



**FACTORES DETERMINANTES PARA EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN
UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO DE CINCO UNIVERSIDADES DE LA RED
DE UNIVERSIDADES DEL ALTO MAGDALENA COLOMBIANO**

DAIRO ENRIQUE FUENTES VARGAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES

FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

MANIZALES

2020

**FACTORES DETERMINANTES PARA EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN
UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO DE CINCO UNIVERSIDADES DE LA RED
DE UNIVERSIDADES DEL ALTO MAGDALENA COLOMBIANO**

DAIRO ENRIQUE FUENTES VARGAS

**Proyecto de grado para optar al título de Magister en Creatividad e Innovación en las
Organizaciones.**

Tutor:

M.SC. RAFAEL ARMANDO MÉNDEZ LOZANO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES

FACULTAD DE ESTUDIOS SOCIALES Y EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

MANIZALES

2020

DEDICATORIA

A todos aquellos que se atreven a ver mas allá, que construyen para que otros puedan cruzar el camino, por los que no se detienen en inspirar, pero sobre todo que persisten pese a la complejidad de ser pioneros, esos que crean el futuro, que no comen cuento del estándar y entregan sus capacidades, su paciencia y se apartan de su ego porque fluyen con el éxito de los emprendedores.

AGRADECIMIENTOS

Ser un inconformista que cree en el poder de la creatividad, de la innovación y el emprendimiento se lo debo a mis padres Rubiela, Enrique, mi tía Gloria y mi hermana Daniela, sin duda han inspirado mi accionar con su confianza.

A mis colegas Rafael, Francisco y Juan David, de quienes aprendí de mundos paralelos con comprensiones diferentes en el accionar de la creatividad y la innovación.

A mis cómplices en los primeros acercamientos a la proyección social universitaria desde el emprendimiento y hoy amigos de la vida Ruth y Bladimir.

Al Equipo de Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Surcolombiana, especialmente al profesor Rafael, Andrés Felipe y Juan Camilo, quienes han sido parte de este constructo, han escuchado y han impulsado cada nuevo aprendizaje alrededor de las temáticas de la innovación y la creatividad.

RESUMEN

La presente investigación está enfocada en la comprensión de los factores que son determinantes en el fomento de la innovación en las Unidades de Emprendimiento de 5 Universidades de la Red de Universidades del Alto Magdalena colombiano, esta investigación se desarrolló mediante el método cualitativo y se situó en un enfoque del ámbito descriptivo – reflexivo, se seleccionaron: La Universidad de Cundinamarca, la Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Neiva, la Universidad de Ibagué, la Universidad Piloto- Seccional Alto Magdalena y la Universidad Surcolombiana , en cada unidad de análisis participaron 2 funcionarios, se aplicaron una entrevista semiestructurada y una matriz de análisis documental, todo lo anterior para hacer triangulación de datos.

Los resultados de la investigación fueron abordados en el análisis de las categorías en relación a los objetivos específicos a los cuales se dio respuesta en el mismo ejercicio de caracterización, al igual que se determinaron relaciones entre categorías para dar respuesta a los factores que se lograron identificar en la discusión de resultados: Aspectos: 1. Institucionales, 2. Ecosistema del Emprendimiento y la Innovación interno y externo, 3. Liderazgo de los procesos de operación y docencia y 4. Aspectos del Ser.

Al finalizar se evidencia en la comprensión de la conversación con los actores sociales, que la innovación en las unidades es un constructo de las experiencias y conocimientos de docentes y funcionarios que influye en la forma como se aborda el fomento del emprendimiento y la innovación, por ende, en las experiencias significativas de emprendimientos que se presentan.

Palabras clave: Emprendimiento, Innovación, Universidades, Empresa.

ABSTRACT

The present research is focused on understanding the factors that are determinant in the promotion of innovation in the Entrepreneurship Units of 5 Universities of the Colombian Upper Magdalena University Network. This research was developed through the qualitative method and was situated in a descriptive - reflexive environment approach, were selected: The University of Cundinamarca, Corporación Universitaria Minuto de Dios Seccional Neiva, University of Ibagué, Universidad Piloto- Alto Magdalena and the Universidad Surcolombiana, two staff members participated in each unit of analysis, a semi-structured interview was applied and a matrix of documentary analysis, all of which was used to triangulate the data.

The results of the research were addressed in the analysis of the categories in relation to the specific objectives that were responded to in the same characterization exercise, as well as determining the relationships between categories in order to respond to the factors that were identified in the discussion of the results, which include aspects such as: 1.

At the end, it is evident in the understanding of the conversation with social actors that innovation in the units is a construct of the experiences and knowledge of teachers and staff that influences the way in which the promotion of entrepreneurship and innovation is approached, and therefore in the significant experiences of entrepreneurship that are presented.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Universities, Enterprise.

TABLA DE CONTENIDO

1	PRESENTACIÓN	13
2	ANTECEDENTES	14
3	INTRODUCCIÓN	32
4	AREA PROBLEMÁTICA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	34
4.1	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	34
4.2	PREGUNTA PROBLEMATIZADORA.....	35
5	JUSTIFICACIÓN.....	36
6	OBJETIVOS	38
6.1	OBJETIVO GENERAL.....	38
6.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	38
7	REFERENTE TEÓRICO.....	39
7.1	MARCO CONCEPTUAL	39
7.1.1	<i>El Emprendimiento</i>	<i>39</i>
7.1.2	<i>La Innovación.....</i>	<i>41</i>
7.1.3	<i>La Universidad y la Educación Superior</i>	<i>42</i>
7.2	MARCO REFERENCIAL.....	44
7.2.1	<i>El Emprendimiento en los Procesos Empresariales</i>	<i>44</i>
7.2.2	<i>El Emprendimiento en los Procesos de Formación</i>	<i>46</i>
7.2.3	<i>Modelos de Enseñanza de Emprendimiento en la Educación Superior.....</i>	<i>47</i>
7.2.4	<i>El rol del docente en la educación de Emprendimiento.....</i>	<i>56</i>
7.2.5	<i>La Relación Universidad-Empresa.</i>	<i>56</i>
7.3	MARCO LEGAL.....	59
8	METODOLOGÍA.....	61
8.1	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	61
8.2	ENFOQUE	61

8.3	POBLACIÓN MUESTRA- UNIDAD DE ANÁLISIS	62
8.3.1	<i>Criterios de selección</i>	62
8.4	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN..	62
8.4.1	<i>La Entrevista</i>	62
8.4.2	<i>Matriz de Rastreo de la información:</i>	63
8.4.3	<i>Sistema de análisis de la información</i>	63
8.5	FASES DE LA INVESTIGACIÓN	65
9	RESULTADOS	66
9.1	CARACTERIZACIÓN Y PRÁCTICAS DE ARTICULACIÓN	66
9.1.1	<i>Universidad de Cundinamarca- Centro de Innovación Tecnológica y Gestión Organizacional</i>	66
9.1.2	<i>Universidad de Ibagué- Unidad de Emprendimiento</i>	71
9.1.3	<i>Corporación Universitaria Minuto de Dios - Centro Progresá EPE- Unidad de Emprendimiento</i>	74
9.1.4	<i>Universidad Surcolombiana- Centro de Emprendimiento e Innovación</i>	76
9.1.5	<i>Universidad Piloto Seccional Alto Magdalena - Centro de Emprendimiento</i> .	81
9.2	EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS DE EMPRENDIMIENTOS	84
9.2.1	<i>Universidades</i>	84
10	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	87
10.1	FACTORES DETERMINANTES EN EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO.....	88
10.1.1	<i>Aspectos Institucionales:</i>	88
10.1.2	<i>Aspectos del Ecosistema del Emprendimiento y la Innovación interno y externo</i> 88	
10.1.3	<i>Aspectos del Liderazgo de los procesos de operación y docencia</i>	89
10.1.4	<i>Aspectos del Ser</i>	89
11	CONCLUSIONES	92
12	RECOMENDACIONES	94

13	REFERENCIAS	95
14	ANEXOS	100

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matrícula en Educación Superior desagregada por nivel de formación. Total Nacional Año 2006 a 2017	43
Tabla 2. Relación de Entidad pertenecientes a la RUAM	53
Tabla 3. Normas que regulan el emprendimiento.....	59
Tabla 4. Relación de las categorías de análisis.....	64

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Clasificación del emprendimiento	41
Figura 2. Tres niveles de análisis: entorno macro, empresas, industrias.....	52
Figura 3. Fases de proceso investigativo	65
Figura 4 Campo de aprendizaje institucional en emprendimiento e innovación.....	69
Figura 5 Ejemplo de ruta innovadora para el programa de administración de empresas....	70
Figura 6 Relación de categorías- Red Semántica	87
Figura 7 Factores determinantes en el fomento de la innovación del estudio.....	91

LISTA DE ANEXOS

Anexo A Formato de Entrevista.....	100
Anexo B Matriz de Análisis de la Información.....	101
Anexo C Registro de Evidencia- Imagen de entrevistas	102
Anexo D Matriz de Análisis documental diligenciada de cada Universidad	107

1 PRESENTACIÓN

La presente investigación está dividida en 14 capítulos, de la siguiente manera: Los primeros 3 relacionados a la presentación, los antecedentes y la introducción, evidencian que la temática tratada es relevante y está en desarrollo desde diferentes campos del conocimiento.

Los capítulos 4,5 y 6 contienen el área problemática, la justificación y los objetivos, donde se expone la importancia del tema en cuestión y se empieza a evidenciar el objeto de entrar a comprender las miradas hacia la innovación que hacen las unidades de emprendimiento.

El capítulo 7 desarrolla el marco conceptual, referencial y legal tomados en cuenta para comprender el problema y servir de soporte desde los autores, la práctica y las normas, y el capítulo 8 desarrolla la metodología que se aplicó en el estudio.

Los 9º, 10º capítulos exponen los resultados del estudio en caracterización, prácticas y experiencias, y la discusión de los resultados presentando los factores determinantes identificados.

El 11º y 12º capítulos finalizan con las conclusiones y recomendaciones con las cuales se abre campo a nuevos espacios de análisis se espera que se genere interés para abordarlo desde nuevas perspectivas.

El cierre con el capítulo 13 que recopila las Referencias y con el capítulo 14 que contiene los anexos que presentan los formatos de instrumentos aplicados, la aplicación de la matriz documental diligenciada y evidencias en imagen de las entrevistas realizadas de manera virtual ante la coyuntura mundial.

2 ANTECEDENTES

Como antecedentes de resultados de investigaciones relacionadas con el emprendimiento en las universidades, la innovación y los conceptos relacionados a nivel nacional e internacional, se destacan las siguientes bajo el modelo recomendado en el marco de la maestría:

1. Una mirada a las empresas de los estudiantes y egresados: el caso de la Universidad EAN.

Autor: León Darío Parra Bernal y Milenka Linneth Argote Cusi

Año: 2013

Universidad ICESI

Fecha: Enero- marzo de 2015

Objetivos: caracterizar a las empresas de los estudiantes y egresados de la Universidad EAN, institución que se destaca porque transversaliza el tema de emprendimiento en su currículo.

Metodología: Censo empresarial a estudiantes y egresados de la Universidad EAN en tres fases, en el estudio se censaron 346 empresas, de forma presencial y virtual, de los estudiantes y egresados que afirmaron tener empresa propia o de sus padres.

Conclusiones:

- Se observó que el 35% de las empresas censadas pertenecen a estudiantes de la carrera de Administración de Empresas, el 19% a Lenguas Modernas, el 12,7% a la especialización en Gerencia de Proyectos y 5,5% a Economía.
- En la literatura revisada se menciona una predominancia de varones universitarios entre 30 y 35 años, que inician empresas dinámicas (Kantis et al., 2002a, 2002b). En el caso de las empresas censadas se observó que la participación femenina es importante, dado que el 45% de los casos censados correspondieron a mujeres quienes afirmaron tener empresa o de sus padres.

- El 28% de las empresas censadas afirmaron contar con un protocolo de familia, tema que la Universidad EAN ha incorporado tanto en sus procesos formativos como de investigación
- Las empresas venden especialmente a PYMES, especialmente atienden el mercado doméstico en su mayoría.
- Las principales falencias en la empresarialidad universitaria es el tema financiero, el cual se podría considerar fuera del alcance de las universidades, aunque debería ser un objetivo a medio plazo para las que tienen experiencia en el tema de emprendimiento y empresarialidad
- La triada Universidad-Empresa-Estado se hace evidentemente importante al tocar el tema de la empresarialidad en las universidades, pero aún falta mucho por hacer para generar mayores beneficios en la cadena productiva.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

La temática de la investigación tiene elementos que se relacionan con esta propuesta ya que se circunscribe en el contexto del emprendimiento universitario, la metodología utilizada podría ser tomada en cuenta en otros contextos, el enfoque del proyecto es de tipo cuantitativo.

2. La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México

Autor: Yesenia Sánchez Tovar, Francisco García Fernández a, José Esteban Mendoza Flores

Año: 2014

Universidad ICESI

Fecha: 18 de Julio de 2015

Objetivos: construir una tipología regional de la capacidad de innovación en su relación con el comportamiento emprendedor en México

Metodología: análisis factorial de componentes principales con el fin de comprobar las dimensiones en que se integran las regiones y un análisis de conglomerados para la clasificación de las regiones

Conclusiones:

- Aproximación al constructo capacidad de innovación regional, el cual, para el caso de México, está constituido por 3 elementos que agrupan 14 variables relacionadas con los esfuerzos y resultados de las actividades de innovación de las regiones.
- Se han identificado 5 agrupamientos regionales por su comportamiento con relación a las actividades de innovación. Estas regiones son definidas como: 1) región no metropolitana; 2) pequeñas ~ regiones industriales; 3) región industrial de tecnología media/alta; 4) región metropolitana con estructura diversificada, y 5) aglomeración industrial avanzada.
- El caso del DF, identificado como «región metropolitana con estructura diversificada», representa la región con mayor cantidad de recursos destinados a la innovación y referente para los demás estados.
- Se observa que existe un déficit en cuanto a la inversión que el Estado realiza en infraestructura para el desarrollo de la actividad innovadora, ya que, aunque existen parques tecnológicos y centros de investigación tecnológica, esto no refleja un aumento en el número de patentes que México registra en sus distintas regiones.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

La investigación maneja las variables innovación y emprendimiento, hace una caracterización y se perfilan las diferentes regiones en relación con la temática. La caracterización es útil al proyecto en los aspectos tomados en cuenta para definir niveles de emprendimiento e innovación.

3. Modelo teórico para potenciar el emprendimiento innovador en los estudiantes de pregrado de las universidades de Manizales

Autor: María Helena Gómez Gómez y Luz Stella Ríos Sánchez

Año: 2.012

Institución: Universidad Autónoma de Manizales

Fecha: JULIO - DICIEMBRE 2012 - UCP - Pereira, Colombia Revista GESTION & REGION No.14

Los objetivos:

La definición de los conceptos relevantes que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de pregrado, separados de los conceptos macro de emprendimiento universitario que se tienen hasta ahora. En segundo lugar, la investigación plantea identificar las categorías de análisis que se deben tener en cuenta en un modelo de emprendimiento para los estudiantes de pregrado de las universidades. Y por último, identificar los factores de éxito y los vacíos relevantes del fomento al emprendimiento, de acuerdo con el análisis de las categorías establecidas.

Metodología:

Se llevó a cabo por el método cualitativo de investigación, de tipo análisis documental. La investigación documental se basa en la revisión de textos de carácter científico, cuyo fin inicial es eminentemente exploratorio para precisar la naturaleza y el alcance, permitiendo al mismo tiempo profundizar sobre el tema propuesto al ponerlo, también, en contacto directo con la problemática a estudiar; a partir de la cual se construye y reconstruye el texto final que se propone en esta investigación (Ander-Egg, 1984).

La investigación se basó en el análisis documental de las experiencias de emprendimiento general y universitario que han sido relevantes y desarrolladas con éxito a nivel internacional, nacional y local; continuando con el estudio de las estrategias de emprendimiento que actualmente desarrollan las universidades, unido a una entrevista realizada a los líderes naturales de las áreas de emprendimiento y otros expertos en el tema de estudio, informantes claves, muestra no probabilística conocida como intencional y utilizada dentro de la metodología. Para validar el modelo se realizaron grupos focales con emprendedores y estudiantes, escogiendo al semillero de emprendimiento de la Universidad de Caldas con quienes se socializó el proyecto de investigación

Conclusiones:

- Los conceptos relevantes que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de pregrado, separados de los conceptos macro de emprendimiento en las universidades, dejan en evidencia la cantidad de información que se teje alrededor de la temática, generando confusión en el foco de acción y la dispersión en la dirección estratégica frente a la misión de las universidades en su compromiso con el la proyección social.
- Una vez identificadas las categorías que se deben tener en cuenta en un modelo de emprendimiento para los estudiantes de pregrado de las universidades, es posible focalizar y direccionar los procesos de gestión del emprendimiento, hacia la implementación del modelo en la universidad.
- Los factores de éxito y los vacíos relevantes encontrados en el estudio realizado, más los aportes obtenidos de informantes claves, grupos focales y expertos, permitieron una apropiación conceptual del emprendimiento universitario que facilitó identificar el espacio para generar una nueva propuesta, que más que integradora de lo anterior, es innovadora en el desarrollo de sus procesos y de su propósito básico de formar una visión empresarial en los estudiantes.
- Los resultados obtenidos de las entrevistas a informantes claves y grupos focales son reveladores de la situación del emprendimiento en las universidades. Se destaca la carencia de políticas internas de direccionamiento del emprendimiento, la baja intervención de los rectores y la participación de múltiples actores con responsabilidades difusas. La existencia de Unidades de Emprendimiento poco estructuradas y con funciones dispersas sin enfoque directo en los estudiantes de pregrado de la universidad; docentes vinculados sin un claro perfil emprendedor y un relacionamiento empresarial mínimo y poco aprovechado para fortalecer las competencias y la visión empresarial de los estudiantes.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

- Este modelo teórico de emprendimiento innovador es un valioso al presente proyecto de investigación, facilita el entendimiento del fenómeno “emprendimiento innovador”, da

luces para encaminar la metodología, este es un proyecto que contribuye a generar conciencia sobre la capacidad que tienen los líderes de las universidades de fortalecer con este modelo los procesos en la gestión del emprendimiento, que allanen el camino para cerrar la brecha entre el sector educativo y empresarial, procurando ser más efectivos en la transferencia y comercialización del conocimiento; y más importante aún: fomentar en los estudiantes la visión empresarial que los lleve a ser gestores de sus propias empresas.

4. Estrategias para trabajar la creatividad en la Educación Superior: pensamiento de diseño, aprendizaje basado en juegos y en proyectos.

Autor: Carina Soledad González González

Año: 2004

Institución: Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática de la Universidad de La Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España.

Fecha: Enero de 2004 RED - Revista de Educación a Distancia. Número 40

Objetivos

Potenciar el pensamiento creativo e innovador de los estudiantes en el desarrollo de los proyectos, se aplicaron técnicas de pensamiento de diseño (DT), pensamiento visual (VT) y pensamiento lúdico (GS).

Metodología:

La metodología parte de un pensamiento divergente y objetivos difusos, tratando de buscar soluciones prácticas, conseguidas a través de un pensamiento convergente. El DT se basa en los siguientes principios: empatía, imaginación, experimentación, prototipado colectivo, pensamiento integrador y aprendizaje iterativo. Estos principios integran al usuario dentro del proceso al hacerlo partícipe tanto teórica como materialmente de la acción innovadora.

El pensamiento visual está muy relacionado con la innovación ya que el objetivo último de éste es mejorar sistemas o ideas. En el ámbito de la innovación se trabaja constantemente

con "metas difusas" e "hipótesis", por lo que el pensamiento visual se convierte en un vehículo idóneo para explorar nuevos terrenos, contrastar hipótesis y, como resultado, tomar mejores decisiones.

Conclusiones:

- En este trabajo se ha presentado una experiencia de innovación educativa siguiendo una metodología b-learning que intenta potenciar las competencias transversales y profesionales a través del aprendizaje basado en proyectos y la creatividad e innovación de los estudiantes en un contexto de enseñanza-aprendizaje universitario a través del pensamiento de diseño, pensamiento visual y pensamiento lúdico.
- Para desarrollar esta experiencia se ha diseñado un ecosistema tecnológico con plataformas sociales y abiertas 2.0, utilizando Google Drive y YouTube como portafolio digital, Trello para gestionar los proyectos grupales, Twitter como red social para compartir informaciones útiles y de interés profesional y Moodle como aula virtual, con la planificación y organización de las actividades, comunicaciones y evaluaciones de la asignatura.
- Asimismo, se analizó el problema de la evaluación de competencias, que requiere una evaluación auténtica o realista y una evaluación de la ejecución o cumplimiento de las tareas, exigiendo a los estudiantes su implicación, planificación, desarrollo, comunicación y argumentación de estas. Vimos que el e-portafolio, las redes sociales y aprendizaje basado en proyectos nos permitirán trabajar las competencias transversales y profesionales anteriormente seleccionadas y al mismo tiempo, realizar una evaluación diferente a la tradicional: una evaluación auténtica.
- Hemos visto que tanto las redes sociales como los dispositivos móviles son una realidad en la vida de los estudiantes universitarios. Sin embargo, su utilización para la vida académica y profesional es escasa, y destacamos el uso de la aplicación móvil WhatsApp como herramienta de comunicación y coordinación grupal.
- De los resultados cualitativos observamos que el trabajo en equipo es una de las cuestiones más importantes en el aprendizaje basado en proyectos, y que aplicando este tipo de metodologías híbridas apoyadas en herramientas tecnológicas que permiten el

trabajo en la nube además de un buen diseño de actividades colaborativas, se favorece esta competencia transversal, tan importante en el desarrollo académico como profesional.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

Es importante destacar que, para promover las competencias transversales a través del aprendizaje significativo, es necesaria la implementación de las TIC, esta investigación es importante ya que hace énfasis en la importancia del uso de esta tecnología que será incidente en el proyecto tales como interfaces naturales, táctiles y móviles, desarrollados a través de metodologías ágiles en un proyecto real.

5. Una revisión crítica del concepto de creatividad

Autor: Yamileth Chacón Araya

Año: 2.005

Institución: Universidad de Costa Rica - Facultad de Educación - Instituto de Investigación en Educación

Fecha: 20 de junio, 2005

Objetivos:

Resumir el estado actual del conocimiento en el campo de la creatividad.

Presentar una nueva perspectiva de lo planteado por diferentes autores sobre este tema particular.

Establecer un acercamiento a la utilización del concepto de creatividad dentro del campo educativo, principalmente el universitario, y su relación específica con las ciencias del movimiento humano.

Metodología:

Trigo y de la Piñera (2000, p. 73) toman en cuenta algunos aspectos curriculares, entre ellos la metodología que deberá ser participativa, motivadora de nuevas experiencias, sugerente

y no impositiva o excesivamente directiva. El objetivo final es que los sujetos sean seres autónomos en la búsqueda y desarrollo de su capacidad creativa en la motricidad; y no meros ejecutantes de actividades de otros.

