.pdf>
- Hernández, C. & González, D. (2017, octubre). Estudio del ecosistema de emprendimiento tecnológico en Lima: Desafíos al 2030. En *XVII Congreso Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica*. [Congreso realizado en México]. Recuperado de: http://www.uam.mx/altec2017/pdfs/ALTEC_2017_paper_268.pdf
- Hernández, C. (2011). *Redes de relaciones, capital social y competitividad empresarial. El caso de los emprendedores locales*. [Tesis Doctoral no publicada, Universidad de Burgos, España]. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=176455>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6 ed.). México: Mc Graw Hill
- Herrera, C. & Montoya, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Revista Punto de Vista*. IV (7), 7-30. Recuperado de: <file:///C:/Users/Inspiron/Downloads/Dialnet-ElEmprendedor-4776922.pdf>
- Incubar Colombia. (2015). *Ecosistema del emprendimiento*. Recuperado de: www.incubarcolombia.org.co/component/zoo/item/ecosistema-del-emprendimiento
- Kantis, H. (Ed.). (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. IDB.
- Kantis, H., Federico, J., & Ibarra, S. (2014). *Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico. Una herramienta para la acción en América Latina*. Argentina: Mercosur

- Krauss, C. (2011). Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay. *Dimensión Empresarial*. 9 (1), 28-40. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/277259963_Actitudes_emprendedoras_de_los_estudiantes_universitarios_El_caso_de_la_Universidad_Catolica_del_Uruguay
- León, J. I. M. (2002). El Benchmarking del capital social: una iniciativa para romper con el rentismo. In *Anales de la Universidad Metropolitana* (Vol. 2, No. 2, pp. 195-203). Universidad Metropolitana. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4004178>
- López, W., Montilla, M., & Briceño, M. (2007). Rasgos determinantes de las aptitudes emprendedoras que forman el perfil de los estudiantes de contaduría pública. *Actualidad Contable Faces*. 10 (14), 80-94. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25701408>
- Martínez, M. (2016). Universidades nacionales autónomas en la organización administrativa venezolana. *Anuario de la Especialización en Derecho Administrativo de la Universidad Central de Venezuela*. 13-37. Recuperado de: http://www.ulpiano.org.ve/revistas/bases/artic/texto/ANUARIODAUCV/2016/DAUCV_2016_13-37.pdf
- Marulanda, F. & Morales, S. (2016). Entorno y motivaciones para emprender. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. 81 (julio-diciembre), 12-28. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=206/20649705002>
- Marulanda, F., Montoya, I. & Velez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista científica Pensamiento y Gestión*. 36, 204-236. Recuperado de: <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/6711>
- Marulanda, J., Correa, G. & Mejía, L. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. 66, 153-168. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20620269008>

- Maslow, A. (1943). *Una teoría sobre la motivación humana*. Argentina: TROQVEL
- Maslow, A. (1970). *Religions, values, and peak experiences*. New York, Estados Unidos: Penguin
- Mayer, E., Charles, J. & De la Garza, M. (2019). Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*. 24 (85), 31-47. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058864003>
- McDougall-Covin, P., Jones, M. & Serapio, M. (2014). High-potential concepts, phenomena, and theories for the advancement of entrepreneurship research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 38 (1), 1-10. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/259549018_High-Potential_Concepts_Phenomena_and_Theories_for_the_Advancement_of_International_Entrepreneurship_Research
- Méndez, C. (1998). *Metodología: Guía para elaborar diseño de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. (2 ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill
- Méndez, D. D. (2020). Los sistemas fotovoltaicos frente a la problemática energética de las zonas rurales de Colombia. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(10), (199-208). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/495/465>
- Mendoza-Pérez, M., Peña-Guio, J. & Sandoval-Sanabria, H. (2018). Propuesta de un sistema de gestión de la innovación y emprendimiento para el fomento de la integración y el trabajo en redes que impulsen el desarrollo tecnológico en Cúcuta y Norte de Santander. *Revista Interfaces*. 1 (1), 83-98. Recuperado de: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/interfaces/article/view/3677>
- Montoya, I. (2009). La formación de la estrategia en Mintzberg y las posibilidades de su aportación para el futuro. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*. XVII (2), 23-44. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90913042002>

- Noguera López, M. Y. (2020). Responsabilidad Social Organizacional: estado del arte y tendencias. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(10), (142-161). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/492/462>
- Observatorio de Emprendimiento. (s. f.). *Análisis datos Fondo Emprender*. Recuperado de: <http://ascun.org.co/uploads/default/networks/6%01fd91c44ddd53ad122d194aed709.pdf>
- Observatorio Laboral para la Educación. (s. f.). *Mapa de Caracterización de Graduados*. Recuperado de: <http://www.graduadoscolombia.edu.co/html/1732/w3-article-335501.html>
- Pabón Torrado, I. (2021). La acción popular en el contrato estatal “una divergencia en el Consejo de Estado. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11), (107-130). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/522/644>
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas, Venezuela: Fedupel
- Papalia, D., Wendkos, S. & Duskin, R. (2001). *Desarrollo humano* (8va. ed.). México: Mc Graw Hill
- Paz, A., Salóm, J., García, J. & Suárez, H. (2020). Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad del Zulia*. 26 (1), 161-174. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384412>
- Pérez, E. (2009). La universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. *Gestión en el Tercer Milenio, Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas*. 12(23), 61-65. Recuperado de: https://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/Publicaciones/administracion/v12_n23/pdf/07v13n23.pdf
- Pérez, E. (2012). Cómo perciben las universidades el fomento del emprendimiento. *Gestión en el Tercer Milenio, Revista de Investigación de la Facultad de Ciencias*

