

CAPÍTULO 4

---

# ESTABLECER LAS DIFERENCIAS ENTRE LOS EMPRENDEDORES ACADÉMICOS Y EMPRENDEDORES EN COLOMBIA

---



Vladimir Jhosmell Baquero-Márquez -  
Jesús Rafael Fandiño-Isaza

## RESUMEN

---

El presente capítulo inicia con conceptos de información documental sobre el emprendedor académico como actor del desarrollo económico y social, y el aporte que este realiza en los procesos de alternativas de negocios e inserción laboral, impulsando el desarrollo tecnológico y el conocimiento científico. Se menciona las cualidades y características del emprendedor en las universidades, destacando aspectos como la flexibilidad de ideas, visión en la mejora de los negocios, espíritu emprendedor, adaptabilidad a los cambios, pensamiento ágil al momento de tomar decisiones y actuando en el marco de la ética profesional.

De igual manera, se presentan algunos factores que dificultan los procesos de emprendimiento académico, como son la zona de confort que el estudiante tiene al momento de ingresar a la universidad y que en ocasiones le impide tener un pensamiento más allá de lo académico, la falta de recursos económicos para llevar a cabo el inicio de un plan de negocio y la motivación en lo referente al apoyo moral y profesional que parte desde las instituciones académicas y familiares. Por último, se muestra factores o variables que la GEM considera en su estudio, como impedimento para ejercer cualquier actividad emprendedora en Colombia, afectando la competitividad y el crecimiento regional y nacional como parte del desarrollo sostenible.

**Palabras clave:** capacidad creativa e innovadora, emprendimiento académico, estudiante universitario, cualidades del emprendedor, innovación, nivel tecnológico.

## ABSTRACT

---

This chapter begins with concepts of documentary information on the academic entrepreneur as an actor in economic and social development, and the contribution that this makes in the processes of business alternatives and labor insertion, promoting technological development and scientific knowledge. The qualities and characteristics of the entrepreneur in universities are mentioned, highlighting aspects such as flexibility of ideas, vision in improving business, entrepreneurial spirit, adaptability to changes, agile thinking when making decisions and acting within the framework of professional ethics.

In the same way, there are some factors that hinder the academic entrepreneurship processes, such as the comfort zone that the student has at the moment and enter the university and that sometimes prevents him from having a thought beyond the academic, the lack of economic resources to carry out the beginning of a business plan and the motivation regarding the moral and professional support that starts from the academic and family institutions. Finally, it shows factors or variables that the GEM considers in its study, as an impediment to carry out any entrepreneurial activity in Colombia, affecting competitiveness and regional and national growth, as part of sustainable development.

**Keywords:** creative and innovative capacity, academic entrepreneurship, university student, entrepreneurial qualities, innovation, technological level.

# INTRODUCCIÓN

---

Los estudios sobre emprendimiento académico evidencian el interés que tienen las universidades por generar espacio de innovación y creatividad, permitiendo a sus estudiantes hacerle frente a factores económicos y sociales en las regiones y a nivel nacional.

La base del crecimiento y desarrollo económico está dentro de las universidades. La construcción de conocimiento es fundamental para que los estudiantes visualicen las oportunidades existentes en el entorno y puedan activar el espíritu emprendedor y crear empresas que ayuden al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos y la comunidad en general (Chamorro y Miranda, 2018, p. 43).

Por otra parte, Colciencias (2016, p.93) estimula los procesos de investigación en las universidades para que estas apliquen y dediquen espacio a la investigación y adelanten proyectos que intervengan a la solución de necesidades demandadas por la sociedad. El emprendimiento académico es el motor de desarrollo de un país.

De igual manera, para Vega *et al.* (2018, p.10) el emprendimiento académico es una opción para generar oportunidades en materia de empleo y es una aproximación a la dinámica empresarial que estimula la productividad y el crecimiento económico.

Por último, mencionar lo que Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020, p.29) en su estudio establece como las características que todo emprendedor debe tener al iniciar cualquier actividad empresarial, debe estar enfocado en los niveles tecnológicos como factor de competitividad como inversión para generar empleo, ampliar la oferta al mercado internacional y la innovación de los productos y servicios.

## 4.1 CONCEPTUALIZACIÓN SOBRE EMPRENDEDOR ACADÉMICO

---

Todo estudiante al iniciar o cursar estudios de educación superior está demostrando una capacidad de emprendimiento vital en la construcción de su proyecto de vida, siendo la educación superior la mayor generadora de conocimiento científico, contribuye al fortalecimiento del capital humano y es el lugar para la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación.

