

El emprendimiento en Colombia; un vistazo desde el contexto universitario

El emprendimiento es crucial en el desarrollo competitivo y económico de un país. Empezar permite obtener un desarrollo de habilidades, independencia y autonomía también la diversificación de la economía ya que impulsa el desarrollo local adaptándose a cambios en el mercado y mejorando la calidad de productos y servicios (**Ávila Angulo et al., 2021**). Para analizar legalmente el emprendimiento en Colombia, es esencial considerar la perspectiva constitucional que existe y está vigente en nuestro contexto. Inicialmente contamos con el CONPES 4011 aprobada el 30 de noviembre del 2020. El CONPES fortalece el desarrollo de habilidades para el fomento de una cultura emprendedora, mejora el acceso al financiamiento, fortalece redes y estrategias de comercialización, fomenta el desarrollo tecnológico y refuerza la institucionalidad de apoyo. (**Departamento nacional de planeación et al., 2020**). La ley 2069 del 31 de diciembre del 2020 tiene como objetivo establecer un marco regulatorio que proporcione el emprendimiento con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. (**Congreso de Colombia et al., 2020**). La ley 2125 del 4 de agosto del 2021, tiene como objetivo establecer incentivos para la creación, formalización y fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres con el fin de incrementar la capacidad productiva, la participación en el mercado y la contribución en el desarrollo económico y social del país. (**Congreso de Colombia et al., 2021**). La ley 2234 de julio 8 del 2022 tiene como objetivo establecer lineamientos para la construcción de la política pública de emprendimiento social, para el desarrollo de soluciones de problemas sociales, culturales y ambientales. (**Congreso de Colombia et al., 2022**). Las políticas públicas en Colombia han avanzado significativamente, sin embargo, la efectividad dependerá cien por ciento de su implementación práctica y el conocimiento sobre la norma existente.

De acuerdo con (**Farfán 2017**), citado por (**Garavito et al 2021**) El constante cambio social, político, económico y cultural, es de vital importancia que las instituciones de educación superior incluyan en sus programas de formación profesional el fomento de una **cultura emprendedora**, basada en los proyectos de vida personal de los estudiantes. Teniendo en cuenta esto para las IES, la formación moderna actual exige globalización en la economía, fundamentándose a partir de modelos teóricos. inicialmente con el modelo de comportamiento planificado planteado por (**Ajzen et al 1991**) donde explica que la intención emprendedora se fundamenta en la actitud hacia el emprendimiento, reflejando la valoración personal, las expectativas de éxito basadas en las opiniones de familiares, amigos y en la autoconfianza en la capacidad individual. El modelo del evento emprendedor de (**Shapero et al 1982**) plantea que la creación de una empresa puede explicarse por la combinación de la iniciativa, capacidad que demuestran las personas en su intención emprendedora. En este contexto las universidades son esenciales para fomentar la intención emprendedora, estas instituciones deben proporcionar una formación integral que incluya conocimiento y habilidades emprendedoras, fortaleciendo la autoconfianza y las competencias de los estudiantes. (**Ynzuna y Izar, et al 2020**).

El papel de la universidad en el mundo de emprendimiento (Adriana)

Desde el surgimiento del modelo de la triple hélice donde se relacionan el sector académico, la industria y el gobierno en países desarrollados como Estados Unidos se ha podido evidenciar que el papel social de las universidades ha evolucionado de tal forma que su misión va más allá de la creación y transferencia del conocimiento, sino que se enfoca en el desarrollo económico de la sociedad, teniendo como herramienta principal la innovación tecnológica basada en el conocimiento para crear y comercializar propiedad intelectual impactando positivamente la economía de la región (Etzkowitz et al., 2000).

A las instituciones de educación superior que adoptan este importante papel social se les conoce como “universidades emprendedoras” las cuales son capaces de utilizar la investigación y la transferencia tecnológica para crear empresas estudiantiles y/o ayudar a empresas a mejorar sus capacidades intelectuales y de tecnología, de esta manera los gobiernos de casi todas las naciones han visto el potencial de la universidad para dar forma a un régimen económico basado en la ciencia y una sociedad basada en el conocimiento (Etzkowitz et al., 2000).