Conclusiones:

- La creatividad toma una importancia primordial dentro del desarrollo humano de acuerdo con los diferentes enfoques de investigación y los diversos modelos conceptuales que se han propuesto a través de los años. Esta conclusión se basa en los resultados de las innumerables investigaciones sobre creatividad. Por esa razón, se busca integrar los trabajos publicados por algunos autores con respecto a este complejo constructo.
- En primera instancia, se reúnen y se discuten algunos conceptos que tienen relación con esta visión. También se discuten las teorías sobre la creatividad y luego se plantean y se describen algunas características que parecen comunes en las personas creativas. Además, se detallan aspectos básicos sobre la importancia de la creatividad en la educación y en las ciencias del movimiento humano. Finalmente, se proponen algunas líneas de investigación, especialmente en el área de las ciencias del movimiento humano.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

El aporte más significativo es de tipo teórico, se ubica a diferentes autores que brindan sus planteamientos y teorías, entre ellas se citan: la teleología del acto creativo, en donde los procesos creativos surgen de acuerdo con ciertas exigencias en el nivel teleológico en la actividad mental. También se menciona la teoría denominada vida y creación, que se enfoca en el ser artístico; la teoría de la psicología analítica y arte poético, en donde se muestra un enfoque anti-racional de la creatividad. Por otra parte, se mencionan las teorías sobre los procesos mentales preconcientes y que continúan la línea del estudio de la regresión al servicio del ego; la teoría que da seguimiento a la labor artística llamada descubrimiento en el proceso creativo; la teoría de los enfoques psicológicos de ciencia y creatividad, que se concentra en el proceso creativo; la teoría de la psicología de la

creatividad, que está muy relacionada con las diferencias individuales y se propone el estudio por medio de pruebas y escalas de medición.

6. El perfil del emprendedor que apoyan los fondos de capital privado/capital emprendedor en México

Autor: Roberto J. Santillán Salgado, Eduardo Gaona Domínguez y Norma A. Hernández Perales

Año: 2015

Institución: Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM

Fecha: 2015.08.11

Objetivos:

Este artículo presenta un análisis estadístico de las características de los emprendedores apoyados por Fondos de Capital Privado/Capital Emprendedor (FCP's) en México, y para ello utiliza la información obtenida a través de una encuesta nacional respondida por los administradores de fondos de capital. La contribución de este trabajo consiste en utilizar la técnica de Análisis de Conglomerados sobre los constructos teóricos identificados en la literatura como elementos del Perfil del Emprendedor y medidos por la encuesta con escalas tipo Likert, para destacar la importancia que los distintos Fondos de Capital Privado FCP's, asignan a cada constructo durante la evaluación de los candidatos a recibir financiamiento. Aunque estudios similares han descrito el Perfil del Emprendedor desde perspectivas alternativas, la originalidad del presente artículo consiste en clasificar los FCP's con base en el perfil de los emprendedores a quienes apoyan con sus inversiones.

Metodología:

Se utiliza la técnica de Análisis de Conglomerados sobre los constructos teóricos identificados en la literatura. La encuesta fue respondida electrónicamente a través del programa online Qualtrics, por los administradores generales de los fondos participantes, en un tiempo promedio de 30 minutos. El cuestionario tuvo una extensión total de 37

preguntas, que combinaron las modalidades de opción múltiple y de escala tipo Likert. En la construcción del reactivo tipo Likert se utilizó una escala de cinco puntos. En particular, la sección de la encuesta centrada en las características del Perfil del Emprendedor apoyado por los FCP's se elaboró exclusivamente sobre la primera modalidad. Para identificar distintos tipos de fondos fue utilizada la técnica de “Análisis de Conglomerados” (Clúster Analysis, en inglés), gracias a la cual es posible clasificar objetos que comparten atributos semejantes, pero que pueden diferenciarse en función de la intensidad con que presentan dichos atributos (Tan et al., 2006).

Conclusiones:

- Identificar las características de los emprendedores a las cuales prestan especial atención los fondos que los apoyan resulta relevante porque con esta información el candidato puede prepararse mejor y reforzar ciertas características de su propio perfil, y así aumentar la probabilidad de recibir una respuesta favorable a su postulación para recibir inversión por parte de uno o más fondos.
- Los FCP's prestan mucha atención a las características que definen el Perfil del Emprendedor. Con base en el análisis estadístico de las respuestas obtenidas mediante el cuestionario descrito. La metodología estadística de Análisis de Conglomerados arroja sus resultados a partir de un algoritmo de optimización que toma en cuenta tanto las distancias euclidianas entre los centroides de cada conglomerado y los valores correspondientes a los elementos individuales de la muestra.
- Cabe destacar que, si bien en otros países se han realizado estudios semejantes, este es el primer estudio de su tipo en México. El Perfil del Emprendedor candidato a ser apoyado con financiamiento es muy significativo para los evaluadores de propuestas de los FCP's, sobre la importancia asignada a los diferentes constructos teóricos, los cuales forman parte de la concepción más general que hemos definido como el “Perfil del Emprendedor”.
- Es importante reiterar que las actividades de emprendimiento contribuyen a la disminución de la pobreza a través del empleo, la generación de ingresos y la elevación del nivel económico, por lo cual repercuten en el bienestar de los ciudadanos.

Asimismo, tener presente que el financiamiento del Capital Emprendedor (Venture Capital) ha sido un catalizador para el surgimiento de las empresas más innovadoras durante los últimos 30 años. Ahí están, como ejemplo, empresas internacionales de la talla de Microsoft, Intel, Apple y Google. En México, algunas de las primeras inversiones realizadas por los fondos de Capital Emprendedor incluyen las siguientes empresas: Desarrolladora Homex, Aeroboutiques de México y Cinemex.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

El proyecto perfila los tipos de emprendedor, lo cual es muy útil en el trabajo propuesto, la metodología utilizada es cercana a la que se pretende aplicar, sin lugar a dudas es una experiencia cuyas conclusiones también dan luz a lo que se quiere hacer y el énfasis financiero de este proyecto puede ser un componente a tomar en cuenta.

7. Construyendo una cultura de innovación. Una propuesta de transformación cultural.

Autor: Julia Clemencia Naranjo Valencia y Gregorio Calderón Hernández.

Año: 2014

Institución: COLCIENCIAS Convocatoria 534 y Universidad Nacional de Colombia –
Sede Manizales

Fecha: 2014.12.05

Objetivos:

Este trabajo presenta el modelo de transformación cultural para la innovación que se viene implementando en una empresa, perteneciente a la Organización Corona. El modelo diferencia 3 fases: diagnóstico de la cultura actual, definición de la cultura meta e identificación de las brechas que deben cerrarse para alcanzar esa cultura. La investigación se llevó a cabo como un estudio de caso con énfasis en la perspectiva cualitativa realizada a partir de análisis documental, entrevistas en profundidad y grupos focales, y se complementó con una descripción cuantitativa de la cultura. Como resultado se estructura

un modelo para el desarrollo de transformaciones culturales, se identifican los formadores de cultura y se establecen los rasgos culturales necesarios para la innovación empresarial.

Metodología:

La investigación se llevó a cabo como un estudio de caso a profundidad, inicialmente se constituyó un equipo integrado por 2 investigadores y 4 profesionales de la empresa Sumicol (el gerente de gestión humana, el líder de innovación y colaboración y 2 coordinadoras de gestión humana); este equipo trabajó estrechamente durante 2 años en un permanente ir y venir entre la teoría y la práctica, se hace un análisis cuantitativo que muestra en términos generales, y sin que se presenten grandes diferencias entre los tipos culturales, que la empresa se ubica con mayor énfasis en una cultura racional, seguida de la adhocrática, la jerárquica y, por último, la de clan.

Los rasgos o factores que configuran los diferentes tipos de cultura de acuerdo a Cameron y Quinn (1999) son seis (6): las características dominantes de la organización, el liderazgo organizacional, la gestión de empleados, el vínculo organizacional, el énfasis estratégico y el criterio de éxito . Como puede observarse, lo que marca el dominio de la cultura racional en la empresa son los siguientes factores: características dominantes, estilo de liderazgo, énfasis estratégico y el criterio de éxito.

Conclusiones:

- La revisión de la literatura permitió establecer que existe un fuerte vínculo entre la cultura organizacional y los resultados en innovación que las empresas alcanzan (Jaskyte y Dressler, 2005, Chang y Lee, 2007, McLaughlin et al., 2008, O'Connor et al., 2008 and Tellis et al., 2009), y que, por ende, se requiere una cultura orientada a la innovación para favorecer esos resultados. El estudio realizado reafirma lo encontrado en la literatura en la medida en que se ha logrado establecer que la cultura organizacional es un determinante fundamental de la capacidad innovadora de las empresas.
- El modelo permitió identificar los rasgos que caracterizaban, al inicio del proyecto, la cultura organizacional de SUMICOL: el respeto, la aversión al riesgo, el poco

reconocimiento, la informalidad, la participación, el compromiso, el aprendizaje permanente y la complejidad; así mismo permitió establecer que la cultura predominante en la empresa era la cultura racional, analizada desde el modelo de Cameron y Quinn (1999).

- Una vez priorizados los rasgos deseables para una cultura de innovación, se requiere realizar un proceso de cierre de brechas que es recomendable hacer desde diferentes estrategias. Es muy frecuente que en las empresas la forma de intervenir los procesos de cambio sea a través de la formación; si bien esta es una estrategia fundamental, otras asociadas con la formulación de política, el coaching, el entrenamiento y la exposición de las personas son necesarias en estos procesos de transformación.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

Se mencionarán dos aportes: Primero los autores son de Manizales y por estar en la ciudad y tener vínculos académicos con los estudiantes de la maestría, son asequibles para resolver consultas sobre el tema de innovación y, en segundo lugar, es interesante la visión que los autores tienen sobre el concepto de Intraemprendimiento, de particular interés la investigación propuesta.

El Intraemprendimiento (entrepreneurship) es una variable interesante de medir en tanto integra tres (3) dimensiones asociadas con la innovación: la capacidad innovadora, la proactividad y la mentalidad de riesgo. El análisis de esta variable (medida a partir de Naranjo, 2010) permitió contrastar algunos resultados anteriores. En concreto, se encontró que de las 3 dimensiones, la que los empleados consideran que está más presente en la empresa es la capacidad innovadora, seguida de la proactividad, y en menor medida la mentalidad de riesgo.

8. La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia.

Autores: Carlos Alberto Rodríguez & Frank A. Prieto Pinto

Año: 2009

Universidad Nacional de Colombia, sede Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas.

Fecha: diciembre de 2009

Objetivos:

- Observar una tendencia de principio a fin en los estudiantes colombianos y franceses respecto al emprendimiento.
- Comparar a los estudiantes colombianos y franceses y sacar una correlación directa y casi absoluta entre la plenitud profesional y el acto mismo de emprender.
- Conocer las diferencias de percepción en Colombia y Francia respecto al emprendimiento.

Metodología:

Está constituida por una encuesta originalmente en idioma francés. Consta de tres módulos:

- a. Sensibilidad a la creación de empresas: se indaga por los elementos relevantes para la calidad de vida profesional del encuestado y cómo crear empresa le permitiría lograrla. Así mismo, qué tan capaz se considera para ejecutar tareas relacionadas con la creación de empresas y la opinión de su círculo cercano respecto al tema.
- b. Formación y apoyo a la creación de empresas: se pregunta sobre la importancia que tiene para el estudiante de la formación académica en emprendimiento y las fuentes de las cuales ha recibido dicha formación, si aplica el caso.
- c. Perfil profesional: se caracteriza al encuestado según su formación disciplinar, su origen social, así como según qué tan cercano ha estado de proyectos empresariales. Los módulos fueron diseñados con base en el modelo de comportamiento planificado Theory of Planned Behavior TPB

Conclusiones:

- El artículo derivado de la investigación analiza las diferencias existentes entre dos muestras de estudiantes universitarios colombianos y franceses respecto a sus creencias

sobre el emprendimiento, así como el grado de sensibilidad de estos para emprender un proyecto empresarial una vez finalicen sus estudios.

- Se presenta una breve descripción del *modelo de comportamiento planificado* de Azjen (Theory of Planned Behavior TPB), el cual sirvió de base conceptual para la aplicación de la herramienta. Posteriormente se explica la metodología usada para la recolección de la información, los resultados obtenidos, así como algunas conclusiones y recomendaciones.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

Conocer el *modelo de comportamiento planificado* de Azjen (Theory of Planned Behavior TPB) según Krueger y Carsrud (1993), dicho modelo es una herramienta sencilla, pero a la vez robusta que permite entender mejor los procesos emprendedores.

Observar los tres módulos utilizados:

- a. Sensibilidad a la creación de empresas: se indaga por los elementos relevantes para la calidad de vida profesional del encuestado y cómo crear empresa le permitiría lograrla. Así mismo, qué tan capaz se considera para ejecutar tareas relacionadas con la creación de empresas y la opinión de su círculo cercano respecto al tema.
- b. Formación y apoyo a la creación de empresas: se pregunta sobre la importancia que tiene para el estudiante de la formación académica en emprendimiento y las fuentes de las cuales ha recibido dicha formación.
- c. Perfil profesional: se caracteriza al encuestado según su formación disciplinar, su origen social, así como desde la perspectiva de qué tan cercano ha estado de proyectos empresariales.

9. Hacia un modelo de emprendimiento universitario

Autor: Dolly Yazmín Camacho Corredor

Año: 2.007

Revista Apuntes del CENES, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Fecha: 30 de abril de 2007

Objetivo general:

El objeto de estudio es la construcción de las competencias necesarias en las diversas áreas del conocimiento, teniendo como propósito la formación para el emprendimiento y el desarrollo de procesos complejos, de acción actuación- creación, para resolver problemas y realizar actividades de la vida cotidiana y del contexto socio laboral-profesional.

Objetivos específicos:

- Conocer la percepción de profesionales empresarios y empleadores en relación a las demandas de los tiempos actuales y futuros sobre las profesiones.
- Analizar los requerimientos que debe cumplir todo programa de formación para el logro de los perfiles laborales y empresariales determinados y requeridos.
- Orientar la investigación hacia el desarrollo de la innovación como herramienta para el desarrollo de proyectos productivos
- Explorar las oportunidades identificadas como futuro de la región y así, fortalecer el desarrollo económico.
- Identificar y construir las competencias necesarias para formar, mediante el proyecto de investigación, el emprendimiento en los estudiantes de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, que promueva la búsqueda de un proyecto de vida personal y profesional a través del desarrollo de la cultura del emprendimiento, orientado hacia la innovación y el desarrollo de proyectos productivos viables, desarrollando habilidades, actitudes, valores y disposiciones que permiten comprender la lógica y los referentes de la vida empresarial al servicio del entorno social.

Conclusiones:

- El artículo examina algunas de las condiciones más importantes con las cuales un sistema educativo universitario de calidad, debe responder a las necesidades de la sociedad, en concordancia con las expectativas de los estudiantes, tomando en cuenta las empresas y el entorno regional. En la primera parte, se esbozan los

fundamentos del emprendimiento y su relación con el desarrollo local y la Universidad; la segunda, presenta los resultados de la investigación “Competencias necesarias para desarrollar el emprendimiento en los estudiantes de la UPTC”, que dio lugar a la construcción de un modelo sustentado en el desarrollo local, que permite a los estudiantes optar por el emprendimiento de manera voluntaria y paralela con el desenvolvimiento de sus carreras, construyendo así un proyecto de vida personal y profesional.

Aportes del antecedente al trabajo propuesto:

Los resultados de la investigación “Competencias necesarias para desarrollar el emprendimiento en los estudiantes de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia- UPTC” nos muestra la importancia de que la UPTC pueda romper paradigmas y cambiarse en una institución emprendedora e innovadora que le permita convertirse en promotora de proyectos.

Los resultados de la investigación proponen un Programa de Emprendimiento que tendrá como objetivo unificar el área de formación empresarial en la UPTC, dirigido a todos los estudiantes que de manera voluntaria quieran formarse en el emprendimiento, paralelamente a su carrera profesional.

Conocer ejemplos que han propiciado cambios del entorno y de adaptación a las nuevas necesidades y demandas de las empresas como es el programa de Barcelona Activa desarrollado por la Agencia de Desarrollo Local del Ayuntamiento de Barcelona⁴, el cual a través de una plataforma telemática para empresarios y pequeñas empresas del entorno, impulsa la creación y desarrollo de empresas mediante asistencia técnica «on line», la promoción de la cooperación, la innovación y el conocimiento entre empresas, y el estímulo al aprendizaje a través de nuevas tecnologías. (Vázquez:1999)

3 INTRODUCCIÓN

Ante épocas de crisis, como la que estamos afrontando se hace necesario adaptarse a las nuevas realidades, especialmente a las de carácter económico que ya empiezan a mostrar sus efectos en los pequeños, medianos, grandes empresarios y emprendedores que están iniciando la implementación de sus iniciativas, es por esto que la innovación podría ser un salvavidas para que con diferenciación se pueda retomar el rumbo del crecimiento. De hecho, la innovación es el tema que nos ocupa en esta investigación, ya que de años atrás se viene incentivando el emprendimiento desde sus diferentes ámbitos, pero se ha ido demostrando que el solo emprendimiento no es garantía de éxito, que debe ir acompañado de novedad, originalidad, procesos creativos y comprensión del cliente que le lleve a innovar.

Con la globalización, la masificación del internet, las megatendencias, los mercados se han visto obligados a estar en continuo cambio, adaptándose a las nuevas necesidades y requerimientos de la demanda, a reconstruirse permanentemente, llevando a la creación de mejores productos y servicios, que mantengan satisfechos a los clientes, que cada día son más exigentes debido a la gran oferta del mercado.

Es por este motivo que la Universidad como institución proveedora de competencias integrales para el desarrollo del ser, puede promover y generar espíritu emprendedor, crear condiciones propicias y estimular la innovación, desde la articulación de la investigación y la empresa, para llevar al sector productivo, social y/o cultural el nuevo conocimiento en un ejercicio de la proyección social.

Desde la complejidad del ser, se entiende que no todos los estudiantes reaccionan de la misma manera ante algunos estímulos, por eso es necesario que la Universidad plantee políticas que permeen los campos de acción internos e incida en los externos para generar competencias innovadoras, desde la institucionalidad, los ambientes, los docentes y el mismo estudiante.

Cuando se toma al individuo como ser integral que planea y estructura su proyecto de vida, de realización individual y colectiva, demanda de la universidad unas competencias transversales que lo doten de herramientas no solo técnicas para desarrollar un trabajo, sino

también aquellas que le permitan afrontar los devenires de la vida, el éxito, el fracaso a través del aprendizaje basado en comprensión del entorno, creatividad, flexibilidad, innovación, entre otras, en un contexto de continuo pensamiento crítico y enseñanza.

Proponer y ejecutar estrategias que permitan innovar constantemente desde la academia, facilita que los emprendimientos se desarrollen y evolucionen con un factor de éxito importante, al contar con conocimiento desarrollado desde el componente de la investigación, enriquecerse con aportes de diferentes áreas del conocimiento, en medio de equipos interdisciplinarios, con base tecnológica, con la capacidad de mutar según las necesidades del mercado y mantener una relación constante con el cliente.

En tiempos de crisis se han generado emprendimientos destacados desde la academia, con apoyo de la empresa, en aplicación de los conocimientos generados en el marco de la investigación, iniciativas reales que actualmente buscan resolver situaciones problemáticas de la sociedad. Es por esto que no podemos ser ajenos a las realidades que inciden en el presente e impactaran en el devenir y debemos entrar a comprender las diferentes y más efectivas formas de incentivar la cultura del emprendimiento y la innovación para lograr obtener más y mejores líderes emprendedores e innovadores universitarios.

4 AREA PROBLEMÁTICA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

4.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Los actuales cambios sociales y económicos de nuestra sociedad, donde la evolución e integración de conocimientos y tecnologías, buscan crear estrategias innovadoras que permitan mejorar la calidad de vida de las personas desde todas las áreas del desarrollo, genera la necesidad que desde los procesos de formación básica, media y superior se busque integrar los saberes de las nuevas generaciones con actitudes, aptitudes y capacidades que potencien la innovación y el emprendimiento.

Hoy en día, el espíritu empresarial o emprendimiento se entiende como el proceso de iniciar un nuevo proyecto con el fin de superar los crecientes problemas económicos y sociales relacionados a la inequidad, el bajo nivel de empleo formal, el bajo nivel de desarrollo tecnológico, la desindustrialización y las elevadas tasas de desempleo que caracterizan a los países en vía de desarrollo. Así, el emprendimiento permite el desarrollo de ideas para generar recursos con la creación de negocios con elementos de innovación que aportan al desarrollo social y económico.

El llamado “espíritu emprendedor” se asocia a conceptos de innovación, creatividad, flexibilidad, dinamismo, riesgo y crecimiento, relacionado con la capacidad de crear y manejar nuevas empresas (Méndez, 2009), Los gobiernos entienden la importancia del emprendimiento, tanto que han comenzado a proporcionar a los emprendedores programas de apoyo para ayudarlos a establecer sus propias unidades de producción de bienes y servicios, pero aún no se han implementado políticas suficientemente efectivas, que puedan producir resultados que impacten de manera significativa la economía, excepto en el caso colombiano de regiones con buenos resultados interesantes en ciudades como Manizales o Medellín.

Casi todos los países tienen entidades creadas específicamente para promover en los profesionales y empresas movimientos hacia el fomento y la aplicación de conceptos de creatividad, innovación y emprendimiento y en la academia cada vez tiene mayor aceptación la inclusión de estas temáticas en las estructuras curriculares en las diferentes

áreas del conocimiento y ya son de mayor interés para la definición de políticas públicas y en las agendas de competitividad en el mundo, llevando a que la academia se interese y actúe cada vez mas por comprender la relación existente y la influencia que la creatividad y la innovación impulsadas por el emprendimiento ejercen en la economía.

Por tal razón, es importante identificar cómo desde los procesos de formación en educación superior se integran la innovación y el emprendimiento, en los procesos de enseñanza – aprendizaje en los programas académicos ofrecidos, con el interés de preparar a la nueva generación de profesionales, ejecutivos y hombres de empresas hacia una cultura del emprendimiento entendida como los valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas compartidas por un grupo de personas, interconectadas por la sociedad, en la generación de patrones de comportamiento colectivo y el establecimiento de identidad entre sus miembros, que pueden vincularse unos con otros en el desarrollo social. Hidalgo(2014)

4.2 PREGUNTA PROBLEMATIZADORA

Con fundamento en los antecedentes citados, y el área problemática se formula la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los factores determinantes para el fomento de la innovación en cinco unidades de emprendimiento de instituciones de educación superior de la Red de Universidades del Alto Magdalena Colombiano?

5 JUSTIFICACIÓN

Colombia es un país dotado de grandes potencialidades competitivas y posibilidades de desarrollo, gracias a una posición privilegiada entre los océanos pacífico y atlántico, su ubicación como puerta a Suramérica, el amplio crisol de culturas que se conjugan en variedad de formas de pensar, hablar, vestir, comer, sin ignorar, la riqueza natural traducida en parques naturales, ríos, páramos, ecosistemas de selva, bosques, desiertos, mares, que son algunos de los factores determinantes de la gran biodiversidad que representa un potencial para consolidar una nación creativa, con capacidades para innovar y generar emprendimientos que impulsen la economía, el desarrollo social y crear condiciones para construir una paz duradera.

En este contexto, es importante analizar la forma en que se han construido los imaginarios colectivos relacionados a las innovaciones y los emprendimientos creados para aprovechar estas potencialidades y cómo la academia se convierte en un eslabón clave en la relación universidad-empresa-estado, convirtiéndose en parte fundamental de la formación y promoción de jóvenes emprendedores con competencias sólidas que logren impactar en el desarrollo de la economía local, nacional y en algunos casos global.

Comprender la forma en que las Instituciones de Educación Superior fomentan la innovación en proyectos de emprendimiento en sus comunidades académicas, es de vital importancia, ya que permite comprender el papel que tienen los procesos de formación en el sistema de promoción de la competitividad a nivel nacional y su relación con los objetivos de desarrollo social que se enfocan en el emprendimiento, los cuales se miden con índices internacionales, donde actualmente Colombia ocupa el puesto 66 acorde a los índices competitividad global, descendiendo 5 puestos en comparación al índice 2016, aun así, el país es destacado como el quinto más competitivo de Latinoamérica, siendo Chile quien lidera el grupo (posición 33), seguido por Costa Rica (47), Panamá (50) y México (60). Esta información es importante para que el país continúe generando conocimientos, procesos y programas que nos permitan llegar al nivel de los países más desarrollados.

Dada la importancia que tiene la academia para desarrollar, fortalecer y consolidar la investigación básica y aplicada, es de vital importancia identificar como realizan la

articulación con el sector productivo, desde los procesos de formación al generar no solo conocimientos, sino actitudes emprendedoras transversales, que utilizadas por los egresados en el desarrollo de sus experiencias profesionales contribuyan al desarrollo económico del país.

6 OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar factores determinantes para el fomento de la innovación en cinco unidades de emprendimiento de instituciones de educación superior de la Red de Universidades del Alto Magdalena Colombiano.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Caracterizar las unidades de emprendimiento e innovación seleccionadas.
- Identificar prácticas de articulación entre la investigación, la innovación y el emprendimiento de alto impacto.
- Identificar experiencias significativas de emprendimientos innovadores que sean referente de éxito.

7 REFERENTE TEÓRICO

7.1 MARCO CONCEPTUAL

7.1.1 El Emprendimiento

Para identificar la importancia del emprendimiento en el proceso de formación en la educación superior, iniciamos con una revisión conceptual del término “emprendimiento”. Diversos autores lo han definido de diferentes formas, de acuerdo con la Real Academia Española (RAE, 2020) el vocablo emprendedor es en principio un “adjetivo aplicado a la persona, por otro lado, también es usado como sustantivo y se refiere al que emprende con resolución a acciones o empresas innovadoras” (p.864). Esta primera aproximación deja ver que el idioma español particulariza al emprendedor con la innovación. Otros autores como Schumpeter (1911, citado por Becker, 2012), describe al emprendedor como una persona muy particular que cuenta con habilidades para combinar e innovar, donde su función principal es revolucionar con nuevas estrategias, técnicas para crear o reformar un producto o servicio.

Este distinguido profesor de la Universidad de Harvard, en su libro “La teoría de la Dinámica Económica” plantea la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios “destrucción creativa”.

[...], la innovación adquiere su plasmación real a través de la empresa. La empresa es, para Schumpeter, “la realización de (las) nuevas combinaciones”; y quienes la impulsan son los “empresarios”; esos a los que, en el lenguaje actual, se suele designar como emprendedores.(Joost & Buesa, 2016)

Stevenson (2000) considera que “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” donde la persona está dispuesta a enfrentar nuevos retos persiguiendo nuevas oportunidades. El congreso de la República en la Ley 1014 del 2006 en su capítulo 1, establece la definición de emprendimiento:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y

llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (2006, art.1)

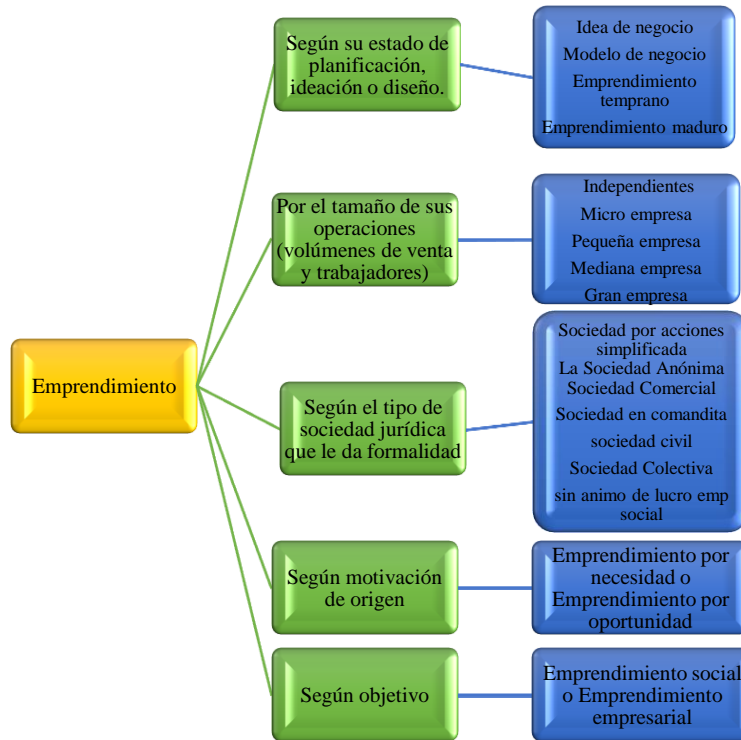
Con esa conceptualización se resalta la importancia del emprendedor como “una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva”(Ley 1014 de 2006)

En la revisión conceptual se encuentran otros autores, que han definido el concepto con parámetros similares, como el economista de la escuela austriaca Von Mises (1973) que en su libro “Acción Humana” : es un tratado sobre economía que reconoce tres características importantes para que una persona sea emprendedora, la primera es que debe ser un evaluador, es decir que debe ser capaz de realizar análisis que le permitan proyectar actividades hacia el futuro, La segunda es que debe tener visión empresarial para generar nuevos negocios en un mercado cambiante y la última la establece como una actitud, donde la persona emprendedora debe tener la capacidad para manejar la incertidumbre que pueden causar los procesos al momento de emprender; en esta misma dirección Kirzner (1999) define la característica primordial de un emprendedor como “su capacidad de identificar oportunidades en el mercado” a lo cual denomina como “alertness”.

Como podemos notar la innovación y el emprendimiento son dos términos que en su evolución histórica se han ido encontrando, el primero impulsando la calidad de acción del segundo, como se identifica en las anteriores definiciones, el emprendedor tiene la característica fundamental de ser innovador, entendido como el camino mediante el cual los conocimientos son involucrados por el emprendedor para producir cambios significativos ya sea en su actividad personal, social o comercial.

De acuerdo con las anteriores definiciones, se puede deducir que el emprendedor de acuerdo con su iniciativa y creatividad pone en marcha sus ideas de negocios, con el fin de producir un beneficio o ganancia que le permite contribuir con el desarrollo social, creando en algunos casos empleos y relaciones empresariales aportando a la economía del país, en la figura 1, se visualiza una aproximación a la clasificación de los emprendimientos:

Figura 1. Clasificación del emprendimiento



Fuente: Elaboración propia

7.1.2 La Innovación

La innovación es un concepto que ha venido evolucionando constantemente en su definición, se podría decirse que es un concepto en permanente construcción. Después de realizar una investigación acerca de su definición, surge de inmediato su relación con los medios productivos y la economía en general.

La historia ha demostrado en diversas ocasiones que muchos hallazgos importantes se descubren sin que ese sea el objetivo, es decir, muchos descubrimientos concluyentes se han realizado mientras se analizaban otros o simplemente se han generado mediante la observación. Fue así, como se dio el primer acercamiento al concepto de innovación con el profesor Moses Abramovitz de Stanford quien realizó inicialmente un experimento empírico entre 1870 y 1950 para demostrar mediante herramientas estadísticas, que una mayor combinación de capital y trabajo, como únicas variables del proceso productivo, eran las responsables del desarrollo empresarial ya que se consideraban directamente

proporcionales; los resultados obtenidos después de muchas pruebas y trabajos con otros autores, le permitió concluir que no solo estas variables hacen parte del proceso productivo empresarial sino que están directamente relacionadas con la innovación generada por el capital humano.(Corporación Ruta Medellín, 2014)

A partir de esta investigación surge el concepto de la economía de la innovación entendida en su momento como la clave de aplicar nuevos conocimientos de ciencia o tecnología en el sector productivo para mejorar los resultados ya existentes reconociendo a la innovación como una idea nueva con creación de valor. EL Manual de Oslo, manual de referencia de la OCDE (1997) para la medición de las Actividades Científicas y Tecnológicas, entiende por innovación “la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados”.(OECD Eurostat, 2005). Por otro lado, desde el enfoque que propone Drucker, (1986), “la innovación es como concebir y realizar algo nuevo, todavía desconocido e inexistente, con el objeto de establecer relaciones económicas nuevas entre elementos viejos, conocidos y los existentes, y darles así una dimensión económica nueva”. (p. 32) se refiere a la innovación como la herramienta de los empresarios innovadores, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente.

7.1.3 La Universidad y la Educación Superior

La universidad es una entidad pública o privada encargada principalmente en la formación, investigación y capacitación de jóvenes o adultos, es llamada *Alma Mater*, que significa en las locuciones latinas, madre nutricia (que alimenta), debido a su función de producir, conservar y generar saberes que contribuyan a la transformación del ser humano. El Ministerio de Educación Nacional en su página Web (2020), clasifica las instituciones de educación superior (IES) acorde a su carácter académico en:

- Instituciones Técnicas Profesionales
- Instituciones Tecnológicas
- Instituciones Universitarias o Escuelas Tecnológicas

- Universidades

De acuerdo con el carácter académico, y como está previsto en la Ley 30 de 1992, y en el artículo 213 de la Ley 115 de 1994, las Instituciones de Educación Superior (IES) tienen la capacidad legal para desarrollar los programas académicos de la siguiente manera:

(a) Según Las modalidades de formación a nivel de pregrado en educación superior: Técnica Profesional, Tecnológica y profesional

(b) Desarrollo de programas de formación, según el nivel Pregrado, Pos grado, Master o doctorado dependiendo el cumplimiento con la norma.

De acuerdo al último boletín presentado por el SINES, Sistema de Información de la Educación Superior en Colombia, (2017) para el año 2016, se observa que la matrícula total en educación superior llegó a 2.394.4345 matriculados, esto significa que entre el 2006 y el 2017 se crearon más de 1.100.000 nuevos cupos, de los cuales el 91,2% corresponden a nuevos cupos en pregrado y 8.85% en posgrado. Donde el 63% corresponde al nivel universitario y el 27% al tecnológico.

Tabla 1. Matrícula en Educación Superior desagregada por nivel de formación. Total Nacional Año 2006 a 2017

Nivel de Formación	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Técnico Profesional	171.386	207.188	224.026	150.641	92.941	82.358	78.555	83.016	96.466	93.970	82.585
Tecnología	175.862	188.249	239.954	347.741	449.686	504.113	515.129	587.914	614.825	623.551	638.412
Universitario	872.720	910.228	963.167	1.015.608	1.045.133	1.159.512	1.218.816	1.296.123	1.369.149	1.431.983	1.513.288
Total pregrado	1.219.968	1.305.665	1.427.147	1.513.990	1.587.760	1.745.983	1.812.500	1.967.053	2.080.440	2.149.504	2.234.285
Especialización	47.492	41.020	46.216	57.734	60.116	80.429	81.279	82.550	87.784	86.280	90.792
Maestría	13.099	14.393	16.624	19.681	23.819	30.360	32.745	39.488	48.000	52.608	63.644
Doctorado	1.122	1.431	1.544	1.806	2.326	2.920	3.063	3.800	4.428	5.158	5.713
Total posgrado	61.713	56.844	64.384	79.221	86.261	113.709	117.087	125.838	140.212	144.046	160.149
Total matrícula	1.281.681	1.362.509	1.491.531	1.593.211	1.674.021	1.859.692	1.929.587	2.092.891	2.220.652	2.293.550	2.394.434

Fuente: Tomado de Boletín noviembre del 2017 del (SINES, sistema de información de la educación superior en Colombia, 2017)

Estas estadísticas, han mostrado como los procesos de formación a nivel nacional incrementan gradualmente por año en sus diferentes programas y como debe la academia

buscar estrategias que permitan incrementar la cobertura de acuerdo a las necesidades de conocimientos y desarrollo social del país.

7.2 MARCO REFERENCIAL

7.2.1 El Emprendimiento en los Procesos Empresariales

En el sector empresarial, se entiende el emprendimiento como una oportunidad de negocio que se desarrolla en un mercado específico con el fin de mejorar el nivel económico, en la actualidad la sociedad fortalece su crecimiento empresarial gracias a las iniciativas de emprendimiento creadas que se transforman en oportunidades de empleo, desarrollo tecnológico e inclusión social que permite acrecentar los sectores productivos a largo plazo.

De acuerdo con el Informe de Dinámica de Creación de Empresas elaborado por CONFECAMARAS con base en la información del Registro Único Empresarial y Social (RUES), de las 57 cámaras de comercio del país, en el año 2019 se crearon en Colombia 309.463 empresas, un 2,1% más que en el 2018, con 303.027 conformadas como nuevas unidades productivas, donde se destacó que el mayor porcentaje se reflejó en la creación de microempresas (99,6%), seguido por las pequeñas empresas (0,37%) y solo el (0,03%) en las medianas y grandes empresas. (Cámara de Comercio, 2019)

Al mismo tiempo este reporte informa, sobre el incremento de la economía naranja, conocido como las iniciativas culturales, empresariales y sociales que convierten las capacidades individuales y colectivas en oportunidades de generar ingresos en los emprendedores. Se encontró que durante el 2019 se crearon un total de 9.122 empresas de economía naranja, lo que representa un crecimiento del 7,7% en este segmento, comparado con el mismo periodo del año anterior. (Confecámaras, 2019).

Con respecto a estos índices, es evidente el crecimiento de emprendimientos vinculados como nuevas empresas, pero no todos ellos logran ser exitosos, según la

Asociación de Emprendedores de Colombia (ASEC)¹ y Cámara de Comercio, (2019) en el primer año solo subsisten el 55% de las empresas creadas, en el segundo un 41%, en el tercero un 31%, en el cuarto un 25% y solo una de cada 10 supera los 10 años de operación, lo que implica muchos factores internos y externos, no obstante es importante señalar que un punto muy importante en la efectividad de cualquier emprendimiento depende en primera instancia de la iniciativa, conocimientos y creatividad del emprendedor para el desarrollo de estrategias de mercado que le permitan sostenerla a través del tiempo; por lo tanto, más que crear empresas se debe orientar en el emprendimiento hacia la forma de generar líderes proactivos, dinámicos y recursivos que les permita direccionar sus emprendimientos en escenarios de riesgo e incertidumbre.

De esta manera, un proyecto de emprendimiento empresarial basado en el conocimiento, por lo general, tiene un componente innovador, que puede diferenciar su modelo de negocio, con recursividad y creatividad; no obstante, es necesario estimar la probabilidad de éxito en su implementación o al menos disminuir la incertidumbre de la iniciativa emprendedora, haciendo uso de herramientas que tradicionalmente han sido diseñadas para la estructuración de proyectos, como los estudios de mercado, técnico, organizacional, legal, financiero, con el fin de establecer la viabilidad desde diferentes puntos de vista según una variada producción científica y teórica.

Las metodologías y herramientas para estudiar una iniciativa emprendedora empiezan a ser proporcionadas en unidades o centros de emprendimiento, mediante la asesoría y acompañamiento de profesionales de distintas áreas del saber, que hacen uso de conocimientos teóricos y prácticos, con el fin de estructurar las iniciativas y lograr así proyectar la sostenibilidad de los emprendimientos en el tiempo.

¹ **Organización fundada y operada enteramente por emprendedores colombianos y Apoyados por el BID/FOMIN y la Asociación de Emprendedores de Latinoamérica, con el objetivo de aumentar la eficiencia, practicidad e impacto de las políticas, programas e instituciones de fomento al crecimiento empresarial.**

7.2.2 El Emprendimiento en los Procesos de Formación

Teniendo clara la definición de emprendimiento, podemos comprender la relación existente entre emprendimiento y educación, entendida como una relación donde se forma a través de procesos pedagógicos motivadores, para generar actitudes de confianza, innovación, creatividad y desarrollo para que los estudiantes desarrollen su actividad personal y social, como líderes proactivos interesados en mejorar su futuro y el de la sociedad, adaptándose a un mundo cambiante y globalizado.

Esta tendencia, crea la necesidad del uso combinado de la teoría junto con la práctica para que los estudiantes puedan obtener la fundamentación teórica necesaria, que les permita generar pensamientos críticos en el desarrollo de la competitividad emprendedora.

Timmons & Spinelli (2009) profesor de emprendimiento en Babson College, Harvard Business School y Northwestern University en su libro su libro: “New Venture Creation” desarrolló una guía para los emprendedores que quieren crear empresas, mediante un modelo que se enfocó en el mercado, las personas y los recursos, basado en capacidades que se pueden adquirir, partiendo del supuesto que los emprendedores no nacen, sino que se forman y por lo tanto, deben ser motivados desde la educación, sin importar la etapa de la vida donde se inicie el proceso de formación, que los lleve a ser emprendedores.

De modo similar se destaca el aporte de textos como: La “Guía N.º 39 del emprendimiento en los establecimientos educativos: Orientaciones generales La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos” (República de Colombia Ministerio de Educación Nacional, 2012); Libro verde sobre el espíritu emprendedor (Comisión de las Comunidades Europeas (2003); Educación en Emprendimiento-Guía del Educador(Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea, 2014) y El docente como promotor y formador del emprendimiento (Programa de emprendimiento en la Región Bogotá, 2009), entre otros, que son estrategias metodológicas que orientan el proceso de formación del emprendimiento.

7.2.3 Modelos de Enseñanza de Emprendimiento en la Educación Superior

El fomento de la cultura emprendedora desde la educación superior es necesaria debido a los cambios económicos continuos que se presentan en un mundo globalizado en el cual se busca crear competencias específicas que se integren con la realidad (Bernal Guerrero et al., 2014), lo cual establece nuevos retos para las universidades en vincular dentro de su componente teleológico y curricular, actividades o cursos transversales que permitan la interdisciplinariedad de los contenidos con la promoción del emprendimiento que impulse la aplicación del conocimiento, la generación de empleo y el desarrollo social y económico del país.

Por otro lado, ahora, existe la necesidad de capacitación continua en habilidades generales y específicas, que formen en la empleabilidad para adaptarse a la nueva y altamente competitiva economía, mediante la formación de conocimientos relativamente sólidos y la realización de ciertas habilidades técnicas relacionadas con la profesión u ocupación, que permitirá a las nuevas generaciones involucrarse efectivamente al mundo laboral, (Vargas, 2008).

7.2.3.1 Modelos a nivel internacional

Mario Dehter (2001) identifica que las universidades hispanoamericanas no han dado respuesta a las necesidades sociales relacionadas con el desarrollo empresarial y la creación de empleo. El autor cuestiona como en la educación superior, la formación en algunos (,) casos se basa en conocimientos y desarrollo de habilidades desde los marcos teóricos, descuidando la integración de estos procesos con los intereses y necesidades específicas de los diferentes contextos. Agrega, la importancia de la articulación del conocimiento científico con los procesos de emprendimiento en la enseñanza para generar mentes innovadoras en pro del desarrollo comunitario.

(Vázquez García, 2015) identifica que, en la nueva dinámica nacional e internacional, las universidades deben estar en capacidad de adaptarse para ofrecer programas de formación que cubran las necesidades sociales, donde la excelencia científica y competencia emprendedora e innovadora sean parte de la identidad universitaria.

Moreno Mahecha (2019) en su estudio “El emprendimiento como campo de estudio en las instituciones de educación superior” identifica que la formación para el emprendimiento debe ser visualizada desde las instituciones de educación superior como sinónimo de una acción comunicativa, la cual debe estar presente en todas las áreas disciplinares. En este contexto, el emprendimiento se consolida a través del diálogo, por lo tanto, en la gestión de la formación universitaria, es importante crear espacios de diálogo donde participen todas las disciplinas, permitiendo así que se establezca un estado de acuerdo y reflexión desde la misma institución en la toma de acciones que beneficien a todos.

La Universidad Politécnica de Catalunya en España, desarrolla un modelo de enseñanza del emprendimiento basado en el enfoque de negocio que incluye el mercado, la comercialización, las finanzas, un seguimiento continuo a clientes y diseño de productos con la integración tecnológica, como una propuesta de valor en el proceso de innovación del desarrollo profesional de sus egresados.

Dentro del análisis realizado con universidades latinoamericanas, se encontró algunas universidades que conservan un modelo de enseñanza del emprendimiento basada en los objetivos del aprendizaje que orientan a la práctica, con el fin de facilitar la adquisición de conocimientos y el desarrollo profesional, entre ellas se identifica: el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México), que desarrolla del proceso de enseñanza – aprendizaje del emprendimiento de sus estudiantes, mediante la integración curricular transversal en todas las disciplinas de formación, con actividades que permiten la relación de conocimiento- sentido humano y visión global. Igualmente, la Universidad Nacional de General Sarmiento (Argentina), en su proceso de formación del emprendimiento, da gran importancia a las alianzas interinstitucionales y participación en redes nacionales e internacionales, que permiten a sus estudiantes la movilidad educativa en la adquisición de estos conocimientos. El modelo propuesto, permite identificar la articulación entre la investigación, capacitación del recurso humano y la asistencia técnica a instituciones y emprendedores.

Por otro lado, se encontró que otras universidades enfocan su modelo de enseñanza de emprendimiento solo hacia los negocios, por ejemplo, En Ecuador algunas de las instituciones de educación superior desarrollaron en el 2012 un modelo del proceso emprendedor al cual llamaron “Alianza para el Emprendimiento y la Innovación” (AEI) basado en la elaboración de propuestas las cuales se desarrollaban mediante la presentación de la iniciativa, puesta en marcha, desarrollo y fortalecimiento para la consolidación e internacionalización, las cuales se integraron en las competencias de formación de los estudiantes de los programas de emprendimiento. En esta misma línea, la Universidad Católica de Uruguay desarrolla el proceso formación del emprendimiento con el uso de Modelo Canvas enfocado directamente a la generación de empresa y el fortalecimiento organizacional, negocios.

Finalmente, de acuerdo al análisis planteado, la capacitación en emprendimiento está en el medio de dos tendencias: la primera, capacitar en emprendimiento orientado al conocimiento y desarrollo de estrategias de negocio innovadoras que permitan bajar los costos de producción creando unidades productivas rentables; y la segunda, dirigida al desarrollo de competencias y aprendizajes desde los procesos de formación, que se orienten como estrategias de integración de conocimientos que lleven a un fortalecimiento profesional, donde se promueva de igual manera el desarrollo social.