Las instituciones educativas de nivel superior se han constituido en el medio de crecimiento y desarrollo económico a nivel regional, nacional y mundial. Ofrecen a sus estudiantes alternativas de inserción laboral y mejora la calidad de vida a través de la creación de empresas que estimulan la capacidad creativa e innovadora del alumno (Chamorro y Miranda, 2018, p.10).

El emprendimiento académico o universitario está basado en el conocimiento. Curavic (2011) como se citó en Hernández *et al.* (2015, p. 24), manifiesta que en el emprendimiento académico los estudiantes tienen la capacidad para desarrollar ideas innovadoras y creativas, que les permitan desarrollar proyectos encaminados al desarrollo regional y participar en la solución de problemas económicos presentes y futuros.

El emprendimiento académico constituye un motor de desarrollo para toda la economía y es un medio para posicionar universidades emprendedoras, que ven en la investigación un factor de crecimiento empresarial y mejores oportunidades a nivel nacional e internacional (Colciencias, 2016, p.16).

Por otro lado, Medina *et al.* (2017) manifiestan que:

La educación es una herramienta que les permite a los individuos, más allá de adquirir conocimiento, desarrollar competencias técnico-genéricas, para suministrarse un sustento mediante un empleo, oficio u ocupación. Esto implica que quienes son beneficiarios de la educación puedan, al concluir su formación, insertarse en el mercado laboral. Obviamente, para esto requiere una educación de calidad, a lo largo de toda la formación (p. 166).

De acuerdo con lo comentado por Vega *et al.* (2018), “el emprendimiento académico no solo implica una contribución al desarrollo económico y sostenible, sino a una nueva generación de oportunidades para crear empresas, contribuir a la generación de empleo y el desarrollo tecnológico” (p. 10). En la actualidad conseguir un empleo es una situación compleja para los egresados. Por lo tanto, el desarrollo de planes de negocios puede proporcionar una estabilidad laboral y coadyuvar a la reactivación económica.

## 4.2 CUALIDADES DEL EMPRENDEDOR ACADÉMICO O UNIVERSITARIO

Teniendo en cuenta lo expresado por Páez y García (2010, p.57), algunas cualidades que se producen en los procesos de negocios, vinculados al espíritu emprendedor de los estudiantes y que generan algún beneficio son:

**Tabla 7.** *Cualidades del emprendedor académico*

Cualidades	Concepto
Motivación de logro	Disposición que se tiene para enfrentar los retos o desafíos para alcanzar el éxito.
Autoconfianza	Seguridad personal de las capacidades, habilidades y atributos.
Creatividad	Capacidad y flexibilidad para disponer de ideas innovadoras.
Competencias del empresario	Espíritu de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.

**Nota:** estas cualidades son esenciales de todo emprendedor académico al momento de desarrollar una idea de negocio.

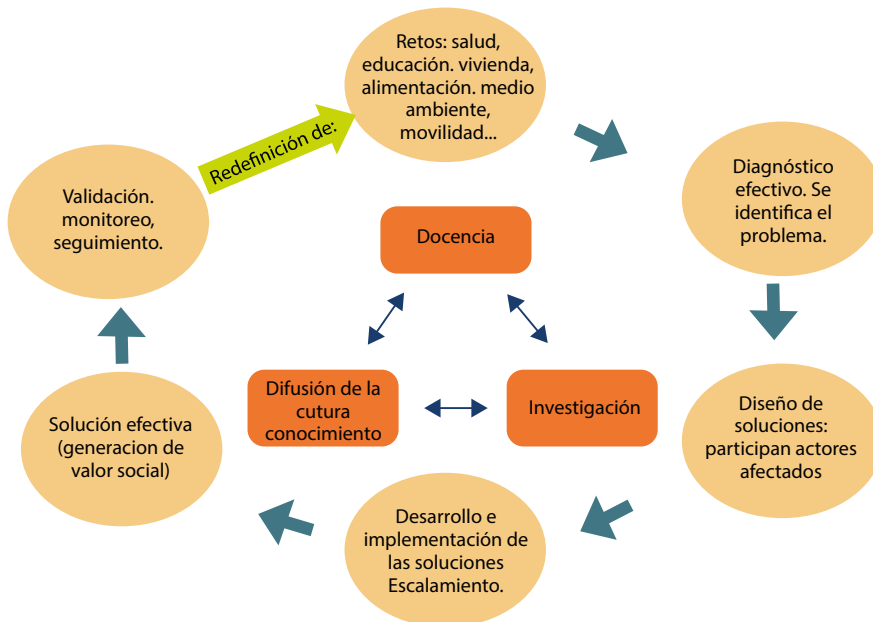
**Fuente:** elaboración propia a partir de Páez y García (2010).

A partir de la revisión de fuentes bibliográficas y los datos recolectados en la investigación se logró evidenciar ciertas características propias del ecosistema emprendedor en las universidades:

- Flexibilidad y facilidad en las ideas para adaptarse a los cambios
- Soluciones innovadoras a los problemas
- Expansión de visibilidad a la mejora de las necesidades
- Apertura y claridad en la productividad
- Adaptabilidad a los avances tecnológicos y mejor utilización de los activos
- Reducir los riesgos en la complejidad del entorno
- Desarrollar procesos adaptables al romper paradigmas producto del conocimiento
- Pensamiento ágil en la expresión del saber y explorar para conocer
- Actuar en relación con la ética profesional

Por otra parte, para Sampedro (2017, p. 8), en las instituciones académicas existen unos modelos de emprendimiento que buscan aprovechar las oportunidades y transformar los conocimientos en resultados concretos y efectivos que configuren un marco de universidad emprendedora.

**Figura 31.** *Ciclo de aprovechamiento del conocimiento a la solución de problemas*



**Nota:** este ciclo detalla el proceso que lleva el modelo de emprendimiento universitario en la búsqueda de solución a problemas sociales.

**Fuente:** Sampedro (2017, p.8).

## 4.3 FACTORES QUE INCIDEN EN EL EMPRENDEDOR ACADÉMICO Y EMPRENDEDOR COLOMBIANO

Durante el proceso de emprendimiento se presentan algunos inconvenientes que impiden la motivación del estudiante en la participación de proyectos de investigación o emprendimiento de negocios. En este sentido, Borrayo *et al.* (2019, p.73) manifiestan ciertas incertidumbres o dificultades que pueden presentar los estudiantes al momento que deciden emprender hacia el nuevo mundo de los negocios. La siguiente tabla resume lo establecido por los autores.

**Tabla 8.** Factores que impiden el emprendimiento académico

Dificultades	Consecuencias	Objetivos
Zona de confort	Pérdida de oportunidades e impide asumir riesgos	Voluntad y disposición para aprender y enfrentar nuevos retos
Desconocimiento en el desarrollo de negocios	Falta de competitividad y productividad	Preparación y actualización constante
Experiencia empresarial	Bajo empoderamiento	Buscar apoyo institucional y profesional
Recursos económicos	Imposibilidad para desarrollar negocios	Apalancamiento mediante banco de proyectos
Apoyo moral y profesional	Frustración y conductas negativas	Estimular la confianza y seguridad

**Nota:** estos factores pueden afectar el emprendimiento académico, por lo tanto, es importante que el emprendedor esté dispuesto, preparado, que busque apoyo profesional y mantenga seguridad en las actividades de negocio que vaya a emprender.

**Fuente:** Borrayo *et al.* (2019, p.p. 78-79).



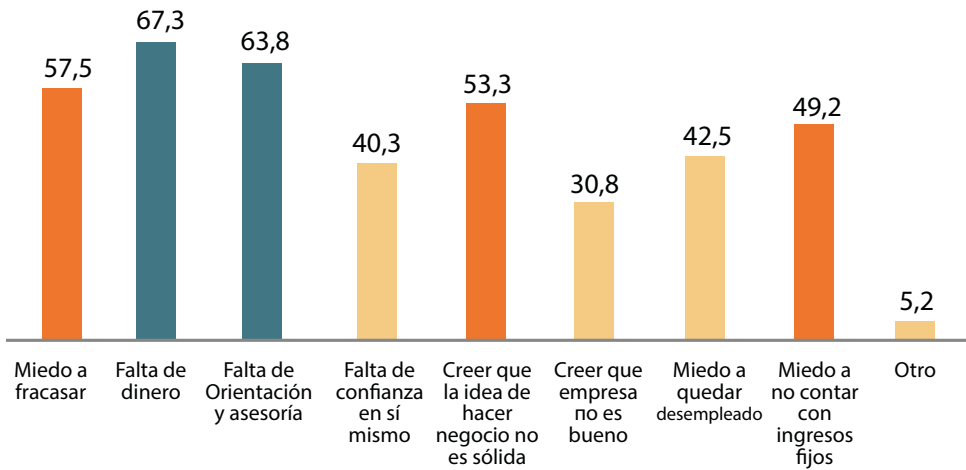
Basados en los resultados de estudio de la GEM (2020, p.p. 40-49), los factores que obstaculizan o favorecen la actividad empresarial en Colombia en 2019 son:

- Políticas gubernamentales
- Apoyo financiero
- Educación empresarial
- Dinámica del mercado interno
- Acceso a la infraestructura física y de servicios
- Capacidad para crear empresas
- Características de la mano de obra
- Programas gubernamentales
- Contexto político, institucional y social
- Normas sociales y culturales
- Corrupción
- Transferencia de investigación y desarrollo
- Clima económico

En ese aspecto la GEM (2020) estableció que los

factores que más obstaculizan el desarrollo empresarial en Colombia son: la falta de políticas gubernamentales y la falta de apoyo financiero. De igual manera, se tuvo una medición de los factores que impulsan la actividad empresarial en Colombia, considerando como elementos favorables: incremento de los programas gubernamentales, la apuesta por el desarrollo de las capacidades para crear empresas, la positiva dinámica del mercado interno y las normas sociales y culturales. (p. 55)

Por otra parte, Buitrago (2014, p.19) estableció algunos factores que pueden impedir de creación de ideas negocio, como se puede evidenciar en la figura 32.

**Figura 32.** Factores que pueden impedir llevar a cabo una idea de negocio

**Nota:** la tabla menciona varios aspectos que pueden imposibilitar el emprendimiento al momento de establecer o diseñar ideas de negocio.

**Fuente:** Buitrago (2014, p.19).

Por otra parte, la GEM (2020, p.p. 91-95) identificó otros elementos importantes que tienen un impacto sobre la capacidad competitiva de las empresas colombianas y que necesitan ser evaluados con una visión proactiva para generar mejores procesos económicos y sociales. Estos son:

### Nivel tecnológico:

Los resultados demuestran que un 76% de las empresas colombianas no están utilizando un nivel tecnológico riguroso en el país y en las regiones donde desarrollan su actividad económica (GEM, 2020). De esto se deduce que la falta de tecnologías actualizadas o nuevas pueden dificultar la productividad de productos y servicios.

Colciencias (2016, p.36) señala que los emprendimientos que se dan interiormente en las universidades afrontan determinados retos como son: conexión en la lógica académica y la lógica de los negocios, dimensión temporal entre ambos, ya que las empresas actúan en un mercado competitivo.

## Generación de empleo:

En este aspecto, para los empresarios que inician con nuevos emprendimientos, como para los emprendimientos ya establecidos, las proyecciones para generar empleos sostenibles se ubican entre 1 y 5 empleos, los empleos actuales con unas perspectivas del 78,5% y los empleos futuros con el 63%. Por lo tanto, la solución no solamente debe fijarse en la dinámica de los ingresos, sino en establecer cambios que motiven la generación de mayores y mejores empleos.

Por lo anterior, Durán (2015) argumenta que

los gobiernos deben prestar interés en políticas orientadas a crear nuevas empresas, pero también en facilitar la sobrevivencia de las nuevas firmas en el largo plazo; de esta forma, se logrará que los municipios alcancen altos niveles de emprendimiento que realmente impacten la generación del PIB y el empleo local (p. 97)

De igual manera, las regiones con mayor actividad económica estimulan más el emprendimiento, existen mejores posibilidades para implementar ideas de negocios sólidas, estables y viables, favoreciendo la generación empleo, lo cual produce un impacto social individual y colectivo (Durán, 2015, p.97).

## Internacionalización:

Teniendo en cuenta el estudio de GEM (2020, p.95), en los procesos de globalización las empresas colombianas presentan niveles muy bajos a la hora de ofrecer sus productos en el mercado internacional, solo un 10% en promedio tienen participación a nivel mundial y el resto presentan orientación de mercado a los clientes nacionales, en especial, en la región o área donde desarrollan su actividad emprendedora, con 58,8% para empresas establecidas históricamente y un 78,7% para nuevos o nacientes emprendimientos.

Lo anterior indica que los empresarios o emprendedores nuevos o actuales deben orientar sus esfuerzos en preparar sus negocios para irrumpir en los mercados internacionales con mentalidad exportadora.

El concepto de internacionalización está ligado al vínculo de las empresas con el mercado internacional. Según Hitt, Li y Xu (2016), como se citó en Nova (2016), “la internacionalización ha tenido profundos efectos en el desarrollo de las empresas

multinacionales, así como en la economía global, generando una creciente interdependencia de los mercados financieros y las economías” (p. 7).

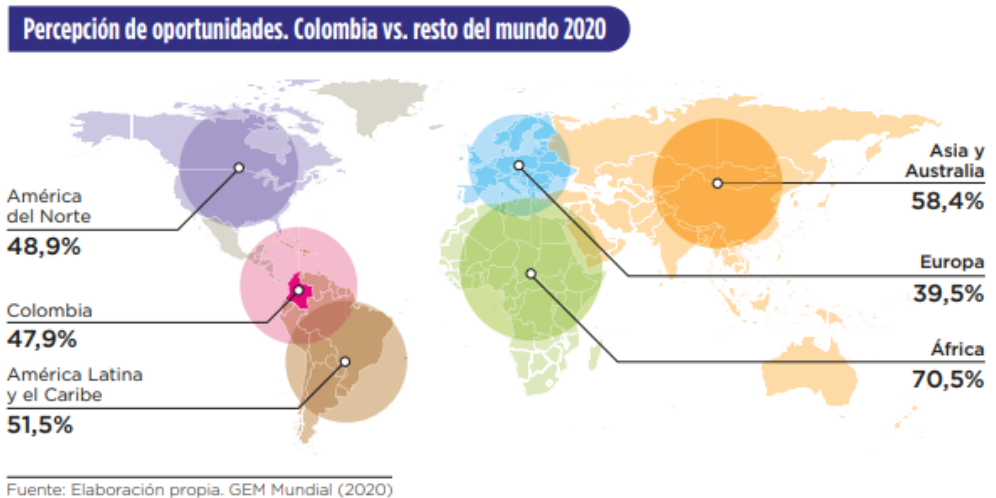
### Novedad de los productos o servicios:

Por último, la GEM (2020),

analizó el grado de innovación de los productos y/o servicios que venden las empresas y emprendedores. De acuerdo con las cifras, en Colombia el 75% de las empresas nuevas o establecidas no ofrecen productos y servicios novedosos, y el 23% de las encuestadas ofrecen productos y servicios con componentes de innovación. Esto indica que las empresas colombianas están limitadas en su capacidad de innovación, siendo muy difícil generar competitividad y poder enfrentar mercados a nivel mundial. (p. 96)

Las oportunidades para iniciar nuevos negocios o emprendimientos en Colombia en comparación con el resto del mundo se puede observar en la figura 33.

**Figura 33.** Percepción de oportunidades. Colombia vs. resto del mundo 2020

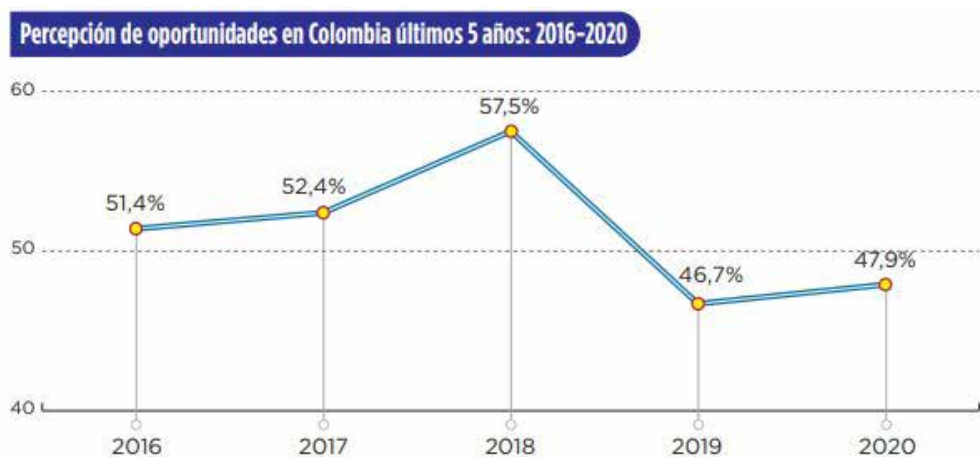


**Nota:** se evidencia el grado de percepción de oportunidades que tiene las empresas en Colombia en comparación con el resto del mundo.

**Fuente:** GEM (2021, p.12).

El estudio de la GEM (2021, p.13) también estuvo centrado en analizar el comportamiento de percepción de oportunidades para iniciar nuevos emprendimientos o negocios en Colombia. Como se observa en la gráfica la percepción más alta estuvo en el año 2018 ubicándose con un 57,5% y la más baja fue del 46,7% en el año 2019.

**Figura 34.** Percepción de oportunidades en Colombia últimos 5 años: 2016-2020



**Nota:** se muestra la percepción de nuevos negocios o emprendimientos en Colombia desde el año 2016-2020.

**Fuente:** GEM (2021, p.13).

### Generación de conocimiento:

López (2017, p.69) muestra otro elemento de importancia en los emprendimientos universitarios, que es la generación de conocimiento. Exige una labor constante que contribuya a potenciar propuestas, que estén encaminadas a solucionar problemas o necesidad de la sociedad actual y que se mantengan dentro de ese contexto específico.

Los emprendimientos académicos plantean diversos objetivos que van desde el desarrollo científico, económico, político, social y ético hasta lograr ser generadores de cambio en el ámbito regional y nacional, siendo capaces de garantizar sostenibilidad y competitividad (Colciencias, 2016, p.125).

Por otra parte, las políticas públicas tienen un efecto positivo o negativo en las actividades de emprendimiento. Implementar cualquier idea de negocio se debe hacer teniendo presente la normatividad del país. El desconocimiento puede generar que el desarrollo emprendedor no produzca los beneficios esperados (Buitrago, 2014, p.7).

Por tal razón, se debe establecer una cultura emprendedora, “toda sociedad necesita de cultura de emprendimiento; ya que esto contribuye a la materialización de las ideas de negocios y de empresa, es importante notar que se debe generar confianza y oportunidades en el mundo del mercado” (Buitrago, 2014, p. 3).

**Figura 35.** Grupos de mayor influencia en la inclusión del emprendimiento en la agenda de gobierno 2002-2010 Colombia

**Grupos de mayor influencia en la inclusión del emprendimiento en la agenda de gobierno 2002-2010, Colombia**

Grupo	Fi	Hi
Universidades y SENA	15	44,1%
Empresarios, gremios e incubadoras de empresas	12	35,3%
Congresistas	4	11,8%
Tecnocracia gubernamental	3	8,8%
<b>Total*</b>	<b>34</b>	<b>100,0%</b>

**Nota:** se evidencia que las instituciones educativas de nivel superior (universidades y SENA) son las que influyen para que los estudiantes desarrollen procesos de emprendimiento.

**Fuente:** Tarapuez *et al.* (2013).

## REFERENCIAS

---

Borrayo, C., Valdez, A. y Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, 25(3), 72-87

Buitrago, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración y Desarrollo*, (53), 7-21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6403431>

Colciencias. (2016). *Hacia una hoja de ruta spin-off*. <https://www.spinoffcolombia.org/wp-content/uploads/2016/07/HACIA-UNA-HOJA-DE-RUTA-SPIN-OFF.pdf>

Chamorro, A. y Miranda, F. (2018). *De universitario a emprendedor: guía para crear tu propia empresa*. Universidad de Extremadura. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/7577>

Durán, J. (2015). Una aproximación a la relación entre el desarrollo regional y el emprendimiento en Colombia. *Sotavento MBA*, (25), 92-98.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2020). *Reporte GEM Colombia 2019. Dinámica de la actividad empresarial en Colombia*. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50496>

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2021). *Reporte GEM Colombia 2020-2021. Actividad emprendedora en Colombia en tiempo del coronavirus 2020-2021*. <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50725>

Hernández, H., González, L. y Herrera, M. (2015). *Emprendimiento universitario: generalidades y primeros resultados del taller de sensibilización para profesores sobre espíritu emprendedor*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. <https://www.editorialdigitaltec.com/materialadicional/emprendimientouniversitario.pdf>

López, P. (2017). Surgimiento de empresas catalogadas como spin-off universitarias en Colombia, análisis desde la gerencia de proyectos. *Revista EAN*, (82), 61-72. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602017000100061](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602017000100061)

Medina, E., Moncayo, O., Jácome, L. y Albarracín, M. (2017). El emprendimiento en el sistema universitario. *Didáctica y Educación*, 8(1), 163-178.