- Administrativas*. 15(29), 52-57. Recuperado de:
<https://core.ac.uk/download/pdf/304898459.pdf>
- Pérez, L. (2016). *Propuesta metodológica para la caracterización de pautas emprendedoras en materia de emprendimiento universitario. Validación en el Campus d'Alcoi de la Universitat Politècnica de Valencia*. [Tesis de Doctoral no publicada, Universidad Politécnica de Valencia, España]. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=115596>
- Pineda C. & Manzano, Y. (2018). La cultura emprendedora en los estudiantes de administración de empresas. *Revista Científica Profundidad*. 8 (8), 2-9. Recuperado de:
<https://revistas.ufps.edu.co/index.php/profundidad/article/view/2458>
- Pinto Perry, G. R. (2021). Sustento científico de la contabilidad a través del postulado de Mario Bunge. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11), (47-60). Obtenido de [www.bdigital.ula.ve](http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/519/640)
<http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/519/640>
- Portafolio (2018). *Número de universitarios casi se duplicó en la última década*. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/numero-de-universitarios-casi-se-duplico-en-la-ultima-decada-516663>
- Portafolio. (2017). *Para un joven colombiano cada vez es más difícil emprender*. [Artículo en línea]. Recuperado de:
<http://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/las-dificultades-de-un-joven-emprendedor-en-colombia-512329>
- Portafolio. (2018). *La innovación un factor clave para las mejoras en productividad y competitividad a nivel regional*. [Artículo en línea]. Recuperado el 13 de septiembre de 2018, de <https://www.portafolio.co/innovacion/la-un-factor-clave-para-las-mejoras-en-productividad-y-competitividad-a-nivel-regional-505542>
- Portafolio 2018

- Portafolio. (2018). *Número de universitarios casi se duplicó en la última década*. [Artículo en línea]. Recuperado de: <http://www.portafolio.co/economia/numero-de-universitarios-casi-se-duplico-en-la-ultima-decada-516663>
- Prada Torres, O., Eslava Zapata, R., Chacón Guerrero, E., & Gonzalez Júnior, H. A. (2019). Gestión editorial: tratamiento de la información periodística. *Sapienza Organizacional*, 6(11), 200 – 219. Obtenido de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/sapienza/article/download/15104/21921926201>.
- Presutti, M., Boari, C. y Fratocchi, L. (2007). Knowledge acquisition and the foreign development of high-tech start-ups: A social capital approach. *International Business Review*, 16(1), 23-46. Recuperado de: <https://ideas.repec.org/a/eee/iburev/v16y2007i1p23-46.html>
- Priani, E., & López, I. (2009). Historia
- Priani, E., & López, I. (2009). *Historia de las doctrinas filosóficas*. México: Pearson
- Priani, E., & López, I. (2009). Historia de las doctrinas filosóficas.
- Radio Caracol. (2018). *Mano de obra cucuteña hace grandes aportes a la industria textil*. [Artículo en línea]. Recuperado de http://caracol.com.co/emisora/2018/02/19/cucuta/1519036130_067953.html
- Ramírez, R., Ramírez, I. & Acero, I. (2013). La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en zacatecas. *Ciencias Administrativas*. 1 (enero-junio), 1-18. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511651377004>
- Ramos, C. (2008). *Metodología de la Investigación*. (2 ed.). México: Mc Graw-Hill
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la Lengua Española*. (23 ed.). Recuperado de: <https://dle.rae.es>
- REUNE Red Universitaria de Emprendimiento. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 21 de mayo de 2021 de <https://www.facebook.com/MinisterioCultura/>
- Revista Dinero (13 de septiembre de 2018). *Primer censo a emprendedores: ¿Cuántos hay y cuánto empleo generan?*. Recuperado de:

<http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/aporte-de-los-emprendedores-al-empleo-en-colombia-segun-e-innpulsa/244800>

Revista Semana Educación (2018, Febrero). El año para aprender a pensar, 31, 47.