En nuestro país el poder económico aún está centralizado en el gobierno y la industria, dos sectores que se encuentran débilmente asociados para lograr un desarrollo social sostenible, por su parte la universidad juega un papel secundario como proveedor de capital humano, pues las políticas públicas, las fuentes de financiamiento y el enfoque educativo son insuficientes para aprovechar el potencial innovador de tal forma que la universidad se convierta en un semillero de nuevas empresas (Delgado et al., 2016). Para lograr este cambio se debe generar procesos internos dentro de cada sector y estructurar redes con proyectos en común, por su parte la universidad puede empezar a fomentar una cultura empresarial y el espíritu emprendedor dentro del mundo académico.

En los últimos años la cultura empresarial ha venido tomando fuerza dentro de la academia a nivel mundial, en Latinoamérica países como Chile y Brasil han reconocido la necesidad social de que los estudiantes desarrollen habilidades empresariales y capacidades para formular proyectos innovadores, pues el mercado laboral es cada vez más competitivo por lo que se requiere de profesionales que sean capaces de emprender, innovar, solucionar problemas complejos y autoemplearse. Por ello, en algunas universidades chilenas como la UACH (Universidad Austral de Chile) están implementando programas de formación en emprendimiento, realizando cambios en el componente formativo y en la estructura organizacional dentro de la institución, los resultados muestran importantes logros académicos y económicos en el contexto universitario como la creación de 39 proyectos de nuevos negocios y la vinculación de la universidad con organizaciones a nivel nacional e internacional por medio de redes asociadas al emprendimiento (Colther et al., 2020).

La universidad nacional de Colombia (UNAL) es una institución de educación superior tradicional muy importante en el país, su contribución en investigación y enseñanza es muy valiosa para la sociedad, sin embargo, hoy en día la sociedad le exige nuevas tareas, pues es necesario que asuma un rol activo como una universidad emprendedora formando a sus estudiantes de las diferentes áreas disciplinares con un enfoque económico y social. La formación en emprendimiento es un importante desafío para la Universidad y para su implementación es necesario buscar fuentes alternativas de financiamiento para apoyar la creación de nuevos negocios ideados por los estudiantes, establecer relaciones institucionales con organizaciones públicas y privadas, dentro de los programas académicos se deben implementar metodologías y programas formativos distintos a la docencia tradicional caracterizados por la transferencia sistémica de conocimientos y la transferencia tecnológica (Colther et al., 2020).

Ahora la universidad tiene la tarea de formar a sus estudiantes con habilidades y competencias para afrontar con éxito su vida laboral y emprender nuevos negocios y autoemplearse si es necesario, para ello se pueden implementar iniciativas que fomenten la cultura emprendedora y espíritu emprendedor desde la universidad y hacia la sociedad, resolviendo problemas reales con propuestas innovadoras.

La cultura emprendedora entendida como el conjunto de valores, principios morales, características y costumbres que se desarrollan dentro de una organización, las cuales rigen la conducta de los individuos dentro de su vida empresarial (González, 2004), La cultura emprendedora está ligada a la mentalidad emprendedora y son los líderes de las organizaciones los responsables de su desarrollo y fortalecimiento (Ireland et al., 2003), esto es especialmente relevante en el contexto de las instituciones educativas, donde se busca desarrollar competencias y actitudes en los estudiantes para prepararlos para el mundo laboral, pues la cultura emprendedora es un elemento fundamental para fomentar la innovación y el espíritu emprendedor dentro de una organización (mamani et al., 2022).

El espíritu emprendedor hace referencia a la mentalidad y la actitud de una persona que la impulsa a identificar oportunidades, asumir riesgos y tomar acciones para crear nuevos negocios y actividades económicas de manera creativa e innovadora con el objetivo de crear valor y éxito económico (González, 2004). El espíritu emprendedor hace parte del talento humano de una empresa e influye activamente en la forma de proceder de las personas, lo cual se ve reflejado en el funcionamiento de la organización, de ahí, la importancia de fomentar su desarrollo tanto en los estudiantes como en los empresarios haciendo alianzas estratégicas entre la universidad y la industria.

De acuerdo con Mamani et al., (2022) y González (2004) el desarrollo de una cultura emprendedora es clave a nivel universitario, empresarial y social, pues se ha demostrado que es un agente positivo en el progreso socioeconómico a largo plazo. A continuación, se describen las principales contribuciones en los diferentes ámbitos:

En la universidad:

- Fomenta la creatividad, innovación y pensamiento crítico en los estudiantes.
- Prepara a los estudiantes para ser agentes de cambio y creadores de sus propias oportunidades laborales.
- Facilita el desarrollo de habilidades como liderazgo, trabajo en equipo, resolución de problemas.
- Promueve la creación de startups universitarias.
- Acerca a los estudiantes al mundo empresarial y las realidades del mercado laboral.

