

Capítulo I



La educación en emprendimiento desde el contexto universitario

Carolina Monsalve Castro

Diana Virginia Oliveros Contreras

El emprendimiento se ha convertido en una temática de interés en países que desean fortalecer su capacidad productiva, especialmente cuando se busca enseñar el espíritu emprendedor motivando a los estudiantes al desarrollo de habilidades y competencias para el montaje de empresas (Motta y Galina, 2023). Las exigencias de competitividad y productividad reportadas por el nacimiento de emprendimientos requieren de personas innovadoras y creativas que con sus ideas de negocio superen las expectativas de consumidores y usuarios. No obstante, para que el emprendimiento alcance su potencial transformador la educación en temas empresariales debe ser tomada en serio debido a su influencia en la intención emprendedora (Awaah et al., 2023).

Los programas de educación empresarial promovidos desde los gobiernos se han convertido en una herramienta política que acelera las iniciativas empresariales (Duong, 2022) en donde las instituciones de educación deben centrar la enseñanza en los principios de creación de empresa y fomento del espíritu emprendedor para contribuir de manera positiva al desarrollo de un propósito emprendedor (Ofteda, 2018). Estos programas pueden definirse como “la impartición de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes hacia las competencias empresariales que los alumnos necesitan para traducir las

ideas de puesta en marcha en intenciones de emprender y comportamientos emprendedores reales” (Duong, 2022. Pág. 872).

En Latinoamérica el BID (Banco Interamericano de Desarrollo), el Banco Santander y la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico), han analizado cómo las instituciones de educación superior apoyan el emprendimiento y la innovación a través de su interacción con los agentes de los ecosistemas empresariales y cómo promueven el crecimiento económico y la prosperidad (OECD, 2022). Estos análisis han contribuido a comprender la importancia del emprendimiento en el desarrollo económico de la región, así como a la identificación de áreas de mejora y oportunidades de crecimiento para las instituciones educativas.

En Colombia, la cultura del emprendimiento en las instituciones de educación se promueve desde el 2006 con la implementación de la Ley 1014. Esta normativa proponía ajustar el modelo pedagógico para fortalecer el espíritu emprendedor estudiantil y desarrollar competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales que aseguraran que el estudiante pudiese crear su propia empresa y/o ser emprendedor desde su puesto de trabajo (Minciencias, 2006). En la actualidad, se encuentra vigente la ley 2069 del 2020 donde se relaciona la importancia del apoyo al emprendimiento desde la educación superior y se menciona la vinculación de estudiantes en proyectos de investigación que generen la creación de empresas.

Bajo esta iniciativa, la educación en temas de emprendimiento presenta varias ventajas. Primero, los estudiantes aprenden a materializar ideas de forma eficaz y rápida para su puesta en marcha en el mercado, además de sensibilizarlos para que se orienten hacia el desarrollo de carreras empresariales (Walter y Block, 2016). Segundo, fomenta el espíritu emprendedor facilitando a los estudiantes la adaptación a los constantes cambios que sufre el sector empresarial y provee oportunidades para crear carrera. Esto quiere decir que, estimular el emprendimiento de los estudiantes universitarios alinea a las Instituciones de Educación Superior con las políticas gubernamentales de fomento a la creación de empresa y contribuye a generar empleo en países o comunidades con altas tasas de desocupación (González-Serrano et al., 2023).

En este caso, las universidades han sido consideradas como motor de desarrollo. Esto debido a que se convierten en el escenario propicio para que los estudiantes puedan explorar en la creación de empresas, así como cultivar las habilidades requeridas para emprender y superar los obstáculos

que se presentan a quienes inician en este camino (Solesvik et al., 2014). También, porque contribuyen al crecimiento económico de los lugares a partir de la generación y socialización de conocimiento que se da por la puesta en marcha de iniciativas empresariales, la ejecución de proyectos de investigación cooperativa y el fomento de actividades para promover el emprendimiento (Ferri et al., 2023).