Ríos, R. (14 de mayo de 2020). *La industria de la construcción y los tres horizontes de McKinsey*. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: <https://es.linkedin.com/pulse/la-industria-de-construcci%C3%B3n-y-los-tres-horizontes-rios-rugel>

Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*. 26, 94-119. Recuperado de:

Rodríguez, A., Silva, A. & Sira, G. (Coords.). *Anuario de la Especialización en Derecho Administrativo de la Universidad Central de Venezuela*. (13-37). Cidep. Recuperado de: <https://www.derechoadministrativoucv.com.ve/wp/content/uploads/2020/05/aeda-01.pdf>

Rodríguez, C. & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. *Innovar*. 15(26), 73-89. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/242703943_Emprenderismo_accion_gubernamental_y_academia_Revision_de_la_literatura

Ruíz, A. (2012). Aprende a emprender: Universidad y emprendimiento. *Revista Juventud y emprendimiento. Una oportunidad en tiempos de crisis*. 12 (99), 98-112. Recuperado de: http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista99_capitulo5.pdf

Sánchez García, J. C. (2010). Evaluación de la personalidad emprendedora: validez factorial del cuestionario de orientación emprendedora (COE). *Revista latinoamericana de Psicología*, 42(1), 41-52. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/805/80515880004.pdf>

Santana Martínez, J. A., Martínez Espinoza, C. E., Madrid Moreno, O. A., Romero Vásquez, E. N., & Muñoz Gilvao, K. K. (2021). Análisis a la señalética del Pueblo Mágico de Mocorito, Sinaloa, México. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11), (61-75). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/520/642>

- Schumpeter, J. (1965). *Teoría del Desarrollo Económico*. México: Fondo de Cultura Económica
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. En Kent, C., Sexton, D. & Vesper, K. (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. (p. 72-90). Prentice-Hall
- Sistema Nacional de Información de la Educación Superior. (2016). *Nivel de formación de los docentes de educación superior*. Recuperado de: <https://www.mineduacion.gov.co/sistemasinfo/Informacion-Institucional/211868:Que-es-el-SNIES>
- Soto, D. (2005). Aproximación histórica a la Universidad Colombiana. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*. 7, 99-136. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/869/86900706.pdf>
- Tamayo, M. (2010). *Proceso de la Investigación Científica*. (6 ed.). México: Editorial Limusa
- Terán, E. & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*. 41 (7). 7-24. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Tobón, S. (2007). *Formación basada en competencias*. Bogotá, Colombia: Ecoe
- Tunnermann, C. (1998). *La Educación superior en el umbral del siglo XXI*. Caracas, Venezuela: EDICIONES CRESALC/UNESCO
- Turienzo, R. (2006). *El pequeño libro de la motivación*. Barcelona: Alienta.
- Tuta, L. & Ordoñez, M. (2016). Ecosistemas dinámicos para el emprendimiento: Una revolución integradora. *Revista CICAG*. (14) 1, 29-43. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6932729>
- Universidad Antonio Nariño. (2017). *Portal institucional*. Recuperado de: <https://www.uan.edu.co>
- Universidad de Pamplona. (2020). *Portal institucional*. Recuperado de: <http://www.unipamplona.edu.co>

- Universidad Francisco de Paula Santander. (2016). *Portal institucional*. Recuperado de: <https://ww2.ufps.edu.co>
- Universidad Libre. (2020). *Portal institucional*. Recuperado de: <http://www.unilibre.edu.co>
- Vallejo, M. (2017). *Propuesta de un Modelo Formativo Integral de Emprendimiento Prospectivo a través de la Validación de los Aprendizajes de la Carrera de Emprendimiento de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. [Tesis Doctoral no publicada, Universidad Nebrija, Ecuador]. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=152015>
- Vallmitjana, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS*. [Tesis Doctoral no publicada, Universidad Ramón Llull, España]. Recuperado de: <https://www.tdx.cat/handle/10803/145034#page=1>
- Vargas Chiappe, A. L. (2019). *Mejora en procesos de cartera y benchmarking Banca Premium*. Recuperado de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/23585/1/INFORME%20FINAL%20ANYI%20LIZETH%20VARGAS%20CHIAPE%20YA%20REVISADO%20Y%20CALIFICADO.pdf>
- Vázquez, J. (2014). *Creación de empresas en torno a las universidades por los exalumnos de las mismas: un análisis del ITESO*. [Tesis Doctoral no publicada, Universitat Ramon Llull, España]. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=90407>
- Vega, J. & Mera, C. (2016). Modelo de formación en emprendimiento social para instituciones de educación superior en Colombia. *Revista Escuela De Administración De Negocios*. 81, 29-44. Recuperado de: <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1563>
- Velandia, J. (2019). *Modelo teórico para promover el desarrollo de competencias en el emprendimiento desde el sector universitario*. [Tesis Doctoral no publicada, Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela]. Recuperado de: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAU0512.pdf>

- Vila Cárdenas, N. N., Suarez Espitia, L. A., & Díaz Ortega, N. I. (2020). Beneficios tributarios para incentivar el recaudo de impuestos en Cúcuta 2014-2018. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(10), (162-184). Obtenido de <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/493/463>
- Villamizar Loaiza, j. A., Barraza Caballero l. F., & Silva Jurguensen, J. G. (2020). Diseño de calzado ecológico ensamblable para atender necesidades de población vulnerable ante desastres naturales. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 5(10), (185-198). Recuperado de: <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/494/464>
- Vizuite Muñoz, J. M. (2021). La gestión flexible en las organizaciones, en entornos de incertidumbre. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 6(11), (22-46). Recuperado de: <http://www.unilibrecucuta.edu.co/ojs/index.php/gestionyd/article/view/518/639>
- Zorrilla, J. (2009). *Las etapas del empresario moderno*. Buenos Aires, Argentina: El Cid Editor

www.bdigital.ula.ve

www.bdigital.ula.ve

ANEXOS

Anexo 1

Instrumento aplicado a los estudiantes



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DECANATO DE POSTGRADO



ENCUESTA ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y FINANCIERA

Estimado Estudiante: La siguiente encuesta tiene como finalidad evaluar el proceso de formación emprendedora de las Universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de Administración de Empresas y Financiera. La información que facilite será manejada de manera confidencial. Se le agradece responda con sinceridad, cada una de las siguientes preguntas.