En las empresas:

- Estimula la innovación y la mejora continua dentro de la organización.
- Fomenta una mentalidad ágil y adaptable al cambio.
- Permite a las empresas anticiparse a las tendencias del mercado.
- Favorece la creación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio.
- Atrae y retiene talento emprendedor dentro de la empresa.

En la sociedad:

- Contribuye al desarrollo económico y la creación de empleo.
- Impulsa la generación de nuevas ideas y soluciones a problemas sociales.
- Promueve una cultura de iniciativa, asunción de riesgos y autorrealización.
- Fortalece la competitividad y el dinamismo de la economía.
- Facilita la transformación y adaptación de la sociedad a los cambios.

Por lo tanto, para crear una cultura emprendedora dentro de la universidad es fundamental establecer un sistema integrado y bien organizado que fomente la participación y la cooperación entre las diferentes instituciones teniendo como énfasis la enseñanza de habilidades y competencias empresariales, de emprendimiento e innovación, con el fin de formar profesionales innovadores capaces de transformar su entorno, las organizaciones donde se desempeñan y su vida misma.

Entonces el enfoque de la universidad debe centrarse en el individuo emprendedor y el ecosistema de emprendimiento dentro de la institución, desarrollando las competencias claves para el emprendimiento, tales como:

La mentalidad emprendedora: es una forma de pensar y actuar de las personas respecto a los negocios que se caracteriza por la iniciativa, la creatividad y la asunción de riesgos orientados a la captura de beneficios y el logro de objetivos organizacionales. Esta mentalidad puede ser desarrollada y fortalecida a través de la educación y la formación que promueva la creatividad, la innovación continua y la renovación (Ireland et al., 2003).

El liderazgo emprendedor: es la capacidad de influir positivamente en otras personas promoviendo el espíritu emprendedor y fortaleciendo la capacidad emprendedora que se caracteriza por la capacidad de identificar y aprovechar oportunidades, administrar estratégicamente los recursos, asumir riesgos de manera calculada y la búsqueda de ventajas

competitivas con el fin de innovar y generar cambios dentro de la organización y su entorno (Ireland et al., 2003).

La gestión estratégica de recursos: es la administración de los recursos tangibles e intangibles de una organización, principalmente el capital financiero, capital humano, capital social y capital intelectual; para ello se deben desarrollar e implementar estrategias para la planificación, organización, dirección, control y monitoreo de recursos, con el fin de maximizar el valor que aportan los recursos a la organización, optimizando su utilización y asegurando que estén disponibles cuando se necesiten para ejecutar la estrategia de manera eficaz (Ireland et al., 2003).

La creatividad e innovación: estos dos conceptos están estrechamente relacionados y son fundamentales para el éxito empresarial, la creatividad aporta el pensamiento divergente y conduce a la generación de nuevas ideas, por su parte la innovación se encarga de transformar esas ideas en soluciones concretas que se implementan y generan valor. De esta manera, se generan avances en el conocimiento y la tecnología que resultan más eficientes (Ireland et al., 2003).

La universidad puede implementar metodologías ágiles de emprendimiento para preparar a los estudiantes en este campo de suma importancia para su desarrollo personal y profesional.

Emprendimiento por necesidad y oportunidad: Una mirada crítica a través del prisma de la innovación y la diversidad (Luis)

El emprendimiento, ya sea impulsado por la necesidad o la oportunidad, es un fenómeno complejo que requiere un análisis profundo y matizado. Los estudios recientes sobre innovación y emprendimiento nos ofrecen un terreno fértil para examinar críticamente las características emprendedoras en estas dos situaciones distintas.

De Massis et al. (2015) introducen el concepto de Innovación Impulsada por la Familia (FDI), que nos invita a reflexionar sobre cómo las empresas familiares, tradicionalmente vistas como conservadoras, pueden de hecho ser impulsoras de innovación. Este enfoque desafía nuestra percepción del emprendimiento por necesidad, a menudo asociado con la continuidad familiar, sugiriendo que incluso en contextos de aparente estabilidad, la innovación puede surgir como una necesidad estratégica.

