

IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO

*Identification of the entrepreneurial profile for the development of
the entrepreneur*

YARELIS LARA RODRÍGUEZ - CARLA PALACIO OSORIO
ENOHEMIT OLIVERO VEGA - KARELIS BARRIOS HERNÁNDEZ
JOSÉ MARÍA MENDOZA

RESUMEN

Este capítulo se centra en la identificación del perfil emprendedor para el desarrollo del emprendimiento de los estudiantes de la Institución de Educación Superior en la ciudad de Barranquilla que están cursando la cátedra de formación empresarial. Se realizó una revisión de la literatura que resultaba relevante para el desarrollo de cada uno de los aspectos relacionados con el proyecto: emprendimiento, emprendedor, creatividad, innovación, liderazgo, trabajo en equipo, la enseñanza del emprendimiento, los postulados del modelo pedagógico horizonte sociocrítico, entre muchos otros. Para conocer de qué manera estos aspectos del perfil se encuentran presentes en los estudiantes de primer y tercer módulo de la cátedra, se aplicó un instrumento con 35 afirmaciones. De la revisión realizada alrededor del significado del emprendimiento se concluyó que se trata de un concepto amplio, que se asocia a la cultura y se materializa en bienestar y desarrollo social. Estos desarrollos, consecuencia de la actividad emprendedora, pueden darse en distintos ámbitos, el empresarial, industrial, político, cultural, religioso, entre otros.

Palabras clave: cátedra, emprendimiento, formación empresarial, perfil emprendedor.

ABSTRACT

This chapter focuses on the identification of the entrepreneurial profile for the development of the entrepreneurship of the students of Institution of Higher Education e who are taking the business training course. A review of the literature that was relevant to the development of each of the aspects related to the project was undertaken: entrepreneurship, entrepreneurship, creativity, innovation, leadership, teamwork, entrepreneurship teaching, postu-

lates of the sociocritical horizon pedagogical model, among many others. In order to know how these aspects of the profile are present in the students of the first and third module of the chair, an instrument with 35 statements was applied. From the review carried out around the meaning of entrepreneurship, it was concluded that this is a broad concept, which is associated with culture and materialized in welfare and social development. These developments, as a result of the entrepreneurial activity, can take place in different areas, business, industrial, political, cultural, religious, etc.

Key words: professorship, entrepreneurship, business training, entrepreneurial profile.

1. INTRODUCCIÓN

El éxito de los proyectos empresariales está relacionado con las capacidades y competencias con las que cuente el emprendedor. La Institución de Educación Superior, ubicada en la ciudad de Barranquilla, Colombia, consciente del contexto económico-social que vive actualmente el país, y atendiendo a los requerimientos de la Ley 1014 de 2006, a través de la Resolución Rectoral 030 de 2009, crea la cátedra de formación empresarial con el objetivo de brindar al estudiante las herramientas necesarias para la creación y puesta en marcha de su proyecto empresarial.

Para evaluar si la cátedra de formación empresarial desarrolla las competencias, se realizarán encuestas de tipo Likert a los estudiantes de primer y tercer módulo. Este estudio permitirá evidenciar que los estudiantes tenían falencias en la generación de ideas de negocios creativas e innovadoras, y en la solución de problemas, aunque la cátedra de formación empresarial contempla en uno de sus módulos esta temática.

Partiendo de esta problemática, se investigarán son los aspectos principales que definen a un emprendedor, según diferentes autores de gran reconocimiento en el tema, con el objetivo de identificar el perfil emprendedor para el desarrollo del emprendimiento en los estudiantes.

Con la publicación de la Ley 1014 de 2006, el Estado colombiano le dio piso jurídico y definió mecanismos para la promoción del emprendimiento y la creación de empresas. Uno de los mecanismos estipulados por el artículo 13 de la citada ley, se refiere a la enseñanza obligatoria del Emprendimiento en las instituciones de educación, desde el nivel preescolar hasta el superior, mediante la definición de un área de formación para el emprendimiento, la innovación, la creatividad y las competencias para la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y cursarse a través de todo el plan de estudios. Para cumplir con este mecanismo, las instituciones de educación diseñan e imparten módulos específicos sobre temas empresariales en el contexto de la “Cátedra Empresarial”.

Otro de los mecanismos que contempla la Ley en el artículo 5 para el fomento del emprendimiento, es la creación de la Red Nacional para el Emprendimiento adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, encargada de definir las políticas y formular el plan estratégico nacional de emprendimiento, entre otras. Esta Ley también le da vida a las redes regionales de emprendimiento, adscritas a las Gobernaciones Departamentales (art. 6). REMA, es la Red Regional de Emprendimiento del Atlántico, a la cual está vinculada como miembro activo, la Institución de Educación Superior.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Según Dolabela (2008), citado por Anzola y Farías (2011), para definir emprendimiento existen dos corrientes principales desde el punto de vista de los economistas que asocian al emprendedor con la innovación, y desde un enfoque de los comportamentalistas que enfatizan aspectos actitudinales como la creatividad y la intuición.

Schumpeter (1936) reconoce el emprendimiento como una combinación de recursos, o más exactamente de servicios, que pueden ser derivados de dichos recursos (como se citó en Toca, 2010). Pero para Schumpeter (1936), los emprendedores (internos –dentro de la empresa– y externos) generan innovaciones que rompen los equilibrios económicos precedentes, generando nuevos equilibrios. Las innovaciones generan oleadas de destrucción creativa, que acaban con antiguos paradigmas y dan lugar a nuevos órdenes más robustos (Schumpeter, 1942 citado en Ferrás, 2010).

Por su parte, la Comisión Europea define el emprendimiento centrado en el contexto empresarial como una actitud en la que se manifiesta la motivación y la capacidad del individuo, independientemente o dentro de una organización, a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir nuevo valor o éxito económico (Comisión Europea, 2003).

Bratnicki (2005), al referirse al emprendimiento, plantea que no se limita a oportunidades, sino que se extiende al plano de las acciones, es decir, conductas que buscan cambiar la forma como vive o trabaja la gente, movilizar recursos y desplegar iniciativas. Se concibe como una red de relaciones, interacciones e influencias de multicausalidad entre gente, oportunidades y acciones (Bratnicki, 2005 citado en Toca, 2010).

El emprendimiento es entendido como un proceso en el cual se involucran los individuos, y se inicia mucho antes de que las propias empresas se hayan creado. Así, el GEM toma información sobre todas estas etapas en el desarrollo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2008). Es importante señalar que este organismo internacional analiza el fenómeno en el marco del proceso de creación de empresas y la actitud del sujeto que desarrolla la actividad emprendedora.

Como se puede observar, cada autor explica el fenómeno del emprendimiento desde perspectivas diferentes: una actividad en

la cual la innovación es el eje central, un proceso de gestión de cambio radical, búsqueda de oportunidades, una actitud, un problema asociado a la cultura, la acción de iniciar una nueva empresa, desarrollar o reorientar organizaciones existentes, por citar algunos ejemplos. Los aportes realizados por los autores demuestran en sí que el emprendimiento juega un papel clave en el desarrollo de la sociedad.

En correspondencia con esto, Toca (2010) afirma que actualmente la actividad emprendedora es un tema importante, por lo que los gobiernos intentan promoverlo, los individuos aspiran practicarlo, las organizaciones buscan desesperadamente recapturarlo y la academia aspira estudiarlo.

En ausencia de una definición universal de emprendimiento y retomando los aspectos que los diferentes investigadores resaltan alrededor del fenómeno, los autores del presente trabajo de investigación proponen la siguiente definición:

El emprendimiento es un proceso que parte de la identificación de oportunidades y la decisión de aprovecharlas mediante la realización de un conjunto de acciones sistemáticas que generan cambios de diverso orden, en procura de obtener recompensas que se reflejen en un bienestar social sostenible. Estas acciones se concretan en la constitución de nuevas organizaciones o en el desarrollo de las existentes, las cuales, a partir de la permanente y óptima combinación de los recursos y de las capacidades a su alcance, se reinventan (innovadoras) para satisfacer necesidades, con sentido ético y responsabilidad social.

2.1 Emprendedor-Entrepreneur

El concepto de emprendedor se vincula al ámbito empresarial porque es en el contexto económico en el cual nace. Sin embargo, hoy es común encontrar en la literatura diferentes tipos

de emprendedores: empresarial, social, político, cívico, corporativo, solidario, académico, religioso, entre otros.

Varela (2008) afirma que la diferenciación entre los tipos de emprendedores está más en el tema de la naturaleza de la actividad que realizan y el tipo de riquezas generadas, que en la que se pueda denominar “características básicas” de la acción dinámica del emprendedor.

Pereira (2007), por su parte, sostiene que lo que realmente diferencia al emprendedor es un proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante, centrándose en el proceso de desarrollo y no en los resultados de la acción. Lo que permite caracterizarlo como tal, no es el resultado de la acción del emprendedor, concretada en la creación de una empresa o en una gran acumulación de capital.

En concordancia con lo antes expuesto, Ferrás (2010), en su libro *Innovación 6.0* relaciona los conceptos de innovación, emprendimiento y emprendedor, al afirmar que efectivamente ahora más que nunca, la innovación es la fuerza que mueve la economía. Y, si el proyecto (*el emprendimiento o actividad emprendedora*), es la unidad de innovación, el emprendedor es el agente específico que la hace posible.

Este mismo autor asigna a la innovación dos condiciones: Ser sistémica y sistemática. Si el emprendedor es el sujeto que desarrolla la innovación, la primera condición exige del individuo capacidad para observar y entender el sistema en el cual se desarrolla, los sistemas con los cuales interactúa, las partes que conforman dichos sistemas, su funcionamiento, el tipo de relaciones existentes entre estos, las posibilidades de establecer nuevas relaciones y sus significados. La segunda condición, ser

sistemática, exige por parte del emprendedor la capacidad para *ordenar* las ideas y concretarlas en acciones con miras a lograr el efecto que se desea o se espera (Ferrás, 2010).