En este sentido, las universidades son relevantes para ofertar formación en emprendimiento puesto que se han convertido en puente entre el conocimiento académico y las aplicaciones prácticas que exige el mundo real. Esto quiere decir que, la educación que reciben los estudiantes en este tema puede aumentar la intención de ejecutar ideas de negocio, así como fortalecer el perfil profesional con miras a ser más conscientes de las tendencias empresariales y de la adquisición de conocimientos técnicos para desarrollar los emprendimientos (Fossatti et al., 2023).

Frente a esto, Leiva et al. (2021) mencionan que las universidades tienen un deber notable en la formación de los estudiantes en emprendimiento. Primero, deben proveer a los individuos de programas curriculares o extracurriculares que fomenten la intención empresarial y enseñen habilidades emprendedoras. Segundo, en su papel integrador de la ecuación Universidad – Empresa deben propender por aportar con infraestructura, servicios de apoyo y mecanismos de soporte a las propuestas que diseñen los estudiantes para dar continuidad y facilitar la ejecución de las ideas en el mundo real.

Estudios anteriores han encontrado que la educación en emprendimiento tiene una relación positiva con las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Según Elliott et al. (2021) la formación emprendedora influye en los universitarios y mejora la confianza para iniciar ideas, permite una mejor visualización del camino a partir de modelos de emprendedores exitosos y proporciona una red de contactos necesaria para su desarrollo como emprendedores. Por su parte, Sahputri et al. (2023) sostienen que esta relación se origina cuando los estudiantes provienen de una familia con experiencia en el campo empresarial, lo cual ejerce una influencia en el comportamiento y la toma de decisiones que parte de los valores familiares que se promueven.

No obstante, otros autores señalan que son limitados los hallazgos que reflejen una contribución relevante de la formación en emprendimiento hacia la consolidación del propósito de un estudiante de iniciar una empresa. Según Duong (2022) sigue sin estar claro cómo la intención emprendedora puede

estar mediada por los tres aspectos que señala la teoría del comportamiento planificado: actitud, normas subjetivas y control conductual percibido, razón por la que señalan continuar indagando el vínculo con la educación en emprendimiento. Sobre esto Fayolle y Liñán (2014) mencionan que podría ser el resultado de escasas investigaciones que profundizan en el conocimiento sobre la relación entre variables educativas como la selección de individuos, experiencia empresarial previa y exposición, contenidos de los cursos, metodologías de enseñanza, perfiles de los profesores, entre otros; y el impacto de la educación en emprendimiento en los antecedentes de la intención y/o el comportamiento emprendedor de los estudiantes.

De acuerdo con esto, autores como Nabi et al. (2017) señalan que es necesario evaluar la efectividad de los programas de formación en emprendimiento más allá de resultados a corto plazo que involucran medidas relacionadas con la intención de emprender para pasar a examinar su repercusión en el comportamiento emprendedor y en el rendimiento empresarial. Esto quiere decir que, se debe profundizar en cómo se relaciona la educación en emprendimiento y los comportamientos emprendedores en los estudiantes universitarios tomando como base la teoría del comportamiento planificado propuesta por Ajzen, (1991). Esta teoría se propone como un modelo cognitivo social que examina las decisiones racionales en donde establecer que la intención puede explicar el comportamiento de los individuos, es decir, el comportamiento emprendedor no es un comportamiento espontáneo sino planificado (Ver Capítulo 3).

En Colombia se han llevado a cabo diferentes estudios que examinan la relación entre la formación en emprendimiento y los comportamientos emprendedores reflejados en la creación de empresa. Gutiérrez et al. (2016) realizaron una investigación donde recolectaron información de 9 universidades del país para analizar la influencia de los universitarios, respecto al papel desempeñado por la institución donde estaban matriculados. Los resultados mostraron la ejecución de modelos con prácticas exitosas que van desde formación curricular hasta la participación en ferias y proyectos de investigación para la generación de spin-off. Los emprendedores reconocieron que la Institución influye en la innovación y generación de la propuesta de valor de los emprendimientos puestos en marcha.