Por otro lado, Kuckertz et al. (2020) analizan las startups en tiempos de crisis, ofreciendo una perspectiva única sobre el emprendimiento por necesidad en su forma más aguda. Su estudio revela cómo la adversidad puede catalizar la innovación, desafiando la noción de que el emprendimiento por necesidad es menos innovador que el impulsado por oportunidad. Sin embargo, también plantea interrogantes sobre la sostenibilidad a largo plazo de las innovaciones nacidas de la crisis.

Caliendo et al. (2020) abordan directamente el emprendimiento por necesidad al examinar startups subsidiadas surgidas del desempleo. Sus hallazgos sobre las persistentes brechas en crecimiento e innovación entre empresas subsidiadas y regulares nos obligan a cuestionar críticamente nuestras suposiciones sobre el potencial innovador del emprendimiento por necesidad. ¿Estamos proporcionando el apoyo adecuado, o nuestras políticas están perpetuando inadvertidamente estas brechas?

Finalmente, Nepelski et al. (2019) ofrecen una perspectiva intrigante sobre cómo la diversidad organizativa y geográfica afecta la innovación. Sus hallazgos sobre el impacto positivo de la diversidad organizativa, contrastado con el efecto negativo de la diversidad geográfica, nos invitan a reconsiderar cómo conceptualizamos la innovación en el emprendimiento por necesidad y oportunidad. ¿Estamos subestimando el potencial innovador de equipos diversos en el emprendimiento por necesidad? ¿O sobreestimando las ventajas de la globalización en el emprendimiento por oportunidad?

Al reflexionar sobre estos estudios en conjunto, emerge una imagen más compleja del emprendimiento por necesidad y oportunidad. La dicotomía tradicional entre estos dos tipos de emprendimiento parece cada vez más inadecuada para capturar la rica diversidad de experiencias emprendedoras. El emprendimiento por necesidad, lejos de ser un mero mecanismo de supervivencia, puede ser un poderoso motor de innovación cuando se le proporciona el apoyo y los recursos adecuados. Por otro lado, el emprendimiento por oportunidad no garantiza automáticamente mayor innovación o éxito, especialmente cuando se enfrenta a desafíos de coordinación y comunicación en entornos geográficamente diversos.

Referencias

- Caliendo, M., Künn, S., & Weissenberger, M. (2020). Catching up or lagging behind? The long-term business and innovation potential of subsidized start-ups out of unemployment. *Research Policy*, 49(10), 104053. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2020.104053>
- Colther, C., Fecci, E., Cayun, G., & Rojas, J. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: El caso de la Universidad Austral de Chile. *Enseñanza de La Cultura*, 13.
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., & Cantisano, B. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research Policy*, 29.
- De Massis, A., Di Minin, A., & Frattini, F. (2015). Family-Driven Innovation: Resolving the Paradox in Family Firms. *California Management Review*, 58(1), 5-19. <https://doi.org/10.1525/cmr.2015.58.1.5>
- Delgado, L., Sánchez, W., & Velez, Á. (2016). Análisis de la relación Universidad-Empresa-Estado desde la perspectiva de la Competitividad Empresarial Colombiana. *Revista Espacios*, 37.

- Garavito-Hernández, Y., García-Méndez, S., Ramírez-Torres, W. E., & Avellaneda-Rueda, C. (2023). Influencia de las características personales y factores del entorno en la intención emprendedora en estudiantes universitarios. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 89–107. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2201>.
- González, F. (2004). *Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía*. Universidad de Sevilla.
- Ireland, R., Hitt, M., & Sirmon, D. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 290.
- Kuckertz, A., Brändle, L., Gaudig, A., Hinderer, S., Morales Reyes, C. A., Prochotta, A., Steinbrink, K. M., & Berger, E. S. C. (2020). Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00169. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>
- Mamani, D., Zamata, J., & Bautista, J. (2022). Significado de la enseñanza en emprendimiento y el desarrollo de la cultura emprendedora en la universidad. *New Trends in Cualitative Research*, 15.
- Morales, GLO, Aguilar, JCR & Morales, KYL La cultura como obstáculo para el emprendimiento. *J Innov Entrep* 11 , 46 (2022). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00230-7>.
- Nepelski, D., Van Roy, V., & Pesole, A. (2019). The organisational and geographic diversity and innovation potential of EU-funded research networks. *The Journal of Technology Transfer*, 44(2), 359-380. <https://doi.org/10.1007/s10961-018-9692-2>
- Niebles, W., Niebles Nuñez, L. D., & Barrios Parejo, I. A. (2020). El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo. *Justicia*, 25(38), 35-52. <https://doi.org/10.17081/just.25.38.4390>.