Al igual que con la definición de emprendimiento, no existe consenso alrededor de la definición de emprendedor. Cada autor asocia el término a aspectos relacionados con la actitud, capacidades, la innovación, la creación de empresas, entre otros. Con base en las mencionadas definiciones, y en coherencia con la que se presentó de emprendimiento, se propone la siguiente:

Emprendedor: Individuo (o grupo de individuos) que posee pensamiento sistémico, capaz de identificar oportunidades y aprovecharlas mediante la formulación de un plan que se pone en escena de manera creativa, innovadora, responsable e inclusive arriesgando su propio prestigio. El emprendedor impulsa una sucesión de cambios de diversa índole, que producen recompensas, para él y para la sociedad, bienestar sostenible.

2.2. Perfil del estudiante emprendedor

Como ya se ha mencionado, el emprendimiento se ha estudiado desde distintas disciplinas y paradigmas, razón por la cual las definiciones que se encuentran alrededor del fenómeno, difieren unas de otras. De igual manera, se encuentra un sinnúmero de investigaciones sobre el perfil del emprendedor, en las cuales se han identificado diversos tipos que se presentan en listas de características, habilidades, competencias, actividades, entre otras. Como resultado de una amplia revisión Louis Jacques Filion identificó los elementos mencionados con mayor frecuencia en las definiciones de “emprendedor”, como se muestra en las Tabla No. 1 y 2. En ellas se registran las actividades que comúnmente se le asocian a la actividad que realiza el emprendedor.

Tabla 1. Elementos del empresario

ELEMENTOS QUE DEFINEN AL EMPRESARIO (EMPREDEDOR)	AUTORES
1. Innovación	Schumpeter (1947), Cochran (1968), Drucker (1985), Julien (1989, 1998).
2. Riesgo	Cantillon (1755), Knight (1921), Palmer (1971) Reuters (1982), Rosenberg (1983).
3. Coordinación de los recursos para la producción; factor organizacional de producción o de la administración de recursos	Ely & Hess (1893), Cole (1942), Aitken (1965), Belshaw (1955), Chandler (1962), Leibenstein (1968), Wilken (1979), Pearce (1981), Casson (1982).
4. Creación de valor	Say (1815, 1996), Bruyat & Julien (2001), Fayolle (2008)
5. Pensamiento proyectivo y visionario	Longenecker & Schoen(1975), Filion (1991, 2004).
6. Foco en la acción	Baty (1981).
7. Liderazgo	Hornaday & Aboud (1971)
8. Motor del sistema económico	Weber (1947), Baumol (1968), Storey (1982), Moffat (1983)
9. Creación de empresas	Collins, Moore & Unwalla (1964), Smith (1967), Collins & Moore (1970), Brereton (1974), Komives (1974); Mancuso (1979), Schwartz (1982), Carland, Hoy, Boulton & Carland (1984), Vesper (1990)
10. Reconocimiento de la oportunidad	Smith (1967), Meredith, Nelson & Neck (1982), Kirzner (1983), Stevenson & Gumpert (1985), Timmons (1989), Dana (1995), Shane & Venkataraman (2000), Bygrave & Zacharakis (2004), Timmons & Spinelli (2004).
11. Creatividad	Zaleznik & Kets de Vries (1976), Pinchot (1985)
12. Ansiedad	Lynn (1969), Kets de Vries (1977,1985)
13. Control	McClelland (1961)
14. Introducción de los cambios	Mintzberg (1973), Shapiro (1975)
15. Rebelión/Delincuencia	Hagen (1960)

Fuente: Filion, J. L. (2011)

Tabla 2. Actividades y características comunes que se le atribuyen al emprendedor

ACTIVIDADES	CARACTERÍSTICAS
1. Aprender	Experiencia en el sector; memoriza la información; uso de la retroalimentación.
2. Escoger un sector	Interés; motivación; evaluación de potencial del valor añadido para el futuro.
3. Identificar nichos	Cuidado; capacidades analíticas; precisión; meta.
4. Reconocer y desarrollar oportunidad empresarial	Originalidad; diferenciación; creatividad; intuición; iniciativa; cultura de la innovación del valor.
5. Visualización proyectiva	Habilidad para soñar realísticamente; Habilidades conceptuales; Pensamiento sistémico; anticipación; precaución; habilidad para establecer metas y objetivos; visionario.
6. Manejar el riesgo	Ahorro; seguridad; conservador; moderación al tomar riesgos; habilidad para tolerar la incertidumbre y la ambigüedad; independencia.
7. Diseñar (productos, servicios, organizaciones)	Imaginación; habilidades para resolver problemas.
8. Comprometerse a la acción	La auto-confianza relacionada con la identidad claramente definida; compromiso a largo plazo; trabajo duro; energía; orientación al resultado; toma de decisiones; pasión; centro de control interno; determinación; perseverancia; tenacidad.
9. Usar recursos	Ingenio en el manejo de los recursos; coordinación; control.
10. Construir redes sociales	Habilidades de interacción con otros; flexibilidad; empatía; habilidades de comunicación y escucha; uso de mentores; visión.
11. Gerenciar: ventas, negociaciones, personas	Delegar; versatilidad; adaptabilidad; capacidad de diseñar tareas; capacidad de delegar.
12. Desarrollo	Liderazgo; buscarretos.

Fuente: Fillion, J. L. (2011)

Fillion (2011) sostiene que no es posible definir un perfil en función de las características del individuo emprendedor, pues si bien identificarlas ayuda a precisar aspectos alrededor del concepto, no son el núcleo. La misma postura tiene frente a las actividades que se le asocian y afirma que estas son útiles al definir un tema de investigación, ya que son fácilmente identificables; pueden ser delimitadas e incluso algunas de ellas pueden medirse.

Sin embargo, advierte que es necesario diferenciar cuáles son realmente las relacionadas con el emprendimiento (la iniciativa empresarial) y cuáles son simplemente actividades relacionadas con la gestión, que complementan a las primeras y caen en la categoría de actividades puramente gerenciales. En ese orden de ideas, sugiere identificar los elementos que el sujeto muestra cuando actúa como emprendedor y diferenciarlos de aquellos que son de naturaleza gerencial. Enfatiza la necesidad de concentrarse en el acto de reconocimiento y desarrollo de oportunidades como esencia de la actividad emprendedora que, según su juicio, determinan el perfil.

Por lo anterior, sostiene que en la definición de emprendedor deben estar presentes al menos los siguientes componentes:

- 1) Un emprendedor es un actor que innova; 2) mediante el reconocimiento de oportunidades; 3) toma moderadamente decisiones arriesgadas; 4) que conducen a acciones; 5) que requieren el uso eficiente de los recursos; y 6) aportan un valor añadido. (Filion, 2011, p.124).

En este mismo sentido, otros autores diferencian el rol del emprendedor del rol del administrador, al afirmar que:

el espíritu emprendedor permite advertir una oportunidad para satisfacer la necesidad de un cliente y después decidir cómo encontrar y usar recursos para elaborar un producto o un servicio que satisfaga esa necesidad. Una vez que un emprendedor logra producir algo que los clientes quieren, el espíritu emprendedor debe ceder su lugar a la administración, porque la necesidad apremiante se transforma en la de proveer el producto con eficiencia y eficacia. (Jones & George, 2010, p.251)

Varela (2008) por su parte, presenta el perfil emprendedor asociándolo a competencias. Define un conjunto de 13 comportamientos observables y medibles vinculados en forma causal con un desempeño superior en la actividad emprendedora; estos son Ver Tabla 3.

Tabla 3. Competencias y sus definiciones para el desarrollo de empresarios

COMPETENCIA	DEFINICIONES
1. Visión de la carrera empresarial	Formulación de un plan de acción con metas de largo plazo para poner en marcha la empresa usando la imaginación.
2. Sensibilidad social	Comprensión y aplicación de la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza que debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de consciencia social.
3. Orientación al logro	Preocupación por alcanzar estándares de excelencia superiores a los existentes.
4. Autoconfianza	Optimismo para salir adelante en sus actividades, ya que asume tener los conocimientos, la capacidad humana y profesional, la actitud y la energía para lograr sus metas.
5. Amplitud perceptiva	Exploración más allá de su círculo de experiencia y referencia para poder encontrar nuevas oportunidades.
6. Flexibilidad	Disposición a cambiar de enfoque o de manera de concebir la realidad para dar lugar a otras opciones que permitan hacer bien las cosas.
7. Empatía	Comprensión de las emociones, necesidades e intereses de otros, procurando su apropiada conciliación con las nuestras.
8. Pensamiento Conceptual	Identificación de las relaciones existentes entre los diferentes componentes de situaciones complejas, que no están directamente relacionadas, y construcción de conceptos o modelos de fácil aplicación.
9. Orientación al mercado	Consideración permanente de las condiciones del mercado en todas las decisiones que se toman en las actividades empresariales.
10. Gestión de empresa	Reunión e integración de manera creativa de los recursos requeridos para iniciar, mantener y acrecentar la actividad empresarial.
11. Construcción de redes empresariales	Es establecer, mantener y aprovechar relaciones con personas y entidades para alcanzar los objetivos empresariales.
12. Toma de decisiones	Análisis de las diversas alternativas para determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo la responsabilidad de los resultados logrados.
13. Orientación a la acción	Energía, fuerza, coraje y dedicación para llevar a cabo, por iniciativa propia, las acciones necesarias para hacer realidad las ideas, propuesta, oportunidades y proyectos empresariales.

Fuente: Varela, R. Bedoya, O. (2006).

A partir de la definición establecida por los autores de la presente investigación, se entiende el emprendimiento como un proceso que parte de la identificación de oportunidades y la decisión de aprovecharlas, mediante la realización de un conjunto de acciones sistemáticas, que generan cambios de diverso orden, en procura de obtener recompensas que se reflejen en un bienestar social sostenible.