La investigación realizada por Alarcón (2020) en 120 estudiantes de la Universidad del Bosque en Bogotá sobre el emprendimiento en Colombia y sus dificultades dejó ver que el principal motivador para crear empresa que tienen

los jóvenes de esta Institución es la independencia laboral. Otro aspecto que destaca el estudio es la realización y el crecimiento personal, que podría deberse a la curva de aprendizaje generada por las experiencias que conlleva la puesta en marcha de un emprendimiento. Dentro de los resultados se identificó que el principal obstáculo que los estudiantes reconocen es la dificultad para acceder a financiamiento y el escaso acompañamiento de los entes gubernamentales.

En otro estudio Aguilera-Castro et al. (2021) encuestaron a 293 estudiantes de la Universidad de Nariño donde exploraron y describieron las creencias de comportamiento normativas y controladas, así como su influencia en la intención emprendedora. Los hallazgos mostraron que existe una relación entre el ambiente cercano y la familia, con la intención de crear empresa. No obstante, los resultados resaltaron que existe poco apoyo estatal, desconocimiento de metodologías para la ideación, además de espacios inadecuados para el desarrollo de las ideas de negocio dentro de la Universidad.

En ese mismo año, Meneses (2021) realizó una investigación para examinar las tendencias y desafíos del emprendimiento juvenil en Colombia, especialmente en una época en la que la crisis económica del país afectaba a la industria para ofrecer empleo. El estudio es documental descriptivo tomando como material de análisis las publicaciones realizadas sobre el emprendimiento y su relación con el emprendimiento en los jóvenes. Los resultados mostraron que el perfil emprendedor con rasgos de creatividad, autonomía, innovación y con apertura al riesgo posibilita la iniciativa emprendedora que se ve influenciada por las escasas oportunidades profesionales en el mercado laboral. Por otro lado, se encontró que existen algunos obstáculos al fomento del emprendimiento juvenil como son la capacitación, formación y desarrollo de habilidades y conocimientos, los cuales deben ser provistos por el gobierno y las instituciones de educación.

Posteriormente, Jiménez-Coronado et al. (2022) llevaron a cabo un estudio en 35 pymes de egresados universitarios de la ciudad de Barranquilla para analizar el emprendimiento como un propulsor de la competitividad empresarial. Para los autores, los programas de educación emprendedora ofrecida a los jóvenes desde la universidad contribuyen a formalizar ideas de negocio como un modelo que pueda ser sostenible en el tiempo. Esto facilita la transición de un emprendimiento a empresa pues el conocimiento que desarrollan los estudiantes constituye una base para proyectar esas iniciativas en grandes contribuciones de productos y servicios que aporten valor al mercado. Dentro de los hallazgos obtenidos, se identificó que la planeación financiera es un pilar fundamental en

la ejecución y proyección de las actividades, así como la necesidad de crear vínculos con los entes gubernamentales para integrar aspectos de sostenibilidad y creación de valor.

Por su parte, León (2023) examinó las metodologías y modelos usados para enseñar emprendimiento en 20 Universidades de Bogotá y municipios aledaños. Los resultados mostraron que se utilizan diversas pedagogías como el aprendizaje centrado en la solución de problemas auténticos, la metodología basada en proyectos y el trabajo en equipos cooperativos. Además, la autora resalta que las Universidades participantes cuentan en su mayoría con centros de emprendimiento para apoyar a los estudiantes, formación en emprendimiento como parte del currículo, eventos empresariales, investigación y solo 4 de las 20 Instituciones se ofrece financiación directa a proyectos de emprendimiento. Finalmente, sugiere contextualizar la formación en emprendimiento de acuerdo con las características de la región y las necesidades del entorno que facilite la creación del vínculo universidad- empresa, debido a que se crean oportunidades de autoempleo entre los jóvenes en entornos donde las tasas de desempleo son altas.

Tomando en consideración los diferentes estudios revisados, el emprendimiento estudiantil en Colombia ha demostrado ser una herramienta vital para el desarrollo económico y la creación de oportunidades laborales. Los diversos estudios realizados evidencian que las universidades contribuyen al proporcionar modelos educativos y prácticas que fomentan la innovación y la generación de propuestas de valor.