INSTRUCCIONES: Favor marcar con una **X** escogiendo una o varias opciones, o responder lo solicitado para cada pregunta:

1. ¿Es estudiante de Administración de Empresas o Financiera? ☐ No (Fin de la encuesta) ☐ Sí	4. Señale el principal motivo que lo condujo a estudiar Administración de Empresas o Financiera: ☐ Le atrae la carrera ☐ Factores económicos ☐ La carrera que quería, no la ofertan en Cúcuta ☐ No paso en otro programa ☐ Para conseguir un buen empleo ☐ Para continuar negocio familiar ☐ Otro. Especifique: _____	5. Indique las expectativas esperadas en el programa de Administración para ser formado como emprendedor: ☐ Mejorar nivel de ingresos ☐ Reconocido como empresario ☐ Mejorar calidad de vida ☐ Ser orientado al éxito ☐ laboralmente independiente ☐ Otra. Especifique: _____ ☐ Ninguna	6. Señale el número de materias que ha visto en emprendimiento en su carrera: <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 3</td><td></td></tr> <tr><td>Ninguna</td><td></td></tr> <tr><td>Estoy viendo la 1ra.</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		Más de 3		Ninguna		Estoy viendo la 1ra.	
1															
2															
3															
Más de 3															
Ninguna															
Estoy viendo la 1ra.															
2. Estudiante de la: <table border="1"> <tr> <td>Diurna</td> <td>Nocturna</td> </tr> </table>	Diurna	Nocturna	8. Las razones que lo motivarían a tener su propia empresa: ☐ Necesidad ☐ Aprovechar oportunidad ☐ Falta de ofertas laborales ☐ Ser su propio jefe ☐ Proyecto de vida ☐ Ejemplo de compañeros ☐ Otra: _____ ☐ Ninguna	9. Si desea crear empresa cuenta con apoyo financiero de: ☐ Familia ☐ Prestamistas ☐ Credito de bancos ☐ Capital propio ☐ Pareja ☐ Ninguno ☐ Otro: _____	10. El número de ideas de negocio que Ud. ha generado estando en la carrera: <table border="1"> <tr><td>1 a 3</td><td></td></tr> <tr><td>4 a 6</td><td></td></tr> <tr><td>7 a 10</td><td></td></tr> <tr><td>Más de 10</td><td></td></tr> <tr><td>Ninguna</td><td></td></tr> </table>	1 a 3		4 a 6		7 a 10		Más de 10		Ninguna	
Diurna	Nocturna														
1 a 3															
4 a 6															
7 a 10															
Más de 10															
Ninguna															
7. Indique su nivel de disposición para crear empresa (Donde: 1=Nada dispuesto, 2=Poco dispuesto, 3=Medianamente dispuesto, 4=Dispuesto y 5=Muy dispuesto) <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	13. En cuales de estas fases a nivel personal, fuera de la universidad ha estado: ☐ Idea de negocio ☐ Plan de negocios ☐ Financiamiento ☐ Puesta en marcha ☐ Ninguna ☐ Constitución de empresa	14. De los siguientes obstáculos para realizar empresa en Colombia, cuales lo pueden desmotivar para crear empresa: ☐ Poca formación en emprendimiento ☐ Demasiados tramites ☐ Altos impuestos ☐ Falta de conocimientos legales ☐ Poca acceso a recursos financieros ☐ Tecnología disponible obsoleta ☐ Ninguno ☐ Ausencia de acompañamiento de entidades involucradas en el proceso	15. Qué sector o sectores le atraen para crear empresa: ☐ Calzado, marroquinería ☐ Comercio ☐ Químico ☐ Textiles, moda ☐ Agroindustria ☐ Salud ☐ Tecnología ☐ Medios, publicidad ☐ Servicios ☐ Producción Industrial ☐ Alimentos procesados ☐ Cultural, recreación ☐ Construcción ☐ Financiero ☐ Ninguno							
1	2	3	4	5											
11. Indique cuales de estas convocatorias a nivel de emprendimiento conoce: ☐ Axon ☐ Ventures ☐ INNpalsa ☐ Fondo Emprender (SENA) ☐ Nazca ☐ Colombia Startup ☐ Velum ☐ Destapa tu Futuro ☐ Ninguna ☐ Otra: _____	12. En cual convocatoria ha participado: <table border="1"> <tr><td> </td></tr> </table>														

En este grupo de preguntas, seleccione con una **X** la opción u opciones, o responda lo solicitado, según sea el caso:

16. Indique el grado de importancia que tienen para Ud., cada uno de los siguientes aspectos asociados al emprendimiento. (Siendo 1:Nada importante, 2: Poco importante, 3:Medianamente importante, 4:Importante y 5:Muy importante)					
Aspectos	1	2	3	4	5
Innovación					
Búsqueda de información					
Proactividad					
Experiencia emprendedora					
Acceder a capital					
Experiencia laboral					
Asesoría de expertos					
Experiencia empresarial					
Estudio real de mercados					
Consideración de riesgo					
Formular planes de negocios					
Contar con ecosistema emprendedor local					
Acercamiento a inversionistas					
Desarrollar Intuición para negocios					
Creatividad					

18. El costo de sus estudios lo asume:	
☐ Una beca	
☐ Apoyo familiar	
☐ Usted mismo	
☐ Por un crédito	
☐ Mi pareja	
☐ Otro:	

19. Señale si trabaja actualmente:	
☐ Medio tiempo	
☐ Tiempo completo	
☐ En vacaciones	
☐ Por horas	
☐ Ocasional	
☐ No trabaja	

20. De qué manera trabaja:	
Formal	
Informal	
Ninguna	

21. Tiene negocio propio:	
Si	No

22. Su negocio es:		
Formal	Informal	No tengo

23. Títulos educativos adicionales que tiene:	
Técnico	
Tecnólogo	
Con título Universitario	
Con Título de Postgrado	
Ninguno	

24. Ingreso mensual (Salario Mínimo / SM)	
Menos de 1 SM	
1 SM	
Entre 1 y 2 SM	
Entre 3 a 4 SM	
Más de 4 SM	
Dependo de alguien	

17. Indique si está de acuerdo o no, con cada una de las siguientes acciones que la Universidad realiza para apoyar el emprendimiento en su carrera (Siendo 1:Muy en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3:Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4:De acuerdo y 5:Muy de acuerdo)					
Acciones	1	2	3	4	5
Hay respaldo financiero para emprender					
Se le acerca a convocatorias					
Se otorgan experiencias para despertar el emprendimiento en los estudiantes					
El total de horas que le brindan para formarlo académicamente es suficiente para emprender					
La formación académica adquirida despierta su espíritu emprendedor					
Han tomado en cuenta sus expectativas en la carrera para ser formado como emprendedor					
Ha sido evaluado su perfil como emprendedor					
La universidad lo enfoca para crear empresa					
La universidad programa eventos en emprendimiento					
Está siendo formado como líder					
Se le está formando como negociador					
La problemática de la región está presente en las clases que conforman su carrera					
Le son dadas pautas para agregar valor a los productos o servicios en una empresa					
Cuenta con docentes con experiencia en emprendimiento					
Recibe enseñanza en conformación y guía de grupos de trabajo					
Le son dadas pautas y pasos para contratación de personal					
Existe una red interna de emprendedores					
Se le forma para tener visión globalizada de las empresas, negocios y mercados					
Se está dando mayor énfasis a la mujer para ser emprendedora					
Se está dando mayor énfasis al hombre para ser emprendedor					
Se motiva a emprender con responsabilidad social					
Se enseña a enfrentar miedo al fracaso					
Se estimula el emprendimiento de alto impacto					
Se le acerca a red nacional de emprendedores					
Existen alianzas empresariales para emprender					
Se le acerca a red mundial de emprendedores					
En general, la universidad lo motiva adecuadamente para emprender					

25. Genero de nacimiento	
M	F

26. Edad	27. Barrio de residencia	28. Estado civil	29. Nro. De Hijos

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Anexo 2

Instrumento aplicado a los docentes y administrativos



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DECANATO DE POSTGRADO



ENCUESTA PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y FINANCIERA

Estimado Sr. (a): La siguiente encuesta tiene como finalidad evaluar el proceso de formación emprendedora de las Universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de Administración de Empresas y Financiera. La información que facilite será manejada de manera confidencial. Se le agradece responda con sinceridad, cada una de las siguientes preguntas.

INSTRUCCIONES: Favor marcar con una **X** escogiendo una o varias opciones, o responder lo solicitado para cada pregunta:

1. ¿Labora en la carrera de Administración de Empresas o Financiera? ☐ No (Fin de la encuesta) ☐ Sí		2. Total de años como docente: 		4. El número de veces que ha orientado materias en emprendimiento: ☐ 1 vez ☐ 2 veces ☐ 3 veces ☐ Más de 3 ☐ Estoy en la 1ra. ☐ Ninguna		5. Cuáles de los siguientes tipos de emprendedores se han identificado en estudiantes de Administración: ☐ Oportunista ☐ Innovador ☐ Incubador ☐ Imitador ☐ Ninguno ☐ Lo desconoce						
6. El programa de Administración tiene identificado en sus estudiantes adscritos las siguientes características emprendedoras : ☐ Empresariales personales ☐ Sociales ☐ Psicológicas ☐ Intelectuales ☐ Competencias generales ☐ Ninguna ☐ Lo desconoce		7. La Universidad en la carrera de Administración tiene caracterizado el entorno del emprendedor en cuanto a lo: ☐ Social ☐ Económico ☐ Educativo ☐ Familiar ☐ Geográfico ☐ Ninguno ☐ Lo desconoce		8. En la carrera de Administración los tipos de emprendimiento son: ☐ De base abierta ☐ De base cultural y creativa ☐ De base tecnológica ☐ Dinámicos ☐ De base social ☐ Inclusivos ☐ Spin-off ☐ Lo desconoce ☐ Ninguno		9. Componentes de la cultura emprendedora que fomenta la carrera de Administración: ☐ Espíritu emprendedor ☐ Consideración del riesgo ☐ Creatividad ☐ Innovación ☐ Generación de valor ☐ Proactividad ☐ Búsqueda de información ☐ Ninguno ☐ Lo desconoce						
10. De los siguientes eventos, cuáles organiza la Universidad en emprendimiento : ☐ Congresos ☐ Seminarios ☐ Ferias ☐ Ruedas de negocios ☐ Visitas a empresas ☐ Charlas/diálogos ☐ Concursos ☐ Otro: _____ ☐ Ninguno		11. Señale a cuales convocatorias la Universidad acerca a sus estudiantes: ☐ Fondo Emprender (SENA) ☐ Ventures ☐ INNPulsa ☐ Axon ☐ Nazca ☐ Colombia Startup ☐ Velum ☐ Destapa tu Futuro ☐ Otra: _____ ☐ Ninguno		12. Número de asesorías en planes de negocios de estudiantes de la carrera, que usted ha realizado para convocatorias: ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ Más de 3 ☐ Ninguna		13. El nivel de disposición que tiene usted para apoyar aplicar reformas al modelo actual de emprendimiento de la Universidad (Donde: 1=Nada dispuesto, 2=Poco dispuesto, 3=Medianamente dispuesto, 4=Dispuesto y 5=Muy dispuesto) <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>		1	2	3	4	5
1	2	3	4	5								

En este grupo de preguntas, seleccione con una X la opción u opciones, o responda lo solicitado, según sea el caso:

14. Indique el grado de importancia que tienen para Ud., cada una de las siguientes acciones en emprendimiento que realiza como docente o administrativo. (Siendo 1:Nada importante, 2: Poco importante, 3:Medianamente importante, 4:Importante y 5:Muy importante)					
Acciones	1	2	3	4	5
Formar líderes					
Estimular estudio real de mercados					
Contar con experiencia emprendedora propia					
Formar negociadores					
Incidir en la concepción de planes de negocios factibles					
Orientar a la conformación de grupos de trabajo					
Acoplar los estudiantes de la carrera con otras facultades para emprender					
Impulsar emprendimientos con responsabilidad social					
Impulsar emprendimientos de alto impacto					
Uso de metodologías en innovación					
Acercar estudiantes a las incubadoras de la Universidad					
Capacitarse en emprendimiento					
Acercar estudiantes a red nacional de emprendedores					
Estimular actitudes emprendedoras					
Acercar estudiantes a red internacional de emprendedores					
Considerar las expectativas de los estudiantes en el emprendimiento					
Formar para superar miedo al fracaso					

16. Número de empresas que no son educativas en las que ha laborado:

17. Nivel educativo actual	
Pregrado	
Especialización	
Maestría	
Doctorado	
Postdoctorado	

18. Ingreso mensual (Salario Mínimo / SM)	
Menos de 1 SM	
Entre 1 y 2 SM	
Entre 3 a 4 SM	
Más de 4 SM	

15. Indique si está de acuerdo o no, con cada una de las siguientes acciones que la Universidad realiza para apoyar el emprendimiento en la carrera. (Siendo 1:Muy en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3:Ni en acuerdo ni en desacuerdo, 4:De acuerdo y 5:Muy de acuerdo)					
Acciones	1	2	3	4	5
Se tiene registro de las necesidades de empleo de los estudiantes de Administración					
Se considera el ambiente macro y micro que rodea la Universidad para ajustar los métodos de formación					
Se tiene conocimiento de la situación financiera para emprender que requieren los estudiantes					
Se tiene establecido quienes de los estudiantes pudieran realizar emprendimientos por necesidad					
El emprendimiento por oportunidad ha sido fomentado en los estudiantes					
La facultad tiene registrado las iniciativas de emprendimiento llevadas a cabo por sus estudiantes					
Se tiene detallado cuantas mujeres y hombres son emprendedores en la carrera de Administración					
Se tiene identificado el estrato social de los estudiantes que más posibilidades tiene de emprender					
Se ha realizado un estudio para caracterizar los perfiles emprendedores en los estudiantes					
Hay mecanismos para registrar las experiencias en emprendimiento de los estudiantes					
Existen planes implementados para formar en emprendimiento a los estudiantes de administración					
Se conocen las razones personales para emprender					
Se tienen establecidas políticas internas para fortalecer el emprendimiento en los estudiantes					
La facultad cuenta con docentes contratados con experiencia en emprendimiento					
La institución aporta alguna cantidad de dinero para apoyar el emprendimiento en la carrera					
Se cuenta con red interna de emprendedores					
Se cuenta con convenios activos con el sector empresarial de la ciudad, para estimular el emprendimiento en los estudiantes					
Se da formación con visión globalizada de las empresas, negocios y mercados					
Las materias en emprendimiento en el pensum son suficientes para motivar a crear empresa					
Se han evaluado sus características como formador docente en emprendimiento					