7.2.3.2 Modelos a nivel nacional

En Colombia, se empieza a ser consciente de este proceso emprendedor a raíz de los problemas de orden social, económico y político que se han enfrentado durante los últimos años; se empieza a ver el emprendimiento y la innovación como herramientas de manejo económico, social y en algunos casos, como herramientas de la política, instituciones del orden nacional como las universidades y el SENA, quienes implementan en sus programas educativos la cátedra de emprendimiento y de manera menos visible, las universidades promueven algunos programas que desarrollan actividades en esta línea (Méndez Rafael 2007).

Según el Consejo Privado de Competitividad (CPC) y el Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas (CEPEC) de la Universidad del Rosario, los departamentos con

mejor desempeño competitivo han sido aquellos que fomentan el emprendimiento y la innovación, un ejemplo de destacado es el departamento de Caldas, que se ubicó durante el año 2018 en la tercera posición de la clasificación país, impulsado por un fuerte compromiso regional en el fomento de la Innovación y el emprendimiento. El programa “Manizales más +” ha fortalecido el ecosistema del emprendimiento y emerge como un caso exitoso que se estudia actualmente en universidades de importante prestigio como Harvard. Se empieza a notar entonces una relación entre la competitividad, emprendimiento e innovación.

En el sentido de la creación de nuevas empresas también se han presentado aumentos considerables debido al énfasis de emprendimiento empresarial promovido por parte de las instituciones educativas públicas y privadas y por parte del gobierno central. Algunos docentes de educación superior afirman como en este nivel se desarrollan actividades para la continuidad de la formación en emprendimiento, por ejemplo, Manuel Esteban Acevedo Jaramillo, decano de la Escuela de Administración en la Universidad EAFIT, describe que las universidades han instalado algunas herramientas tecnológicas que les permiten promover el emprendimiento desarrollando programas de acompañamiento a nivel interno y externo.

Roberto de la Vega, (2014) docente de la Universidad Javeriana indica que en el proceso de dinamizar la oferta académica en la educación superior, se ofrece formación en emprendimiento desde diferentes ámbitos como: el emprendimiento social, el emprendimiento para la supervivencia y acorde a las necesidades de desarrollo y el emprendimiento enfocado a la formación de nuevos negocios en pequeña, mediana y gran escala, con el objetivo de producir impactos diferenciales dentro de la academia.

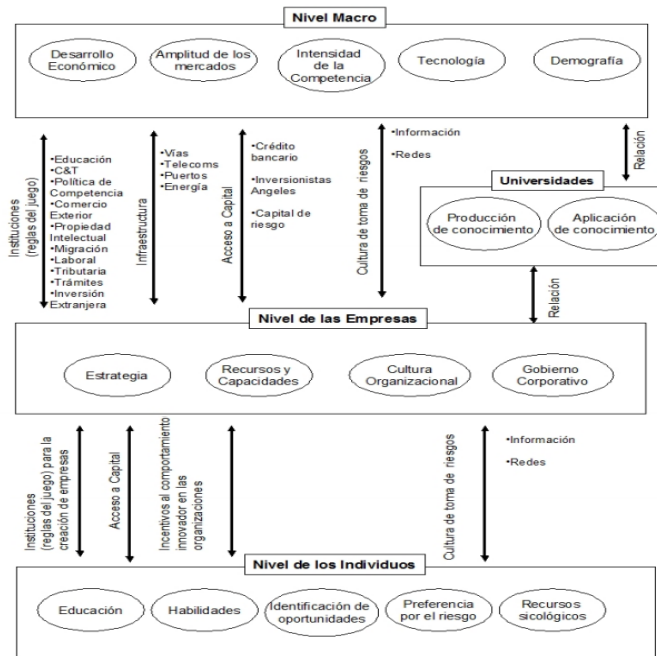
En esta misma línea, Rafael Vesga (Vesga, 2009), docente de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, plantea que el emprendimiento y la innovación se realizan en tres niveles: el nivel macro del país y el entorno, el nivel intermedio de las empresas y el nivel básico de los individuos. El autor considera que el emprendimiento innovador es una actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del entorno competitivo en los países.

Los tres niveles nombrados por Vesga funcionan al mismo tiempo, pues cada uno de ellos se alimenta de los demás, el eje articulador entre estos niveles es la Universidad como centro de producción de conocimiento y su aplicación. Del mismo modo se considera la educación como uno de los factores clave en el nivel de los individuos, de tal modo que un nivel más elevado de educación aumenta la posibilidad de que los individuos participen en iniciativas de emprendimiento innovador.

Para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas, las empresas y el contexto macro. La abundancia de implicaciones y conexiones entre estas variables hace que sea difícil pasar de las consideraciones analíticas a una estrategia y al despliegue de acciones que sean efectivas en los tres campos.

Al introducir estos tres niveles de análisis (macro, empresas e individuos), las combinaciones posibles se multiplican, siendo necesario desarrollar una forma en que efectivamente se logre una filosofía de emprendimiento basado en la innovación y el desarrollo socioeconómico. (Vesga, 2009).

Figura 2. Tres niveles de análisis: entorno macro, empresas, industrias



Fuente: Tomado de artículo de emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? (Vesga, 2009)

Como se dijo anteriormente, las instituciones de educación superior empiezan a conformar ecosistemas del emprendimiento, desarrollando unidades para la atención de sus egresados y los de otras universidades, con el objetivo de vincular a los profesionales recién egresados de distintas áreas del conocimiento, en el desarrollo de capacidades adquiridas, conscientes de la importancia de la competitividad para sobrevivir y crecer en el mercado desarrollando procesos innovadores que les permitan involucrarse desde su ámbito profesional en la creación de productos y servicios de alta calidad.

El desarrollo de la innovación y el emprendimiento se convierten así, en una prioridad para las universidades, por el valor agregado que aportan a los perfiles profesionales de sus egresados, pero además porque pueden convertirse en ejes del desarrollo económico y social, en la medida que se articula la investigación con procesos creativos y de emprendimiento.

7.2.3.3 Modelos a nivel Regional (alto Magdalena)

El presente proyecto de investigación busca relacionar la práctica empresarial universitaria con los conceptos y herramientas creativas y de innovación referenciadas en la Maestría. Dada la experiencia del investigador, enmarcada en los procesos del emprendimiento y la innovación, se considera que las condiciones para entender el emprendimiento universitario en relación con la creatividad y la innovación, están dadas en el nivel local; por tal motivo, enfocamos el proceso de estudio en las universidades ubicadas en la Zona del Alto Magdalena.

La cuenca del río Magdalena se divide en tres subregiones, que corresponden al Alto, Medio y Bajo Magdalena. Este estudio se enfoca directamente a la Zona del Alto Magdalena de acuerdo con la estructura geográfica de Galvis Aponte & Quintero Fragozo esta zona:

Abarca desde el nacimiento del río en la laguna del Magdalena (Cauca) ubicado en el páramo de las Papas a 3.327 metros sobre el nivel del mar (msnm), hasta el municipio de Honda (Tolima) a una altura de 229 msnm. La longitud total del río en esta subregión es de 565 km y en su inicio se caracteriza por ser muy pendiente y turbulento. Esta primera división la conforman 47 municipios de los departamentos de Cauca, Huila, Tolima y Cundinamarca, y sus principales puertos se encuentran ubicados en Neiva, Girardot y Honda.(2017, p. 5)

Como una propuesta de fortalecer e integrar los procesos de educación superior en la región del Alto de Magdalena, las universidades de esta zona conforman la RUAM -Red de Universidades del Alto Magdalena- conformada por entidades públicas y privadas universitarias, sociales y empresariales, Tabla 2 , con el fin de exponer y analizar avances, proyectos y participaciones en cuanto a la circulación académica, deportiva y cultural de las instituciones de la zona central del país adscritas a la Red. Uno de los puntos importantes que trabaja esta red son los procesos de emprendimiento desde la academia y las estrategias para desarrollarlo de manera integral en los procesos de formación.

Tabla 2. *Relación de Entidad pertenecientes a la RUAM*

Ciudad	Institución
	Corporación Universitaria del Huila
	Universidad Surcolombiana
	Universidad Minuto de Dios
Neiva	Universidad Cooperativa de Colombia
	Fundación Escuela Tecnológica de Neiva - Jesús Oviedo
	Banco de la República - Área Cultural
	Universidad Abierta y a Distancia
	Instituto Tolimense de Formación Técnica Profesional
Espinal	Fundación de Estudios Superiores Monseñor Abraham Escudero Montoya
	Cámara de Comercio del Sur y Oriente del Tolima
	Universidad Cooperativa de Colombia
Ibagué	Universidad de Ibagué
	Universidad Minuto de Dios
	Corporación de Educación del Norte del Tolima
Honda	Banco de la República - Área Cultural Honda
	Cámara de Comercio Honda Guaduas y Norte del Tolima
	Universidad de Cundinamarca
	Universidad Nacional Abierta y a Distancia
	Universidad Minuto de Dios
	Universidad Piloto de Colombia Seccional del Alto Magdalena
Girardot	Cámara de Comercio de Girardot
	Banco de la República - Área Cultural Girardot
	Red Internacional de Gestión del Conocimiento
	Centro de la Tecnología de Diseño y la Productividad Empresarial
	Secretaría de Educación Municipal de Girardot
	Escuela Militar de Sub Oficiales

Fuente: Datos proporcionados por los directivos del RUAM del Alto Magdalena 2020

Algunas universidades aún no pertenecientes a esta red, han sido invitadas para hacer parte de la red, igualmente se informa la libre participación y solicitud para participar en ella.

La Universidad Piloto de Colombia Seccional Alto Magdalena, recibe transferencia a nivel Nacional de diferentes actividades de fomento al emprendimiento y atención al empresario, compuesto por un equipo interdisciplinario que proporciona apoyo, asesoría y consultoría a las iniciativas de emprendimiento enfocadas al desarrollo de ideas de negocios. Allí se desarrolla un proceso de acompañamiento personalizado a los emprendedores basado en cuatro procesos: (1) Inducción (primera idea del negocio), (2) Pre-incubación (Elaboración de planes de negocios), (3) Incubación (desarrollo en finanzas, gestión y operación) y por último la pos-incubación que ya lleva a la constitución legal, monitoreo y evaluación.

La Universidad EAN desarrolla un Modelo de incubación de emprendimiento mediante dos programas Incuba-Innova-Integra (IN3) y el programa Punto de Atención al Emprendedor (PAE), a su vez, creó en el 2012 una unidad estratégica y transversal que presta servicios de capacitación, acompañamiento, consultoría e investigación alrededor del emprendimiento en donde los universitarios toman cursos relacionados con el proceso de creación, consolidación de empresas y modelos de negocio sostenibles.

Dentro de la formación en aprendizajes significativos, la Universidad ICESI desarrolla un Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias para la formación integral basado en proyectos con el modelo de Timmons (establecimiento de empresas basado en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos) Castillo,(1999).

La Universidad Surcolombiana creó en el año 2015 su Centro de Emprendimiento e innovación basado en el estudio, “Emprendimiento una estrategia de desarrollo Institucional” en el que se visitaron 22 universidades colombianas y se identificaron Factores de Éxito de un programa de emprendimiento, dando origen a un programa que permea los diferentes procesos misionales del centro de estudios en el que la formación, la investigación y la proyección social se integran en el actuar del emprendimiento.

7.2.4 El rol del docente en la educación de Emprendimiento

El rol del docente en el fomento del emprendimiento ocupa un papel muy importante, ya que son los encargados de liderar procesos de formación mediante el diseño de estrategias pedagógicas que incentiven a los estudiantes a desarrollar nuevas habilidades personales como profesionales. Campos y Méndez (2013) , asumen la enseñanza como un enfoque didáctico del aprendizaje basado en problemas (ABP) donde se generen espacios de reflexión que le permite a los estudiantes desarrollar su pensamiento crítico para la toma de decisiones. La función principal de los profesores universitarios es ayudar, promover y guiar a los estudiantes para que puedan acceder intelectualmente al contenido y la práctica profesional de materias específicas. (Bajo et al., 2007).

De igual manera, (Zabalza, 2003) identifica que en la docencia universitaria las competencias del maestro se enfocan principalmente en: comportamientos profesionales y sociales, competencias actitudinales y competencias creativas, que le permiten al docente planificar el proceso de enseñanza – aprendizaje, donde mediante el uso de estrategias metodológicas, tecnológicas y comunicativas puede transmitir a sus estudiantes de manera didáctica la información con respecto a su área de conocimiento, Así mismo, incluye para el proceso de formación en emprendimiento; la planificación del proceso de enseñanza-aprendizaje, La competencia comunicativa, el uso las Tecnologías de Información y Comunicación, el diseño de metodologías innovadoras organizando actividades teórico - prácticas, el acompañamiento continuo mediante un proceso mediador y orientador y por último el proceso de evaluación continua.(Zabalza, 2003)

El proceso de formación de emprendedores, por lo tanto, necesita profesionales que no solo transfieran conocimientos, sino que motiven actitudes de análisis que potencien el desarrollo práctico de los mismos.

7.2.5 La Relación Universidad-Empresa.

La relación entre la academia como institución del conocimiento y la empresa, siempre ha sido una constante desde los inicios de la misma educación ya que es a través de la ciencia que el ser humano ha podido avanzar en todas las áreas del conocimiento.

Esta relación se puede catalogar como un círculo virtuoso en el que se van incorporando los nuevos descubrimientos científicos a la cátedra y al discurso de las universidades que, por medio del análisis crítico y exhaustivo, se perfeccionan esos descubrimientos científicos haciéndolos más eficientes y de esta manera optimizar de una mejor manera los recursos de la economía.

A comienzos del siglo XX las universidades, en especial universidades norteamericanas, reportaron una cantidad importante de patentes, las más interesantes desde el punto de vista comercial eran las patentes registradas en el área de electrónica, que pusieron en evidencia una oportunidad única para ser explotadas y comercializadas, convirtiendo esta función necesaria de las universidades en una fuente de ingresos que fortalecería aún más a cada institución.

Algunos autores opinan que, a raíz de la utilización del producto intelectual de las universidades e investigadores para fines bélicos, como es caso el desarrollo de la bomba atómica en la segunda guerra mundial, a mediados del siglo XX se evidenció un retroceso momentáneo en esta dinámica al restringir la participación de los docentes universitarios con la industria e impedir su contratación o asesoría argumentando derechos de propiedad intelectual y distorsiones en esta dinámica.

Sin embargo, rápidamente después de la guerra, esta situación se ha venido extinguiendo y reestableciendo esta comunicación cuando la universidad evidenció una valiosa oportunidad al comercializar el componente investigativo como un servicio que se produce por excelencia al interior de cada institución de educación superior.

Es así como, desde finales del siglo XX, países como España que mostraban un rezago en esta comunicación, adelanto esfuerzos para restablecerla:

España, país con un nivel tecnológico medio, se ha sumado a la tendencia internacional de favorecer y fomentar la interacción universidad- empresa. Los cambios legislativos producidos desde que se promulgó la Ley de Reforma Universitaria en 1983, la Ley de la Ciencia de 1986, la creación de las OTRI en 1988, la Ley de Ordenación Universitaria de 2001 y la reforma de esta Ley en el 2007 han ido en esa dirección (Beraza Garmendia & Rodríguez Castellanos, 2007, p.36)

Es así como una de las principales preocupaciones y funciones de las universidades radica en establecer mecanismos eficientes que permitan una adecuada transferencia del conocimiento derivada de las investigaciones y los descubrimientos científicos hacia la sociedad en general.

La educación superior tiene gran responsabilidad ante la sociedad, pues exige producir conocimientos que les permitan a los estudiantes y egresados generar soluciones creativas a los problemas que la aquejan. Las universidades se convierten entonces en proveedoras de mano de obra intelectual calificada para el desarrollo del país, (Guerra Triviño et al., 2015)

De esta manera, en las universidades se han establecido las unidades de emprendimiento como parte de los programas de extensión, con el fin de transmitir el conocimiento, ya que la sociedad como un todo, debe reproducir o transformar la sociedad a través del cambio generacional, dando sentido a los recursos que la misma sociedad invierte en la educación, especialmente en la educación superior como generadora de cambios.

Entonces, la universidad como institución, debe transformar la sociedad como un todo, no solo en todas las áreas del conocimiento, también en términos de igualdad de oportunidades, creación de valores sociales y culturales, fomento de las libertades políticas, sociales, culturales, religiosas, y en fin en todas las dimensiones del ser humano.

Sin embargo, los directivos y gerentes de las distintas industrias, tienen el compromiso permanente con las empresas que dirigen de mantenerlas competitivas con el fin de que no desaparezcan del mercado, minimizar costos y maximizar el beneficio de los recursos, por esta razón, deben estar al tanto de cualquier avance científico o tecnológico que represente una innovación que constituya una nueva oportunidad productiva o un perfeccionamiento de los procesos de producción existentes. Debido a esto, la interacción del sector empresarial y las universidades, es cada vez más estrecha.

En este sentido, muchas empresas, después de alcanzar grandes capitales, incorporan en sus actividades un departamento especializado dedicado a la investigación y al desarrollo de cualquier medio que constituya una innovación en su línea de producción.

No obstante, es en las universidades en donde se evidencia el ambiente más propicio para el surgimiento de nuevos conceptos y de innovaciones de todo tipo, ya que la construcción de conocimiento de forma agregada y concentrada, promueve el desarrollo de un ambiente científico y académico como externalidad positiva mientras se alcanzan los objetivos curriculares.

7.3 MARCO LEGAL

Para identificar la relación del emprendimiento en los procesos de formación en la educación superior, es importante contextualizar acerca de la normatividad establecida para su implementación. A continuación, se referencia de manera cronológica con el fin de entender el proceso y transformación que se ha desarrollado en las IES:

Tabla 3. Normas que regulan el emprendimiento

NORMA	OBJETIVO
Ley 30 de 1992 (Congreso de la República).	La ley propone cambios en el quehacer de las instituciones de educación superior, con el objetivo de que se ponga a tono con la apertura económica encaminándolas al desarrollo de nuevas tecnologías y procesos de formación donde los egresados sean más competitivos.
Ley 1014 de 2006 (Congreso de la República)	Ley de emprendimiento, cuyo objetivo es promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, con el que se trabaje en conjunto sobre los principios y valores que define la Constitución y los que establece esta Ley.
Acuerdo 03 de 2014 (Consejo Nacional de Educación Superior CESU)	Contempla los lineamientos para la acreditación institucional, los procesos académicos, la investigación, la creación artística y la pertinencia e impacto social.
El Decreto 1280 de 2018 (Ministerio de Educación)	Reglamenta el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior y establece, entre otros, los registros calificados de programas de educación superior, su oferta y desarrollo.
Acuerdo 01 de 2018 (Consejo Nacional de Educación Superior CESU)	Actualiza los lineamientos para acreditación de alta calidad institucional y de programa de pregrado.

CONPES 2018 (Consejo Nacional de Política Económica y Social)	Define las estrategias de implementación de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) en Colombia, que constituyen un elemento integrador de todas las agendas en materia de desarrollo y un marco que permite alinear de manera coherente acciones públicas y privadas en torno a un objetivo común.
Plan Nacional de Desarrollo de 2019- 2022,	De acuerdo con las directrices del Departamento Nacional de Planeación (DNP) declara la importancia de la innovación y el emprendimiento como ejes estratégicos del desarrollo.
Plan de Desarrollo de la Ciudad de Bogotá 2016-2020	Presenta como segundo eje transversal el desarrollo económico basado en el conocimiento. Su propósito es generar un entorno urbano económico y social adecuado para el desarrollo de actividades de innovación, ciencia y tecnología de las comunicaciones, con el fin de posicionar internacionalmente a la capital, como ciudad innovadora.
Ley 1838 de 2017 de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (spin off)	Promueve el emprendimiento innovador y de alto valor agregado en las Instituciones de Educación Superior (IES), que propenda por el aprovechamiento de los resultados de investigación y la transferencia de conocimientos a la sociedad como factor de desarrollo humano, científico, cultural y económico a nivel local, regional y nacional.

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar esta normatividad provee de un marco que facilita la investigación en temáticas de la empresa, la innovación, la creatividad. La universidad con su propósito de formación integral, el desarrollo el desarrollo del sentido de pertenencia a la comunidad, el trabajo en equipo, la solidaridad y asociatividad, así como la innovación y la investigación, son principios que define la Ley 1014 y su proyecto de actualización para el desarrollo de proyectos de emprendimientos productivos y emprendimientos sostenibles en las perspectivas social, cultural, ambiental y regional.

8 METODOLOGÍA

8.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se desarrolló mediante el método cualitativo, entendido como “un proceso inductivo donde la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en detrimento del empleo de un instrumento de medición predeterminado” (Hernández Sampieri et al., 2016). De acuerdo con lo señalado por los autores, la investigación de tipo cualitativo centrada en agentes sociales (Unidades de innovación y emprendimiento) hace referencia a la recolección de datos de tipo descriptivo, es decir, características o cualidades del objeto de estudio para el análisis realizado.

8.2 ENFOQUE

La investigación se situó en un enfoque del ámbito Descriptivo - reflexivo sobre la forma cómo se articulan los procesos de formación, investigación y proyección social en emprendimiento en las universidades pertenecientes a la Red de Universidades de la Región del Alto Magdalena, donde se buscamos indagar sobre los modelos y experiencias de éxito en la integración del emprendimiento con los programas de formación profesional ofertados.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, -comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar (Econ & Villafuerte, 2010). Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así -y valga la redundancia- describir lo que se investiga. (Hernández Sampieri et al., 2016,p.71). A partir de lo señalado, la investigación de tipo descriptivo corresponde a la interpretación de la información, característica del objeto de estudio en cuanto a su comportamiento y demás factores que le rodeen.

8.3 POBLACIÓN MUESTRA- UNIDAD DE ANÁLISIS

Para el presente estudio se seleccionaron 5 de las universidades pertenecientes a la Red de Universidades del Alto Magdalena, 2 públicas: La Universidad Surcolombiana y la Universidad de Cundinamarca y 3 privadas: la Universidad de Ibagué, UNIMINUTO Seccional Neiva y Universidad Piloto- Seccional Alto Magdalena. En cada una de ellas con dos funcionarios (que lideran o conocen desde la administración los procesos y naturaleza de las unidades) que participaron activamente en la entrevista virtual realizada como instrumento principal de la investigación.

8.3.1 Criterios de selección

En la selección de las universidades se tuvieron en cuenta tres aspectos: (1) Que las universidades objeto de estudio prestaran su servicio de formación de educación superior en la Zona del Alto Magdalena sin determinar su presencia como sede principal o seccional; (2) se tuvo en cuenta que estuvieran vinculadas en la actualidad a la Red de Universidades del Alto Magdalena, por ser un organismo de la región que trabaja articuladamente con las universidades públicas y privadas en la mejora continua y el desarrollo de programas educativos enfocados a los objetivos de desarrollo integral; y por último (3) Se seleccionó una muestra de acuerdo a su carácter público o privado, para también poder identificar las relaciones o diferencias que se presentan en relación a los factores determinantes en los procesos de fomento de la innovación.