Estas acciones se concretan en la constitución de nuevas organizaciones o en el desarrollo de las existentes, las cuales, a partir de la permanente y óptima combinación de los recursos y de las capacidades a su alcance, se reinventan (innovadoras) para satisfacer necesidades, con sentido ético y responsabilidad social. De esta definición se puede inferir que el emprendedor es el agente que impulsa una sucesión de cambios de diversa índole, que producen recompensas para él, y para la sociedad, bienestar sostenible, los elementos claves constitutivos de su perfil, son, el poseer: pensamiento sistémico, capacidad para identificar y aprovechar oportunidades emprendedoras, autoeficacia, ser creativo e innovador, ser responsable consigo mismo y con la sociedad.

2.3. Pensamiento sistémico

El pensamiento sistémico es una facultad inherente al ser humano que se fundamenta en su capacidad para percibir el mundo real en términos de totalidades para el análisis, comprensión de los sistemas en los cuales está inmerso y sus conexiones, con el propósito de resolver los problemas que surjan de las propiedades emergentes de dichos sistemas.

El pensamiento sistémico es una forma de pensamiento, es una concepción práctica que parte de la idea de cómo individuos somos un sistema y estamos rodeados de un sinnúmero de

sistemas. O'Connor & McDermontt (1998) lo definen como un método para identificar algunas series de patrones y sucesos, para prepararnos de cara al futuro e influir sobre él en alguna medida. Nos aporta cierto control.

Actualmente el enfoque sistémico se aplica al estudio de las organizaciones, ya que plantea una visión integradora (interdisciplinaria, multidisciplinaria y transdisciplinaria) para comprender la dinámica organizacional con mayor claridad y profundidad. Desde esta perspectiva, se entiende a la organización como un sistema, constituido por partes que se interrelacionan entre sí a través de una estructura organizativa, mediante la cual establece relaciones al interior y con el contexto en el cual se desenvuelve. En esta perspectiva holística e integradora, las organizaciones están en capacidad de identificar los problemas a los cuales se enfrentan, las necesidades de cambio y los procesos que deben emprender para implementarlos de manera integral. Es decir, considerando todos los ámbitos y sus repercusiones en las personas, los recursos, el medioambiente y la sociedad en general, desarrollando aprendizaje y crecimiento sostenible.

2.4. Identifica y aprovecha oportunidades

En la revisión de la literatura es claro que los académicos coinciden en que un aspecto característico del emprendedor es su capacidad para identificar oportunidades. Hitt, Ireland & Hoskisson (2008), afirman que no se trata de cualquier oportunidad, sino de oportunidades emprendedoras, y las definen como aquellas condiciones en las que los nuevos bienes o servicios podrán satisfacer una necesidad que existe en el mercado, las cuales se presentan como resultado de las imperfecciones de la competencia en los mercados, y de los factores de producción que se utilizan para producirlos, y cuando la información acerca de estas imperfecciones está distribuida de forma asimétrica entre las personas.

Según Mendoza (2006), una oportunidad es un valor de una variable o un *comportamiento* de un actor del entorno que tendría un impacto positivo en los resultados de la empresa, si se gestiona su aprovechamiento.

2.5. Autoeficacia

En la definición de emprendedor, en el proceso de aprovechar una oportunidad emprendedora, este individuo realiza una serie de acciones que generan una sucesión de cambios de diversa índole, que producen beneficios. Anteriormente se afirmó que el emprendedor, a diferencia del común de las personas, es capaz de identificar la oportunidad emprendedora, la que a su vez se distingue de una simple oportunidad, porque el resultado de su aprovechamiento es un nuevo bien o servicio (innovación). Varela (2008) define la autoconfianza como la seguridad de poseer el conocimiento y la capacidad humana para asumir con éxito situaciones que implican riesgos, estrés e incertidumbre.

2.6. Creatividad e innovación

Al revisar las definiciones de innovación, encontramos que existe una estrecha relación entre dos conceptos, innovación y creatividad. Uno de los autores que muestra de manera amplia y sencilla dicha relación es Mendoza (2006), al exponer que la innovación es el resultado de combinar la creatividad y la acción. La creatividad se refleja en la obtención de algo nuevo, pero ese algo se puede quedar en una simple idea o cuando más en una intención, en este caso no habría innovación porque falta la realización práctica de esa idea. A la inversa, la innovación no exige la presencia de una idea totalmente novedosa, se puede ser innovador cuando se toma una idea (nueva) de otro, reconociendo su paternidad, incluso haciéndole ajustes, y se pone en ejecución por parte de uno mismo. De esta forma se puede ser

creativo sin ser innovador y se puede ser innovador sin ser tan creativo.

A partir de todo lo anterior podríamos concluir, de manera general, que los innovadores son aquellas personas capaces de poner en escena soluciones originales exitosas.

Por su parte, Peter Drucker, uno de los padres de la filosofía del *management* del siglo XX, afirma que “las innovaciones, especialmente aquellas de más éxito, son fruto de una búsqueda consciente y deliberada de oportunidades” (citado por Ponti & Ferrás, 2008, p.166).

Ferrás (2010), al referirse al líder innovador, lo califica como la fuerza motriz del cambio, librepensador, transgresor, creativo, capaz de fluir en condiciones de cambio, y de influir decisivamente en la estrategia global de la empresa.

2.7. Responsabilidad social

Algunos autores, con el propósito de incorporar al fenómeno del emprendimiento el tema de la responsabilidad social, han empezado a calificarlo como emprendimiento social. Vale la pena señalar que en la comunidad académica existen relativamente pocos acuerdos al respecto, incluso entre aquellos que lo han tratado de definir. De manera muy general se puede identificar en las diferentes definiciones, el deseo de fondo de producir cambios sostenibles en lo social. Por ello, es común encontrar que en el marco de este “tipo” de emprendimiento se pretenda dar soluciones a problemas sociales, tales como el analfabetismo, la drogadicción o la contaminación ambiental, entre otros. Al referirse al emprendedor social, le asignan la característica de actuar como agente de cambio, como ocurre con el emprendedor en un sentido general.

Guzmán & Trujillo (2009) proponen una definición ecléctica, en la cual el emprendimiento social se entiende como un tipo específico de emprendimiento que busca soluciones para problemas sociales a través de la construcción, evaluación y persecución de oportunidades que permitan la generación de valor social sostenible, alcanzando equilibrios nuevos y estables en relación con las condiciones sociales, a través de la acción directa llevada a cabo por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales.

Como ya se anotó, en la presente investigación se aborda el fenómeno del emprendimiento desde una perspectiva general y amplia, independientemente del contexto en el cual se desarrolle. Sin embargo, la anterior definición, pese a que se refiere a un tipo de emprendimiento social reconoce, por una parte, que ella se puede desarrollar en cualquier sector (organizaciones sin ánimo de lucro, empresas u organismos gubernamentales), y del individuo emprendedor, la disposición para sentir, pensar y dirigir las acciones como estrategia para alcanzar objetivos y metas que generen valor social sostenible, a lo cual se agrega: ponderando y armonizando las implicaciones de las acciones que desarrolle para sí mismo, para la comunidad con la cual interactúa y para el planeta.

2.8. Enseñanza del emprendimiento

La importancia del sistema educativo en su rol de generador de conocimiento y formador del talento humano idóneo debe servir para el desarrollo sostenible de la sociedad. Dicho de otra manera, el sistema debe garantizar una oferta educativa de calidad que incluya formación en emprendimiento, es decir, que fomente en el individuo las competencias específicas que le permitan participar de manera innovadora en el sector productivo

(público o privado), como en los ámbitos cultural, religioso, político, académico, social... que generen competitividad social.

Teniendo en cuenta la relación existente entre el emprendimiento y la administración, de manera específica en lo relacionado con el aprendizaje de esta última, Charles Handy (1995), uno de los pensadores de la gerencia más reconocidos en Europa, sostiene que el aprendizaje es un proceso que incluye cuatro fases, lo que él denominó la rueda del aprendizaje. Las fases son: hacerse preguntas, elaborar teorías a manera de respuesta a las cuestiones planteadas en la fase uno, comprobación de dichas teorías, y reflexión, para ver por qué la teoría dio o no dio resultado.

En la misma vía, Senge (1990) sostiene que los elementos centrales del aprendizaje de las organizaciones son: la maestría personal, el trabajo en equipo, la visión compartida, los modelos mentales y el enfoque sistémico, dándole prioridad a este último. Mitzberg (1998) por su parte, en lo relacionado con el aprendizaje se centra en los métodos de aprendizaje, que van desde los juegos gerenciales, de roles, proyectos de aplicación en las empresas y estudios de caso, siendo estos en la actualidad los métodos más utilizados para potenciar las competencias del emprendedor citado por (Mendoza, 2013).

De manera general, otros aspectos que hay que mencionar y que dificultan el proceso de formación en emprendimiento son, por una parte, un entorno turbulento con nuevos y complejos problemas por resolver, y por otra, que la pedagogía no cambia con la misma velocidad con la que cambia el entorno. Esta realidad exige que las Universidades revisen permanentemente los contenidos, las metodologías, estrategias y recursos pedagógicos que utiliza para garantizar que estén alineados con

las exigencias del mundo moderno y cumplan con la intención de formar individuos emprendedores. Por lo tanto, el sistema educativo debe enfatizar en enseñar al estudiante cómo pensar, para lo que existen unas metodologías recomendadas y relacionadas con la solución de problemas.

Estas acciones se concretan en la constitución de nuevas organizaciones o en el desarrollo de las existentes, las cuales, a partir de la permanente y óptima combinación de los recursos y de las capacidades a su alcance, se reinventan (innovadoras) para satisfacer necesidades, con sentido ético y responsabilidad social. Y al sujeto que desarrolla el proceso, es decir, el emprendedor lo define como Individuo (o grupo de individuos) que posee pensamiento sistémico, capaz de identificar oportunidades y aprovecharlas mediante la formulación de un plan que se pone en escena de manera creativa, innovadora, responsable e inclusive arriesgando su propio prestigio. El emprendedor impulsa una sucesión de cambios de diversa índole, que producen recompensas para él y para la sociedad, bienestar sostenible.