Conclusiones

El emprendimiento se ha posicionado como un elemento clave para fortalecer la capacidad productiva de los países, especialmente a través de la educación Universidad -Empresa. La formación en temas empresariales, promovida tanto por instituciones educativas como por políticas gubernamentales, tiene el potencial de transformar las intenciones emprendedoras en comportamientos emprendedores reales. Esto no solo fomenta la creación de nuevas empresas, sino que también contribuye al desarrollo económico y social, proporcionando empleo y estimulando la innovación.

Las universidades desempeñan un rol esencial en la promoción

del emprendimiento estudiantil. A través de programas curriculares y extracurriculares que enseñan habilidades y competencias empresariales, las instituciones de educación superior actúan como puentes entre el conocimiento teórico y su aplicación práctica en el mundo real. Esta conexión facilita la creación de empresas y la generación de valor en el mercado, alineándose con las políticas gubernamentales de fomento al emprendimiento y contribuyendo significativamente al crecimiento económico local y regional.

Para maximizar el impacto de la educación en emprendimiento, es necesario adoptar un enfoque integral que considere múltiples factores: la metodología de enseñanza, los contenidos de los cursos, los perfiles de los profesores y el contexto regional. Además, es necesario evaluar la efectividad de estos programas no solo a corto plazo, sino también en términos de comportamiento emprendedor y rendimiento empresarial a largo plazo. Para esto, la teoría del comportamiento planificado ofrece un marco útil para entender y mejorar la relación entre educación y emprendimiento.

En Colombia, la cultura del emprendimiento en las instituciones de educación se ve impulsada por un marco regulatorio, que promueve la formación emprendedora desde una perspectiva holística. Sin embargo, persisten desafíos significativos, como el acceso al financiamiento y el apoyo gubernamental insuficiente. A pesar de estos obstáculos, estudios muestran que los estudiantes con formación emprendedora están mejor preparados para crear empresas y adaptarse a un mercado laboral en constante cambio, lo cual subraya la importancia de fortalecer y contextualizar la educación emprendedora para maximizar su efectividad y alcance.

AUTORES

CAROLINA MONSALVE CASTRO, DIANA VIRGINIA OLIVEROS CONTRERAS, FRANCY ANDREA MANRIQUE LESMES, JHON ALEXIS DÍAZ CONTRERAS,
EDDY JOHANNA FAJARDO ORTIZ, MELISSA GÓMEZ MENESES

Referencias

- Ajzen, I. (1991), "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, pp. 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Aguilera-Castro, A., Benavides-Pupiales, L., & Ibarra-Jaramillo, F. (2021). Intención Emprendedora en Estudiantes de Pregrado de la Universidad de Nariño, Colombia. *Tendencias*, XXIII(2), 231-238. <https://doi.org/10.22267/rtend.212202.174>
- Alarcón, L. (2020). *El emprendimiento en Colombia y sus dificultades: Un análisis desde la percepción*. Bogotá: Universidad El Bosque. Tomado de: <https://repositorio.unbosque.edu.co/server/api/core/bitstreams/69d02726-88bd-4a92-82ec-1c7cbafd30c1/content>
- Awaah, F., Okebukola, P., Shabani, J., Arkorful, H., & Addo, D. (2023). Students' career interests and entrepreneurship education in a developing country. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 13(1), 148-160. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-05-2023-0109>
- Duong, C. (2022). Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the moderating role of educational fields. *Education + Training*, 64(7), 869-891. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2021-0173>
- Elliott, C., Mantler, J., & Huggins, J. (2021). Exploring the gendered entrepreneurial identity gap: implications for entrepreneurship education. Emerald Publishing Limited, 13(1), 50-74. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ijge-04-2020-0048>
- Fayolle, A. & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67, 663-666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Ferri, L., Spanò, R., Theodosopoulos, G., & Tsitsianis, N. (2023). University education and entrepreneurial intentions of European students: insights into the Theory of Planned Behaviour complemented by skills. *Studies in Higher Education*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2272161>