8.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el proceso investigativo, se utilizaron dos instrumentos de recolección de la información:

8.4.1 La Entrevista

Definida como “la conversación de dos o más personas en un lugar determinado para tratar un asunto. Técnicamente es un método de investigación científica que utiliza la

comunicación verbal para recoger informaciones en relación con una determinada finalidad,” Grawitz, 1984 (citado por López Estrada & Deslauriers, 2011).

La entrevista en el método de investigación cualitativa son flexibles y dinámicas, llamadas según Taylor y Bogdan (2000), entrevistas en profundidad, entendidas como “encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos a hacia la comprensión de las perspectivas que tiene el informante frente a diferentes casos de estudio, explicándolos con sus propias palabras”; esto permite en el presente estudio el desarrollo de una entrevista semi estructurada, mediante el establecimiento de unas preguntas básicas, anexo 1, dando la oportunidad al entrevistador y entrevistado en ahondar en temas específicos que consideren importantes dentro del conversatorio. Debido a la coyuntura que vive el mundo y a la que no es ajeno nuestro país las entrevistas se aplicaron vía virtual por medio de la aplicación Zoom y fueron grabadas (anexo 4- evidencia en imagen) para su posterior análisis.

8.4.2 Matriz de Rastreo de la información:

Permitió identificar en las unidades de emprendimiento e innovación (universidades), la información pertinente al modelo de fomento-enseñanza – aprendizaje utilizada en los procesos de formación en emprendimiento e innovación que las universidades están utilizando, este documento está constituido por dos unidades fundamentales: (1) la unidad de análisis formal (realiza la descripción general de la universidad) y (2) la unidad de análisis de contenido, donde se describe el modelo de formación, la metodología y las experiencias significativas desarrolladas en torno al tema de investigación. Anexo 2

8.4.3 Sistema de análisis de la información

Dentro del marco de la investigación cualitativa, se usó la triangulación de datos, definiendo el término “triangulación” desde la visión de Denzi (1990) como: “la aplicación y combinación de varias metodologías de la investigación en el estudio de un mismo fenómeno” (p.297), de acuerdo a este concepto, se toman los métodos usados en el proceso de recolección de la información en la presente investigación que incluye: la matriz de

información y la entrevista, que permite hacer una comparación y análisis de la información sobre los modelos y procesos presentados por las IES frente a la percepción de los encuestados sobre el emprendimiento en la formación de jóvenes y adultos en dentro de su rol en los procesos de enseñanza – aprendizaje.

Para el análisis de la información, se establecieron las variables que se centraron en la cualidad, condición o característica (no cuantificables), los cuales nos permitieron identificar la realidad del emprendimiento en el entorno universitario, tabla 4, y las categorías de análisis, que están incluidas en los instrumentos de recolección, con el fin de clasificar la información obtenida y poder correlacionarla acorde a los resultados:

Tabla 4. Relación de las categorías de análisis

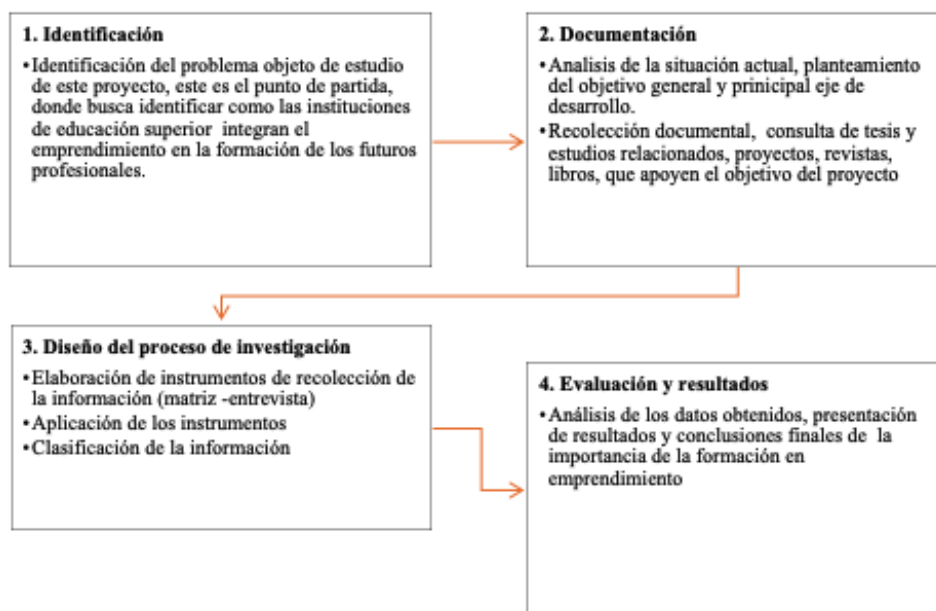
Categorías de análisis	Código	Técnicas e instrumentos	Descripción
Modelo pedagógico	C1		Integración del modelo con el emprendimiento
Unidades o áreas de emprendimiento	C2		Caracterización de los programas enfocados en el emprendimiento
Desarrollo de estrategias de emprendimiento en la formación	C3	Matriz Documental	Planes de formación diseñados en emprendimiento
Conocimientos y experiencias de emprendimiento	C4	Entrevista	Personal capacitado en los procesos de formación
Concepción de la innovación	C5		Comprensiones alrededor del concepto de innovación
Prácticas desarrolladas	C6		Prácticas articulación investigación- innovación- emprendimiento.
Experiencias significativas	C7		Experiencias de egresados con experiencias de emprendimiento

Fuente: Elaboración propia

Una vez revisadas las categorías de análisis planteadas y ajustadas al encuentro con los actores entrevistados, se agregó la relacionada a la concepción de la innovación y pasamos a organizar la información en Atlas ti y clasificar la información de manera manual, realizando un análisis cualitativo de la información obtenida, mediante la organización, reagrupación y gestión de los documentos primarios de manera creativa y al mismo tiempo sistemática, generando redes conceptuales que permitió hacer comparaciones entre documentos, en este caso los videos de las entrevista y la matriz documental, para finalmente extraer conclusiones basadas en los objetivos y tema central de la investigación.

8.5 FASES DE LA INVESTIGACIÓN

Figura 3. Fases de proceso investigativo



Fuente: Elaboración propia

9 RESULTADOS

Los resultados planteados son el fruto del análisis de los instrumentos aplicados en las cinco unidades de emprendimiento, las cuales fueron seleccionadas por su incidencia directa en el desarrollo de los procesos de fomento del emprendimiento y la innovación y del análisis de diez líderes entrevistados. Sin duda cada caso enriqueció la mirada desde la cual se logró comprender factores claves que son determinantes en la generación de emprendimientos universitarios con componente innovador, los mismos que se fueron extrayendo teniendo en cuenta las categorías planteadas inicialmente (Tabla 4) y también fueron surgiendo de las conversaciones con las personas, sus experiencias y conocimientos, así como de las experiencias del investigador.

9.1 CARACTERIZACIÓN Y PRÁCTICAS DE ARTICULACIÓN

Cada unidad de emprendimiento fue explorada mediante dos instrumentos de investigación que aportaron desde el análisis de categorías, toda la información relevante para caracterizarlas y comprender las practicas que pueden articular emprendimiento, innovación e investigación.

Las dimensiones para presentar la información de la caracterización elegidas son: Origen de la unidad, la forma como conciben la innovación, el portafolio de servicios, el relacionamiento con el ecosistema del emprendimiento interno-externo y las estrategias que implementan para el fomento del emprendimiento y la innovación y la forma como se articulan.

9.1.1 Universidad de Cundinamarca- Centro de Innovación Tecnológica y Gestión Organizacional

Esta Unidad de Emprendimiento es el fruto del trabajo y aportes de docentes líderes en la temática, pero también del creciente interés de los estudiantes por materializar sus ideas, ideas que se empiezan a crear y gestar en el marco de eventos como el Startup Weekend.

A mediados del año 2013 se da el paso fundamental de formalizar el núcleo temático de emprendimiento y se empieza a migrar de un modelo en el que no había articulación ni transversalidad llamado Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial (CEDEM) al Centro de Innovación Tecnológica y gestión organizacional (CITGO), este último como unidad de emprendimiento en cada seccional de la Universidad de Cundinamarca con una cobertura más amplia que incluía 33 programas de pregrado.

La unidad va tomando fuerza a través de los eventos, foros, congresos, semana universitaria y va recibiendo especial relevancia en la comunidad académica, también con el último plan rectoral el emprendimiento se convierte en un eje que culmina en una política institucional, ya que con el Modelo Educativo Digital Transmoderno, el estudiante tiene múltiples y diversos campos de aprendizaje entre los que se encuentra el institucional, en el cual se empieza a organizar todo el proceso para la formación desde que inicia, en este campo también llamado “campo de aprendizaje institucional, de emprendimiento e innovación” conformado por una serie de créditos que van formando al estudiante. Allí se encuentra representada la Unidad de Emprendimiento, si el modelo se ejecuta correctamente y permite contrastar la teoría con la práctica, en el proceso de perfilar estudiantes emprendedores e innovadores.

El CITGO se encuentra actualmente adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas y Contables, pero presta servicios para toda la Universidad ya que el “campo de aprendizaje institucional, de emprendimiento e innovación” aplica a todas las seccionales y programas.

Se concibe en el CITGO la innovación muy de la mano de la creatividad, una innovación desde el hacer, donde es clave la sensibilización en cómo derribar paradigmas. Consideramos que por naturaleza el ser humano es creativo e innovador, imaginamos, hacemos y somos creativos, concebimos la innovación desde el hacer no solo desde productos y servicios, tecnologías y procesos sino desde el ser, hablamos del arcoíris de la innovación, a los estudiantes les enseñamos que se innova desde su propio ser, buscando que ayuden a mejorar la vida de las personas que los rodean, también desde el punto de vista organizacional, innovación es todo lo que genere cambios significativos en la cadena productiva, entonces todas las actividades que programa CITGO, tiene que sumar en el

estudiante para que tenga la capacidad de que su organización genere algo nuevo, ese cambio significativo para mejorar los resultados de las organizaciones. ¿si no innovo como persona cómo podría lograr innovación?

Los profesores adscritos al Centro también están encargados de las temáticas de la interacción universitaria y proyección social, actualmente trabajan en acciones como Ruta G con Cámara de Comercio de Girardót, hacen parte de la RUAM “Red de Universidades del Alto Magdalena”, también de REUNE “Red Universitaria Nacional de Emprendimiento” y la Asociación Colombiana de Facultades de Administración ASCOLFA. Las entidades gubernamentales entran a pedir apoyo con eventos y capacitaciones, realizan acciones de la estrategia CUE “Centro Universidad Empresa” con un evento quincenal llamado “En Junta”, en el cual mediante un Facebook live se invita a un especialista, un experto o un empresario a tratar temáticas de interés para la comunidad universitaria. Hacen parte de la organización del mismo la Universidad, la Cámara de Comercio y algunos empresarios, este año se extendieron los servicios de asesoría en emprendimiento a la comunidad en general en articulación con la Cámara de Comercio. El objetivo final, es trabajar y participar en estos espacios de articulación con proyectos que generen resultados a los programas académicos y a la visión del Centro de Emprendimiento.

Los servicios del portafolio que se pueden prestar son:

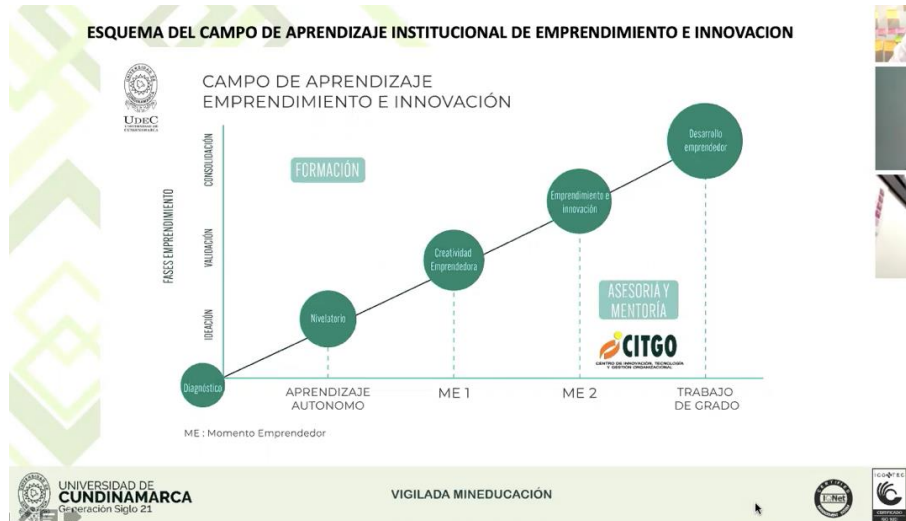
- Consultoría en emprendimiento, innovación, mercadeo y en general en las áreas relacionadas con las ciencias económicas, contables y administrativas.
- Mentorías para emprendedores con un mayor nivel de profundidad y que buscan sensibilizar. En este servicio se integran además de los profesores, expertos externos que se conectan de manera digital tanto al interior como de manera externa al departamento.
 - Eventos, foros, conferencias y eventos similares.
 - Alianzas estratégicas, ya que el CITGO es el encargado de identificarlas y presentarlas a la Universidad.

- Generación de insumos para investigación, el emprendimiento y la innovación pueden producir muchos insumos que le pueden aportar a la innovación, por lo cual se prevé empezar a hacer desarrollos en estos campos
- Cultura emprendedora, que se trata de enseñar divulgar a través de metodologías en aulas de clase, pero también se atienden actores del sector externo. Actualmente se ofertan por Facebook Live talleres abiertos sobre Design Thinking.

Ruta Emprendedora en la Universidad de Cundinamarca

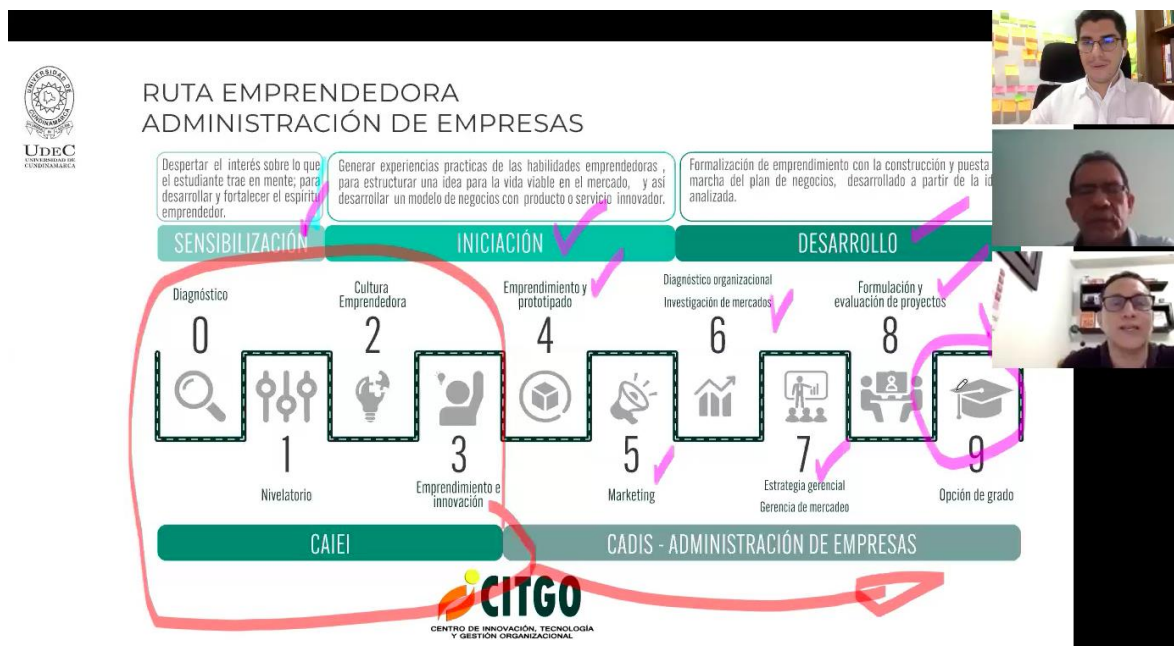
A partir del año 2021 la Universidad proyecta empezar la implementación de una ruta donde los contenidos desarrollados desde el CITGO serán implementados de manera transversal según la dosis y los componentes necesarios en cada programa académico. Estos cambios se dan para abordar las temáticas desde la práctica haciendo énfasis también en el componente digital, para que el modelo pueda contar con el respaldo docente se diseñó un diplomado con el cual se capacitarán cerca de 1200 profesores.

Figura 4 Campo de aprendizaje institucional en emprendimiento e innovación



Fuente: CITGO- Universidad de Cundinamarca

Figura 5 Ejemplo de ruta innovadora para el programa de administración de empresas



Fuente: Presentación en entrevista- CITGO- Universidad de Cundinamarca

Cada paso en la Ruta es un proceso que deberán llevar los estudiantes de todos los programas de la Universidad de Cundinamarca, del 0 al 3 son institucionales y del 4 al 9 son particulares del Programa de pregrado en Administración de Empresas, de igual modo cada programa podrá ampliar su oferta de académica en los pasos según sus necesidades puntuales, es uno de los beneficios del modelo.

En relación con la investigación, los docentes adscritos al CITGO, también hacen parte del grupo de investigación “Los Acacios”, que se encuentra en categoría C de COLCIENCIAS y opera en la Seccional Girardót de la Universidad de Cundinamarca en donde se trabaja permanentemente con los diferentes grupos, sin embargo, las acciones no se habían formalizado.

Desde el punto de vista de la Universidad como una organización social del conocimiento, es una Universidad que está muy comprometida con la comunidad, con el desarrollo de proyectos comunitarios, desde la función misional, actualmente como parte de la articulación se desarrolla con las empresas un diagnóstico de innovación en la empresa y con base en este se les brindan una serie de recomendaciones.

9.1.2 Universidad de Ibagué- Unidad de Emprendimiento

La Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Ibagué nace hacia el año 2005 de la necesidad de aprovechar la oportunidad que ofrecía el Fondo Emprender. Este fondo es una iniciativa creada por el Gobierno Nacional en el artículo 40 de la Ley 789 del 27 de Diciembre de 2002, que busca brindar apoyo financiero a los emprendedores jóvenes del país, aprendices, universitarios o practicantes que tienen ideas de negocios productivos y necesitan capital para poner sus proyectos en funcionamiento.

Este fondo es administrado por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, entidad encargada de manejar sus recursos y ofertar las convocatorias. Es por esto que la universidad no podía dejar pasar la oportunidad de que sus estudiantes pudieran aplicar y aprovechar los recursos que dicho fondo entregaba como capital semilla, ante lo cual nos pusimos contacto con el SENA, para obtener un usuario que permitiera tener una unidad de emprendimiento adscrito a dicho fondo, que se materializó hacia los meses de junio-Julio del mismo año.

En sus inicios la unidad de emprendimiento estaba adscrita al programa de Administración de Negocios Internacionales y contaba con una docente asignada con dedicación de medio tiempo para que coordinara la unidad, asistiera a las capacitaciones sobre el uso de la plataforma y algunos docentes que apoyaban con la asesoría de los primeros proyectos, como resultado de esta interacción nace la cátedra CEINFI, la cual estaba dirigida a los estudiantes del programa de Administración de Negocios internacionales inicialmente y posteriormente se ofertaría a toda la comunidad universitaria.

Con el transcurrir del tiempo y luego de asistir a varias capacitaciones en diversas instituciones, se recibió una muy importante asesoría de parte de la Universidad EAFIT de Medellín, la cual sirvió como referencia para que desde la unidad de emprendimiento de la Universidad de Ibagué se lanzara la primera versión del concurso de emprendimiento, el cual se realizó e hizo partícipe a todas las facultades y programas de la institución, este concurso a la fecha cuenta con 26 ediciones, convocada una cada semestre.

En el año 2012 la unidad de emprendimiento de la Universidad de Ibagué realizó la primera feria del emprendimiento institucional, en dicha feria podían participar todos los

estudiantes de la Universidad y ese mismo año se crearon cinco módulos orientados por la unidad de emprendimiento, los cuales buscaban fortalecer la capacidad emprendedora de los estudiantes. Los módulos que se ofertaron fueron: Desarrollo de un espíritu empresarial, Habilidades gerenciales, Innovación y desarrollo tecnológico, Generación de ideas con base tecnológica y Modelos de negocio o Planes de negocio. Estos módulos fueron evolucionando y afianzándose transversalmente en los diversos programas y en la actualidad se ofertan como asignaturas electivas ligadas al emprendimiento con una duración de 16 semanas de tiempo, al igual que cualquier otra asignatura y son orientadas por docentes con amplia experiencia en el sector empresarial.

Dentro de los servicios ofertados por la unidad de emprendimiento de la Universidad de Ibagué se cuenta con:

- Asesoría para estudiantes y graduados en temáticas del emprendimiento como la estructuración de ideas, plan de negocios o en fortalecimiento de empresas.
- Apoyo en temas técnicos como son: préstamo de laboratorios para pruebas químicas, uso de los laboratorios de la institución y servicio de los monitores entre otras.
- Opción académica de emprendimiento con 5 módulos, formación certificada en capacidades empresariales.
 - Modalidad de grado por proyecto de emprendimiento
 - Desarrollo de investigaciones sobre emprendimiento
 - Feria del Emprendimiento
 - Emprende al aire con emprendedores egresados que cuentan su historia en el patio de banderas.
- Cartilla voces emprendedoras, surge como una iniciativa para visibilizar la labor y servicios de la Unidad de Emprendimiento, impulsando el espíritu y cultura emprendedora en la Universidad de Ibagué, por medio de seis historias de éxito apoyadas por la Unidad, motivar y desarrollar competencias que permitan a futuros emprendedores llevar a cabo sus ideas de negocio, permitiéndoles adquirir una perspectiva amplia sobre el proceso de emprender los retos y desafíos que esto lleva consigo.

En la actualidad la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Ibagué, cuenta con una estructura orgánica definida de la siguiente manera: Depende del Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, quien designa a un docente de medio tiempo para que realice las labores de coordinación, y cuenta con un analista, un auxiliar y un practicante quienes están a cargo del fomento de la innovación y el emprendimiento al interior de la institución, así como de la interacción con los demás actores del emprendimiento a nivel local, regional y nacional como lo son: Las universidades e instituciones de educación superior del Municipio, Alcaldía de Ibagué, La Cámara de Comercio de Ibagué, el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, la red de emprendimiento del Tolima “RETO”.

Para la Universidad de Ibagué la innovación se concibe como “el paso siguiente a la creatividad y responde fielmente a la implementación de las ideas y no dejarlas en el papel. Se cree en la Unidad que todas las personas pueden ser creativas, pero muy pocas son innovadoras, se cree que los innovadores son aquellos que dan el paso siguiente y logran poner en funcionamiento esa idea de negocio que tiene una propuesta de valor diferente”.

En la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Ibagué se tiene muy presente y es consciente de la importancia de la articulación con las demás dependencias que conforman la Institución, es por eso que se ha trabajado en proyectos de investigación como lo son: la investigación sobre emprendimientos rurales y la investigación sobre ¿cuál es el principal factor para el no éxito del emprendedor? Y en cuanto a la proyección social realizamos convenios con la alcaldía de Ibagué para ofertar un diplomado dirigido a la población LGTBI de la ciudad y se realizó un convenio con la Fundación Grupo Social para ofertar un diplomado para población en situación de riesgo.