En consonancia con lo antes expuesto, y teniendo en cuenta la definición propuesta por los autores de emprendimiento y emprendedor, en las que se identifica el perfil que se desea formar en el estudiante, para la enseñanza se propone una metodología activa en la que el estudiante construya conocimiento sobre el qué, por qué, para qué y cómo del emprendimiento. Para lograrlo desarrollarán a lo largo de los cinco módulos que componen la cátedra, cuatro grandes estrategias didácticas, cuyo propósito general es el de potenciar en el estudiante su capacidad para identificar los problemas presentes en su entorno, entenderse como parte de ellos y como gestor de soluciones innovadoras que se caractericen por ser éticas y responsables, las cuales se describen con detalle en la propuesta de rediseño de la cátedra.

3. METODOLOGÍA

En esta sección se presentan los aspectos relevantes de la metodología utilizada para el desarrollo de la presente investigación: tipo de investigación, diseño, tamaño de la muestra, el instrumento de recolección de la información y su análisis. Con el objetivo de identificar el perfil emprendedor de los estudiantes de una Institución de Educación Superior para el desarrollo del emprendimiento.

El presente proyecto es un estudio descriptivo de corte cuantitativo; estos estudios buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Danhke, 1989 en Hernández Sampieri, 2008).

En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de especificar quién o quiénes tienen que incluirse en la medición. La descripción puede ser más o menos profunda, pero en cualquier caso se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito (Sampieri, 2008).

Para la recolección de datos primarios se aplicó una encuesta cerrada con escala tipo Likert, a estudiantes de primer y tercer módulo de la cátedra de formación empresarial de los programas académicos de pregrado (profesionales) de Administración de Empresas, Comercio y Negocios Internacionales, Contaduría Pública, Derecho, Enfermería, Fisioterapia, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Industrial, Psicología y Trabajo Social. Es importante aclarar que no se tienen en cuenta a los estudiantes de las Licenciaturas en Educación y Medicina, porque el plan de estudios de estos programas no obliga a cursar ninguno de los módulos que conforman la Cátedra. Tampoco se incluyó a los estudiantes de Ingeniería de Mercados y Microbiología, debido a que estos programas tienen un número de estudiantes poco representativo para el presente estudio.

Para identificar a los estudiantes fue necesario consultar el sistema de información académico administrativo (SIAA, base de datos de estudiante) de la Universidad, lo cual arrojó los siguientes resultados; (Ver Tabla 4 y 5).

Tabla 4. Estudiantes de primer módulo (2012-2º período)

PROGRAMAS PROFESIONALES	No. DE ESTUDIANTES DE PRIMER MÓDULO DE LA CÁTEDRA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL
Administración de Empresas	133
Comercio y Negocios Internacionales	34
Contaduría Pública	159
Derecho	281
Enfermería	102
Fisioterapia	77
Ingeniería de Sistemas	59
Ingeniería Industrial	35
Psicología	224
Trabajo Social	46
Total estudiantes de primer módulo	1.150

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Estudiantes que cursan el tercer módulo de la cátedra de formación empresarial (2012-2º período).

PROGRAMAS PROFESIONALES	No. DE ESTUDIANTES QUE CURSAN EL TERCER MÓDULO DE LA CÁTEDRA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL
Administración de Empresas	120
Comercio y Negocios Internacionales	19
Contaduría Pública	76
Derecho	144
Enfermería	177
Fisioterapia	42
Ingeniería de Sistemas	34
Ingeniería Industrial	78
Psicología	89
Trabajo Social	28
Total estudiantes que cursan el tercer módulo de la cátedra de formación empresarial	807

Fuente: SIAA

Para definir el tamaño de la muestra se utilizó el muestreo aleatorio simple, porque la población objeto de estudio es identificable y de fácil acceso, debido a que se encuentra en el SIAA, por lo cual, los miembros de la muestra han sido elegidos al azar, de forma que cada miembro de la población tuvo igual oportunidad de ser elegido.

Cabe mencionar que la toma de la muestra se realizó utilizando números aleatorios del listado que arroja SIAA, el que contiene el nombre del estudiante, el programa académico al que pertenece y el módulo que cursa, primero o tercero, de la cátedra de Formación Empresarial. De este ejercicio el instrumento se aplicó a 548 estudiantes de los distintos programas académicos que tienen en su currículo la obligatoriedad de cursar la cátedra.

La validación del instrumento se realizó de la siguiente manera, en un primer momento se sometió este a un juicio de expertos, en el que participaron tres docentes versados en el tema de emprendimiento. Se presentaron las afirmaciones que correspondían a cada aspecto y se les pidió, entre otras cosas, que conceptualizaran sobre la claridad con que se expresaba y la coherencia con el elemento del perfil. Los expertos realizaron una serie de valiosas observaciones que fueron tomadas en cuenta.

En un segundo momento, con el propósito de revalidar el instrumento, se les presentó a otros tres expertos los aspectos del perfil y la relación completa de las afirmaciones, pidiéndoles que asociaran cada afirmación con el aspecto del perfil que a su juicio tenía mayor relación. Como resultado de este ejercicio se confirmó que el instrumento es válido para recoger la información que se solicita en el estudio.

Luego se realizó una prueba piloto a 10 estudiantes inscritos en la cátedra de formación empresarial adscritos a los diferentes programas académicos, donde se analizó la confiabilidad de la

prueba arrojando un índice de *Cronbach* de 0.8, el cual es un resultado positivo de acuerdo a la estadística utilizada.

La aplicación del instrumento se realizó a finales del segundo periodo de 2012-II, a la muestra seleccionada de 288 estudiantes de primer módulo y 260 estudiantes de tercer módulo de la cátedra de formación empresarial, por los mismos docentes que apoyaron a la realización del estudio.

4. RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados de la aplicación del instrumento, por aspecto identificado en el perfil del emprendedor, a los estudiantes que cursan el primer módulo de la cátedra. La encuesta se aplicó a una muestra de 288 estudiantes de los programas académicos de pregrado (profesionales) de Administración de Empresas, Comercio y Negocios Internacionales, Contaduría Pública, Derecho, Enfermería, Fisioterapia, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Industrial, Psicología y Trabajo Social.

4.1. Evaluación de las competencias emprendedoras de los estudiantes del primer módulo de la cátedra de formación empresarial

Tabla 6. Resumen del procesamiento de los casos: Estudiantes que cursan el primer módulo de la cátedra

AFIRMACIONES	CASOS					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	%	N	%	N	%
Considero en las actividades que realizo el impacto de estas sobre el medioambiente y las personas.	288	100	0	0	288	100
Al desarrollar una actividad o proyecto soy de los que pienso "El fin justifica los medios".	288	100	0	0	288	100

Identificación del perfil emprendedor para el desarrollo del emprendimiento

YARELIS LARA RODRÍGUEZ - CARLA PALACIO OSORIO - ENOHEMIT OLIVERO VEGA - KARELIS BARRIOS HERNÁNDEZ - JOSÉ MARÍA MENDOZA

UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR

AFIRMACIONES	CASOS					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	%	N	%	N	%
Asumo mis errores con responsabilidad.	288	100	0	0	288	100
Asumo retos y los veo como escenario propicio para desarrollar mi potencial.	288	100	0	0	288	100
Brindo el apoyo necesario a mi equipo de trabajo en la ejecución de sus responsabilidades.	288	100	0	0	288	100
Considero al momento de plantear la solución a un problema las variables internas y externas del contexto que inciden en ella.	288	100	0	0	288	100
Cuando empiezo algo lo termino sin importar los obstáculos que se interpongan.	288	100	0	0	288	100
Cuando me enfrento a un problema conocido, me gusta encontrar nuevas formas para resolverlo.	288	100	0	0	288	100
Cuando pienso en mi futuro, alguna vez me imagino al frente de mi propio negocio.	288	100	0	0	288	100
Cuando trabajo en equipo, no tengo miedo de expresar mis opiniones, aunque otros miembros del grupo no estén de acuerdo conmigo.	288	100	0	0	288	100
Desarrollo ideas nuevas en la cotidianidad para demostrar mi capacidad.	288	100	0	0	288	100
Disfruto del triunfo que he alcanzado por mis propios medios.	287	100	1	0	288	100
Disfruto trabajar en varios proyectos a la vez.	288	100	0	0	288	100
Donde otros ven problemas, yo veo oportunidades.	288	100	0	0	288	100
Encuentro formas únicas para resolver circunstancias impredecibles e inesperadas.	288	100	0	0	288	100
Encuentro necesario el cumplimiento de la normatividad relacionada en el desarrollo de un proyecto.	288	100	0	0	288	100
Identifico rápidamente los aspectos claves que se deben considerar e intervenir para la solución de un problema.	288	100	0	0	288	100
Indago sobre el nivel de satisfacción de las personas con las que me relaciono, bien sea a nivel personal o laboral.	288	100	0	0	288	100
Influyo positivamente en el desempeño de las demás personas.	288	100	0	0	288	100

AFIRMACIONES	CASOS					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	%	N	%	N	%
Investigo sobre las posibles causas que afectan un problema.	288	100	0	0	288	100
Las oportunidades que he identificado derivan en la creación de nuevos productos, servicios o formas de realizar una actividad.	288	100	0	0	288	100
Las reuniones sociales son una oportunidad para establecer contactos que me pueden ser útiles.	288	100	0	0	288	100
Los productos y servicios deben responder a criterios de sostenibilidad, seguridad, salubridad y accesibilidad.	288	100	0	0 %	288	100 %
Me adapto con facilidad a situaciones de cambio.	288	100	0	0 %	288	100 %
Me gusta poder tomar mis propias decisiones.	288	100	0	0 %	288	100 %
Mi conocimiento, experiencia y habilidad personal me ayudan a llevar a cabo con éxito los proyectos que emprendo.	288	100	0	0 %	288	100 %
Organizo y priorizo fácilmente las actividades que debo realizar, según su importancia, para cumplir con éxito los objetivos.	288	100	0	0 %	288	100 %
Permito que se desarrollen las ideas de otros en proyectos o actividades en las que participo, incluso en aquellas que lidero.	288	100	0	0	288	100
Planteo más de un escenario posible en la solución de un problema.	288	100	0	0	288	100
Reconozco mis fortalezas y debilidades y cómo estas pueden afectar el desarrollo de un proyecto.	288	100	0	0	288	100
Relaciono aspectos de diversa naturaleza cuando busco la solución de un problema.	288	100	0	0	288	100
Relaciono fácilmente el nuevo conocimiento que adquiero con aspectos conocidos, para tener una mayor visión de lo que me rodea.	288	100	0	0	288	100
Resuelvo con facilidad circunstancias impredecibles, por ejemplo, la llegada repentina de huéspedes, un cambio en los planes de un viaje, situaciones en el estudio o trabajo.	288	100	0	0	288	100
Resuelvo rápidamente los problemas, incluso cuando me encuentro bajo presión.	288	100	0	0	288	100
Tomo iniciativas de negocios por cuenta propia.	288	100	0	0	288	100