- Fossatti, P., Jabbour, C J C., Ratten, V., Pereira, G M., Borchardt, M., Milan, G S., & Eberle, L. (2023, July 1). What do (should) we know to leverage students' employability and entrepreneurship? A systematic guide to researchers and managers. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100788>
- González-Serrano, M., Valentine, I., Matic, R., Milovanovic, I., Sushko, R., & Calabuig, F. (2023). Determinants of entrepreneurial intentions in European sports science students: Towards the development of future sports entrepreneurs. *European research on management and business economics*, 29, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100229>
- Gutiérrez, J., Ortiz, M., Rodríguez, S., & Suárez, P. (2016). Influencia de la Universidad en la creación de empresa. *Boletín Redipe*, 70-78. Tomado de: <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/35>
- Jiménez-Coronado, A., Batista-Zea, K., & Hernández-Palma, H. (2022). Realidades competitivas del emprendimiento en el contexto universitario para la formación integral. *Educación y Humanismo*, 24(43), 129-143. <https://doi.org/10.17081/eduhum.24.43.5688>
- Leiva, J., Mora-Esquivel, R., Krauss-Delorme, C., Bonomo-Odizzio, A., & M. (2021). Entrepreneurial intention among Latin American university students. 34(3), 399-418. <https://doi.org/10.1108/ARLA-05-2020-0106>
- León, S. (2023). Educación para el emprendimiento en las universidades y su aplicación en Bogotá y Municipios Aledaños. *Apuntes de Economía & Sociedad*, 1-18. <https://doi.org/10.5377/aes.v4i1.16156>
- Ley 2069 de 2020 tomada de <https://www.funcionpublica.gov.co/eval/gestornormativo/norma.php?i=160966>
- Martins, I., Pérez, J. P., & Novoa, S. (2022). Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: A pretest-post-test analysis of entrepreneurship education programs. *The International Journal of Management Education*, 100593. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100593>
- Martins, I., Pérez, J.P., Moreno-Gómez, J., & López, T. (2024). El Espíritu Emprendedor de Los Estudiantes Universitarios En Colombia: Resultados Del Proyecto GUESSS Colombia 2023-2024. Medellín.
- Meneses, C. (2021). Emprendimiento Juvenil en Colombia: tendencias y desafíos. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 19(36), 1-21. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v19i36.3718>

- Minciencias. (2006). *Ley 1014 de 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento*. Recuperado el mayo de 2024, de [https://minciencias.gov.co/](https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf): <https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Motta, V., & Galina, S. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*, 121, 1-12. <https://doi.org/10.1080/23311975.2015.1052034>
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017, June 1). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management*, 16(2), 277-299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>
- OECD (2022), *Estudios Económicos de la OCDE: Colombia 2022*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/991f37df-es>
- Oftedal, E., Iakovleva, T., & Foss, L. (2018). University context matter An institutional perspective on entrepreneurial intentions of students. *Education + Training*, 60(7/8), 873-890. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2016-0098>
- Sahputri, R., Mawardi, M., Yumarni, T., & S. (2023). Entrepreneurship education, family entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention among students in Indonesia. *Journal of International Education in Business*, 16(3), 295-31. <https://doi.org/10.1108/JIEB-02-2022-0010>
- Solesvik, M., Westhead, P., & Matlay, H. (2014). Cultural factors and entrepreneurial intention The role of entrepreneurship education. *Education + Training*, 56(8/9), 680-696. <https://doi.org/10.1108/ET-07-2014-0075>
- Walter, S., & Block, J. (2016). Outcomes of entrepreneurship education: An institutional perspective. *Journal of Business Venturing*, 31(2), 216-233. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.10.003>

AUTORES

CAROLINA MONSALVE CASTRO, DIANA VIRGINIA OLIVEROS CONTRERAS, FRANCY ANDREA MANRIQUE LESMES, JHON ALEXIS DÍAZ CONTRERAS,
EDDY JOHANNA FAJARDO ORTIZ, MELISSA GÓMEZ MENESES