

Los docentes como actores claves en la contribución del emprendimiento universitario**Lectures as key actors for contribution in university entrepreneurship**

DOI:10.34117/bjdv6n7-639

Recebimento dos originais: 18/06/2020

Aceitação para publicação: 24/07/2020

Diana Ximena Sánchez Tróchez

Docente Investigadora

Fundación Universitaria de Popayán, Popayán – Colombia

e-mail: diana.sanchez@docente.fup.edu.co

RESUME

Si bien el emprendimiento es acompañado por entidades públicas y privadas en las regiones de Colombia, entre ellas, las instituciones de educación superior (IES), pocas cuentan con una exploración de experiencias y aprendizajes colectivos, adquiridos para la promoción y formación de emprendimiento desde los actores que interactúan directamente con los emprendedores, específicamente desde la mirada del profesor universitario, lo que no permite adaptarse a los cambios del entorno, persistiendo en estructuras tradicionales (Bercovitz & Feldman, Academic entrepreneurs: Organizational change at the individual level. Organization Science, 2008). Ello trae consigo, la necesidad de contribuir al fortalecimiento de las capacidades de emprendimiento desde la academia, haciendo más visible el papel que juega el docente, como un actor que interactúa frente a diversos tipos de conocimiento dependiendo de la idea de empresa que se persiga (Bergmann, 2017). Por consiguiente, el imaginario de los líderes académicos en el proceso de acompañamiento a los estudiantes, se convierte en un factor clave para comprender cual es su contribución a los procesos de emprendimiento universitario desde la práctica, contrarrestándolo con los lineamientos institucionales de las IES.

Palabras claves: Emprender, experiencias, innovación, transformación.**ABSTRACT**

Although entrepreneurship is carried out by public and private institutions in the regions of Colombia, including higher education institutions (HEIs), a few of them have an exploration for collective experiences and learning acquired for promotion and training on entrepreneurship from stakeholders who directly are involved with entrepreneurs, specifically from an university professor's point of view, which does not allow adapting to change from environment, and persisting in traditional structures (Bercovitz & Feldman, Academic entrepreneurs: Organizational change at the individual level. Organization Science, 2008). There is a need to contribute to strengthening for entrepreneurship capacities from the academy, by making the role played by professors more visible, as an actor who interacts with various types of knowledge depending on the target business idea (Bergmann, 2017). Therefore, academic leaders' mindset in the process of advising students becomes a key factor in understanding what their contribution to university entrepreneurial processes is from practical work, counteracting it with the institutional guidelines of HEIs.

Key words: Entrepreneurship, experiences, innovation, transformation.

1 OBJETIVO

De este modo, se busco conocer la contribución del cuerpo docente a cargo de los procesos de emprendimiento de una IES privada con domicilio principal en la ciudad de Popayán, que al ser la más grande en población estudiantil con una amplia diversidad cultural del Dpto. del Cauca, es un punto de referencia para el fortalecimiento del proceso en entidades nacionales y extranjeras.

Se parte de la premisa que las actuales generaciones son persuadidas desde diferentes escenarios para que desarrollen habilidades emprendedoras. En consecuencia, la administración pública y el sector privado de las regiones, ejecutan estrategias ambiciosas para estimular y afianzar la cultura emprendedora como el conector entre conocimientos adquiridos y generación de progreso, traducidos en ingresos para el aumento de la capacidad adquisitiva.

Entonces, no cabe duda que los jóvenes que se encuentran en proceso de formación o que recién adquieren su título profesional también están llamados a estimular la economía, generar más empleos, contribuir a la reducción de pobreza y por supuesto, desarrollar innovación desde el emprendimiento y empresarismo. Es decir, la universidad se convierte en una institución con mecanismos suficientes para promover la transferencia de tecnología de la academia a la industria, así como mecanismos indirectos en apoyo de nuevas actividades comerciales, sin embargo, requiere conectarse con el docente (Guenther & Wagner, 2008).

Es el panorama que se vive hoy en día en diferentes ciudades colombianas, especialmente en las que predomina un número importante de pequeñas y medianas empresas. Ahora bien; este abanico en la praxis refleja valiosas experiencias, qué pese a la falta de articulación, siguen creciendo de forma aislada entre los actores y promotores, situación que trasciende en otros países a pesar que en Latinoamérica, por ejemplo, se tengan dos de las economías más grandes (Amorós, 2011). Es entonces cuando el imaginario del profesor universitario se convierte en un actor clave que pocas entidades han recabado.

2 METODOLOGÍA

Para ello, se llevó a cabo una investigación de tipo descriptivo, no experimental, con una población conformada por dieciséis (16) docentes universitarios, líderes en emprendimiento de catorce (14) programas académicos de nivel profesional, pertenecientes a siete (7) facultades. La técnica de recolección se adelantó a partir de dos instrumentos, a través de los cuales se midió la percepción del emprendimiento en cuanto a su enfoque conceptual y de gestión. El primero, estuvo compuesto por 32 preguntas, cuya validez se obtuvo a través de juicio de expertos. Como segundo instrumento empleado, se llevó a cabo una sesión de grupo, mediante un encuentro de sensibilización,

que permitió acercar a los profesores con funciones de coordinación y conocer su percepción alrededor del concepto de emprendimiento.

2.1 PRINCIPALES RESULTADOS, REFLEXIONES Y CONCLUSIONES

Se evidencia la necesidad de fortalecer el ecosistema de emprendimiento universitario, desde el diseño, ejecución y acompañamiento de estrategias orientadas hacia la comunidad universitaria. Además, de promover la articulación con los demás actores del ecosistema, mediante la gestión de estrategias para su promoción y difusión con impacto regional y nacional, facilitando a la comunidad universitaria, una mayor interacción para el entrenamiento y validación.

La formación del equipo profesoral que orienta procesos y asignaturas de emprendimiento se vuelve vital (Neck & Greene, 2011), así como la apropiación de metodologías que permite acceder a nuevas fuentes de financiación. Ello es una variable que se refleja en la percepción también de los estudiantes, aspecto abordado en diferentes estudios entre los que se puede resaltar “Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges”, cuyos resultados evidencian que educación empresarial tiene un efecto negativo significativo en la intención empresarial de los estudiantes (Lima et al., 2015).

Así mismo, el seguimiento y monitoreo de las empresas constituidas desde el ámbito universitario, permitirá una mejor trazabilidad documental al interior de los procesos institucionales relacionados con emprendimiento y con ello, proponer enfoques novedosos para la enseñanza del emprendimiento (Genson, 2011).

Además, la retroalimentación mediante colectivos institucionales debe identificar características de los emprendedores y su contexto más inmediato, ejercicio que se viene adelantando en otros países. Estudios como “la educación empresarial en los jóvenes, incorporando otros factores como el género, el origen étnico, los antecedentes socioeconómicos” lo resaltan. (ERIC - EJ985562 - *The Impact of Enterprise Education on Attitudes to Enterprise in Young People: An Evaluation Study, Education & Training, 2012, n.d.*), sin embargo, este tipo de acciones solo son posibles en la medida que los profesores estén más conectados con el contexto, estudiando por ejemplo, que incidencia podría tener la atención psicosocial, con los resultados en emprendimiento, considerando que existen similitudes en el comportamiento de los emprendedores, relacionado con la forma como asumen el riesgo, su resiliencia, perseverancia, iniciativa y motivación.

REFERENCIAS

- Amorós, E. (2011). El Proyecto Global entre preneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano the Global Entrepreneurship Monitor Project (GEM): a latin-american context approach. www.gemconsortium.org.
- Bercovitz, J., & Feldman, M. (n.d.). Academic Entrepreneurs: Organizational Change at the Individual Level. *Organization Science*, 19(1), 69–89. <https://doi.org/10.1287/orsc.1070.0295>
- Bergmann, H. (2017). The formation of opportunity beliefs among university entrepreneurs: an empirical study of research- and non-research-driven venture ideas. *Journal of Technology Transfer*, 42(1), 116–140. <https://doi.org/10.1007/s10961-015-9458-z>
- ERIC - EJ985562 - The Impact of Enterprise Education on Attitudes to Enterprise in Young People: An Evaluation Study, Education & Training, 2012. (n.d.). Retrieved March 9, 2020, from <https://eric.ed.gov/?id=EJ985562>
- Genson, G. L. (2011). Teaching Entrepreneurship Through The Classics. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 8(4), 135. <https://doi.org/10.19030/jabr.v8i4.6135>
- Guenther, J., & Wagner, K. (2008). Getting out of the ivory tower – new perspectives on the entrepreneurial university. *European Journal of International Management*, 2(4), 400–417. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2008.021245>
- Lima, E., Lopes, R. M., Nassif, V., & da Silva, D. (2015). Opportunities to Improve Entrepreneurship Education: Contributions Considering Brazilian Challenges. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1033–1051. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12110>
- Loi, M., & Di Guardo, M. C. (2015). A Start-Up Generation Approach For Teaching Entrepreneurship: An Overview Of Affective Learning Results. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20 (4), 15-27.
- Moreno, H. M., & Olmos, R. (2010). Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica. *Portes, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 201-211.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge, UK: University Press.
- North, D. C. (2005). *Understanding the process of economic change*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Oliva Abarca, J. E. (2017). Factores, condiciones y contexto del emprendimiento cultural. *Revista de investigación de la Universidad de la Salle Bajío*, 442 - 464.
- Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 1-12.
- Orrego, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 1-12.

Perdomo Charry, Geovanny artículo: empresarialidad y empresa: una aproximación desde la escuela austriaca. Investigación doctorado en administración, EAFIT- HEC, Colombia – Canadá. Publicado en la revista Estudios Gerenciales., Vol. 26 No. 115 (abril - Junio, 2010), 161-178.

Peterman, N. E., and J. Kennedy (2003). Enterprise Education: Influencing Students: Perceptions of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(2), 129–144.

Pickle, H. B., & Abrahamson, R. (1990). *Small business managment*. New York: John Wiley & Sons.

Pinzon, F. F. (12 de marzo de 2019). Grnades Pymes. Obtenido de <https://www.grandespymes.com.ar/2017/01/08/cuales-son-las-etapas-de-un-emprendimiento/>

Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: A systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479–510.