Fuente: Elaboración propia

4.1.1. Resultados por aspecto del perfil

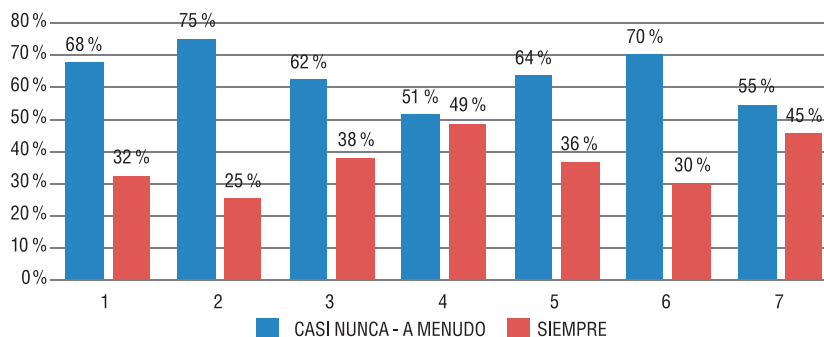


Figura 1. Aspecto del perfil emprendedor: Pensamiento Sistémico (estudiantes de primer módulo)

Fuente: Elaboración propia

De manera general el aspecto del perfil, Pensamiento Sistémico, alcanzó un bajo nivel. En promedio solo el 37 % de los estudiantes valoraron correctamente este aspecto. En la lista de afirmaciones que se relacionan con esta competencia, las que mayor dificultad representaron para los estudiantes se relacionan con la capacidad para identificar las diferentes causas de un problema, relacionarlas y plantear escenarios para su resolución en un 75 % y relacionar los aspectos de diversa naturaleza cuando busca la solución de un problema con un 70 %.

Lo anterior evidencia que los estudiantes encuestados presentan dificultades en la competencia de pensamiento sistémico, con muy poca capacidad de observación y análisis de los contextos para identificar las verdaderas causas de una situación-problema específico y plantear soluciones efectivas.

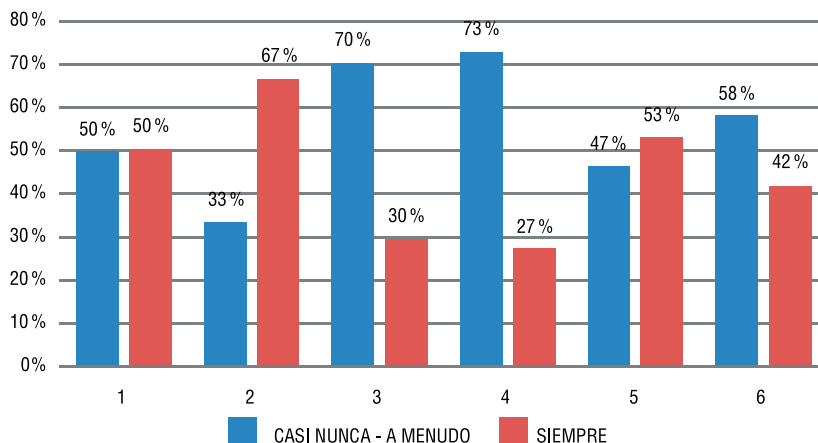


Figura 2. Aspecto del perfil emprendedor: Identifica y aprovecha oportunidades (estudiantes de primer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

De manera general, el aspecto del perfil, Identifica y aprovecha oportunidades, alcanzó un nivel por debajo del 50 %. En promedio el 45 % de los estudiantes valoraron correctamente esta competencia. De acuerdo con los resultados por afirmación, las que mayor dificultad representaron para los estudiantes se relacionan con la actitud y capacidad para llevar al plano de la realidad las oportunidades de negocio que han identificado; esto implica que, las oportunidades emprendedoras, no las derivan en la realización de nuevos productos y servicios en nuevas formas o métodos de realizarlos. Por lo anterior se puede observar que los estudiantes presentan debilidades en la competencia de Identifica y aprovecha oportunidades, posiblemente por la falta de experiencias en el campo laboral y la poca capacidad para identificarlas y aprovecharlas en un contexto determinado (social o económico).

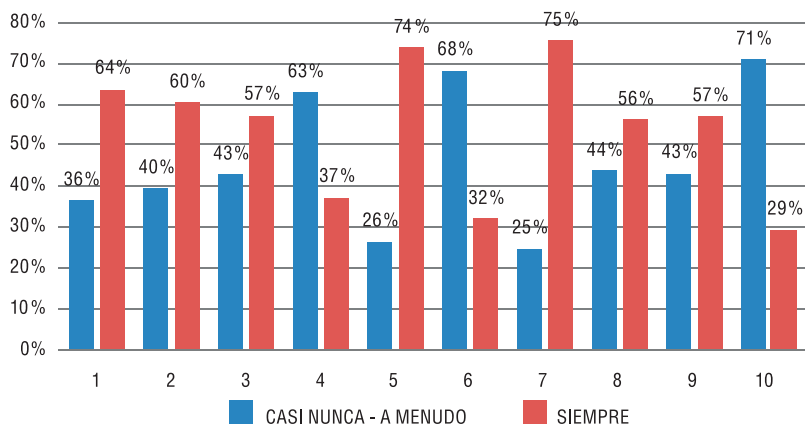


Figura 3. Aspecto del perfil del emprendedor: Autoeficacia (estudiantes de primer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

De manera general el Aspecto del perfil, Autoeficacia, alcanzó un nivel por encima de 50 %. En promedio, el 54 % de los estudiantes valoraron correctamente esta competencia. De acuerdo con los resultados obtenidos, los estudiantes tienen un concepto positivo sobre sí mismos, ya que se ven como personas que toman sus propias decisiones, asumen las consecuencias y disfrutan de sus triunfos. Asumen retos, reconocen sus fortalezas y debilidades, expresan lo que piensan y creen que el conocimiento, experiencia y habilidad personal ayuda a llevar a cabo con éxito los proyectos.

Del listado de las afirmaciones que componen el aspecto del perfil las que se observan débiles se relacionan con la generación de ideas nuevas en la cotidianidad para demostrar la capacidad personal y la actitud frente a los problemas y al trabajo bajo presión.

También se observa que un 15 % no disfruta trabajar en varios proyectos a la vez, con esto podemos inferir el poco coraje que evidencia el individuo para realizar las acciones que ha identificado y que le conducen a hacer realidad su visión proyectiva.

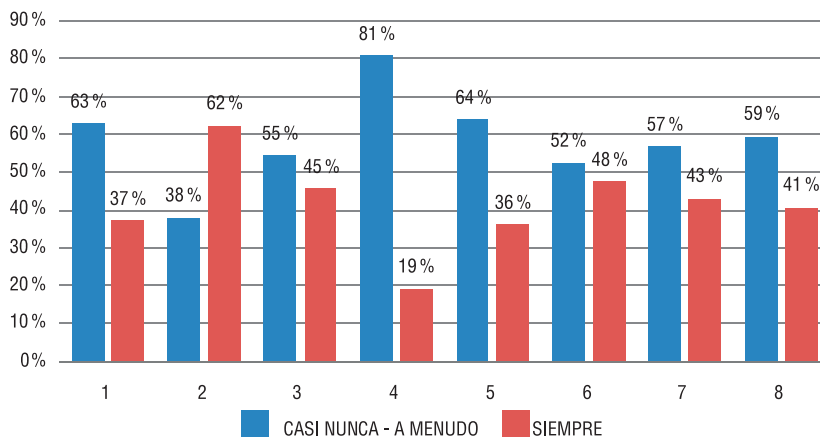


Figura 4. Aspecto del perfil del emprendedor: Creatividad e Innovación (estudiantes de primer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

En lo relativo a Creatividad e Innovación, el 41 % de los estudiantes lo valoraron correctamente. De acuerdo a los resultados obtenidos, el estudiante del primer módulo tiene dificultades para adaptarse a los cambios, para desarrollar ideas creativas y encontrar soluciones únicas para resolver problemas.

El 18 % de los estudiantes manifestaron no indagar sobre el nivel de satisfacción de las personas con las que se relacionan, bien sea a nivel personal o laboral. Este análisis evidencia que los estudiantes tienen poca capacidad para valorar y combinar las capacidades de sus colaboradores hasta consolidarlos como equipos de excelencia.

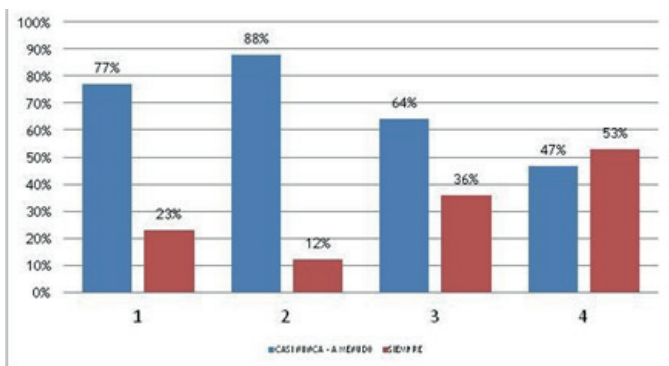


Figura 5. Aspecto del perfil del emprendedor: Responsabilidad Social (estudiantes de primer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

El 31 % de los estudiantes valoró correctamente el aspecto del perfil de Responsabilidad Social. Del total de los estudiantes encuestados, solo el 12 % estimó que al desarrollar una actividad o proyecto "El fin no justifica los medios", el 23 % considera importante el impacto de sus acciones en el medioambiente y las personas, y el 36 % el cumplimiento de la normatividad relacionada en el desarrollo de un proyecto.