19. Genero de nacimiento	
M	F

20. Edad	21. Barrio de residencia	22. Estado civil	23. Cargo

GRACIAS POR SU TIEMPO Y COLABORACIÓN

Anexo 3. Validación de los Instrumentos



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GERENCIA

VALIDACIÓN

Quién suscribe, Doris Castillo Romero, con título de Postgrado: Dra. Ciencias Gerenciales, a través de la presente, manifiesto que he validado el modelo de encuesta dirigido a los docentes y administrativos de la carrera de Administración de Empresas de la ciudad de Cúcuta, diseñado por el Lcdo. Carlos Humberto Sandoval Márquez, titular del documento de identidad extranjero N° 88.244.732, estudiante de la Maestría en Administración de la Universidad de Los Andes, Núcleo Táchira, cuyo Trabajo de Grado tiene por objetivo: **Evaluar el proceso de formación emprendedora de las Universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de Administración de Empresas.**

Considero que el Cuestionario presentado, puede ser aplicado con plena confianza a la muestra y población respectiva.

Constancia que se expide en San Cristóbal a los 03 días del mes de Abril de 2018.

Firma del Experto
C.I. V-14.175.476



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN GERENCIA



FECHA: 03-04-18

DATOS DEL EXPERTO

NOMBRES Y APELLIDOS: Doris Castillo Romero C.I. 14.179.776

INSTITUCION DONDE TRABAJA: U.L.A - Táchira.

PROFESION: Licda. Administración, Mg Gerencia Mercadeo
Doctora en Cs. Gerenciales.

CRITERIOS PARA VALIDACIÓN INSTRUMENTO ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C= Coherencia de los ítems con los objetivos
R= Redacción

P= Pertinencia
V= Validez

Ítem	C	P	R	V	OBSERVACIONES
					Agregue un comentario o sugerencia en caso de mejorar el ítem
1	/	/	/	/	
2	/	/	/	/	
3	/	/	/	/	
4	/	/	/	/	
5	/	/	/	/	
6	/	/	/	/	
7	/	/	/	/	
8	/	/	/	/	
9	/	/	/	/	
10	/	/	/	/	
11	/	/	/	/	
12	/	/	/	/	
13	/	/	/	/	
14	/	/	/	/	
15	/	/	/	/	
16	/	/	/	/	
18	/	/	/	/	
18	/	/	/	/	
19	/	/	/	/	
20	/	/	/	/	
21	/	/	/	/	
22	/	/	/	/	
23	/	/	/	/	
24	/	/	/	/	
25	/	/	/	/	
26	/	/	/	/	

FIRMA DEL VALIDADOR



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN GERENCIA



FECHA: 03-04-18

DATOS DEL EXPERTO

NOMBRES Y APELLIDOS: Doris Castillo Romero C.I. 14.179.776

INSTITUCION DONDE TRABAJA: ULA- Táchira.

PROFESION: Licda Administración, Mg Mercaderes y Doctora en Cs. Gerenciales.

CRITERIOS PARA VALIDACIÓN INSTRUMENTO PERSONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C= Coherencia de los ítems con los objetivos
R= Redacción

P= Pertinencia
V= Validez

Ítem	C	P	R	V	OBSERVACIONES
					Agregue un comentario o sugerencia en caso de mejorar el ítem
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
18					
18					
19					
20					
21					
22					
23					

FIRMA DEL VALIDADOR



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GERENCIA

VALIDACIÓN

Quién suscribe, Dr. Nixon Zambrano Medina, con título de Postgrado: Lic. Estadística y Dr. Educación, a través de la presente, manifiesto que he validado el modelo de encuesta dirigido a los estudiantes de Administración de Empresas de la ciudad de Cúcuta, diseñado por el Lcdo. Carlos Humberto Sandoval Márquez, titular del documento de identidad extranjero N° 88.244.732, estudiante de la **Maestría en Administración** de la Universidad de Los Andes, Núcleo Táchira, cuyo Trabajo de Grado tiene por objetivo: **Evaluar el proceso de formación emprendedora de las universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de Administración de Empresas.**

www.bdigital.ula.ve

Considero que el Cuestionario presentado, puede ser aplicado con plena confianza a la muestra y población respectiva.

Constancia que se expide en San Cristóbal a los 01 días del mes de Abril de 2018.

Nixon Zambrano
Firma del Experto
C.I. 10.239.195



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN GERENCIA



FECHA: 01-04-18

DATOS DEL EXPERTO

NOMBRES Y APELLIDOS: Nixon Zambiano C.I. 10.239.195
INSTITUCION DONDE TRABAJA: UPEL - Rubio
PROFESION: Lic. Estadístico, MSc. Gerencia y Dr. Educación.

CRITERIOS PARA VALIDACIÓN INSTRUMENTO ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C= Coherencia de los ítems con los objetivos
R= Redacción

P= Pertinencia
V= Validez

Ítem	C	P	R	V	OBSERVACIONES
					Agregue un comentario o sugerencia en caso de mejorar el ítem
1	/	/	/	/	
2	/	/	/	/	
3	/	/	/	/	
4	/	/	/	/	
5	/	/	/	/	
6	/	/	/	/	
7	/	/	/	/	
8	/	/	/	/	
9	/	/	/	/	
10	/	/	/	/	
11	/	/	/	/	
12	/	/	/	/	
13	/	/	/	/	
14	/	/	/	/	
15	/	/	/	/	
16	/	/	/	/	
18	/	/	/	/	
18	/	/	/	/	
19	/	/	/	/	
20	/	/	/	/	
21	/	/	/	/	
22	/	/	/	/	
23	/	/	/	/	
24	/	/	/	/	
25	/	/	/	/	
26	/	/	/	/	

Nixon Zambiano
FIRMA DEL VALIDADOR



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN GERENCIA



FECHA: 01-09-18

DATOS DEL EXPERTO

NOMBRES Y APELLIDOS: Nixon Zambrano C.I. 10.239.195
INSTITUCION DONDE TRABAJA: UDEL - Rubio.
PROFESION: Lic. Estadística, Msc. Gerencia y Dren. Educación.

CRITERIOS PARA VALIDACIÓN INSTRUMENTO PERSONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C= Coherencia de los ítems con los objetivos
R= Redacción

P= Pertinencia
V= Validez

Ítem	C	P	R	V	OBSERVACIONES
					Agregue un comentario o sugerencia en caso de mejorar el ítem
1	✓	✓	✓	✓	
2	✓	✓	✓	✓	
3	✓	✓	✓	✓	
4	✓	✓	✓	✓	
5	✓	✓	✓	✓	
6	✓	✓	✓	✓	
7	✓	✓	✓	✓	
8	✓	✓	✓	✓	
9	✓	✓	✓	✓	
10	✓	✓	✓	✓	
11	✓	✓	✓	✓	
12	✓	✓	✓	✓	
13	✓	✓	✓	✓	
14	✓	✓	✓	✓	
15	✓	✓	✓	✓	
16	✓	✓	✓	✓	
18	✓	✓	✓	✓	
18	✓	✓	✓	✓	
19	✓	✓	✓	✓	
20	✓	✓	✓	✓	
21	✓	✓	✓	✓	
22	✓	✓	✓	✓	
23	✓	✓	✓	✓	

Nixon Zambrano.
FIRMA DEL VALIDADOR



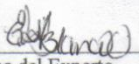
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN GERENCIA

VALIDACIÓN

Quién suscribe, MG. Day Zancaro Blanco O. con título de Postgrado: Gerencia de Empresas, a través de la presente, manifiesto que he validado el modelo de encuesta dirigido a los estudiantes de Administración de Empresas de la ciudad de Cúcuta, diseñado por el Lcdo. Carlos Humberto Sandoval Márquez, titular del documento de identidad extranjero N° 88.244.732, estudiante de la **Maestría en Administración** de la Universidad de Los Andes, Núcleo Táchira, cuyo Trabajo de Grado tiene por objetivo: **Evaluar el proceso de formación emprendedora de las universidades de la ciudad de Cúcuta en la carrera de Administración de Empresas.**

Considero que el Cuestionario presentado, puede ser aplicado con plena confianza a la muestra y población respectiva.

Constancia que se expide en San Cristóbal a los 03 días del mes de Abril de 2018.


Firma del Experto

C.I. 14.349.326



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN GERENCIA



FECHA: 03-04-18

DATOS DEL EXPERTO

NOMBRES Y APELLIDOS: MG Elsy Blanco C.I. 14 349 326

INSTITUCION DONDE TRABAJA: ULA - Táchira.

PROFESION: Gerencia de Empresas.

CRITERIOS PARA VALIDACIÓN INSTRUMENTO ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C= Coherencia de los ítems con los objetivos
R= Redacción

P= Pertinencia
V= Validez

Ítem	C	P	R	V	OBSERVACIONES
					Agregue un comentario o sugerencia en caso de mejorar el ítem
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
18					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					

E. Blanco
FIRMA DEL VALIDADOR



UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
NÚCLEO TÁCHIRA "DR. PEDRO RINCÓN GUTIÉRREZ"
COORDINACIÓN DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN GERENCIA



FECHA: 03-04-18

DATOS DEL EXPERTO

NOMBRES Y APELLIDOS: MG Elsy Blanco

C.I. 14.349.326

INSTITUCION DONDE TRABAJA: ULA - Táchira

PROFESION: Gerencia de Empresas

CRITERIOS PARA VALIDACIÓN INSTRUMENTO PERSONAL DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

C= Coherencia de los ítems con los objetivos
R= Redacción

P= Pertinencia
V= Validez

Ítem	C	P	R	V	OBSERVACIONES
					Agregue un comentario o sugerencia en caso de mejorar el ítem
1	/	/	/	/	
2	/	/	/	/	
3	/	/	/	/	
4	/	/	/	/	
5	/	/	/	/	
6	/	/	/	/	
7	/	/	/	/	
8	/	/	/	/	
9	/	/	/	/	
10	/	/	/	/	
11	/	/	/	/	
12	/	/	/	/	
13	/	/	/	/	
14	/	/	/	/	
15	/	/	/	/	
16	/	/	/	/	
18	/	/	/	/	
18	/	/	/	/	
19	/	/	/	/	
20	/	/	/	/	
21	/	/	/	/	
22	/	/	/	/	
23	/	/	/	/	

E. Blanco
FIRMA DEL VALIDADOR