Las estrategias utilizadas por la unidad de emprendimiento de la Universidad de Ibagué para alcanzar su posicionamiento encontramos las siguientes: La vinculación de asignaturas que fomentan e incentivan la innovación y el emprendimiento, la opción de grado por proyecto de emprendimiento, El desarrollo de ferias y concursos que ayudan a sensibilizar y visibilizar la importancia de la innovación incremental y el emprendimiento.

9.1.3 Corporación Universitaria Minuto de Dios - Centro Progresia EPE- Unidad de Emprendimiento

Con base en la filosofía de la Universidad y del fundador padre Rafael García Herreros para que las personas pasen de condiciones de vida menos dignas a más dignas, se empieza a trabajar en la concepción de los CENTROS PROGRESA en el año 2016. Para este momento se generan nuevos liderazgos al interior de la Universidad con el fin de integrar los procesos de Empleabilidad, Prácticas y Emprendimiento, la creación fue concretada mediante una resolución rectoral; la cual le dio apertura oficial en Febrero del 2017 iniciando con los centros de Bogotá, Neiva, Ibagué, Cali y Bello, se montó de tal manera, que fuera una estructura académico administrativo en una infraestructura cómoda, cambiando la idea de que el emprendimiento era un relleno. Las primeras actividades fueron las muestras empresariales que permitieron ir posicionando entre los estudiantes los servicios.

Actualmente los Centros Progresia atienden tres procesos: Empleabilidad, Prácticas y Emprendimiento.

En la ciudad de Neiva se cuenta con un líder y 3 docentes: encargados de las asesorías a iniciativas de emprendimiento, también hay 3 docentes encargados de las asesorías de vicerrectorías en las sedes Sur y se puede contar además con docentes de las diferentes facultades de acuerdo al enfoque al que estén dirigidos los proyectos

El objetivo de la Unidad de Emprendimiento es “Lograr que los estudiantes puedan crear empresa, logren generar autoempleo y a la vez empleo para mejorar las condiciones de vida”

Al interior de la Universidad, la unidad es una estrategia de proyección social que funciona para apoyar a los diferentes programas y ha ido ganando un reconocimiento especial, buscando siempre motivar a los estudiantes hacia el emprendimiento, de esta manera, se ha ido formando la ruta del emprendimiento.

Con el ecosistema externo la unidad de emprendimiento se relaciona a través de la Red Huila Emprende, también se cuenta con el convenio de articulación con la Cámara de

Comercio en temas de propiedad intelectual, se cuenta también con un convenio en proceso con la Secretaria de las TIC de la alcaldía de Neiva y en permanente mantiene contacto con la Oficina de Competitividad y Productividad de la Gobernación del Huila.

Se ha construido en estos 3 años de existencia un portafolio de servicios para la comunidad:

1. FORMACION EN COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

- Acompañamiento de asignaturas transversales de emprendimiento que son:
 - ✓ Innovación y creatividad para la generación de empresa
 - ✓ Estructura de plan de negocios
 - ✓ Emprendimiento
- Creación de electivas con énfasis en emprendimiento e innovación

2. ASISTENCIA TECNICA EN EMPRENDIMIENTO

- Asesoría en las etapas de:
 - ✓ Ideación
 - ✓ Plan de negocio

3. SENSIBILIZACION Y CULTURA DE EMPRENDIMIENTO

- Es clave de desarrollo de eventos:
 - ✓ Muestras empresariales
 - ✓ Ferias de emprendimiento
 - ✓ Conferencias
 - ✓ Talleres
 - ✓ Capacitaciones

4. ACOMPAÑAMIENTO EN LA BUSQUEDA DE FUENTES DE FINANCIACION

- Trabajan en articulación con la Cooperativa Minuto de Dios
- Unidad externa Fondo Emprender

5. PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA

Se acompaña al emprendedor en sus procesos de ejecutar y empezar su etapa productiva

En la Corporación Universitaria Minuto de Dios se concibe la innovación también desde un punto de vista social, se podría decir que es un aspecto fuerte, por lo cual hablar de innovación es hablar de un proceso que permite identificar un problema o necesidad dentro del entorno y a partir de ello, generar una solución para mejorar una condición de vida de una comunidad, lograr impactar en el mercado con un producto o servicio para satisfacer necesidades.

La innovación debe ser:

- Replicable
- Sostenible
- Generar cambios permanentes
- Contener componentes diferenciadores

Se quiere evidenciar el impacto de la unidad tomando en cuenta que desde su creación mas de 20.000 estudiantes han sido formados con orientación hacia el emprendimiento y la innovación y mas de 500 estudiantes han conseguido a través de Centro Progres a un acompañamiento técnico para sus proyectos empresariales.

9.1.4 Universidad Surcolombiana- Centro de Emprendimiento e Innovación

El Centro de Emprendimiento de la Universidad Surcolombiana surge como una iniciativa del profesor Rafael Armando Méndez Lozano apoyado por el Egresado Dairo Enrique Fuentes Vargas, el docente desde su llegada al Departamento del Huila se interesó en apoyar las problemáticas económicas y sociales de la región, por tal motivo después de varios años de investigación y giras por diferentes unidades y centros de emprendimiento de universidades del país, logró consolidar como resultado de un proyecto de investigación, un documento que posteriormente dio origen a una publicación donde compilaba las experiencias y visiones relacionadas con el emprendimiento y la innovación.

El documento denominado “Emprendimiento. Una estrategia de desarrollo institucional” sirvió como soporte para sensibilizar y comprometer a las directivas de la Universidad Surcolombiana en la temática del emprendimiento como una necesidad sentida de la región y el país, para complementar las actividades de formación profesional de los estudiantes, fortalecer las competencias de los graduados, articular esfuerzos con los docentes y generar ambientes propicios para iniciar el proceso de construcción de una cultura del emprendimiento al interior de la Universidad.

En el año 2015, después de sustentar el proyecto en diferentes espacios de discusión de la Universidad, se logró que mediante el Acuerdo 004 de 2015 emitido por el Consejo Superior Universitario, la creación del Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Surcolombiana, adscrito a la Vicerrectoría de Investigación y Proyección Social. Además, se concibió desde un principio la importancia de que el Centro de Emprendimiento e Innovación, quedara incluido en la estructura orgánica del Alma Mater y quedará como una Unidad en el Plan de Desarrollo Institucional. Este fue un logro muy importante para este Centro, ya que esto permitió permear las siete facultades de la Universidad e interactuar con diferentes actores de la comunidad universitaria (estudiantes, graduados, docentes y colaboradores).

La estructura del Centro está conformada según el acuerdo de creación por un director que puede ser un docente de tiempo completo de la Universidad con una descarga de horas para atender las responsabilidades de dirección y liderazgo, 3 profesionales expertos en temáticas de emprendimiento e innovación para que acompañen los procesos de asesoría a emprendedores y empresarios, una asistente administrativa y 6 monitores académicos de diferentes áreas del saber para que complementan los procesos y actividades del Centro de Emprendimiento. Los monitores prestan sus servicios por un semestre y máximo dos semestres, práctica que permite también contar con la participación de estudiantes de diferentes programas académicos, seleccionados por concurso.

El Centro se creó con el fin de promover y gestionar la cultura del emprendimiento y la innovación en la comunidad, por medio de la estructuración de iniciativas que aporten soluciones a las problemáticas sociales y económicas de la región, mediante la creación de

productos o servicios novedosos que puedan ser atendidos por un mercado. Para lograr este objetivo la interdisciplinaridad ha jugado un papel fundamental en la concepción del Centro de Emprendimiento en los años que lleva trabajando, en el cual se promueve el trabajo en equipo interdisciplinar donde los saberes se complementan a la hora de emprender ideas de cualquier tipo, sean sociales, empresariales, artísticas, deportivas, culturales, ambientales entre otras.

La filosofía del Centro está enmarcada en el trabajo en equipo, representado desde su creación y representación en un diseño de su logo institucional por un panel de abejas, que es una invitación a la articulación de las siete facultades trabajando en un solo propósito, generar ideas disruptivas que puedan generar desarrollo y competitividad para la región e impactar positivamente las diferentes sedes de la Universidad en los municipios de Neiva, Garzón, Pitalito y La Plata.

Para el Centro de Emprendimiento e Innovación que opera bajo el lema: Idea, construye, transforma, las ideas que se gesten y se construyan por parte de la comunidad deben estar permeadas por la innovación, es decir se debe propender porque las iniciativas incorporen componentes novedosos, diferenciadores, disruptivos en los productos o servicios que se diseñen. También deben evidenciar la aplicación del conocimiento y una apertura mental para la gestión del cambio a partir de la creatividad, que es el punto de partida para generar la mayor cantidad de ideas con componentes novedosos.

La innovación juega un papel fundamental en el crecimiento de las organizaciones, de tal modo que se debe propender para que las ideas que surjan y sean acompañadas del Centro tenga relación con la concepción que tiene el Centro, donde las personas converjan para el desarrollo de nuevos productos, servicios, procesos y modelos de negocio que exploren nuevos canales de comercialización, nuevas experiencias, re-diseños de procesos, se permeen mercados no explorados y se establezcan nuevas alianzas que logren que esas ideas se puedan explotar en un mercado.

Para lograr la innovación y los objetivos del Centro, se ha estructurado un portafolio de servicios que permite ofrecer servicios de:

- Sensibilización en emprendimiento e innovación a la comunidad universitaria y al entorno, este es uno de los pilares fundamentales de atención tomando como base que para llegar al emprendimiento y la innovación primero se debe hablar de estos temas, por tal motivo el Centro desarrolla diferentes actividades como talleres, foros, eventos, botcamps, campamentos de emprendimiento para fortalecer las capacidades de la comunidad.
- Capacitación en emprendimiento e Innovación por medio de cursos especializados para que los emprendedores y empresarios fortalezcan sus capacidades para emprender e innovar.
- Concursos y ferias de emprendimientos que buscan incentivar y premiar las iniciativas novedosas al interior de la Universidad.
- Asesoría y acompañamiento a emprendedores y empresarios desde una etapa muy básica hasta una etapa más avanzada.
- Consultoría especializada que surgen de las necesidades de las empresas públicas y privadas que buscan asesoría y acompañamiento.
- Estructuración de proyectos para buscar fuentes de financiación.
- Procesos de investigación que se articulan con la formación y la proyección social.

A partir de la experiencia y trabajo en los últimos años el Centro de Emprendimiento ha logrado posicionarse y articular esfuerzos con las diferentes facultades de la Universidad, cada día son más los docentes y estudiantes que se vinculan a las actividades que realiza el Centro, desde las monitorias académicas donde estudiantes de diferentes áreas del saber realizan sus prácticas y apoyan actividades que realiza el Centro hasta los docentes que son partícipes de eventos de cultura de emprendimiento en sus facultades.

Se han tenido experiencias significativas de articulación como la Semana de INNOVAEXPO, donde todos los años en una semana se comparte con docentes y estudiantes de determinadas facultades con talleres y eventos de expertos en una temática diseñada para esos programas y cómo a partir de sus conocimientos, se pueden generar

emprendimientos de altos de impacto. Tal ha sido la articulación con el ecosistema interno que 4 de las 7 facultades cuentan con una modalidad de grado en creación y fortalecimiento de empresa, es decir que los estudiantes pueden optar por realizar un proyecto de emprendimiento o fortalecimiento y de este modo obtener su título profesional y posteriormente acudir a una fuente de financiación para operacionalizar su iniciativa.

A nivel externo el Centro de Emprendimiento juega un papel fundamental en el ecosistema del emprendimiento, teniendo en cuenta que es líder en la “Red de Emprendimiento Huila Emprende” donde participan cerca de 22 instituciones públicas y privadas que diseñan estrategias para fortalecer iniciativas de emprendimiento que se gestan de las diferentes instituciones, además hace parte de la “Red de Universidades del Alto Magdalena” RUAM, donde el Centro lidera el nodo de emprendimiento y participa activamente en los procesos de capacitación de los estudiantes y docentes que hacen parte de la red, también forma parte de la red REUNE que es la red de emprendimiento de las diferentes universidades en el nivel nacional.

En el Departamento del Huila constantemente se tienen acercamiento a las Alcaldía y la Gobernación, con el fin de propiciar espacios de fortalecimiento a los emprendedores y empresarios de la región, por este motivo se han realizado diferentes alianzas con el fin de generar espacios de formación que fortalezcan las capacidades de emprender e innovar en los diferentes municipios principalmente donde hace presencia la Universidad Surcolombiana.

Finalmente se puede mencionar que la Universidad Surcolombiana y el Centro de Emprendimiento, han estructurado estrategias basadas en la experiencia e investigación de los diferentes actores del emprendimiento. En primera medida las actividades de sensibilización son importantes para que la comunidad conozca y diferencie el emprendimiento de alto impacto. Este es el primer camino para llegar a la innovación, cuando las personas se concienticen de que este tema es importante en su proyecto de vida, se debe impactar con capacitaciones que fortalezcan sus competencias alrededor de la innovación, para posteriormente acompañar las iniciativas dependiendo de su nivel de avance y lograr los cambios necesarios en las formas de pensar para que de la mano con los

asesores se construyan ambientes propicios para la innovación y se vean materializados en la explotación de las buenas ideas para que sean acogidas por un mercado.

Es importante señalar, que el Centro de Emprendimiento e Innovación desde sus orígenes, se concibió como una unidad que facilita la articulación de la academia, con la investigación y la proyección social, de ahí la importancia que se le da a la investigación como fuente de innovación y esta como sustento para dar origen a emprendimientos asociados al conocimiento.

9.1.5 Universidad Piloto Seccional Alto Magdalena - Centro de Emprendimiento

Aunque no cuenta esta seccional con una unidad o centro de emprendimiento formal, los decentes con su Intraemprendimiento trabajan entorno al tema del Emprendimiento y la innovación. Este caso en particular se analizó desde el punto de vista de los docentes líderes, por lo cual su propia historia de vida en el emprendimiento y la academia le permite comprender la importancia de las competencias de emprendimiento en los procesos de formación. Desde la concepción del Magister en Gerencia de Negocios Henry Alberto Matallana con formación de pregrado en Contaduría Pública y el Doctor en Educación Ulises Segura Barón, de formación de pregrado como Economista, se promueve la consolidación de la “Red de Universidades del Alto Magdalena” RUAM.

El profesor Henry Alberto Matallana, también ha adelantado estudios de Especialización en Revisoría fiscal y Especialización en Gerencia, ha complementado su formación con estudios en Neuromarketing y Emprendimiento y cuenta con una amplia experiencia en el sector Financiero, como gerente del Banco Bogotá Seccional Neiva, luego como Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales de la Universidad Piloto, y ahora desde la Vicerrectoría Académica Seccional Alto Magdalena. Concibe la innovación como “Ese empresario que quiere mejorar sus procesos y que busca permanentemente hacer algo diferente a lo que está haciendo”

Desde su experiencia como gerente del Banco Bogotá, conoció la realidad de los micro y pequeños empresarios y sus precarias condiciones para acceder a la bancarización; por eso, cuando llegó a la Decanatura en 2009, se propuso acercar el conocimiento de la

Universidad al empresario a través de espacios académicos generados en clases con los estudiantes.

Por su parte el Doctor en Educación Ulises Segura Barón, además de ser economista tiene Especialización en gerencia de proyectos, Especialización en educación ambiental y Especialización en docencia universitaria. Lleva 30 años vinculado a la Universidad Piloto; actualmente se desempeña como docente investigador y concibe la innovación como “la posibilidad real que tiene la sociedad de transformarse permanentemente”.

Durante estos 30 años ha tenido la posibilidad de aportar a la formación profesional de varias generaciones y reinventarse él mismo, como lo plantea cuando después de una charla con el Presidente de la Conciliatura de la Universidad, sobre la felicidad y la historia de creación de la Universidad, desde la visión de creador, rompe su esquema mental y logra identificar que en el proceso de formación profesional lo importante es el estudiante, su proyecto de vida y no una nota para una clase.

Desde estas dos concepciones de innovación diferentes de los dos profesores y que tanto les costo conciliar. El profesor Henry Alberto Matallana, desde sus espacios académicos impulsaba a sus estudiantes a realizar trabajos teórico-prácticos con empresarios a través de un diagnóstico desde cuatro aspectos: administrativo, contable financiero, mercado, y tecnologías de la información y la comunicación TIC. Estos aspectos fueron definidos previamente con base en una experiencia de trabajo con microempresarios del municipio de Anapoima y luego daría origen a un Diplomado.

Los estudiantes después de realizar el diagnóstico lo sustentaban a la Junta directiva itinerantes, que eran conformadas además del empresario y los estudiantes, por docentes de derecho, costos, tributario, para que desde el saber de cada uno propusieran soluciones, asesoraran y realizaran seguimiento de mejoras.

Esta práctica se institucionalizó más adelante en el programa “Apadrine un empresario” en el programa de Ingeniería Financiera, dando como resultado la feria del Emprendimiento, hoy en día conocida como “Plan B”

Hacia el entorno exterior en convenio con la Cámara de Comercio, la Universidad Piloto Seccional Alto Magdalena, dictaba el “curso de emprendedor empresario” dirigido a empresarios nuevos que se registraban en la Cámara de Comercio.

El profesor Ulises Segura Barón, alternativamente proponía que el emprendimiento debía ser el resultado final de la investigación, hasta que comprende que la Universidad debe promover las competencias necesarias a sus estudiantes, para que desarrollen su proyecto de vida, realizando emprendimiento desde cualquier disciplina del conocimiento.

Entendidas esas competencias como las blandas, relacionadas con el comportamiento, la actitud y las competencias duras con la técnica y aptitud y motivando al estudiante como un ser con potencial para integrar valor económico y por el valor social a través de sus proyectos. Desde esta perspectiva, se generó un documento maestro llamado “Hacia un modelo de emprendimiento piloto” que más tarde evolucionó hacia un documento maestro denominado “Construyendo emprendimiento piloto”.

Un evento que fue determinante en la conciliación de posturas, fue el trabajo realizado por Wadhvani Foundation, en cuanto a formación académica, hacia el año 2018-2019, que además del conocimiento conceptual y la teoría del entorno, generó credibilidad al interior de su institución. Producto de este trabajo se planteó la diferencia entre investigación, que se trabaja a través de semilleros de investigación y emprendimiento que se trabajan a través de clubes de emprendimiento.

Fusionadas estas dos experiencias dan como resultado el portafolio que ofrece la Universidad Piloto Seccional Alto Magdalena al día de hoy, que tiene definido el modelo de emprendimiento, como un emprendimiento dinámico e innovador. Y unas actividades institucionalizadas como:

1. Feria de Emprendimiento Plan B
2. Electiva institucional de emprendimiento dirigida a todos los estudiantes de la Universidad, con una intensidad de 2 horas semanales
3. Electiva institucional de creación de empresa y desarrollo del emprendimiento, con una intensidad de 3 horas semanales.

4. Voluntariado de profesores para asesorar investigación formativa y proyección social sobre emprendimiento, como opción de grado u opción de práctica empresarial.

La Universidad se relaciona con su entorno interior con dos actores principalmente, en primer lugar, con los docentes, transformando la mentalidad del profesor para que centre una atención en el estudiante y apoye el emprendimiento; y en segundo lugar con los estudiantes, motivándolos y suministrando las competencias necesarias para que desarrollen su proyecto de vida.

Con el entorno exterior se relaciona con varios actores, a nivel institucional principalmente con Cámara de comercio, pero también esta la Red Regional de Universidades, Red de Universidades del Alto Magdalena, el SENA y colegios privados y oficiales. El otro actor del entorno externo importante es el empresario, desde la vinculación a las prácticas académicas de los estudiantes, la capacitación a empresarios, o la articulación con el grupo de investigación GIREE, donde los semilleros acompañan a las empresas como socios o como Universidad con una participación de un porcentaje que será reinvertido en investigación.

9.2 EXPERIENCIAS SIGNIFICATIVAS DE EMPRENDIMIENTOS

Al abordar la temática en el marco de las conversaciones y entrevistas estructuradas, se evidenció un entusiasmo especial, al momento de nombrar experiencias de emprendimientos que se destacan y que surgen fruto de los procesos de fomento del emprendimiento y la innovación. Para los actores entrevistados estas iniciativas se destacan de manera particular, por la perseverancia que han tenido y que han demostrado para estructurar su idea y para ejecutarla como una empresa. El componente de innovación ha sido relevante para que mencionen las experiencias, comprendidas desde la naturaleza de su concepción:

9.2.1 Universidades

Universidad de Cundinamarca

- **Pincel y chocolate:** Es una empresa que se dedica al cuidado de uñas, con 5 sedes
- **Mompét:** inició con comida para mascotas, hoy es un SPA para animales con 3 sedes
- **I love planet:** fábrica de bolsas para hacer mercado y distribuir frutas y verduras
- Otras experiencias que en el sector servicios son los restaurantes y venta de ropa online.

Universidad de Ibagué

- **Living Col:** Agencia de viajes online, es una empresa que innovó uniendo tecnología, mercadeo y viajes; son clave de su éxito, las alianzas y actualmente lograron llegar al mercado de Austria.
- **Sabuesos:** Fabrica bufandas, ropa para mascotas y actualmente tienen un producto en el que innovaron en pandemia con tapabocas con la imagen de su mascota.
- **Ellas y Ellos:** Es una empresa que innovó en diseño de detalles, iniciaron sin muchos recursos y actualmente tienen una tienda WEB bastante exitosa.
- **Petrplast de Colombia S.A.S:** Reciclaje de plásticos para producción de pellet en elaboración de empaques flexibles emprendimiento Fondo Emprender

Corporación Universitaria Minuto de Dios

- **Bigmed:** Plataforma tecnológica en salud, junto con psicólogos y médicos que han logrado prestar servicios de atención desde virtualidad de forma exitosa, desarrollaron un producto en época de pandemia que lo fortaleció en el mercado.
- **Choluquite:** Unión de la fruta tradicional de la cholupa con el arequipe, generando un producto único y en la actualidad hacen gestiones de propiedad intelectual.
- **Aventúrate:** Nace como una guía turística del Putumayo en App, pero agregó valor generando apoyo para que los dueños de sitios turísticos pudieran implementar sistemas de seguridad y gestión en el trabajo.
- **Café Casa Montilla:** Café tipo sachet, procesado en estilo té, familia humilde que trabaja en un supermercado y se ha permitido crecer alrededor de la innovación.

Universidad Surcolombiana

- **“Insurgentes Ropa”:** Confección de prendas de vestir y accesorios con una propuesta de valor única, con sentido social, local, popular, propio y alternativo, donde prima la autogestión.
- **Academia de Tecnología Atrévete, Imagina y Crea:** Enseñanza de la robótica para niños y jóvenes, fomento de la educación STEM desde la niñez, proyecto Fondo Emprender.
- **REVERDECIENDO SAS:** Empresa cuyo propósito es montaje de jardines verticales y espacios verdes, actualmente incursiona en el mercado de los viveros y en el turismo rural.

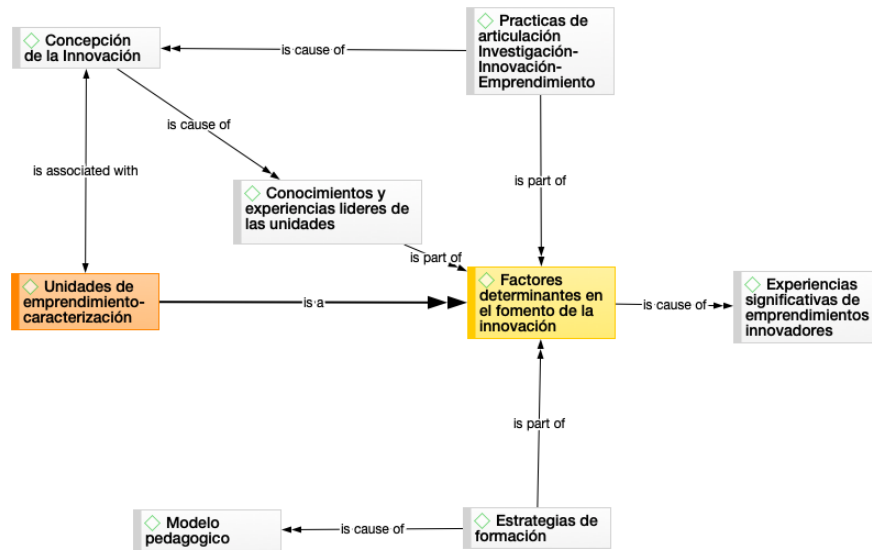
Universidad Piloto – Seccional Alto Magdalena

- **Agua tropical:** Empresa familiar de gran empuje empresarial, con más de 25 años de experiencia en la región del alto Magdalena y Tequendama.
- **Pescadería Buenos Aires:** Restaurante que ofrece deliciosos platos de pescado propios de la región, en un ambiente familiar.
- **Estación de servicios La 40:** Estación de servicio Terpel, ubicada en Girardot vía a Tocaima, ofrece una gama de servicios relacionados,
- **Kompremos:** Cadena de supermercados autoservicios ubicada en Girardót.

10 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El análisis de las categorías inicialmente planteadas permitió hacer una lectura completa de los instrumentos y dar cumplimiento a los objetivos específicos. Se elaboró un mapa semántico en red y se aprovechó el Software Atlas-ti, para organizar la información básica acopiada, lo que permitió evidenciar la relación de las categorías.

Figura 6 Relación de categorías- Red Semántica



Fuente: Elaboración propia en Atlas Ti

El hecho de que existan unidades de emprendimiento al interior de las universidades, es un factor que facilita el desarrollo de emprendimientos innovadores, pero además se evidencia que la formación, las experiencias y las concepciones sobre la innovación de los docentes y líderes de los procesos en las respectivas unidades, influyen en el logro de innovaciones. Así mismo, el hecho de que la investigación se articule con el emprendimiento, se identificó como un elemento significativo, de igual forma el proyecto de que en el modelo pedagógico, permita el desarrollo de estrategias de formación en emprendimiento como en el caso de la Universidad de Cundinamarca y sus planes para el año 2021.

10.1 FACTORES DETERMINANTES EN EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO

Las interpretaciones sobre las categorías y la red de relaciones para la comprensión de los significados que nos entregaron las unidades de análisis, son fundamentales al momento de adentrarnos en tomar el discurso y clasificar los factores determinantes en el fomento de la innovación bajo las particularidades de las cinco universidades estudiadas. Por lo anterior y siguiendo la metodología planteada desde el proceso inductivo, se presenta a continuación el resultado de tomar esas realidades, su análisis y los factores identificados para organizarlos por medio de una matriz y clasificarlos bajo un esquema sistémico:

10.1.1 Aspectos Institucionales:

- Promover la creación de las unidades de innovación y emprendimiento, es una estrategia para articular la docencia con la investigación y la proyección social.
- Es indispensable el compromiso de la alta dirección y considerar el emprendimiento como parte del proceso formativo de los estudiantes.
- Se requiere de la definición de políticas institucionales para el emprendimiento y la innovación articuladas con las políticas de formación, investigación y proyección social.
- El Intraemprendimiento también es una línea de trabajo del emprendimiento
- Las instituciones para el fomento de la innovación y el emprendimiento necesitan de ambientes físicos y psicosociales que motiven a la comunidad universitaria.
- La articulación de la investigación con la innovación y el emprendimiento universitario, es un requisito que facilita diferenciar la universidad y facilita el cumplimiento de sus objetivos misionales.

10.1.2 Aspectos del Ecosistema del Emprendimiento y la Innovación interno y externo

- Construir ambientes de interacción institucional en el contexto regional, nacional e internacional, es una condición para construir ecosistemas sólidos.
- Generar espacios donde se forme capital social. Disponer de ambientes apropiados para construir capital social
- La innovación y el emprendimiento no se puede abordar de manera aislada, requiere de la complementariedad de Estado, la academia, el sector productivo y la comunidad organizada.
- Los ecosistemas de innovación y emprendimiento, facilitan la transformación de las ciudades y regiones.

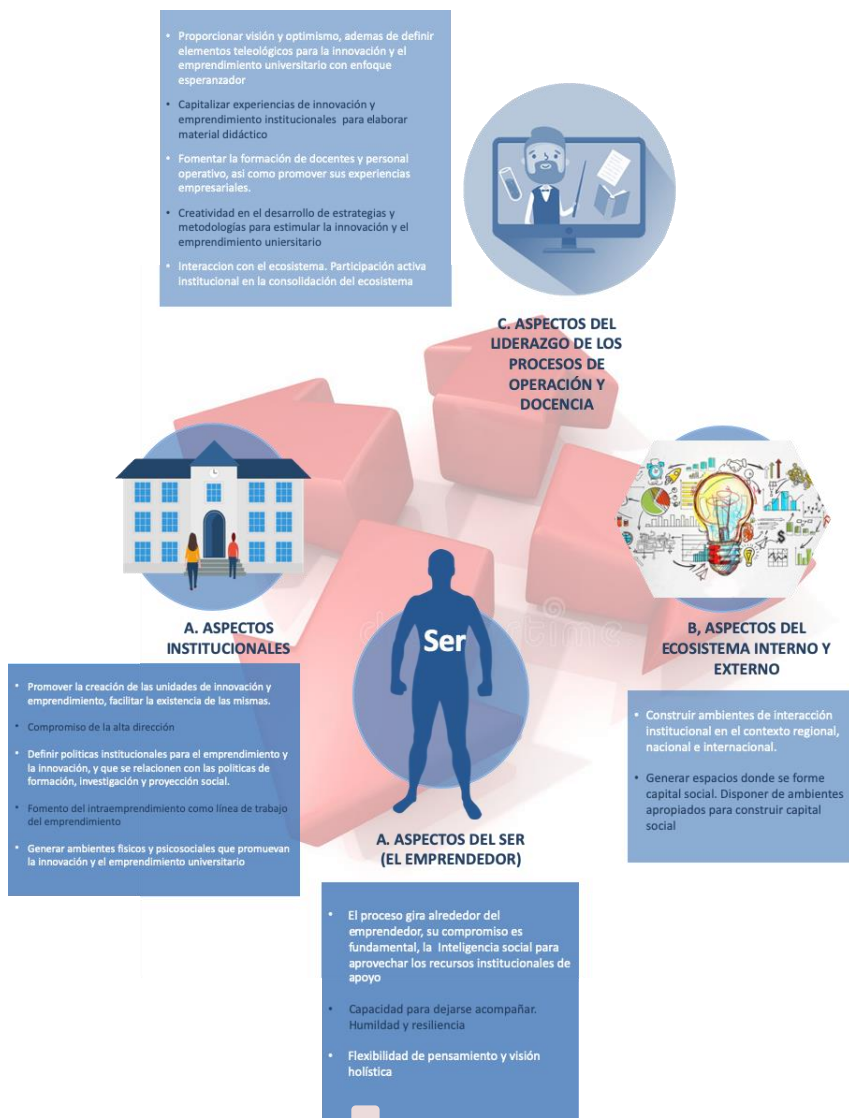
10.1.3 Aspectos del Liderazgo de los procesos de operación y docencia

- El emprendimiento universitario también requiere del desarrollo de un liderazgo sostenible y de la definición de elementos teleológicos para la innovación y el emprendimiento con enfoque esperanzador.
- Es importante el desarrollo de material didáctico sobre innovación y emprendimiento a partir de experiencias de egresados y estudiantes con experiencias significativas de emprendimientos y empresas en funcionamiento.
- En los planes de capacitación y formación de postgrado, es necesario incluir una línea direccionada a la investigación, la innovación y el emprendimiento de alto impacto.
- El fomento de la creatividad y el desarrollo de estrategias y metodologías para estimular la innovación y el emprendimiento universitario, es una de las funciones de las unidades de emprendimiento.
- Las universidades son actores fundamentales en la construcción y consolidación de ecosistemas de la innovación y el emprendimiento.

10.1.4 Aspectos del Ser

- El ser innovador y emprendedor requiere de capacidad de leer los entornos, descubrir oportunidades y de un gran compromiso con la transformación social.
- La capacidad de generar empatía y establecer relaciones con actores útiles para el desarrollo del emprendimiento es una condición que necesita un buen emprendedor.
- La resiliencia y el trabajo por resultados, es una característica de emprendedor exitoso.
- La flexibilidad en el pensamiento y visión holística es una condición que hay que desarrollar en los emprendedores.
- La actitud hacia la investigación y la búsqueda de soluciones creativas es un elemento diferenciador del emprendedor universitario.

Figura 7 Factores determinantes en el fomento de la innovación del estudio



Fuente: Elaboración propia

11 CONCLUSIONES

Las unidades de emprendimiento participantes en la investigación, son el reflejo del trabajo de muchas personas al interior de sus instituciones y podría afirmarse que la Unidad crece con las personas, se nutre de sus experiencias, de sus conocimientos y termina reflejando los conceptos que han ido construyendo de investigación, la innovación y el emprendimiento universitario, así como las prácticas de articulación y estrategias de fomento.

Si bien se considera de manera unánime que la investigación es un insumo clave de la innovación, y se refleja en algunas prácticas, las unidades de emprendimiento tienen el reto de acercarse a emprendedores e investigadores, para que puedan llevar productos de investigación a la resolución de problemas y/o necesidades del mercado; esto último, puede enriquecer el accionar de los dos actores y es una gran oportunidad para que las universidades puedan generar un mayor impacto en el uso de la ciencia, la tecnología y la innovación en la sociedad..

La importancia que toman las unidades de emprendimiento al interior de las universidades y en el entorno es cada vez mayor, razón por la cual se evidencia cada vez una mayor demanda de servicios, por lo cual el apoyo institucional desde la alta dirección es fundamental para que puedan crecer y generar cambios, especialmente en las maneras de pensar, de ver el mundo y de visionar región en sus comunidades académicas.

El origen de las unidades de emprendimiento participantes tiene también un factor común importante y es de ser fruto de iniciativas intraempreendedoras de docentes, egresados y funcionarios que se han atrevido a gestionar sus procesos de creación al interior de las instituciones. En las diversas conversaciones y entrevistas, manifestaron que en ningún caso fue un proceso sencillo ya que necesitaron estructurar propuestas y convencer a su comunidad, pero se muestran convencidos de que valió la pena el proceso y hoy en día son unidades formalizadas o en proceso de consolidación.

La forma como concibe la innovación las unidades de emprendimiento, termina influenciando las estrategias y la forma como se aborda el fomento del emprendimiento y la

innovación. En algunos casos muy relacionada con la mejora en procesos, el desarrollo de productos servicios o como en el caso de la Unidad de Emprendimiento Uniminuto, enfocada al desarrollo social de las comunidades mas necesitadas.

Incluir el fomento del emprendimiento y la innovación en el modelo pedagógico institucional, facilita desplegar el desarrollo de las temáticas en el ámbito formativo y que este tome protagonismo desde la transversalidad como en el caso y los desarrollos que prevé la Universidad de Cundinamarca para en año 2021.

No se evidenciaron grandes diferencias entre los procesos de las universidades públicas y privadas en el fomento del emprendimiento y la innovación, en lo expresado por los participantes de la Universidad Surcolombiana y de la Universidad de Cundinamarca (Universidades públicas en el estudio), el compromiso de los rectores fue fundamental para lograr que se facilitara su funcionamiento y se generaran los actos administrativos de formalización, pero mas allá de estos procesos no se hallan grandes diferencias en el funcionamiento.

12 RECOMENDACIONES

En futuros estudios se podría abordar el nivel de interrelación que tienen las unidades de emprendimiento en la triada Universidad, Empresa, Estado, lo cual podría enriquecer la discusión alrededor del papel que desempeñan y que podrían desempeñar en un contexto que requiere mejorar la relación de la especie humana con la naturaleza y en el que derivado de la pandemia Covid-19 que ha afectado al mundo, se requiere de empresas y emprendimientos que equilibren el crecimiento económico, con el desarrollo social en armonía con el medio ambiente.

Es necesario seguir aprendiendo de las buenas prácticas en el fomento de la investigación, la innovación y el emprendimiento y ampliar la cobertura de análisis en otras regiones del país, que permitan conocer el camino en la curva del conocimiento de las unidades de otras instituciones universitarias, aprehender de esas experiencias y lograr mejores transferencias de experiencias regionales, nacionales e internacionales.

Desde la institucionalidad y especialmente desde la alta dirección es fundamental comprender estos procesos del emprendimiento y la innovación, ya que cada vez más los impactos de estas experiencias, son tomados en cuenta en los procesos de acreditación institucional, diferenciando a las universidades que le apuestan a la formación, proyección social y la investigación articulados en procesos de emprendimiento.

13 REFERENCIAS

- Bajo, M. T., Maldonado, A., Moreno, S., Moya, M., & Tudela, P. (2007). *Las competencias en el Nuevo Paradigma Europeo* [Universidad de Granada].
http://www.pilarpozner.com/biblioteca/u_granada.pdf
- Becker, M. c. (2012). La teoría del desarrollo económico de Schumpeter : 100 años de desarrollo. *Revista de Economía Evolutiva*, 22, 917–933.
<https://doi.org/10.1007/s00191-012-0297-x>
- Beraza Garmendia, J., & Rodríguez Castellanos, A. (2007). La evolución de la misión de la universidad. *Revista de Dirección y Administración de Empresas = Enpresen Zuzendaritza Eta Administrazioako Aldizkaria*, 14, 25–56.
- Bernal Guerrero, A., Delgado Granados, P., & Donoso González, M. (2014). Economy of knowledge, Entrepreneurial Culture and Employability in the field of Education. An Approximation to the Spanish Case. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139, 168–174. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.050>
- Camara de Comercio. (2019). *RUES Registro Único Empresarial y Social*. Registro Mercantil y El Registro Único de Proponentes.
- Campos, O. R., & Méndez, G. C. (2013). La enseñanza del emprendimiento a partir del aprendizaje basado en problemas (ABP) en la educación media técnica. *Amazonia Investiga*, 2(2), 46–70. <https://www.udla.edu.co/revistas/index.php/amazonia-investiga/article/view/15>
- Castillo, A. (1999). Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. *Emprendedores Como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional*, 21.
- Comision Europea. (2003). Libro verde del espíritu empresarial en Europa. In *Publicaciones de la DG Empresa*. http://www.oei.es/etp/green_paper_final_es.pdf
- Confecámaras. (2019). Dinámica de creación de empresas en Colombia. *Confecámaras, Red de Cámaras de Comercio. Enero-Septiembre de 2019*, 14.

http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2019/Cuadernos_Analisis_Economicos/Dinámica de Creación de Empresas I Trim 2019.pdf

Corporación Ruta Medellín. (2014). ¿Qué es Innovación yCuál es su Impacto Socio-Económico? *Centro de Innovación y Negocios, 10*(La innovacion en el desarrollo del territorio), 44. <http://www.rutanmedellin.org/innovacion.pdf>

Dehter, M. (2001). *Responsabilidad social de las universidades hispanoamericanas para la animación de la cultura emprendedora regional*. Documento En Línea. <http://es.scribd.com/doc/136798180/Dehter-Mario>

Denzin, N. K. (1990). *Sociological Methods: a Source Book*. Abingdon, Oxon : Routledge. <https://trove.nla.gov.au/work/11482536>

Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea. (2014). Educación en Emprendimiento-Guia del Educador. In *Temas Socio-Jurídicos* (Vol. 24, Issue 50). Comisión Europea. https://pagina.jccm.es/europa/pdf/PUBLICACIONES/2014_Guia_del_Educador_en_emprendimiento.pdf

Drucker, P. (1986). *La innovación y el empresario innovador, principios y prácticas*. Editorial Suramericana.

Econ, D. B., & Villafuerte, C. (2010). Manual Metodologico para el Investigador científico. In *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa* (Issue 054).

Ley 1014 de 2006, De fomento a la cultura del emprendimiento, 2006 (2006). https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14037/Ley_1014_de_2006.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Galvis Aponte, L. A., & Quintero Fragozo, C. A. (2017). Geografía económica de los municipios ribereños del Magdalena. *Documentos de Trabajo Sobre Economía Regional y Urbana, 265*, 78. <http://repositorio.banrep.gov.co/handle/20.500.12134/6980>

Guerra Triviño, O. L., Hernández Castillo, D., & Triviño Ibarra, C. G. (2015). Incubadora

de empresas: Vía para el emprendimiento en las universidades. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(1), 110–114.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. el P. (2016).

Metodología de la Investigación (Sexta). McGRAW-HILL.

<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Hidalgo, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Alternativas*, 15(1), 46–50.

Joost, H., & Buesa, M. (2016). *Teoría del cambio tecnológico y sistemas nacionales de innovación, Tomo I* (Tomo I). Instituto de análisis Industrial y Financiero.

<https://www.ucm.es/iaif/informacion-sobre-el-instituto-industrial-financiero>

Kirzner, I. M. (1999). Creativity and/or alertness: A reconsideration of the schumpeterian entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11(1–2), 5–17.

<https://doi.org/10.1023/A:1007719905868>

López Estrada, R. E., & Deslauriers, J.-P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen61*, 61, 19.

<https://doi.org/http://trabajosocialmazatlan.com/multimedia/files/InvestigacionPosgrado/Entrevista.pdf>

MEN, M. de E. N. (2020). *Clasificación de las Instituciones de Educación Superior (IES)*.

Mineducación. <https://www.mineducacion.gov.co/portal/Educacion-superior/Sistema-de-Educacion-Superior/231240:Instituciones-de-Educacion-Superior>

Méndez Lozano, R. A. (2007). *Emprendimiento. Una estrategia de desarrollo institucional*.

<https://www.google.com/search?q=Emprendimiento.+Una+estrategia+de+desarrollo+institucional.&aq=Emprendimiento.+Una+estrategia+de+desarrollo+institucional.&aq>

Moreno Mahecha, Y. (2019). El emprendimiento como campo de estudio en las

instituciones de educación superior. *Revista Estrategia Organizacional*, 8(1).

<https://doi.org/10.22490/25392786.3177>

- OECD Eurostat. (2005). Manual de Oslo 2005. In *Manual de Oslo* (tercera). Tragsa.
<http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf>
- Programa de emprendimiento en la Región Bogotá. (2009). El docente como promotor y formador del emprendimiento. *Camara de Comercio de Bogota*, 24.
<http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalmnos/contenido/doc1eldocentecomopromotoryformadordel emprendimiento.pdf>
- RAE. (2020). *Diccionario de la lengua Española*. Versión 23.3 En Línea. <https://dle.rae.es>
- República de Colombia Ministerio de Educación Nacional. (2012). La cultura Guía N° 39 del emprendimiento en los establecimientos educativos Orientaciones generales La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. In *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos* (Vol. 39).
https://www.mineduccion.gov.co/1759/articles-287822_archivo_pdf.pdf
- SINES, sistema de información de la educación superior en Colombia, M. de E. N. (2017). *Avances en la cobertura en educación superior en Colombia* (Issue 1, pp. 1–20). Ministerio de Educación Nacional. [file:///C:/Users/dina1/OneDrive/Escritorio/trabajos tesis/emprendimiento universitario/bibliografia/articles-393225_boletin_dic_2017.pdf](file:///C:/Users/dina1/OneDrive/Escritorio/trabajos%20tesis/emprendimiento%20universitario/bibliografia/articles-393225_boletin_dic_2017.pdf)
- Stevenson, H. (2000). *Why the entrepreneurship has won!* (pp. 1–8). Harvard University.
http://www.unm.edu/~asalazar/Kauffman/Entrep_research/e_won.pdf
- Taylor, S. ., & Bogdan, R. (2000). Introducción a los métodos cualitativos. In *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (p. 301).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st centur* (7TH Editio). McGrawHill.
- Vargas, M. (2008). *Perfiles de empleabilidad y desempeño profesional*.
<http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v09/ponencias/at10/PRE1178332449.pdf>

- Vázquez García, J. A. (2015). Nuevos escenarios y tendencias universitarias New trends and scenarios in tertiary education. *Revista de Investigación Educativa*, 33(331), 13–26. <https://doi.org/10.6018/rie.33.1.211501>
- Vega Vallejo, R. (2014). Innovación y emprendimiento social. *Revista Javeriana*, 150(810), 12–18.
- Vesga, R. (2009). Emprendimiento e Innovacion en Colombia. *Universidad de Los Andes*, 1–16. <http://medcontent.metapress.com/index/A65RM03P4874243N.pdf>
- von Mises, L. (1973). *Human Action: A Treatise on Economics* (Fourth Rev). Prensa de la Universidad de Yale. <http://ndl.ethernet.edu.et/handle/123456789/9099>
- Zabalza, M. Á. (2003). *Competencias docentes del profesorado universitario* (Narcea, S.). https://books.google.com.co/books/about/Competencias_docentes_del_profesorado_un.html?id=YGNnxwEACAAJ&source=kp_book_description&redir_ec=y

14 ANEXOS

Anexo A Formato de Entrevista

ENTREVISTA SOBRE FACTORES DE ÉXITO PARA EL FOMENTO DE LA INNOVACIÓN EN UNIDADES DE EMPRENDIMIENTO DE LA RUAM	
I. Información General	
Entidad:	
Ciudad:	
Fecha:	
Nombre de la Unidad	
II. Información del Entrevistado	
Nombre	
Formación:	
Cargo:	
III. Conocimientos Específicos	
1. Ha realizado procesos de formación enfocados directamente en el emprendimiento (cursos, diplomados, programas: técnico, Tecnológico o profesional)	
2. ¿Cuál es su experiencia en la innovación del emprendimiento?	
IV. Procesos de innovación en el emprendimiento Universitario	
3. ¿Cuál fue el origen de la unidad/programa/centro o área encargada de emprendimiento?	
4. ¿Cómo se relaciona la unidad con el ecosistema del emprendimiento y la innovación al interior y al exterior de la Universidad? tecnológico	
5. ¿Cuál es el portafolio de servicios?	
6. ¿Qué estrategias desarrollan en los servicios de ese portafolio que puedan promover la innovación en los emprendimientos?	
7. ¿Cómo definen la innovación en la unidad de Emprendimiento?	
8. ¿Como se interrelacionan las labores de la Unidad de Emprendimiento con las estructuras curriculares, de investigación y de proyección social?	
9. ¿Qué factores considera que son clave para lograr innovación en los emprendimientos acompañados en la Unidad?	
10. Relacione 3 Experiencias significativas de emprendedores que lograron componentes de innovación en sus emprendimientos surgidos en los procesos de asesoría y acompañamiento de la unidad	
11. ¿Cuál es su percepción sobre el impacto y los resultados de la unidad de emprendimiento?	
OBSERVACIONES GENERALES DEL ENTREVISTADOR	

Anexo B Matriz de Análisis de la Información

MATRIZ DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
I. ANÁLISIS FORMAL	
Universidad	Ubicación
Carácter	Fecha de fundación
PÁG. WEB:	
FECHA DE VISITA:	
II. ANÁLISIS DE CONTENIDO	
Modelo Pedagógico	
Programas de formación	
Pregrado	
Posgrado	
Maestría	
Doctorado	
Posdoctorado	
Innovación del emprendimiento	
Unidad de Emprendimiento	
Grupos de investigación	
Revistas de investigación	
Modelo formación en emprendimiento	
Estrategias de articulación del emprendimiento en la enseñanza -aprendizaje	
Experiencias significativas en emprendiendo	
Universitarias	
Estudiantiles	
Egresados	
Elaborado Por:	Fecha: dd/mm/año

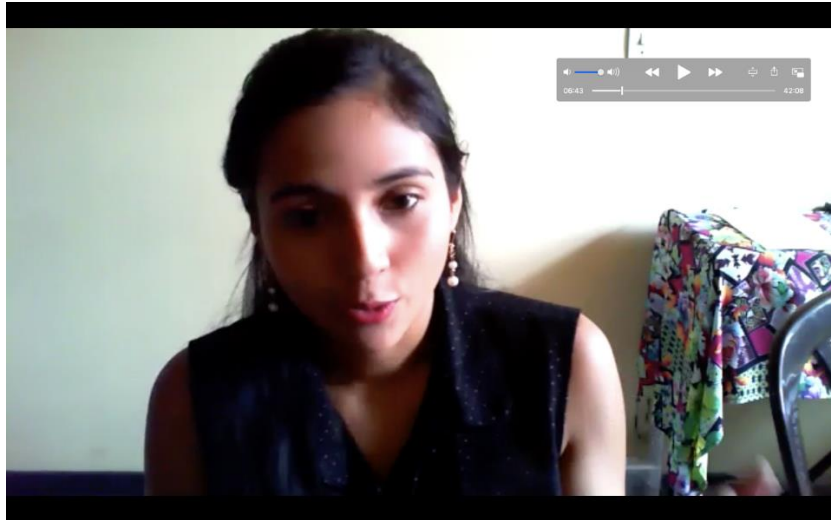
Anexo C Registro de Evidencia- Imagen de entrevistas



UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS



UNIVERSIDAD DE IBAGUÉ



UNIVERSIDAD PILOTO SECCIONAL ALTO MAGDALENA



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Anexo D Matriz de Análisis documental diligenciada de cada Universidad

MATRIZ DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
I. ANÁLISIS FORMAL	
Universidad de Cundinamarca	Ubicación Cundinamarca
Carácter Publica	Fecha de fundación 19 de Diciembre del 1969
PÁG. WEB: https://www.ucundinamarca.edu.co	
FECHA DE VISITA: 4 de Septiembre de 2020	
II. ANÁLISIS DE CONTENIDO	
Modelo Pedagógico	
Un modelo educativo digital transmoderno llevando los campos del aprendizaje multidisciplinarios desde los procesos de enseñanza - aprendizaje, investigación e innovación, e interacción universitaria.	
Programas de formación	
Pregrado	Administración de Empresas, Contaduría Pública, Tecnología en Gestión Turística y Hotelera, Ingeniería Agronómica, Ingeniería Ambiental, Zootecnia, Tecnología de Cartografía, Profesional en Ciencias del deporte y la Educación Física, Licenciatura en ciencias Sociales, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Industrial, Ingeniería de Sistemas, Tecnología en Desarrollo de Software, Ingeniería del Sistema y Computación, Enfermería, Música, Psicología
Posgrado	Especialización en Procesos Pedagógicos del Entrenamiento Deportivo, Especialización de Educación Ambiental y Desarrollo de la Comunidad, Especialización de la Gerencia Para el Desarrollo Organizacional, Negocio y Comercio Electrónico, Gestión del Sistema de Información Gerencial
Maestría	Maestría en Educación, Maestría en Ciencias Ambientales
Innovación del emprendimiento	
Unidad de Emprendimiento	CITGO
Grupos de investigación	INFANCIA, JUVENTUD Y DERECHOS HUMANOS, HISTORIA Y PROSPECTIVA DE LA UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA, WARMIPURA, QUINCHA, PROPENDE, SUMAPAZ, EMPRENDIMIENTO Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL.

Revistas de investigación	Sumapaz
Modelo formación en emprendimiento	
La Universidad de Cundinamarca se sustenta en un modelo pedagógico bajo la premisa de la pluralidad cultural y del nuevo paradigma de la transmodernidad, caracterizada como una realidad académica, científica, visible, dinámica, abierta, reflexiva, crítica, interconectada, sustentable con el medio ambiente, capaz de incorporar en su razón de ser los consensos de la humanidad con el propósito de dar una respuesta en tiempo real a la sociedad del conocimiento.	
Estrategias de articulación del emprendimiento en la enseñanza -aprendizaje	
A partir del año 2021 el emprendimiento será transversa en todos los programas de la seccional Girardot	
Experiencias significativas en emprendiendo	
Universitarias	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pincel y chocolate, es una empresa que se dedica al cuidado de uñas, con 5 sedes 2. Mompel, inicio con comida para mascota, hoy es un spa para animales con 3 sedes 3. I love planet, bolsas para hacer mercado y distribuir frutas y verduras 4. Otras experiencias como Cocoma sandwiche, diversos restaurante y venta de ropa online
Elaborado Por: Dairo Enrique Fuentes Vargas	Fecha: 4/09/2020

MATRIZ DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
I. ANÁLISIS FORMAL	
Universidad Uniminuto Neiva	Ubicación Sede Neiva
Carácter Privada	Fecha de fundación: 1990
PAG. WEB: http://www.uniminuto.edu/web/huila	
FECHA DE VISITA: 2 de Septiembre de 2020	
II. ANÁLISIS DE CONTENIDO	
Modelo Pedagógico	
<p>ha implementado, desde sus inicios, un modelo educativo enfocado al cumplimiento de su misión, que favoreciendo un fácil acceso a una educación superior de calidad, se compromete con una educación para el desarrollo humano y social integral a través de la formación de líderes e innovadores sociales, constituidos como seres humanos íntegros, y profesionales éticos y competentes, para construir un país justo, reconciliado, fraternal y en paz. Para ello ha adoptado un enfoque pedagógico praxeológico que integra el saber (teoría) y la práctica (praxis) mediante un proceso reflexivo que parte del análisis crítico de las prácticas y experiencias de cada persona o comunidad, llevándolas a integrar su(s) proyecto(s) de vida personal y profesional, a un proyecto de transformación de la sociedad.</p> <p>Este modelo promueve el desarrollo de todas las dimensiones de la persona, partiendo de las potencialidades de cada uno y tiene en cuenta el conjunto de ideas, creencias, valores, actos, palabras y contextos del estudiante o comunidad, para ayudarle(s) a construir su bienestar personal y comunitario. Así, busca formar sujetos capaces de reflexionar críticamente sobre sus prácticas y generar, desde ellas, conocimiento innovador y pertinente, así como articular su trabajo y proyecto de vida al proyecto social de nación. De esta manera, el modelo educativo, anclado en los contextos y en las situaciones reales, está soportado en tres pilares: el desarrollo humano, la responsabilidad social y las competencias profesionales propias de cada disciplina y nivel educativo</p>	
Programas de formación	

Pregrado	Licenciatura En Educación Artística Administración Financiera Licenciatura en Educación Infantil Comunicación Social Administración De Empresas Trabajo Social Contaduría Pública Técnica Profesional en Manejo de Microcréditos Técnica Profesional En Procesos De Almacenamiento Licenciatura En Educación Básica Con Énfasis En Ciencias Naturales Y Educación Ambiental Administración en Seguridad y Salud en el Trabajo.
Posgrado	Especialización En Gerencia Financiera Maestría En Paz, Desarrollo Y Ciudadanía Maestría en educación
Innovación del emprendimiento	
Unidad de Emprendimiento	CENTRO PROGRESA EPE
Grupos de investigación	Grupo De Investigación en Ciencias Empresariales y Agroindustria - YUMA Grupo de Investigación En Ingeniería, Desarrollo e Innovación Grupo De Investigación en Pedagogía y Desarrollo Humano Grupo de Investigación en Procesos Sociales, Subjetividad y Cognición - GIS Grupo de Investigación en Seguridad y Salud en el Trabajo
Revistas de investigación	Inclusión y Desarrollo. Praxis Pedagógica. MEDIACIONES. INVENTUM. Polisemia. Perspectivas Ignis. Desarrollo & Gestión
Modelo formación en emprendimiento	
1. FORMACION EN COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS • Acompañamiento de asignaturas trasversales de emprendimiento que son:	

ù Innovación y creatividad para la generación de empresa ù Estructura de plan de negocios ù Emprendimiento • Creación de electivas con énfasis en emprendimiento e innovación	
Experiencias significativas en emprendiendo	
Egresados	<p>Bigded: Plataforma tecnológica en salud, junto con psicólogos y médicos que han logrado prestar servicios de atención desde virtualidad de forma exitosa, desarrollaron un producto en época de pandemia que lo fortaleció en el mercado.</p> <p>Choluquite: Unión de la fruta tradicional de la cholupa con el ariquite, generando un producto único que actualmente busca proteger en su propiedad intelectual.</p> <p>Aventúrate: Nace como una guía turística del Putumayo en App, pero agregó valor generando apoyo para que los dueños de sitios turísticos pudieran implementar sistemas de seguridad y gestión en el trabajo.</p> <p>Café Casa Montilla: Café tipo sashet, procesado en estilo té, familia humilde que trabaja en un supermercado y se ha permitido crecer alrededor de la innovación.</p>
Elaborado Por: Dairo Enrique Fuentes Vargas	Fecha: 2/09/2020

MATRIZ DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
I. ANÁLISIS FORMAL	
Universidad de Ibagué	Ubicación Ibagué Tolima
Carácter Privada	Fecha de fundación 1980
PÁG. WEB: https://www.unibague.edu.co/	
FECHA DE VISITA: 7 de Septiembre de 2020	
II. ANÁLISIS DE CONTENIDO	
Modelo Pedagógico	
Los procesos pedagógicos y las estrategias didácticas, el modelo pedagógico de la Universidad encuentra, en el uso de las metodologías, como las que caracterizan el aprendizaje basado en problemas, la investigación reflexiva o investigación acción aplicada en el aula, y el aprendizaje significativo, entre otras, la forma más apropiada para el desarrollo de los procesos de enseñanza y de aprendizaje. PEU 2014	
Programas de formación	
Pregrado	Ingeniería Civil, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Industrial, Ingeniería Mecánica, Ingeniería de Sistema, Ciencias Política, Derecho, Administración de Empresas, Administración Financiera, Administración de Negocios Internacionales, Contaduría Pública, Economía, Mercado, Biología Ambiental, Arquitectura, Comunicación Social Y Periodismo, Diseño, Psicología.
Posgrado	Especialización en Derecho Administrativo, Especialización en Derecho Civil, Especialización en Derecho Penal, Especialización en Derecho Laboral Y Seguridad Social, Especialización en Derecho Procesal, Especialización de Evaluación y Proyectos, Especialización en Finanzas, Especialización en Gestión Humana, Especialización en Gerencia y Proyectos de Construcción e Infraestructura, Especialización en Gestión Empresarial.
Maestría	Maestría de Administración de Negocios, Maestría de Derecho con Énfasis en Derecho Público Y Derecho Privado, Maestría en Gestión Industrial, Maestría de Ingeniería del Control, Maestría en Desarrollo Regional y Planificación Del Territorio.
Innovación del emprendimiento	
Unidad de Emprendimiento	UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

Grupos de investigación	D+TEC, GESS, P+TIC, EULOGOS, GMAE, ZOON, POLITIKON, GINNOVA, MYSCO, UNIDERG, GESE, NATURATU, RASTRO URBANO.
Modelo formación en emprendimiento	
Se ofrecen módulos de electivas en: Desarrollo de un espíritu empresarial, Habilidades gerenciales, Innovación y desarrollo tecnológico, Generación de ideas con base tecnológica y Modelos de negocio o Planes de negocio. las asignaturas electivas ligadas al emprendimiento tienen una duración de 16 semanas de tiempo	
Experiencias significativas en emprendiendo	
Egresados	<ol style="list-style-type: none"> 1. Living Col, agencia de viajes online, es una empresa que innovó uniendo tecnología, mercadeo y viajes, son clave de su éxito las alianzas y actualmente entran al mercado de Austria. 2. Sabuesos, fabrican Bufandas, ropa para mascotas y actualmente tienen un producto en el que innovaron en pandemia con tapabocas con la imagen de su mascota. 3. Ellos y Ellos: Es una empresa que innovó en diseño de detalles, iniciaron sin muchos recursos y actualmente tienen una tienda web bastante exitosa. 4. Petraplast de Colombia S.A.S: Reciclaje de plásticos para producción de pellet en elaboración de empaques flexibles emprendimiento Fondo Emprender
Elaborado Por: Dairo Enrique Fuentes Vargas	Fecha: 7/09/2020

MATRIZ DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
I. ANÁLISIS FORMAL	
Universidad Surcolombiana	Ubicación Neiva
Carácter Publica	Fecha de fundación 1976
PÁG. WEB: https://www.usco.edu.co/es/	
FECHA DE VISITA: 1 de Septiembre de 2020	
II. ANÁLISIS DE CONTENIDO	
Modelo Pedagógico	
La Universidad Surcolombiana se reconoce como una institución educativa de carácter público comprometida de modo prioritario con la Formación Humana Integral de sus estudiantes en relación directa con desarrollo social del país. Para lograrlo orientará en todos sus programas y funciones misionales el conocimiento científico tecnológico, los saberes ancestrales, artísticos y culturales tanto al cuidado de sí y de los demás - al buen vivir (Mejía, 2014) - como a la formación profesional e investigativa específica y a la construcción de una ciudadanía deliberativa, crítica y participativa del fortalecimiento democrático del país. PEU-2016	
Programas de formación	
Pregrado	Tecnología en Acuicultura Continental, Matemáticas Aplicada, Física, Biología Aplicada, Ciencia Política, Derecho, Antropología, Psicología, Comunicación social y Periodismo, Administración de Empresas, Administración financiera, Contaduría Pública, Economía, Administración Turística y Hotelera, Licenciatura en Matemáticas, Programa de Licenciatura en Lenguas Extranjeras con Énfasis en Inglés, Licenciatura en Literatura y Lengua Castellana, Programa de Licenciatura en Educación Infantil, Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deportes, Licenciatura Ciencias Naturales y Educación Ambiental, Programa de Licenciatura en Ciencias Sociales, Ingeniería Agrícola, Ingeniería Agroindustrial, Ingeniería Electrónica, Ingeniería Civil, Ingeniería de Petróleos, Ingeniería de Software, Tecnología en Desarrollo de Software, Tecnología en Construcción de Obras Civiles, Enfermería, Medicina.

Posgrado	Especialización en Estadística, Maestría en Ecología y Gestión de Ecosistemas Estratégicos, Maestría en Ingeniería y Gestión Ambiental, Maestría en Ingeniería de Petróleos, Maestría en Ciencia y Tecnología del Café, Especialización en Derecho Administrativo, Especialización en Gestión Financiera, Especialización en Revisoría Fiscal y Auditoría, Especialización en Alta Gerencia, Especialización en Gerencia del Talento Humano, Especialización en Estándares Internacionales de Información Financiera y de Aseguramiento, Especialización en Anestesiología y Reanimación, Maestría en Epidemiología, Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico, Especialización en Gerencia Tributaria, Especialización en Cirugía General, Especialización Enfermería Cuidado Crítico, Especialización en Enfermería Nefrológica y Urológica, Especialización en Epidemiología, Especialización en Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, en convenio con la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Especialización en Gerencia y Auditoría de la Calidad en Salud, en convenio con la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, Especialización en Medicina Interna, Especialización en Pediatría.
Maestría	Maestría en Estudios Interdisciplinarios de la Complejidad, Maestría en Derecho Privado, Maestría en Derecho Público, Maestría en Conflicto, Territorio y Cultura, Maestría en Comunicación de lo Público, Maestría en Administración de Empresas, Maestría en Gerencia Tributaria, Maestría en Gerencia Integral de Proyecto, Maestría en Didáctica del Inglés, Maestría en Educación: área de profundización Docencia e Investigación Universitaria, Maestría en Educación y Cultura de Paz, Maestría en Educación Física.
Doctorado	Doctorado en Educación y Cultura Ambiental, Doctorado en Agroindustria y Desarrollo Agrícola Sostenible, Doctorado en Ciencias de la Salud.
Posdoctorado	
Innovación del emprendimiento	
Unidad de Emprendimiento	Centro De Emprendimiento e Innovación

Grupos de investigación	Carlos Finlay, MI DNEUROPSY, Parasitología y Medicina Tropical, Laboratorio de Medicina Genómica, Geosciences, Infraestructure, Productivity and Environment - GIPE, Agroindustria USCO, Conocimiento Profesional del Profesor de Ciencias, Desarrollo Social Salud Pública y Derechos Humanos, Grupo Interinstitucional Ciencia, Acciones y Creencias UPN-UV, Nuevas Visiones del Derecho, PACA, Hidroingeniería y Desarrollo Agropecuario, CUIDAR, ALTERARTE, Grupo de Investigación y Pedagogía en Biodiversidad GIPB, PYMES, Salud y Grupos Vulnerables, Comunicación, Memoria y Región, CREA, IPES Investigación en Prácticas Educativas y Sociales, Comuniquemonos, CYNERGIA, Física Teórica, Grupo de Tratamiento de Señales y Telecomunicaciones, Grupo Médico Quirúrgico Surcolombiano de Investigación, IGUAQUE, Ingeniería y Surdesarrollo, Nuevas Tecnologías, Aprenap, Cirugía y Trauma CYTRA, DINUSCO, UNITCOM, ESINSUR (Pitalito), Alternativas Pedagógicas, ILESEARCH, Paz desde la Paz, IUDEX, COFA, Epidemiología y salud pública región Surcolombiana, La Colonia, CONSTRU USCO, Grupo de Investigación en Psicología Positiva, FIASUR, Desarrollo Humano y Sostenibilidad Ambiental.
Revistas de investigación	Entornos, RFS Revista Facultad Salud, Revista Jurídica Piélagus, Ingeniería y Región, Paideia Surcolombiana, Crecer empresarial, Journal of Management and development, Revista Estudios Psicosociales Latinoamericanos, Erasmus semilleros de investigación, Revista Proyección Social, El Huila en la Onda de la Investigación, Revista Nuevas Visiones de Derecho, Revista Paca.
Modelo formación en emprendimiento	
Se ofertan cursos de formación complementaria a la comunidad universitaria y público en general a partir de dos líneas base del Emprendimiento y el Empresariado: CURSO IDEACCIÓN EMPRENDEDORA (Para personas con ideas) CURSO IDEACCIÓN EMPRESARIAL (Empresas formalizadas o emprendimientos con ventas)	
Estrategias de articulación del emprendimiento en la enseñanza -aprendizaje	
Los cursos brindados son de formación complementaria y certificada, también así mismo se han creado cursos en las especializaciones, maestrías y en los programas de ingeniería, economía y administración electivos	
Experiencias significativas en emprendiendo	

Universitarias egresados	INSURGENTES: Confección de prendas de vestir con sentido social, Academia de Tecnología Atrévete, Imagina y Crea: Enseñanza de la robótica para niños y jóvenes, REVERDECIENDO SAS: Empresa cuyo propósito es montaje de jardines verticales y espacios verdes.
Elaborado Por: Dairo Enrique Fuentes Vargas 	Fecha: 1/09/2020

MATRIZ DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	
I. ANÁLISIS FORMAL	
Universidad Piloto seccional alto Magdalena	Ubicación Girardot, Cundinamarca
Carácter Privada	Fecha de fundación 1985
PÁG. WEB: https://girardot.unipiloto.edu.co	
FECHA DE VISITA: 31 de Agosto de 2020	
II. ANÁLISIS DE CONTENIDO	
Modelo Pedagógico	
La Universidad Piloto de Colombia, al asumir la formación como el centro del Proyecto Educativo Institucional, propende por el desarrollo de las potencialidades y capacidades de la persona desde las dimensiones de la formación integral: pensar, sentir, actuar y las relaciones humanas; involucra en la acción educativa consideraciones éticas, afectivas, cognitivas, comunicativas, estéticas y sociopolíticas, para aprender a ser, aprender a aprender, aprender a comprender y aprender a emprender. (PEI, 2018, p. 26)	
Programas de formación	
Pregrado	Administración Ambiental, Administración Logística, Administración logística y Hotelera, Contaduría Pública, Ingeniería Civil, Ingeniería de sistemas, Ingeniería Financiera.
Posgrado	Especialización en Gerencia de Proyectos.
Innovación del emprendimiento	
Unidad de Emprendimiento	Centro de Emprendimiento Piloto- no está en estructura
Grupos de investigación	Grupo de Investigación en Ecosistemas Empresariales y Emprendimiento – GIREE
Revistas de investigación	CONTEXTOS AULA CONTABLE URBANAMENTE REVISTA PRE-TIL REVISTA DIÁLOGOS Y DESAFIOS REVISTA IW REVISTA ECOPILOTO REVISTA RRII AMBIENTARIUM
Modelo formación en emprendimiento	
Se ofertan diferentes capacitaciones, diplomados en fortalecimiento de la empresa que tocan temas administrativos, contables, mercados y TIC. También se tiene el "curso de	

emprendedor empresario" dirigido a empresarios nuevos que se registraban en la Cámara de Comercio. También de desarrollan asignaturas electivas 1. Electiva institucional de emprendimiento dirigida a todos los estudiantes de la universidad, con una intensidad de 2 horas semanales, 2. Electiva institucional de creación de empresa y desarrollo del emprendimiento, con una intensidad de 3 horas semanales.

Experiencias significativas en emprendiendo


Egresados

Agua tropical: una empresa familiar de gran empuje empresarial, con más de 25 años de experiencia en la región del alto Magdalena y Tequendama.

Pescadería Buenos Aires: Es un restaurante que ofrece deliciosos platos de pescado propios de la región, en un ambiente familiar.

Estación de servicios La 40: Es una estación de servicio Terpel, ubicada en Girardot vía a Tocaima, ofrece una gama de servicios relacionados,

Kompremos: es una cadena de supermercados autoservicios ubicada en Girardot.

Elaborado Por:  Dairo Enrique Fuentes Vargas

Fecha: 31/08/2020