En estos resultados solo uno de los cinco aspectos, estuvo valorado correctamente por más del 50 % de los estudiantes.

4.2. Competencias emprendedoras de los estudiantes que han cursado el Tercer Módulo de la Cátedra de Formación Empresarial

A continuación, los resultados de la encuesta a una muestra de 260 estudiantes que cursan el tercer módulo de la cátedra formación empresarial de los programas de Administración de Empresas, Comercio y Negocios Internacionales, Contaduría Pública, Derecho, Enfermería, Fisioterapia, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Industrial, Psicología y Trabajo Social. Al momento de realizar el análisis con el software SPSS, este validó 259.

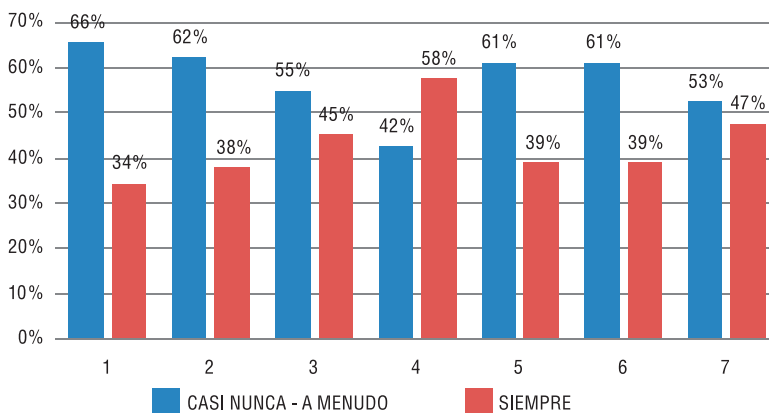


Figura 6. Aspecto del perfil del emprendedor: Pensamiento Sistémico (estudiantes de tercer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

De manera general el aspecto del perfil, Pensamiento Sistémico, sigue teniendo un bajo nivel. En promedio solo el 43 % de los estudiantes valoraron correctamente este aspecto. En la lista de afirmaciones que se relacionan con esta competencia se sigue presentando que las de mayor dificultad para los estudiantes, son las que se relacionan con la capacidad para identificar las diferentes causas de un problema, relacionarlas y plantear escenarios para su resolución.

Con el anterior resultado podemos inferir que los estudiantes no tienen en cuenta las diferentes variables inmersas en el contexto, lo que no les permite plantear soluciones a un problema, teniendo en cuenta las competencias adquiridas en su formación académica.

Identificación del perfil emprendedor para el desarrollo del emprendimiento

YARELIS LARA RODRÍGUEZ - CARLA PALACIO OSORIO - ENOHEMIT OLIVERO VEGA - KARELIS BARRIOS HERNÁNDEZ - JOSÉ MARÍA MENDOZA

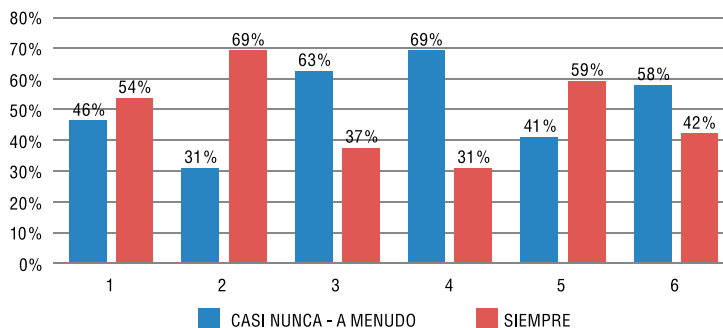


Figura 7. Aspecto del perfil del emprendedor: Identifica y aprovecha oportunidades (estudiantes de tercer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

De manera general el aspecto del perfil, Identifica y aprovecha oportunidades, alcanzó un nivel por debajo del 50%. En promedio el 49% de los estudiantes valoraron correctamente esta competencia. De acuerdo con los resultados por afirmación, entre las que mayor dificultad representaron para los estudiantes, siguen presentándose las que se relacionan con la actitud y capacidad para llevar al plano de la realidad las oportunidades de negocio que han identificado.

Con este resultado podemos observar que los estudiantes de tercer módulo tampoco logran identificar oportunidades, por lo cual no pueden generar iniciativas de negocios que tengan un impacto creativo e innovador.

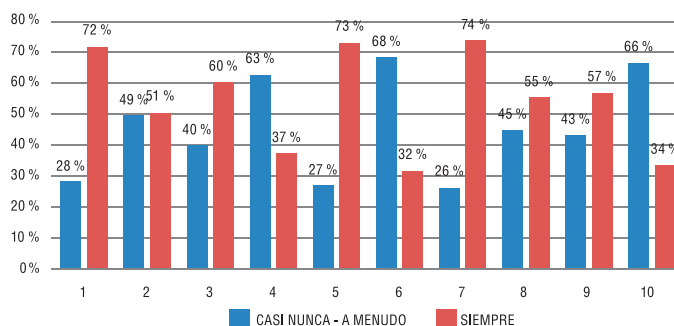


Figura 8. Aspecto del perfil del emprendedor: Autoeficacia (estudiantes de tercer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

De manera general el aspecto del perfil, Autoeficacia, alcanzó un nivel por encima de 50 %. En promedio, el 54 % de los estudiantes valoraron correctamente esta competencia. De acuerdo con los resultados obtenidos, los estudiantes siguen teniendo un concepto positivo sobre sí mismos, ya que se ven como personas que toman sus propias decisiones, asumen las consecuencias y disfrutan de sus triunfos. Asumen retos, reconocen sus fortalezas y debilidades, expresan lo que piensan y creen que el conocimiento, experiencia y habilidad personal ayuda a llevar a cabo con éxito los proyectos.

Del listado de las afirmaciones que componen el aspecto, las que se observan débiles se relacionan con la generación de ideas nuevas en la cotidianidad para demostrar la capacidad personal, y la actitud frente a los problemas y al trabajo bajo presión.

Con este resultado podemos observar que los estudiantes aún mantienen una baja percepción de su efectividad al momento de desarrollar ideas y proyectos.

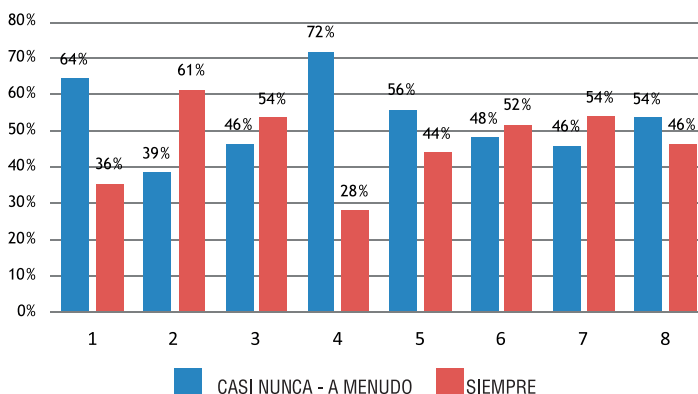


Figura 9. Aspecto del perfil del emprendedor: Creatividad e Innovación (estudiantes de tercer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

En lo relativo a Creatividad e innovación, el 47 % de los estudiantes

lo valoraron correctamente. Es destacable mencionar que el 54 % respondió que siempre, cuando se enfrentan a un problema conocido, les gusta encontrar nuevas formas para resolverlo y otro 54 % también respondió que siempre se adaptan con facilidad a situaciones de cambio; con lo anterior podemos inferir que estos estudiantes cuentan con la capacidad de soñar creativa y realísticamente, y concretar el sueño en una visión proyectiva, en la cual ve oportunidades donde los demás ven problemas.

Con lo anterior se puede inferir que los estudiantes tienen la competencia de creatividad, pero se sigue observando la falta de competencia en Innovación, esto sigue afectando a que se pueda concretar la generación de nuevas ideas.

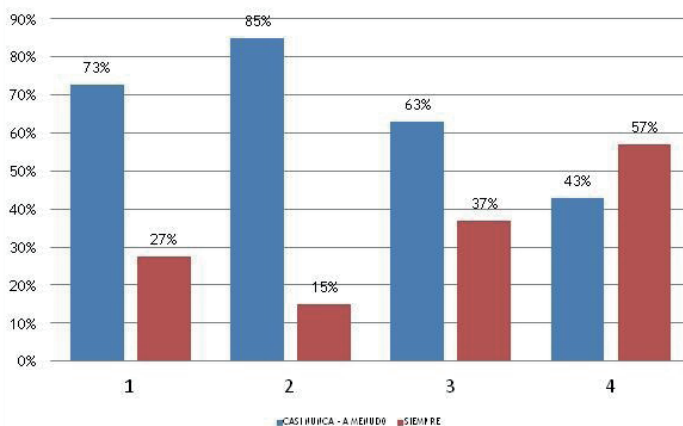


Figura 10. Aspecto del perfil del emprendedor: Responsabilidad Social (estudiantes de tercer módulo de cátedra)

Fuente: Elaboración propia

El 34 % de los estudiantes valoró correctamente el aspecto del perfil de Responsabilidad social. Del total de los estudiantes encuestados, solo el 15 % estimó desarrollar una actividad o proyecto "El fin no justifica los medios"; el 27 % considera importante el impacto de sus acciones en el medioambiente y las personas, y el 37 % el cumplimiento de la normatividad relacionada en el desarrollo de un proyecto.

Con estos resultados podemos observar que solo uno de los cinco aspectos, estuvo valorado correctamente por más del 50 % de los estudiantes.

4.3. Diferencias existentes entre los resultados de la medición de las competencias asociadas con el perfil emprendedor de los estudiantes del primer módulo, con la de los estudiantes del tercer módulo de la cátedra de formación empresarial

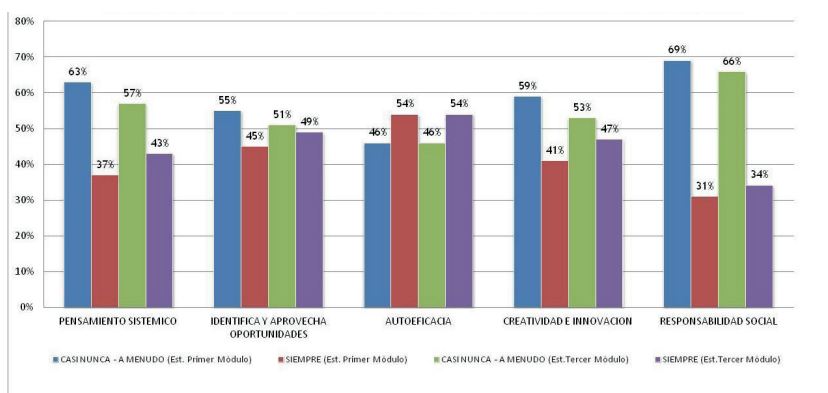


Figura 11. Comparativo entre los resultados de la medición de los aspectos asociados al perfil del emprendedor de los estudiantes de primer y tercer módulo de la cátedra

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la figura anterior en la que muestran los resultados obtenidos por aspecto del perfil, es evidente que no existen diferencias significativas en ellos. Como comentarios generales, a pesar de que el aspecto denominado Autoeficacia fue el elemento del perfil que obtuvo mejor resultado, no alcanza un nivel aceptable. Se evidenció que la mayor dificultad que tienen los estudiantes está relacionada con la capacidad para resolver problemas y con el nivel de conciencia sobre el impacto de las acciones personales y grupales en la sociedad y el medioambiente, aspecto que indudablemente limita las posibilidades de iniciar y consolidar proyectos emprendedores.

5. CONCLUSIONES

De la revisión realizada alrededor del significado del emprendimiento, se concluyó que se trata de un concepto amplio, que se asocia a la cultura y se materializa en bienestar y desarrollo social. Estos desarrollos, consecuencia de la actividad emprendedora, pueden darse en distintos ámbitos; el empresarial, industrial, político, cultural, religioso, entre muchos otros. Es por ello que se propone modificar la denominación actual de “Cátedra de Formación Empresarial” por “Cátedra de Formación para el Emprendimiento”. De esta manera no se limita la actividad emprendedora al ámbito empresarial.

En la literatura especializada el término emprendimiento cuenta con diversidad de acepciones, que en términos generales se refieren a la actitud y la capacidad del ser humano para proyectarse en el futuro, asumir su realidad y solucionar los problemas que enfrenta en la cotidianidad. En esta perspectiva, es un tema que cobra cada vez más importancia en las instituciones de educación superior como una estrategia para impulsar procesos de desarrollo desde la universidad en las distintas áreas de conocimiento en la que se encuentra enmarcada la oferta educativa.

Siendo el emprendimiento un tema que se aborda desde múltiples perspectivas, para el rediseño de la Cátedra se tendrá como fundamento la definición propuesta por los autores, en la que se entiende este como un proceso que parte de la identificación de oportunidades y la decisión de aprovecharlas mediante la realización de un conjunto de acciones sistemáticas, que generan cambios de diverso orden en procura de obtener recompensas que se reflejen en un bienestar social sostenible, concretándose en la constitución de nuevas organizaciones o en el desarrollo de

las existentes, a través de la permanente y óptima combinación de los recursos y de las capacidades a su alcance, para reinventarse (innovadoras) y satisfacer necesidades, con sentido ético y responsabilidad social.

Entendido así, podríamos decir que el emprendimiento se concibe como una filosofía de vida, porque implica una manera especial de pensar, de sentir y de actuar, orientada a crear valor tanto para el emprendedor, como para la sociedad en general.

A partir de la definición expuesta anteriormente, se identifican en el sujeto (individuo o grupo de individuos) que realiza la acción emprendedora unos aspectos característicos de su perfil. Estos son: posee pensamiento sistémico, es capaz de identificar oportunidades y aprovecharlas mediante la formulación de un plan que pone en escena de manera creativa, innovadora y responsable. El emprendedor es entonces el sujeto que impulsa una sucesión de cambios de diversa índole, que producen recompensas para él, y para la sociedad, bienestar sostenible. Visto así, se define un perfil del emprendedor, que para el caso que nos ocupa se constituye en el perfil de egreso del estudiante que curse completamente la Cátedra, que en adelante se denominará Cátedra de Formación para el Emprendimiento.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aitken, H. G. J. (1965). *Explorations in enterprise*. Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Anzola, S., Farías, R. (2011). Un breve acercamiento al estado del arte del emprendimiento latinoamericano. En R. Varela (Ed.). *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial Volumen I Entrepreneurship* (pp.187-215). Cali, Colombia: Universidad Icesi-Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial.
- Baptista, P., Hernández, R. & Fernández, C. (2008). *Metodo-*

- logía de la investigación*. 4ta ed. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Baty, G. (1981). *Entrepreneurship in the eighties*. Virginia: Reston Publishing.
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *The American Economic Review*, 58(2), 64-71.
- Belshaw, C. S. (1955). The cultural milieu of the entrepreneur. *Explorations in Entrepreneurial History*, 7, 146-163.
- Brereton, P. R. (1974). The qualification for entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 12(4), 1-3.
- Bruyat, C. & Julien, P. A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 39-56.
- Bruyat, C. & Julien, P. A. (2001). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16(2), 17-27.
- Bygrave, W. D. & Zacharakis, A. (Eds.) (2004). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. Wiley: 2nd. Ed.
- Cantillon, R. (1755). *Essai sur la nature du commerce en général*, London: Fetcher Gyler. Also: Edited with an English translation by Henry Higgs, London: MacMillan (1931). The manuscript was probably written around 1720 and was published after Cantillon was murdered in 1734. It is believed that he himself wrote the French and English versions.
- Carland, J. W., Hoy, F., Boulton W. R. & Carland, J. A. C. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, 9(2), 354-359.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: an economic theory*. Oxford: Martin Robertson.
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Chile: Intec.
- Cochran, T. C. (1968). Entrepreneurship in Sills, D. L. (Ed.) *International Encyclopedia of the Social Sciences*, London and New York: The MacMillan Co. & The Free Press, 5, 87-91.
- Cole, A. H. (1942). Entrepreneurship as an Area of Research, *The Tasks of Economic History. Supplement to Journal of Economic History*, 2, 118-126.
- Collins, O., D. G. Moore & D. B. Unwalla (1964). 'The enterprising man', *MSU Business Studies, Bureau of Business and*

- Economic Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University, East Lansing, Michigan.
- Congreso de la República de Colombia. Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento [en línea]. Edición Diario Oficial No. 46.164. Bogotá, Colombia: Prensa presidencia de la República, 26 de enero de 2006 [citado en 10 de marzo de 2010]. Artículo 2 numeral C.
- Comisión Europea (2003). *Comunicación de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo. Pensar a pequeña escala dentro de una Europa ampliada.*
- Chandler, A. D. Jr (1962). *Strategy and structure: chapters in the history of the american industrial enterprise.* Cambridge, Mass. and London, England: The MIT Press.
- Dana, L. P. (1995). Entrepreneurship in a remote Sub-Arctic community: Nome, Alaska. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20(1), 55-72. Reprinted in Norris Krueger (Ed.) *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, Volume IV, London: Routledge, 2002: 255-275.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles.* London: Heinemann.
- Ely, R. & Hess, R. H. (1893). *Outline of economics.* New York: MacMillan.
- Fayolle, A. (2008). *Entrepreneurship and new value creation. The dynamic of the entrepreneurial process.* London, UK: Cambridge University Press.
- Ferrás, X. (2010). *Innovación 6.0 El fin de la estrategia.* Barcelona: Plataforma.
- Filion, J. L. (2011). La definición de empresario: Reflexiones sobre un tema complejo y multidimensional. En R. Varela (Ed.). *Desarrollo, innovación y cultura empresarial volumen I Entrepreneurship.* pp.115-130. Santiago de Cali: Universidad Icesi-Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial.
- Filion, L. J. (1991). Vision and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. *International Small Business Journal*, 9(2), 26-40.
- Filion, L. J. (2004). Operators and visionaries: differences in the entrepreneurial and managerial systems of two types of entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1(1/2), 35-55.

- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local* (monografía). Buenos Aires: Tres Arroyos.
- García, L. (2008). Condicionantes del emprendimiento en Colombia. El Cuaderno. *Escuela de Ciencias Estratégicas*, 2(4), 167-185.
- Global Entrepreneurship Monitor (2008). *Introducción. Reporte anual Colombia*, p.12.
- Global Entrepreneurship Monitor (2010). *Introducción. Reporte anual Colombia*, p.17.
- Guzmán, A. & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social-revisión de Literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Hagen, E. (1960). The entrepreneurs as rebel against traditional society. *Human Organization*, 19(4), 185-187.
- Handy, Ch. (1995). *Managing the dream portland*. Oregon: Productivity Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista Lucio, P. (2008). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D. & Hoskisson, R. E. (2008). Administración Estratégica. *Competitividad y Globalización Conceptos y Casos* (Séptima ed.). México: Cenage Learning.
- Hornaday, J. A. & J. Aboud (1971). Characteristics of successful entrepreneurs. *Personnel Psychology*, 24(2), 141-153.
- Jones, G. R. & George, J. M. (2010). *Administración Contemporánea*. México: McGraw-Hill.
- Julien, P. A. (1989). The entrepreneur and economic theory. *International Small Business Journal*, 7(3), 29-39.
- Julien, P. A. (Ed.) (1998). *The state of the art in small business and entrepreneurship*. Aldershot, UK and Brookfield, US: Ashgate.
- Kantis, H., Angelelli, P. & Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor. Banco Interamericano de Desarrollo* (Primera edición).
- Kerlinger, F. (1979). *Investigación del comportamiento y técnicas metodológicas*. 2 edición. México D.F.: Editorial interamericana.
- Kets De Vries, M. F. R. (1977). The entrepreneurial personality: A person at the cross-roads. *Journal of Management Studies*, 14(1), 34-47.

- Kets De Vries, M. F. R. (1985). The dark side of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 160-167.
- Kirzner, I. (1983). *Perception, opportunity and profit: studies in the theory of entrepreneurship* (1st ed. 1979), Chicago: University of Chicago Press.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston and New York: Houghton Mifflin. Also: Chicago: University of Chicago Press.
- Komives, J. L. (1974). *What are entrepreneurs made of Chemtech*. Dec.: 716-721.
- Leibenstein, H. (1968). Entrepreneurship and development. *American Economic Review*, 58(2), 72-83.
- Libro verde de la comisión empresarial europea. Bruselas, 21/1/2003. Documento basado en COM (2003)27, versión final.
- Longenecker, J. G. & Schoen, J.E. (1975). The Essence of entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 13(3), 26-32.
- Lynn, R. (1969). Personality characteristics of a group of entrepreneurs. *Occupational Psychology*, 43, 151-152.
- Llisterri, J. J. (2004). Introducción. En H. Kantis, (Ed.). (con P. Angelelli y K. V., Moori). Desarrollo emprendedor América Latina y la experiencia internacional. Recuperado de <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1572456652.pdf>
- Mancuso, J. R. (1979). Who is the entrepreneur. *Business Graduate*, 9(2), 32-33.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*, Princeton, N.J.: Van Nostrand (See also the New Introduction to this book: New York: Irvington Publishers, 1976).
- Mendoza, J. (2013). Gestión de cadenas productivas. *Pensamiento Americano*, 2(2), 51-56.
- Meredith, G. G., Nelson, R. E. & Neck, P. A. (1982). *The practice of entrepreneurship*. Geneva: International Labour Organization (ILO).
- Mintzberg, H. (1973). *The nature of managerial work*. New York: Harper and Row.

- Mintzberg, H. (1988). *La estructuración de las organizaciones*. (ed. org. 1978). Barcelona: Ariel, Economía.
- Moffat, D. W. (1983). *Economics Dictionary*, 2nd ed. New York: Elsevier.
- Mendoza, J. (2006). *Innovación por lo alto. Imaginación y acción en la empresa*. Santa Fe de Bogotá: Asesores del 2000.
- Morales, G. S. (2008). *El emprendedor académico y la decisión de crear spin-off: un análisis del caso español* (Tesis Doctoral). España: Universitat de Valencia.
- O'Connor, J. & McDermonntt, I. (1998). *Introducción al pensamiento sistémico*. Barcelona: Urano.
- Palmer, M. (1971). The application of psychological testing to entrepreneurial potential. *California Management Review*, 13(3), 32-38.
- Pearce, D. W. (1981). *The MacMillan Dictionary of Modern Economics*. London: The MacMillan Press.
- Padua, J. (1987). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México D.F.: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanística. *Cuaderno de Administración*.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring*. New York: Harper & Row.
- Pinilla, M. (2007). *Protocolo del programa Empresa y Medio Ambiente adscrito al Departamento de Extensión y Proyección Social de la Universidad Simón Bolívar*. Barranquilla, Colombia: [s.n] Sistema de información académica y administrativa –SIAA– de la Universidad Simón Bolívar. Resolución rectoral No. 030 de 2009.
- Ponti, F. & Ferrás, X. (2008). *Pasión por innovar, un modelo novedoso que incentiva la creatividad empresarial*. Bogotá: Norma.
- Renart Cava, J. B. (2003). *Creatividad aplicada a la empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Reuters Ltd. (1982). *Reuter's Glossary of Economic and Financial Terms*, London: Heinemann.
- Rodríguez, C. J. (1998). Autoeficacia y educación. *Nueva época*, 2, 4(18), 45-53.

- Rosenberg, J. M. (1983). *Dictionary of business and management*. 2nd. ed., Wiley.
- Salvador Ferrer, C. M. (2009). Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. *Apuntes de Psicología*, 27(1), 65-78.
- Say, J. B. (1815). *Cathéchisme d'économie politique*, Maison Mame (1972), also translation: *Catechism of political economy: on familiar conversations on the manner in which wealth is produced, distributed and consumed by society*. London: Sherwood (1816).
- Say, J. B. (1996). *Cours d'économie politique et autres essais*, Paris: GF-Flammarion (Selection of main writings).
- Senge, P. M. (1990). *La Quinta Disciplina*. Editorial Granica Española.
- Schumpeter, J. A. (1936). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital credit, interest, and business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1947). The creative response in economic history. *Journal of Economic History*, 7, 149-159.
- Schwartz, R. (1982). The entrepreneur: an artist masquerading as a businessman. *International Management*, 21-32.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shapero, A. (1975). The displaced uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, 7(11), 83-89.
- Smith, N. R. (1967). *The entrepreneur and his firm: the relationship between type of man and type of company*. Bureau of Business Research, East Lansing, Michigan: Michigan State University.
- Stevenson, H. H. & Gumpert, D. E. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 85-94.
- Storey, D. (1982). *The new firm*. New York: Praeger.
- Timmons, J. A. (1989). *The entrepreneurial mind*. Andover, Mass.: Brick House Publishing.
- Timmons, J. A. & Spinelli, S. (2004). *New venture creation*. 6th Ed. Irwin/McGraw-Hill.

- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41-60.
- Varela, R. (2011). *Educación empresarial basada en competencias empresariales*. En R. Varela (Ed.). Desarrollo, innovación y cultura empresarial volumen 2 Entrepreneurship. pp. 78-120. Santiago de Cali: Universidad Icesi-Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial.
- Vesper, K. H. (1990). *New venture strategies*. 2nd ed. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Weber, M. (1947). *The theory of social and economic organization*. New York: Free Press.
- Wilken, P. H. (1979). *Entrepreneurship: a comparative and historical study*. Norwood, New Jersey: Ablex Publications.
- Zaleznik, A. & Kets De Vries, M. F. R. (1976). What makes entrepreneurs entrepreneurial. *Business and Society Review*, 17, 18-23.
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial arte y ciencias en la creación de empresas*. Bogotá, D.C.: Prentice Hall.
- Varela, R. & Bedoya, O. (2006). *Desarrollo de empresario basado en competencia empresarial: el caso de jóvenes con empresa*. Panamá: Tercera Edición.
- Zuluaga, C. (2010). *Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un diálogo interdisciplinario en América Latina*. Trabajo presentado en el IV Congreso Internacional de la Asociación Mexicana de Historia Económica, México, D.F., resumen. Recuperado de: http://www.economia.unam.mx/cladhe/registro/ponencias/340_abstract

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Baptista, P., Hernández, R. & Fernández, C. (2008). *Metodología de la investigación*. 4ta ed. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. Chile: Intec.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local (monografía)*. Buenos Aires: Tres Arroyos.

- García, L. (2008). Condicionantes del emprendimiento en Colombia. *El Cuaderno. Escuela de Ciencias Estratégicas*, 2(4), 167-185.
- Global Entrepreneurship Monitor (2010). *Introducción. Reporte anual Colombia*, p.17.
- Kantis, H., Angelelli, P. & Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor*. (Primera edición). Banco Interamericano de Desarrollo.
- Kerlinger, F. (1979). *Investigación del comportamiento y técnicas metodológicas*. 2 edición. México D.F.: Editorial interamericana.
- Libro verde de la comisión empresarial europea (2003). Bruselas, 21/1/2003. *Documento basado en COM*, 27, versión final.
- Llisterri, J. J. (2004). Introducción. En H. Kantis, (Ed.). (con P. Angelelli y K. V., Moori). *Desarrollo emprendedor América Latina y la experiencia internacional*. Recuperado de <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1572456652.pdf>
- Morales, G. S. (2008). *El emprendedor académico y la decisión de crear spin-off: un análisis del caso español* (Tesis Doctoral). España: Universitat de Valencia.
- Padua, J. (1987). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México D.F.: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Pinilla, M. (2007). *Protocolo del programa Empresa y Medio Ambiente adscrito al Departamento de Extensión y Proyección Social de la Universidad Simón Bolívar*. Barranquilla, Colombia: [s.n] Sistema de información académica y administrativa –SIAA– de la Universidad Simón Bolívar. Resolución rectoral No. 030 de 2009.
- Renart Cava, J. B. (2003). *Creatividad aplicada a la empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Rodríguez, C. J. (1998). *Autoeficacia y educación. Nueva época*, 2, 4(18), 45-53.
- Salvador Ferrer, C. M. (2009). Ecuaciones estructurales como modelos predictivos de la autoeficacia emprendedora en una muestra de jóvenes mexicanos y españoles. *Apuntes de Psicología*, 27(1), 65-78.
- Varela, R. (2011). Educación empresarial basada en competencias

- empresariales. En R. Varela (Ed.). *Desarrollo, innovación y cultura empresarial volumen 2 Entrepreneurship*. pp.78-120. Santiago de Cali: Universidad Icesi-Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial.
- Zuluaga, C. (2010). *Emprendimiento e Historia Empresarial. Apuntes para un diálogo interdisciplinario en América Latina. Trabajo presentado en el IV Congreso Internacional de la Asociación Mexicana de Historia Económica*. México, D.F., resumen. Recuperado de: http://www.economia.unam.mx/cladhe/registro/ponencias/340_abstract

Cómo citar este artículo:

Lara Rodríguez, Y., Palacio Osorio, C., Olivero Vega, E., Barrios Hernández, K., & Mendoza, J. M. (2017). Identificación del perfil emprendedor para el desarrollo del emprendimiento. En E. Olivero Vega, K. Barrios Hernández, C. Acosta-Prado, N. Núñez Bravo, C. Miranda Medina, R. Prada Ospina, . . . C. Osorio Torres, E. Olivero Vega, K. Barrios Hernández, & J. C. Acosta-Prado (Comp.), *Perspectivas Empresariales e Inclusivas del Emprendimiento* (pp.47-91). Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar..