

**CULTURA EMPRENDEDORA DE LA UNIVERSIDAD EL BOSQUE:
su formación, desarrollo y consolidación a partir del Semillero de Emprendimiento y demás
organismos aliados.**

Catalina Guatibonza Ordóñez

Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El
Bosque, Bogotá.

Correo electrónico: cguatibonzao@unbosque.edu.co

Maryi Nicolle León García

Negocios Internacionales, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El
Bosque, Bogotá.

Correo electrónico: mleong@unbosque.edu.co

Boris Cendales Ayala

Director de tesis

ORCID: 0000 – 0002 – 6904 – 7339

Correo electrónico: bcendales@unbosque.edu.co

¹ Trabajo de grado para obtener el Título de profesionales en Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad El Bosque, Bogotá. 2020.

Resumen

Propósito: El propósito de este artículo es comprender cómo surge una comunidad emprendedora a partir de las alternativas y herramientas que otorga la Universidad El Bosque a los estudiantes que cuentan con una idea de negocio, enfatizando en aquellos que se encuentran en el Semillero de Emprendimiento de esta institución.

Diseño / metodología / enfoque: La recolección de datos se realizó por medio de una entrevista que permita identificar dichos emprendedores, su experiencia y la perspectiva acerca de los apoyos que brinda la universidad a los emprendimientos de sus estudiantes.

Hallazgos: Los principales hallazgos del estudio se enfocan en las estructuras de apoyo de la Universidad El Bosque a partir de entidades como el iHUB, el SENA, el Fondo Emprender, el Semillero de Emprendimiento e incubadoras internacionales. Visto que, estos grupos permiten la creación, desarrollo y seguimiento de una cultura emprendedora.

Limitaciones / implicaciones de la investigación: A partir de esto se encontró que se requiere de una mayor intervención y ejecución en cuanto a la divulgación de las estrategias y estructuras de apoyo para la incubación de emprendimientos.

Palabras claves: *Universidad; Emprendimiento; Emprendedor; Cultura emprendedora; Incubadoras.*

Summary

Purpose: The purpose of this article is to understand how an entrepreneurial community emerges from the alternatives and tools that Universidad El Bosque offers to students who have a business idea, emphasizing those who are in the Seedbed of Entrepreneurship of this institution.

Design/methodology/approach: The data collection was done through an interview that allowed the identification of these entrepreneurs, their experience and the perspective about the support that the university gives to its students' entrepreneurship.

Findings: The main findings of the study focus on the support structures of El Bosque University from entities such as the iHUB, SENA, Fondo Emprender, Semillero de Emprendimiento and international incubators. Given that, these groups allow the creation, development and monitoring of an entrepreneurial culture.

Limitations / research implications: From this it was found that more intervention and execution is required in terms of dissemination of strategies and support structures for incubation of entrepreneurship.

Keywords: *University; Entrepreneurship; Entrepreneur; Entrepreneurial culture; Incubators.*

Introducción

Dentro del campo de los Negocios Internacionales, se encuentran variables e impulsos dirigidos a lograr cambios en múltiples dimensiones aparte de la económica, a su vez, estos impulsos se encuentran asociados al sistema comercial globalizado que se ha desarrollado en la actualidad. Es por esto que el sistema financiero y el mercado de bienes y servicios, han creado nuevas herramientas para lograr un desarrollo económico que le permita a los Estados lograr un crecimiento económico óptimo, debido a que la apertura a un mercado internacional y la adaptación a un nuevo modelo puede influir de manera directa en variables como la política, la cultura, la tecnología y el ámbito social.

Es debido a esto que fortalecer las dinámicas de desarrollo a partir de la participación del gobierno, va a permitir que Colombia aspire a una posición en el ranking económico mundial. Pues un incremento en ello permite que el mercado emergente y su sector empresarial amplíen la plataforma de oportunidades y exista un buen manejo de la diversificación en determinado sector del comercio. De modo que, es esencial contribuir al crecimiento de nuevas ideas de negocio desde las facilidades que empresas privadas, instituciones nacionales o internacionales puedan brindarle a los emprendedores colombianos.

Es por esto, que el incentivo que deben sembrar las universidades de Colombia en sus estudiantes y futuros egresados es generar aportes económicos que brinden beneficios a la sociedad desde sus habilidades y facultades. Dado que estimular y aportar la creación de nuevas ideas de negocio, conlleva a un desarrollo económico en el país e incluso permite que se originen beneficios de toda índole para los involucrados en dicho proyecto. Asimismo, un emprendimiento puede consolidar el crecimiento de las Pymes en un territorio, puesto que, al incrementar la competitividad nacional se favorecen los proyectos emprendedores, pues su objetivo es contribuir a un desarrollo financiero que conlleve a una estabilidad y un crecimiento en línea de países globalizados.

Es por lo anterior que el foco de esta investigación es la Universidad El Bosque, ya que por medio de este estudio se pretende observar las alternativas que está brindando dicha institución a los jóvenes emprendedores. Por lo cual, se espera conocer el “*Plan de desarrollo institucional del 2016 a 2021*” de esta universidad y cómo se envuelve en la participación de nuevos proyectos, como lo es la cultura emprendedora. En este contexto, el objeto de estudio es comprender como surge y se desarrolla una comunidad emprendedora y a su vez describir e identificar los múltiples mecanismos que brinda esta corporación a sus estudiantes, específicamente el Semillero de Emprendimiento que se encuentra ubicado en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Pues, los nuevos intereses de los futuros profesionales están en formarse para ser competitivos en un sistema comercial, donde incorporan ideas creativas e innovadoras, al tiempo que desarrollan un componente biopsicosocial, que es una característica por excelencia de la Universidad El Bosque.

Para ello, en primer lugar, se hará el estudio pertinente de las estrategias que implementa la Universidad El Bosque, para la formación y desarrollo de los emprendimientos de los estudiantes pertenecientes al Semillero de Emprendimiento, ya sea en variables de tipo académico, logístico, financiero o social. Por medio de diferentes fuentes bibliográficas, entrevistas y un análisis temático para exponer dicho plan de desarrollo a toda la comunidad estudiantil que tenga perfil emprendedor.

El presente trabajo está compuesto en primer lugar por una revisión literaria que permitió entender los conceptos claves que giran entorno a la funcionalidad de un emprendimiento y su emprendedor. Posterior a esto se realizó el marco teórico donde se enfatiza y describe las principales teorías que permiten encaminar la investigación al hallazgo del objetivo general y los objetivos específicos para desembocar en los resultados. Finalmente, a través de los resultados obtenidos poder concluir si la Universidad El Bosque integra y genera los incentivos y herramientas que requiere una comunidad emprendedora innovadora, resiliente y exitosa.

Revisión de Literatura

A este punto, conviene subrayar la importancia de los diferentes estudios que se han realizado a medida del tiempo y como el crecimiento nacional surge a partir de los nuevos negocios que se originan por los jóvenes emprendedores. Es por ello, que inicialmente se enfatizó en el Plan de Desarrollo Institucional 2016 a 2021 de la Universidad El Bosque, ya que por medio de “*La Construcción de la Cultura del Emprendimiento en la Universidad*” se evidencia que la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, cuenta con un programa de emprendimiento. Visto que, brinda los incentivos y espacios necesarios para la formación estructurada de sus proyectos, por medio de las ferias empresariales para exponer dichas ideas, además de contar con un grupo de consultoría empresarial y de emprendimiento. Donde se difunden las alternativas de apoyo a los emprendimientos desde los programas académicos y garantiza a la comunidad el apoyo de la vicerrectoría académica, administrativa y de investigación, con las unidades académicas que conforman la institución.

De manera que, la revisión de literatura está compuesta por dos subtítulos, en los cuales se ubican los principales autores relacionados a las palabras claves de la investigación. En el primer subtítulo, “definición de emprendimiento y emprendedor” se encuentran aquellos autores que expresan la importancia de conocer el perfil emprendedor, el concepto de emprendimiento y su desarrollo. Mientras que, el segundo subtítulo “el papel de las instituciones en el emprendimiento” lo integran textos que buscan denotar la importancia que tienen las instituciones tanto educativas, gubernamentales y empresariales en la creación y formación de una cultura emprendedora.

Definición de emprendimiento y emprendedor

Es importante resaltar a Low y MacMillan (1988), quienes definen el emprendimiento como una disciplina en un campo social y cultural con múltiples factores que influyen en cómo avanza la sociedad en relación con su comportamiento, sus gustos, preferencias y cómo estas variables llegan a determinar el éxito de las iniciativas emprendedoras. Es por ello que, en primer

lugar se expone el perfil del emprendedor, para continuar con algunas teorías que permitan establecer el éxito de estos proyectos y finalizar en las medidas o guías que se deben llevar a cabo para obtener una acogida en el mercado nacional.

El éxito en los nuevos emprendimientos inicia en las decisiones que el emprendedor tome al momento de iniciar su proyecto, identificando las oportunidades, amenazas, estrategias y ejecutando su idea, ya que, uno de los problemas que presentan estas iniciativas es la carencia de conocimiento del sector de mercado al cuál se quiere ingresar, la carencia de conocimientos teóricos y técnicos, o en su gran mayoría la carencia de capital monetario. De modo que, bajo esta teoría se realizaron algunas de las preguntas a los entrevistados, donde se busca evidenciar si estos han tenido en cuenta o percibido las amenazas y oportunidades en su entorno, a partir de su capacidad monetaria.

Así mismo, Iván Bull y Gary E. Willard (1993), aseguran que la base de la teoría del emprendimiento se encuentra en la adquisición de habilidades y experiencias necesarias para crear en un futuro una empresa. Por lo cual esta teoría postula, desde su explicación científica, que la existencia y participación de incubadoras, determinará el número de empresas nuevas en una zona determinada y así mismo la naturaleza de estas. Esta teoría económica hace referencia a que la política económica de ciertas naciones busca acciones para favorecer la creación de empresas, generar innovación, formar capital humano, generar instrumentos de recursos financieros y una flexibilización en el sistema productivo.

Esto se logra por medio de organizaciones intermediarias que buscan proporcionar los servicios que las empresas o potenciales ideas de negocio necesitan para aumentar o desarrollar su competitividad. Es por esto que se busca por medio de organizaciones gubernamentales o no gubernamentales la creación de programas de incubadoras. Estas incubadoras empresariales, buscan dar asistencia a los futuros empresarios con respecto a la creación de su idea de negocio, como por ejemplo brindándoles infraestructura, recursos, servicios e información que facilite acercarse a su mercado meta. En cuanto a este texto, los investigadores desean evidenciar la relación en la educación empresarial que existe entre el Semillero de Emprendimiento y las organizaciones externas a la universidad.

Por otra parte, McClelland (1961), manifiesta que los emprendedores presentan rasgos psicológicos que los diferencian de los individuos no emprendedores. Algunas de las características que forman a un emprendedor o empresario exitoso parten de la capacidad intuitiva para ejecutar ideas, la motivación por iniciar algún proyecto, la autonomía, la autodeterminación, la creatividad, la orientación hacia la eficiencia, la originalidad o la innovación y la capacidad de resiliencia, debido a que “Una vez emprendedor, siempre será emprendedor”.

No obstante, Ripsas (1998), indica que existe incertidumbre en definir las características personales de un emprendedor, pues su éxito no se basa solo en el esfuerzo personal que haga este, si no, en el reconocimiento que se le dé a los agentes involucrados de este mismo, pues no se puede excluir a los sujetos que han sido parte del desarrollo de una idea, pues considera que el conjunto es emprendedor, más no un solo individuo. Es importante la implementación de estos dos textos debido a que cada autor aborda el concepto “emprendedor” desde diferentes perspectivas, lo que permite evaluar diferentes puntos de vista con respecto a las características que integran a un emprendedor o conjunto de emprendedores. Esto permite a los investigadores establecer el perfil emprendedor y la vena emprendedora, por medio de características, entorno a la formación y el apoyo que le brinda su entorno.

Samoilovich (2005), sugiere en su estudio la oportunidad de generar nuevos negocios desde la plataforma digital y con ello convertirse en ciber negocios, ya que los emprendimientos deben ajustarse de acuerdo con sus recursos disponibles que en su mayoría no se realizan por la falta de capital monetario. Sin embargo, destaca que es común que los emprendedores sean personas creativas e incorporen en sus ideas de negocio nuevas alternativas, que entre ellas están las digitales. De este modo, el autor destaca que, es importante resaltar el trabajo que hoy en día el Internet genera en las nuevas ideas de negocio, ya que en la mayor parte del tiempo el gran porcentaje de la población se encuentra en las diferentes redes digitales que esta brinda y con ello es vital para el emprendedor evitar el fracaso en Internet, teniendo en cuenta el estudio de mercado, un plan de negocios y un plan de marketing digital que es de suma importancia para el desarrollo óptimo en las diferentes plataformas que este ofrece.

El papel de las instituciones en los emprendimientos

Restrepo (2013) expresa la importancia de educar para el emprendimiento desde la solidaridad, ya que la formación integral de los jóvenes emprendedores debe ser encaminada a un concepto ético-social que permita contribuir a nuevas maneras de aportar a un mercado sectorizado. De este modo, es importante destacar el proceso formativo que debe brindar las instituciones educativas desde la solidaridad, ya que es un proceso que acoge la cotidianidad de las personas, que a su vez integran una dinámica en la cual se implique el crecimiento personal y profesional, por medio de las prácticas humanas y sociales para concluir en el crecimiento colectivo de nuevos proyectos.

A su vez, Benegas (2013) examina la formación de comunidades para el emprendimiento sustentable, con el fin de que instituciones de educación superior promuevan y desarrollen competencia en la economía nacional y promuevan la creación de nuevos emprendimientos emergentes de los estudiantes de dichas instituciones. Es por ello que enfatiza en el desarrollo de programas de emprendimiento social, que permitirá vincular y generar beneficios a problemáticas sociales a través de un modelo de negocios para nuevos proyectos emprendedores en mira al factor social por medio del desarrollo que brinden las instituciones educativas. Por lo tanto, la implementación de estos dos textos fue fundamental puesto que, bajo estas se evidencia el modelo integral que la Universidad El Bosque brinda a toda su comunidad desde el factor Biopsicosocial.

Rajadell Carreras (2019) llevó a cabo un estudio sobre la creatividad en el emprendimiento y su mejora continua, que se centra en el interés empresarial y cómo a partir de ello se desarrollan estrategias para impulsar la creatividad que se asocia a los emprendimientos. Por medio de una idea creativa se permite potencializar una idea de negocio, identificando características nuevas para suplir alguna necesidad existente en el mercado y seguir en continua mejora con aquel proyecto emprendedor. Así pues, encaminar instituciones educativas, empresas privadas o públicas a ejercer una visión creativa en la producción de ideas, puesto que, genera competitividad en nuevos mercados y logra mejoras en comparación a otros emprendimientos. Lo

que permite a los investigadores identificar los factores motivacionales o ambientales que influyen en la creación de un emprendimiento innovador o creativo desde la academia.

Etzokowitz y Leydosdorff (1997), proponen un modelo intelectual conocido como la “Triple Hélice”, el cual considera las relaciones que se pueden desarrollar entre la Universidad, Gobierno y Empresas, relaciones que podrían crear nuevos conocimientos y actividades de innovación en cuanto a ideas de negocio, lo que lograría mayor participación de estas en el mercado y a su vez que se alcance un mayor desarrollo en el país. Este modelo pretende que las acciones que realice una universidad generen mayor conocimiento, al lograr la creación y fortalecimiento de relaciones con empresas y el gobierno, con la finalidad de crear innovación y mayor intervención de la academia en los procesos económicos y sociales. Es por esto, que se le da un papel estratégico a la universidad como generador de crecimiento y un clima de coordinación con las empresas.

Por otro lado, Schanarch Kirberg (2014) ha definido el emprendimiento como un factor esencial en el desarrollo de las nuevas ideas de negocio. El autor también enfatiza en la importancia de establecer un modelo de negocio óptimo para ejercer la demanda del sector al que ingresa y transformar la oferta para satisfacer a los clientes. Además, se destaca la importancia de incluir un plan de marketing que permita abrir las puertas hacia el comercio regional. Sin embargo, considera que es importante formar el carácter emprendedor desde las instituciones educativas, ya que en América Latina no se genera una tasa alta de emprendimientos en comparación a Europa o Alemania. Por ello, recomienda que el espíritu emprendedor debe fortalecerse y construirse por los diferentes medios educativos, ya que los jóvenes deben emprender para llegar a generar mayor demanda en empleos dentro de su territorio nacional. Es por ello que, este texto fue seleccionado, debido a que, es esencial para un emprendimiento el diseño de un plan de mercadeo y en efecto la importancia del papel institucional en este.

Por otra parte, Estrada (2013), en su análisis sobre la cultura emprendedora en las instituciones educativas desde la formulación de la Ley 1014, pretende mostrar la importancia de mejorar las competencias personales y empresariales dentro de la educación básica y media, para que consoliden en un futuro una metodología lúdica en relación a los emprendimientos, pues su

estrategia se basa en el desarrollo de nuevos fondos de capital semilla o de riesgo y que se generen redes de inversionistas, ya sea de carácter público como lo es el Gobierno Nacional u otros entes de carácter privado, que faciliten el proceso de suplir con los gastos que el emprendimiento requiera (Banca de las oportunidades, 2020).

La Ley 1014, creada en 2006, busca que mayor número de estudiantes se unan a la red regional para el emprendimiento departamental, de modo que se fortalezca la formación sostenible del estudiante en los ámbitos sociales, ambientales, culturales y económicos, con el objetivo de implementar esta ley en todos los niveles de educación dentro del territorio colombiano. Por consiguiente, se abordó el concepto de la “triple hélice” y este análisis, debido a que no existía el conocimiento de una ley sobre las facilidades que debe brindar el Estado de la mano con las instituciones y el acompañamiento que este requiere, para involucrarse en un modelo empresarial, ya que muchas veces los altos costos legales y normativos pueden impedir el desarrollo de un emprendimiento autónomo.

A su vez, Reinoso y Serna (2016), realizan un estudio sobre cómo desde los diversos mecanismos educativos, instituciones financieras o gubernamentales se está generando una comunidad interesada en la educación emprendedora y cómo a partir de esto se pueden estructurar los negocios emprendedores en los sectores que solicitan una mejora en su desarrollo y crecimiento económico. Ya que, al generar una metodología para el emprendimiento que inicie una actitud emprendedora y a la creatividad innovadora, que siga en el contexto del entorno y proceso emprendedor para finalizar en el proyecto meta, le concederá al emprendedor una orientación de optimización en áreas como la financiera, la administrativa, la social y la cultural, para poder concluir en un impacto positivo a la comunidad en la que pertenece. De modo que, este artículo sugiere brindar una idea del papel fundamental que tienen las universidades e instituciones educativas a la hora de estructurar una actividad emprendedora a las comunidades interesadas en negocios emprendedores.

Borrás, Fernández y Martínez (2015) buscan definir la relación del emprendimiento con el sistema de educación, ya que se busca crear programas académicos en función a la educación empresarial y propiedad intelectual para llevar a cabo en el ámbito socio-económico y con ello,

contribuir a la personalidad emprendedora que inicia con el incentivo en la creatividad y el espíritu emprendedor, que permitirá desarrollar por medio de los nuevos emprendedores nuevas cadenas de valor en el mercado, fortalecer su papel dentro del sistema financiero y finalizar en transformar estos nuevos proyectos de negocios en éxitos comerciales para el bienestar óptimo del desarrollo económico del país e impulsarlo al mercado internacional. Así pues, este texto permite a los investigadores conocer más a fondo cómo se desarrolla una cultura emprendedora y un emprendedor, debido a que se explica que esto se logra por medio de un sistema de educación empresarial que busque contribuir a las características de un emprendedor por naturaleza.

Por otro lado, se encuentra el texto publicado por Rodríguez (2019), donde enfatiza que la iniciativa emprendedora se encuentra constituida por el impulso a la innovación, la competitividad, el desarrollo económico y social, donde se promueven actividades encaminadas al trabajo comunitario y el voluntariado; lo que se manifiesta como nuevos mercados o la modificación de los ya existentes. El autor especifica, a su vez, que esta iniciativa emprendedora no solo se debe encontrar en empresas establecidas con ese fin, sino también en universidades, centros de estudio e institutos de investigación. Es por ello que, es importante la implementación de este estudio, puesto que se evidencia que docentes e instructores externos al Semillero de Emprendimiento reconocen la importancia de crear una comunidad emprendedora la cual tenga una óptica social e innovadora y reconocen a su vez que esta vena emprendedora no debe surgir únicamente en empresas, sino también en las universidades.

Herrscher en 2013 expone en un estudio de presupuestos sistemáticos, en la actividad de las Pymes a partir de los emprendimientos, fundamentándose en la viabilidad contable que los nuevos negocios deben generar, seguido de mostrar las capacidades de integrar el presupuesto anual, ya que es una estrategia financiera para el crecimiento del emprendimiento, de tal manera que se diseñe un enfoque económico a largo plazo para evitar alguna complicación económica y por otra parte vincular la viabilidad en los mercados para el desarrollo emprendedor en las Pymes nacionales. Con relación a este estudio, se ha de enfatizar en el ideal presupuestario que cada emprendedor debe plantear y organizar en su plan de negocio, ya que de no ser así, los emprendimientos no tendrían una entrada segura al mercado.

Así mismo Boettke y Coyne (2009), buscan explicar la importancia que existe en la conexión entre instituciones y la iniciativa de emprender, argumentando que las instituciones serán los proveedores de un campo de crecimiento económico y unas reglas formales e informales que permiten que estas ideas de negocios sean más atractivas que otras, mientras que los emprendedores son quienes logran, por medio de estas reglas y herramientas, que este crecimiento económico surja, por lo cual, ratifican la importancia del vínculo entre institución y emprendedor. Así mismo, se busca demostrar la importancia e impacto de que el espíritu emprendedor se encuentre en las instituciones y en los emprendedores. Por consiguiente, para esta investigación es importante enfatizar en la relación que existe entre la educación universitaria y como se sincroniza mutuamente con las aptitudes individuales de los estudiantes con el fin de crear emprendimientos.

Como resultado de la revisión de literatura se puede afirmar que no existen textos enfocados en involucrar las herramientas, incentivos o ayudas que necesita un emprendedor y su emprendimiento para su desarrollo en el mercado. Y cómo a partir de las instituciones educativas, en este caso la Universidad El Bosque deben ser promotores de la actividad empresarial. Sin embargo, todos los estudios relacionados al emprendimiento expuesto en esta investigación permitieron reunir sus variables en un solo texto y evaluarlas bajo la comunidad emprendedora El Bosque.

Marco Teórico

En este apartado se pretende explicar cuatro de las teorías más reconocidas del emprendimiento. De modo que, se escogieron teorías que hicieran referencia a los pilares que pueden fundar los conceptos básicos para la formación de un emprendimiento y a su vez en organismos como el Semillero de Emprendimiento. Es por esto que, se expresan a continuación la teoría de Schumpeter, la teoría de la escuela austriaca, la mentalidad de Howard Stevenson y finalmente la base teórica de esta investigación, el modelo empresarial de Alan Gibbs.

1. Paradigma del emprendedor – Schumpeter.

Joseph Schumpeter establece un concepto moderno sobre el emprendedor, lo reconoce como una figura esencial en la empresa, ya que, realza la necesidad de lograr los objetivos y planes de negocio propuestos. “Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función del empresario. Esta función no consiste, esencialmente, en inventar algo ni en crear de otro modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones.” (Schumpeter, 1971, p. 181). De este modo, se interpreta a un emprendedor como figura importante en el sistema económico que llega a determinar el éxito de una empresa.

La escuela de Schumpeter argumentaba que la competencia en la economía era dinámica, debido a que los emprendedores buscaban establecer nuevas posiciones monopólicas a través de las nuevas ideas obteniendo como beneficio en rentas y capital permitiéndoles con ello poder crear proyectos empresariales y a su vez emprendimientos. Dado que construir modelos enfocados en el incentivo de generar mayor competitividad en el mercado, concluye en la cadena económica que se vive con los sistemas capitalistas.

Schumpeter afirma que este sistema funciona únicamente por los pilares que empresarios crean eventualmente para los factores que pueden llegar a influir en una crisis financiera, cómo será el desempleo o la productividad, puesto que los emprendedores son los agentes económicos

que modifican la balanza de oferta y demanda por el pensamiento que influye en modificar las condiciones tradicionales del mercado con ideas nuevas (Evalue. 2019). Por ello, Schumpeter afirma que el capitalismo se establece por los emprendedores, puesto que se deben crear bases de oportunidad económica para evitar crisis en un futuro.

2. Escuela austriaca y el emprendimiento.

La escuela austriaca hace énfasis en la teoría del paradigma del emprendedor de Schumpeter en el cual, destacan en cómo el papel del emprendedor influye en el movimiento de la economía, y con ello en el sentido contrario al equilibrio, ya que promueve la percepción errónea de que el emprendimiento es, de alguna manera, innecesario para entender la manera en que el mercado tiende al equilibrio, pues se resalta la existencia continua de la oportunidad de los cambios que se generan por las actividades emprendedoras. (Neck, R. 2014).

Los austriacos enfatizan la existencia continua de la competencia y la oportunidad de emprendimiento, mientras que Schumpeter se concentra en la naturaleza temporal de la actividad y las alteraciones generadas por las nuevas combinaciones ofrecidas al mercado, por ello esta escuela basa su teoría en originar un equilibrio que se genere por dichos emprendedores. (Gómez, L.A., 2012).

De este modo, la economía austriaca tiende a un pensamiento económico individualista, con el cual enfoca su teoría en que el emprendimiento debe considerar la acción de llevar nuevas soluciones al mercado para aquellos consumidores inquietos con lo que obtienen del sistema comercial, los emprendedores deben ser las personas que reconozcan e identifiquen la subjetividad de los gustos y preferencias de los consumidores en los mercados y para llevar a cabo las ideas empresariales que contemplan el dinamismo de la economía. Ludwig Mises, uno de los promotores de esta escuela, considera que el factor emprendedor debe presentarse en las acciones que se realizan a diario, ya que la incertidumbre que estas generan permite extender un panorama de las oportunidades en el mercado. (Hagemann, 2010).

3. La mentalidad emprendedora según Howard Stevenson

Stevenson habla de un sistema multimodal, con cinco factores claves para la gestión, orientación estratégica, compromiso con la oportunidad, procesos de comprometer recursos, concepto de control de recursos y estructura gerencial. (Castillo, A., 1999). Basándose en el emprendimiento como un fenómeno de comportamiento creativo, buscando así, relacionar emprendedores exitosos con ejecutivos exitosos de las grandes empresas. Puesto que, sus investigaciones en la acumulación de recursos que ocurre cuando una empresa crece, dificulta el comportamiento emprendedor.

Stevenson basó sus estudios en entender el proceso que inicia una empresa cuando se lanza al mercado y la posición en el sistema comercial, para así expandir el conocimiento a los sistemas de gestión, a partir de las oportunidades que este genere, en vez de los recursos. Stevenson resalta la importancia de enfatizar en su núcleo de trabajo, un comportamiento emprendedor, puesto que no hay personas no-emprendedoras, sino con falta de capacidades y oportunidades para desarrollar de manera creativa nuevas ideas de negocios. (SENA., 2014). Dicho que, estas habilidades de innovación y creatividad pueden ser aprendidas y desarrolladas por el individuo, ya que al formalizar un modelo se estructuran las aptitudes de los emprendedores que se están formando, pues con ello, la disciplina puede lograr la entrada a los nuevos mercados nacionales, e incluso los mercados internacionales. (Medina, L., 2010).

4. Teoría de los modelos empresariales de Alan Gibbs.

Alan Gibbs, formuló su modelo con el objetivo de generar un movimiento evolutivo en el desarrollo económico de los países subdesarrollo, ya que relaciona la educación empresarial con la cultura y el comercio. De este modo, Gibbs define el emprendimiento en seis factores que impulsan este estudio, los cuales son “Motivación y desarrollo; Idea y mercado; Habilidades y recursos” (Castillo, A., 2012) permitiendo enfatizar en cada factor que permite llevar a la creación de un emprendimiento.

En primer lugar, se destaca la importancia de identificar y determinar la motivación y desarrollo para el inicio del emprendimiento, puesto que este refleja las variables sociales y culturales que permitirán el acceso al mercado o si por el contrario tendrá alguna dificultad.

Seguido de ello, la formación de la idea y su mercado enfocará la realidad comercial que este emprendimiento tendrá en el mercado, a través de las oportunidades que genere. Además, las habilidades que este debe originar para liderar con éxito su idea de negocio. En última instancia se encuentra los recursos que son vitales para la formación del emprendimiento, pueden ser monetarios, tecnológicos, físicos, entre otros. (Wortman, O. 2016).

Este modelo de pensamiento social es encaminado por los países en vía de desarrollo, puesto que se relaciona el evento empresarial con diferentes temas de desarrollo cultural y, por encima de todo, enfatizar en la educación emprendedora que todas las instituciones educativas deben implementar para contribuir a los jóvenes el espíritu emprendedor para incrementar el mercado nacional y abrir las puertas a los mercados internacionales. Conviene subrayar, que esta investigación se toma en base a esta teoría de Alan Gibbs, debido a que su objetivo es identificar el desarrollo del Semillero de Emprendimiento de la Universidad El Bosque bajo estos pilares que indica el autor, pues son fundamentales para cultivar y promover una cultura emprendedora.

Objetivo general

Comprender cómo surge y se desarrolla una comunidad emprendedora a partir de las alternativas que otorga la Universidad El Bosque para aquellos estudiantes que cuentan con una idea de negocio.

Objetivos específicos

Describir los mecanismos, incentivos, espacios y herramientas que brinda la comunidad El Bosque y su importancia en la comunidad de emprendedores.

Conocer e identificar el perfil de los emprendedores del Semillero de Emprendimiento de la Universidad El Bosque, donde se evidencien las características y comportamientos que comparte cada emprendedor y a su vez su emprendimiento.

Describir la comunidad emprendedora que se presenta el Semillero de Emprendimiento de la Universidad El Bosque, por medio de la participación de estos en una entrevista.

Metodología

Diseño

Para este estudio sobre las estrategias de emprendimiento de la Universidad El Bosque, se realizó una investigación de tipo cualitativo, que corresponde a un diseño fenomenológico definido por Bogdan y Taylor (1984) como un estudio que ajusta una proximidad al mundo empírico, pues esta cercanía se da gracias a los datos y a lo que los participantes dicen o hacen. Las investigaciones cualitativas se enfocan en el uso del lenguaje verbal y no en cuantificar datos. A su vez, se desarrolla, un diseño fenomenológico, pues la finalidad del estudio es caracterizar los emprendedores dentro de la universidad a partir de su propia perspectiva. Además, se indaga, como se están acogiendo los beneficios o estrategias que la Universidad El Bosque brinda para fortalecer y desarrollar los emprendimientos.

Participantes

La unidad de análisis para esta entrevista se compone de nueve (9) estudiantes que hacen parte del Semillero de Emprendimiento de esta institución, además de contar con la participación de la líder del Semillero de Emprendimiento y dos profesores que se encuentran relacionados con dicho grupo en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, de esta universidad. Es decir, esta investigación cuenta con doce (12) participantes, de la cual siete (7) son hombres y cinco (5) son mujeres, que oscilan en una edad entre los veinte (20) a los cuarenta y cinco (45) años, además de que los estudiantes que integran el semillero están cursando entre octavo (8) y noveno (9) semestre. Según los estudiantes, su tiempo de permanecía en el semillero es muy similar, puesto que todos los estudiantes entrevistados ingresaron aproximadamente hace dos (2) años a este.

Instrumentos

Para el estudio de las estrategias de emprendimiento de la Universidad El Bosque, el instrumento de investigación implementado es el diseño y aplicación de una entrevista no estructurada de carácter individual, definida por Rincón (1995) como el escenario en el que el entrevistador pregunta a cada entrevistado una serie de interrogantes preestablecidas que no cuentan con un orden secuencial y pueden ser de carácter abierto o no, lo que le permitirá al entrevistado construir su respuesta, pues cuenta con mayor flexibilidad y adaptación a lo que requiere la investigación.

Por ello, las preguntas elaboradas para esta investigación, las cuales puede ser vistas en los anexos uno (1) y dos (2), son relativas a los temas imprescindibles en la planeación, creación y desarrollo de un emprendimiento. Esto con la finalidad de identificar la influencia de diferentes factores y características que se presentan dentro de las actividades emprendedoras que se manifiestan en el día a día. De tal manera, la sesión se desarrolló bajo unas preguntas que se caracterizan por la libertad que le brindan al entrevistado, puesto que le facilita a este dirigir ampliamente su respuesta, tocando diversos temas como factores que consideran influyentes en la creación de un emprendimiento, la descripción de un perfil emprendedor y a medida que avanza la sesión concluir si esas características ya mencionadas se ajustan a su personalidad emprendedora, su percepción del manejo de las estrategias y la formación que han tenido en el semillero, además de indagar sobre su opinión acerca de los lineamientos, espacios, herramientas e incentivos que la Universidad El Bosque brinda para el Semillero de Emprendimiento.

Por otra parte, hacia los directivos y promotores del semillero, se tocaron temas como; las teorías bajo las cuales se formalizó este grupo de emprendedores, el plan de acción que brinda la información acerca de las instrucciones que debe seguir cada integrante para formalizar su proyecto, su opinión acerca de si un emprendedor nace o se forma dentro de un entorno académico o social. Al mismo tiempo, se les solicitó que perfilarán las características del perfil emprendedor y sus emprendimientos, además de que comenten cómo ha sido la evolución de los emprendimientos cuando salen al mercado nacional, en términos de competitividad y solvencia económica.

Procedimiento

Para la codificación de la información cualitativa, resultante de las entrevistas, se hizo uso de un análisis temático, pues es entendido como un método que permite y facilita identificar, organizar, analizar y sintetizar en detalle los resultados obtenidos en la entrevista. Así mismo, permite proporcionar patrones o temas que posibiliten inferir resultados que proporcionen la adecuada comprensión e interpretación del fenómeno estudiado, en este caso como surge la comunidad emprendedora El Bosque, a partir de sus mecanismos de apoyo. El desarrollo de las entrevistas se llevó a cabo a través de dos fases.

Fase 1

Se identificó un colectivo de estudiantes pertenecientes al Semillero de Emprendimiento de la Universidad El Bosque, por medio de la colaboración de la líder de emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de esta institución, Laura Andrea Téllez Rodríguez, quien nos brindó una lista de quince (15) emprendedores, con la finalidad de que estos nos concedieran una entrevista donde se discutieran temas con respecto a sus emprendimientos, la cultura emprendedora, su desarrollo y los espacios que la universidad les ha brindado, de los cuales nueve (9) decidieron voluntariamente participar en el estudio.

Fase 2

De modo que, posterior a contactar con los participantes, se dio una subdivisión en dos grupos; por una parte, tres (3) de los participantes conformaron el grupo de los directivos y docentes del Semillero de Emprendimiento de esta institución. Por tanto, el otro grupo corresponde a los estudiantes que se encontraban desarrollando su emprendimiento en el semillero, de los cuales cuatro (4) son de la carrera de Administración de Empresas y los cinco (5) restantes corresponden a la carrera de Negocios Internacionales. Lo que da un total de doce (12) individuos para esta investigación. Como resultado se espera encontrar las características en común que se presentan en el perfil emprendedor dentro de la universidad, puesto que el objetivo de esta investigación es comprender cómo se crea y se desempeña la comunidad de

emprendedores, así mismo identificar su percepción ante los beneficios que brinda esta institución.

Cabe resaltar que las implicaciones éticas que se presentaron en la investigación corresponden a, la selección equitativa de los sujetos, haciendo referencia a que todos los participantes de las entrevistas fueron escogidos por razones relacionadas con el fin del estudio y sin ningún sesgo emocional. A su vez, se presenta el consentimiento informado, siendo su finalidad asegurar que los individuos participan en una entrevista acorde a sus valores e intereses actuales. Así mismo, estos pueden declinar en cualquier momento puesto que lo hacen de manera voluntaria y sin repercusión alguna. Para finalizar se encuentra el respeto a los sujetos inscritos. Este criterio refiere que, el sujeto puede cambiar de opinión en cualquier momento, la reserva y manejo de información personal debe ser respetado y que el bienestar del sujeto debe verse cuidadosamente a lo largo de su participación en el estudio, además de que puede solicitar los resultados del estudio del cual hizo parte, puesto que cada participante firmó una carta de consentimiento.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las doce (12) entrevistas realizadas a los participantes del estudio. Por medio de estas entrevistas se establecieron ocho (8) temas, compuestos a su vez por subtemas que agrupan los códigos más importantes evidenciados a lo largo de los encuentros. Esta construcción temática se realizó por medio de la transcripción de las entrevistas, de las cuales se creó una base de datos donde se divide la participación de los entrevistados en los temas y códigos, mencionados anteriormente. Estos serán explicados por medio de interpretaciones y citas textuales de los entrevistados, lo que permitirá presentar los hallazgos más importantes de la investigación. Finalmente se mostrará a través de una ilustración las relaciones y jerarquías de los temas y códigos desarrollados con anterioridad.

Tema 1: estructuras de apoyo

Correspondiente al tema uno definido como estructuras de apoyo, se encuentran tres subtemas de los cuales se desprenden once (11) códigos que especifican las estructuras o entidades a las cuales puede recurrir un emprendedor, en este caso un emprendedor de la Universidad El Bosque. Es por esto que los códigos más relevantes para los participantes son el Semillero de Emprendimiento y el Fondo Emprender. Cabe destacar que la importancia de estas estructuras radica en que una comunidad emprendedora se construye a través de instituciones que complementan la reinversión de cadenas de negocio y generan un nuevo panorama de oportunidades en el mercado, a través del apoyo y acompañamiento que impulsan a potenciales emprendedores. De modo que, a lo largo de la entrevista once (11), se resalta la importancia de estos mecanismos de apoyo, puesto que la participante dice "Agradezco a la universidad, porque me brindó el espacio para apoyar y fortalecer mi idea de negocio". Así mismo se evidencia el compromiso y esfuerzo de la universidad para generar una comunidad emprendedora, puesto que el participante número (12) expresa que "La universidad es el primer nodo de innovación en la ciudad para la red emprender".

Tabla 1.
Estructuras de apoyo

Entidades empresariales	El SENA	(7)
	Fondo emprender	(10)
	Innpulsa	(3)
	Tecnalia	(1)
Entidades institucionales	Escuela de Quebec	(4)
	HUB iEX	(6)
	Semillero de emprendimiento UEB	(11)
	Universidad Nacional	(1)
Alianzas y Convenios	Incubadora de Valencia	(1)
	Incubadora de España	(1)
	Embajada de Francia	(1)

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Tema 2: lineamientos del Semillero de Emprendimiento

En cuanto al tema dos, este permite identificar a los investigadores los lineamientos del Semillero de Emprendimiento de la Universidad El Bosque a partir de las guías y libros, además

de las actividades de apoyo que se implementan en su interior para poder conocer e identificar los espacios y herramientas que esta institución de la mano con el semillero aporta para la ejecución y elaboración de una nueva idea de negocio. Entre los códigos más relevantes se encuentra el Formato Fondo Emprender, el cual debe ser diligenciado por cada emprendedor, lo que según palabras del entrevistado número seis (6).

Lleva a tener una estructura y lleva a que el estudiante aterrice cada uno de los puntos que hay que tener en cuenta, (...), eso los lleva a analizar y revisar y los mete en un proceso diferente, y donde se junta un poquito más lo que corresponde digámoslo así a la academia, en donde uno los involucra más con una investigación de mercado más fuerte.

Por otra parte el segundo código más reiterado corresponde a las charlas de profesionales, reconocidos como emprendedores exitosos, que generan motivación en los estudiantes que integran el semillero, por lo cual el entrevistado número nueve (9) expresa “Siento que las charlas con los profesionales aportan bastante al crecimiento de los emprendimientos”.

Tabla 2.
Lineamientos del semillero

Libros y guías	Formato fondo emprender	(6)
	10 pasos para sacar adelante un proyecto	(1)
Actividades de apoyo	Actividades extracurriculares	(1)
	Charlas emprendedoras	(8)
	Concursos y convocatorias	(3)
	Ferias de emprendimiento	(2)

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Tema 3: formalización de un emprendimiento

Con respecto al tema tres, el cual es definido como la formalización de un emprendimiento. Este está compuesto por seis subtemas y treinta y siete (37) códigos, los cuales definen los pasos claves que debe seguir un emprendedor para poder formalizar su emprendimiento. Entre los códigos más importantes se encuentran el plan financiero y el plan contable, la recolección de información, el registro de la empresa en la Cámara de Comercio y la

segmentación de mercado. Si bien es cierto el iniciar una idea de negocio requiere la realización de procesos tanto legales como financieros que suelen ser tediosos, estos son necesarios para que el emprendimiento pueda alcanzar un mayor reconocimiento y constituirse en un mercado nacional, en este caso específico la formalización de un emprendimiento en la República de Colombia.

Tabla 3.
Formalización de un emprendimiento

Requisitos legales	Cámara de Comercio	(6)
	Registro de Marca	(2)
	Dominio	(1)
Análisis macro-ambiente	Tercerización de procesos	(1)
	Estudio demográfico	(2)
	Estudio económico	(2)
	Estudio psicográficas	(1)
Análisis microambiente	Idea de negocio desde la raíz	(5)
	Estructurar misión, visión	(3)
	Recolección de información	(9)
	Segmentar el mercado	(8)
	Canales de comunicación	(1)
	Recursos humanos y materiales	(1)
	Valor Agregado	(4)
	Minimizar riesgo de mortandad	(1)
	Trabajo en equipo	(3)
	Competencia	(1)
Métodos	DOFA	(2)
	CANVAS	(3)
	Pains & Gains	(1)
	Retroalimentación	(4)
	Producto Mínimo Viable	(3)
	PESTEL	(1)
Plan estratégico	Plan financiero/ contable	(9)
	Plan de ventas	(3)
	Análisis de producción	(2)
	Retorno interno y rentabilidad	(3)
	Costos de la sostenibilidad del negocio	(2)
	Innovación	(2)
	Prototipos	(6)
	Marketing	(5)
	Procesos de gestión y logística	(1)

	Alianzas estratégicas	(1)
	Proyecciones	(5)
Análisis futuro	Importancia de los stakeholders y shareholders	(2)
	Adherirse a la Ley de emprendimiento	(1)
	Incubación	(1)

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Tema 4: negocios verdes e inclusivos

Correspondiente al tema cuatro, definido como negocios verdes e inclusivos, se define bajo los códigos que se evidenciaron en las entrevistas, que corresponden al componente biopsicosocial, que permite a los emprendedores El Bosque contar con un enfoque bioético y responsabilidad social, enfocados en una economía verde y sostenible. Es por esto que el subtema es el valor agregado de UEB, puesto que, para esta academia es imprescindible presentar al mercado nacional emprendedores y profesionales, que según la entrevista número nueve (9) expresa que “El emprendimiento debe tener un impacto más allá de los propios intereses del emprendedor”, ya que como comenta el entrevistado número diez (10). “Siempre se debe buscar externalidades positivas para todos”.

Tabla 4.

Negocios verdes e inclusivos

	Componente Biopsicosocial	(9)
Valor agregado de UEB	Enfoque bioético	(2)
	Economía verde	(8)
	Responsabilidad social	(6)
	Sostenibilidad (económica, social y ambiental)	(7)

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Tema 5: características del emprendedor

Siguiendo con la línea, el tema cinco corresponde a una comparación entre las características que presentan en común un emprendedor y un emprendedor de la Universidad El Bosque, lo que a su vez permite hallar las características distintivas que presenta un emprendedor

formado en la institución anteriormente nombrada. Es por ello que, a lo largo de las entrevistas se caracteriza al emprendedor como un ser “apasionado, autocrítico, comprometido, creativo, dedicado, disciplinado, independiente, innovador, organizado, planeador, resiliente, responsable, serio y temerario”. Mientras que las características que distinguen y permiten sobresalir al emprendedor de El Bosque lo define el entrevistado número uno (1) como “Los emprendimientos de los chicos del semillero, son emprendimientos que nacen del corazón” que a su vez el entrevistado número cinco (5) expresa que “Sobresalimos por tener un producto llamativo y sobresaliente a los demás” y con la intervención del entrevistado número seis (6) el indica que “No se trata de ser el mejor, sino se trata de que ellos sean diferentes a los demás”.

Lo que le permite a los investigadores agrupar las características que diferencian la comunidad UEB de las demás, pues dichas cualidades están expresadas de la siguiente manera: es un ser constante, consciente, esquematizado, estructurado, exigente, exitoso, líder, proactivo, respetuoso, cuenta con una convicción nata, con un buen trabajo en equipo. Además de contar con un énfasis en el impacto positivo hacia la sociedad y el medio ambiente, puesto que no se busca únicamente los beneficios individuales del emprendedor.

Tabla 5.
Características

<i>Emprendedor</i>		<i>Emprendedor UEB</i>	
Apasionados	(5)	Apasionados	(8)
Autocritico	(1)	Autocritico	(1)
Comprometidos	(3)	Comprometidos	(3)
Creativo	(1)	N/A	
N/A		Conscientes	(6)
N/A		Confía en sus capacidades	(5)
N/A		Constante	(5)
Dedicados	(1)	N/A	
Disciplinados	(3)	Disciplinados	(6)
N/A		Esquematizado	(1)
N/A		Estructurados	(1)
N/A		Exigente	(2)
N/A		Exitoso	(1)
Independiente	(1)	Independiente	(1)
Innovador	(2)	Innovador	(5)
N/A		Líder	(3)
Organizado	(3)	Organizados	(2)



Planeador	(2)	N/A	
N/A		Proactiva	(1)
Resiliente	(4)	Resiliente	(5)
N/A		Respeto	(1)
Responsabilidad	(6)	Responsabilidad	(2)
Serios	(1)	N/A	
Temerarios	(1)	N/A	
N/A		Trabajo en equipo	(5)
N/A		Único (enfatisa en el impacto hacia la sociedad y no a la parte monetaria)	(5)
Vena emprendedora	(1)	Vena emprendedora	(2)
Visionario	(3)	Visionario	(3)

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Tema 6: tipo de emprendedor

Así mismo, el concepto de emprendedor se caracteriza por los intereses que un individuo contempla al momento de ejecutar su idea de negocio y como lo realiza. Es por ello que, con respecto al tema seis acerca de los tipos de emprendedor, los resultados en esta tabla le proporciona a los investigadores clasificar a los nueve estudiantes entrevistados y quien se ajusta más a un emprendedor por innovación, un emprendedor porque nace, un emprendedor por necesidad y un emprendedor por razón social. El espíritu emprendedor aparece en múltiples circunstancias, pero con las mismas características, ya que cada incentivo se refleja en alguna necesidad, una motivación o hallar una oportunidad en el mercado.

Tabla 6.

Tipo de emprendedor

Emprendedor por innovación	(1)
Emprendedor que nace	(3)
Emprendedor por necesidad	(1)
Emprendedor que razón social	(4)

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Tema 7: experiencia en emprendimiento

De hecho, para esta investigación fue de suma importancia reconocer la experiencia emprendiendo, siendo este el tema siete, debido a que, como bien se mencionó los incentivos para formalizar un emprendimiento surgen por diferentes razones y es fundamental reconocer cuál ha sido su vivir desde la experiencia emprendedora. Es por ello que, se realiza la división de subtemas como es la experiencia desafiante, experiencia educativa, experiencia memorable y la experiencia de transformación. Sin embargo, el código que presentó más repeticiones fue la experiencia desafiante, ya que, uno de los entrevistados expresa que “No es de la noche a la mañana, si hay mucho trabajo y muchos momentos frustrantes, que uno dice no sé por qué me metí en eso, hubiese hecho un diplomado”. A su vez, otro de los entrevistados afirma que “No es sencillo, uno lo puede hacer tan grande o pequeño como se quiera”.

Tabla 7.
Experiencia emprendiendo

Desafiante	"Cuando inicié mi emprendimiento, siempre fui consciente de que existían riesgos" "Es un carrusel de emociones, por que un día es un idea emocionante y el día de mañana no" "Entender que el emprendimiento <i>no es un proceso fácil</i>, pero es muy chévere y <i>se pueden hacer cambios desde la parte empresarial</i>" "Los resultados pueden no verse en el primer o segundo año, pero hay que seguir para lograr el proyecto" "Mi emprendimiento se encuentra en papel, o sea yo tengo muy presente el precio de mercado de mi producto, cuánto debo gastar en cuanto ya sea una unidad de mi producto" "<i>No es de la noche a la mañana</i>, si hay mucho trabajo y muchos momentos frustrantes, que uno dice no sé por qué me metí en eso, hubiese hecho un diplomado" "<i>No es sencillo</i>, uno lo puede hacer tan grande o pequeño como se quiera"
Educativa	"Fue que empecé a hacer proyectos, <i>empecé a fracasar</i>, porque sí la academia funciona, da metodológicas y da entendimientos, pero igual no lo es todo, <i>se debe ejecutar</i>"
Memorable	"Mi gusto por la agricultura, porque puedo potencializar el campo, en lo que somos buenos. Es un proceso de aprender y desaprender y hacer lo que me hace feliz"
Transformación	"Yo empecé emprendiendo con una empresa de café hace seis años pero esto dio un cambio extremo gracias a la innovación tecnológica"

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Tema 8: Barreras o desmotivantes para el emprendimiento

Finalmente, el tema ocho que corresponde a los desmotivantes que pueden existir dentro del proceso de emprender, se encuentran desde el componente emocional, componente monetario, componente legal, hasta el componente institucional y la universidad, que en este caso de estudio es la Universidad El Bosque. Por consiguiente, los códigos que demuestran las dificultades, inconvenientes o inquietudes de cada entrevistado inician desde la falta de herramientas divulgativas para el Semillero de Emprendimiento, como a su vez la falta de financiación en sus proyecto, la incertidumbre que existe por la contingencia sanitaria del Covid-19, que se vive actualmente en el año 2020 y finalizan en las normativas que se requieren para formalizar un emprendimiento en esta institución.

Tabla 8.
Desmotivantes

Componente emocional	Contingencia mundial	(3)
	Incertidumbre	(1)
	Sentimiento de impotencia	(1)
Componente institucional	Alta demanda de tiempo en investigación	(1)
	El semillero se queda en lo teórico y no en la creatividad	(1)
	Evaluar muchas variables	(2)
	La responsabilidad del proyecto de grado	(1)
	Varios de los profesores desaniman la idea	(1)
Componente legal	Normativas (permisos, contratos, etc.)	(2)
Componente monetario	Falta de financiación	(5)
Universidad El Bosque	Educados en una cultura hipercompetitiva	(1)
	Divulgación del semillero en la comunidad UEB	(5)

Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Esquema de relaciones

A partir de los temas desarrollados anteriormente, se ejecutó un diagrama temático de análisis, el cual pretende mostrar la jerarquía y secuencia de temas, subtemas y códigos que implica realizar una transcripción de datos, la relectura del material a investigar y la anotación de

las ideas generales. Esto permite una esquematización del fenómeno estudiado a partir de la figura (1), que se define por medio de un criterio básico de comparación.

Con respecto a al criterio de categorización que permite un sistema por jerarquización de los temas según su valor, corresponde a las variables que debe conocer y tener todo emprendedor, especialmente el emprendedor de la Universidad El Bosque, lo que permite hacer un listado de temas según su valor para la investigación, siendo el tema uno el de mayor peso debido a que la investigación se enfoca en conocer y comprender los sistemas y herramientas de apoyo que brinda UEB. Mientras que el tema ocho es el menos relevante para el estudio dado que, aunque los desmotivantes tienen importancia para la investigación, este tema solo permite comprender las dificultades y procesos que puede vivir cada emprendedor. Asimismo, al interior de los temas se presenta una jerarquización por tamaño, donde se evidencia que tanto el tema como los códigos tienen mayor relevancia que los subtemas puesto que estos cuentan con un mayor tamaño y visibilidad en la ilustración (1).

Ilustración 1
Esquema de relaciones



Elaboración propia. Datos tomados de las entrevistas realizadas.

Discusión

El objetivo de esta investigación fue comprender cómo surge y se desarrolla una comunidad emprendedora a partir de las alternativas que otorga la Universidad El Bosque para aquellos estudiantes que cuentan con una idea de negocio. Los resultados más relevantes que se evidenciaron a lo largo del estudio fueron las estructuras de apoyo, los lineamientos del Semillero de Emprendimiento, el perfil de un emprendedor y la formalización de un emprendimiento. Estas categorías permitieron a los investigadores conocer e identificar el perfil de los emprendedores del semillero. Asimismo, describir los mecanismos, incentivos, espacios y herramientas que brinda la comunidad el Bosque y su importancia en un entorno de emprender.

A través de la experiencia de cada entrevistado, se logró esquematizar los requerimientos que debe cumplir una idea de negocio, para que exista menor riesgo de fracaso en el mercado. A su vez, se conocieron las múltiples alianzas y entidades que ofrecen un nuevo panorama de oportunidades a los emprendedores UEB. No obstante, los emprendedores que deseen ser beneficiarios de dichas estructuras deben cumplir con los lineamientos del semillero, puesto que, gracias a las actividades que se desarrollan dentro del semillero estos emprendedores cuentan con conocimientos y facultades que les facilitan su proceso de ingreso a estas estructuras de apoyo. Finalmente, se evidenció que estas herramientas y espacios que brinda la Universidad El Bosque y el Semillero de Emprendimiento forman la identidad característica y distintiva que comparten los emprendedores UEB, siendo una de estas el enfoque biopsicosocial, donde se evidencia la preferencia en el desarrollo de los negocios verdes, responsabilidad social y sostenibilidad.

En términos prácticos, los resultados obtenidos sobre las estructuras de apoyo al emprendimiento sugieren la necesidad de implementar nuevas estrategias de divulgación que generen una iniciativa de emprendimiento a partir del acompañamiento que brinda la Universidad El Bosque y sus numerosas alianzas con entidades gubernamentales y no gubernamentales. De acuerdo con la teoría del emprendimiento de Bull y Willard (1993), que se basa en la adquisición de habilidades y experiencias, la existencia y participación en incubadoras es fundamental para el proceso de creación de nuevos negocios. En particular, el acompañamiento a los grupos

estudiantiles de emprendedores puede ser reforzado a partir de convenios como los que ha establecido la Universidad El Bosque con incubadoras como iHUB, Innpulsa, El Fondo Emprender, Tecnoparque del SENA y la Escuela de Empresarios de Quebec. No obstante, esta institución puede crear nuevas alianzas con organismos de cooperación empresarial como son RutaN, Bancoldex, Tecnova, Parquesoft, entre otras incubadoras que tienen reconocimiento a nivel nacional. En conjunto, estos convenios contribuyen sustancialmente a consolidar una cultura emprendedora.

De manera que, esta investigación se basó en la teoría de Gibbs (2006), la cual relaciona la educación empresarial que brindan las instituciones, con la cultura y el comercio. Para ello, se revisó literatura referente a los pilares que propone Gibbs: “Motivación y desarrollo”, “Idea y mercado” y “Habilidades y recursos”. Esta revisión de literatura brinda información teórica a cerca de la interconexión entre empresas, instituciones educativas y entidades gubernamentales, que les permite ser actores en la formación de un emprendimiento y participe en el proceso del emprendedor. Además de describir y caracterizar tanto el entorno en donde se desarrolla el emprendedor, como su trayectoria y las cualidades que integran el perfil emprendedor.

De modo que para relacionar los conceptos de esta investigación se pretende hallar las similitudes entre lo teórico y lo práctico que se presentan en el estudio. Inicialmente, en el texto de Reinoso y Serna (2016), se define que “la educación en formación emprendedora es un factor fundamental para lograr desarrollar una cultura del emprendimiento dirigida al desarrollo de un país”. Por lo cual en el contexto de emprendimiento se denota la importancia de las instituciones y su cooperación en el proceso para formar un ecosistema emprendedor. Por consiguiente, se evidencia como la Universidad El Bosque ha generado nuevas estructuras de apoyo para la creación, desarrollo y permanecía de una cultura emprendedora a partir de entidades como el iHUB, el SENA, Incubadoras Internacionales, el Fondo Emprender y su Semillero de Emprendimiento en una de sus facultades. Asimismo Kirberg (2014), propone la importancia de plantear un modelo de negocio optimo y conocer las ventajas que genera el marketing, antes de iniciar nuevas ideas de negocio. Por lo cual enfatiza que estos conocimientos y carácter emprendedor se deben formar por medio de las instituciones educativas. Visto que se reconoce que dentro del Semillero de Emprendimiento de la Universidad El Bosque, se ha desarrollado e

implementado desde sus inicios una serie de lineamientos que permiten tanto a tutores como estudiantes seguir un orden al momento de desarrollar y formalizar un emprendimiento, de modo que se hace uso de libros y guías que permitan llenar vacíos de conocimiento legales, financieros, comunicativos, metodológicos, logísticos, entre otros. Y actividades dinámicas y divulgativas que permitan poner esos conocimientos en práctica y establecer su idea de negocio.

En este contexto, el texto de Restrepo (2013) define la importancia de encaminar, un concepto ético-social en la educación que se brinda para los emprendimientos, contribuyendo a la formación de emprendimientos sustentables, que como expresa Benegas (2013, p. 157). “El desarrollo de programas de emprendimiento social debe vincular y generar, beneficios a problemáticas sociales, por medio de nuevos modelos de negocio”. De manera que estas teorías respaldan el valor agregado y responsabilidad social que busca generar la Universidad El Bosque a partir de su enfoque biopsicosocial, bioético y nuevas economías verdes.

A su vez, McClelland (1961) indica que es fundamental identificar el entorno en el que se desenvuelve un emprendedor, ya que la formalización de un emprendimiento inicia desde la formación integral y el desarrollo de sus cualidades como emprendedor. De este modo, se afirma que las características que existen en los emprendedores y con mayor énfasis en los emprendedores El Bosque son aquellos que tiene la capacidad de ejecutar ideas, orientados hacia la eficiencia, la innovación, la disciplina, la capacidad de resiliencia y trabajo en equipo.

Pero, Rodríguez (2019) indica que “la iniciativa emprendedora se encuentra constituida por el impulso a la innovación, la competitividad, el desarrollo económico y social”, lo que concluye en que existen diferentes tipos de emprendedores. De manera que en este estudio se evidencia que en la Universidad El Bosque existe, emprendedor por razón social, emprendedor por innovación, emprendedor por necesidad y emprendedor porque nace. Dado que, el impulso a crear un emprendimiento y seguir con este es a partir de su desarrollo en el sistema comercial y la experiencia que adquiere con este, que como muy bien se resalta en los resultados, la experiencia emprendiendo es diferente para cada uno de los participantes ya sea desde una vivencia desafiante, educativa, memorable o inclusive de transformación. Sin embargo, cada historia tiene su propio desmotivante, pues como expresa Low y MacMillan (1988) “los problemas que

presentan estas iniciativas es la carencia de conocimientos teóricos y técnicos, o en su gran mayoría la carencia de capital monetario”, lo cual se ve reflejado en la experiencia de cada participante, pues existen desmotivantes emocionales, institucionales, monetarios y legales, que aunque no sea un impedimento para formalizar un emprendimiento, si puede ser una razón para que el proceso presente un mayor grado de dificultad.

Limitaciones y recomendaciones

A continuación, se presentan las limitaciones de esta investigación y se incluyen algunas recomendaciones para el desarrollo de futuras investigaciones a partir del presente estudio. En primer lugar; se reconoce un posible sesgo de indagación debido a la contextualización que suministraron los investigadores en las entrevistas. Al realizar las preguntas, se esperaba una respuesta por parte de los entrevistados, acorde al marco teórico y la revisión de literatura de esta investigación. En consecuencia, es posible que se haya limitado la posibilidad de identificar temas emergentes. En segundo lugar, se reconoce un sesgo de selección, al limitar el estudio a la comunidad emprendedora de la Universidad El Bosque, de la cual los autores de este estudio también hacen parte.

Finalmente, para investigaciones futuras se recomienda implementar estrategias de triangulación en la recolección y el análisis de datos. Esto puede generar un mayor rango de flexibilidad en las preguntas y respuestas de las entrevistas, y una mayor posibilidad de identificar categorías, temas inesperados o emergentes.

Conclusiones

En conclusión, los hallazgos principales de esta investigación sugieren que los incentivos académicos, financieros y las incubadoras de proyectos son estructuras de apoyo centrales para la consolidación de las comunidades emprendedoras en las universidades. En particular, En la Universidad El Bosque, en ella se destaca el Semillero de Emprendimiento, el iHUB, Fondo Emprender, SENA y la Escuela de Quebec. Estos organismos brindan herramientas, espacios e incentivos para formalizar un emprendimiento. No obstante, este estudio sugiere que se necesitan intervenciones enfocadas en divulgación de oportunidades para incentivar en su comunidad estudiantil una vena emprendedora.

A su vez, se destaca el proceso que fortalece las competencias de un emprendedor desde los lineamientos que propone el Semillero de Emprendimiento a partir de herramientas internas como sus guías de apoyo, charlas emprendedoras, ferias de emprendiendo, concursos y convocatorias. Estas actividades facilitan la formalización de la idea de negocio, ya sea en proporcionando apoyo en temas legales, estudios de mercado, plan estratégico o análisis a futuro. Además, el enfoque biopsicosocial permite desarrollar aptitudes en el emprendedor UEB como ser apasionado, consciente, disciplinado, innovador, resiliente y con un énfasis en el impacto social y ambiental, que son consistentes con valor agregado de la Universidad El Bosque en economía verde y sostenibilidad.

En definitiva, este estudio acerca de las estrategias de emprendimiento de la Universidad El Bosque manifiesta resultados reveladores en cuanto a la gestión de los incentivos y herramientas que esta institución brinda para fortalecer la cultura emprendedora. Para futuras investigaciones, se propone abordar asuntos con mayor potencial de generalización como ¿Cuál es el modelo que implementan las universidades de Colombia para promover una cultura emprendedora? ¿Se diferencian? ¿Son similares?, y ¿Cómo participa el gobierno colombiano para abordar el eje de emprendimiento empresarial juvenil y transformar las problemáticas de desempleo que atraviesan los jóvenes universitarios colombianos?

Declaración ética

Los autores declaran que este trabajo de grado, se acoge a los principios, preceptos, definiciones e indicaciones establecidos en la “Política de propiedad intelectual” vigente en la Universidad El Bosque (Acuerdo No. 12746 de 2014), así como la Circular No. 06 de 2002 de la dirección nacional de derechos de autor.

Al tenor de lo anterior, Catalina Guatibonza y Nicolle León autores de este trabajo de grado ratifican que su trabajo es original y cumple con todo lo reglamentario sobre derechos de autor, siendo Catalina Guatibonza y Nicolle León las únicas responsables del contenido y las ideas planteadas en el presente manuscrito.

Anexos

Anexo 1. Preguntas para los estudiantes pertenecientes al Semillero de Emprendimiento.

- ¿Cuál fue su principal motivación para emprender su idea de negocio?
- ¿Cuáles considera usted que son las variables que se asocian a la creación y desarrollo de un emprendimiento?
- ¿Considera que el ambiente familiar e institucional influye en el proceso de transformación de idea a realidad en un emprendimiento, si es así, por qué?
- ¿Cuáles considera usted que son las características de un emprendedor en la Universidad El Bosque?
- ¿Al iniciar su idea de negocio, tuvo algún desmotivante en su proceso, ya sea de carácter económico, familiar, académico o social?
- ¿Cómo ha sido su trayectoria desde que inició en el semillero de la Universidad El Bosque hasta la actualidad y en qué etapa considera que se encuentra su emprendimiento?
- ¿Desde su punto de vista considera que la Universidad El Bosque brinda los incentivos y espacios para la creación de una cultura emprendedora?
- ¿Cuál cree que deben ser los lineamientos o los pasos por seguir para construir un emprendimiento exitoso?

Anexo 2. Preguntas a los directivos y docentes del Semillero de Emprendimiento.

- ¿Cómo surgió la idea de crear un semillero para los emprendimientos de los estudiantes?
- ¿Se han construido los lineamientos del semillero bajo las teorías del emprendimiento más reconocidas como lo son, la teoría de Joseph Schumpeter, la teoría de la

Escuela Austriaca, la teoría de Alan Gibbs o la teoría de Howard Stevenson, de lo contrario, bajo qué teoría se creó el semillero?

- ¿Qué plan de acción presentan los docentes y directivos del semillero cada semestre teniendo como punto de partida los emprendimientos desarrollados en semestres anteriores?
- ¿Considera usted que los emprendedores surgen a través de las facilidades y recursos que les brinda la universidad o considera que estos surgen por sus propios méritos?
- ¿Cuáles considera usted que han sido las características en común que se presentan a lo largo de los semestres en cada emprendedor y su emprendimiento?
- ¿Cuáles son las estrategias que de la mano con la Universidad El Bosque el Semillero de Emprendimiento ha ofrecido a los estudiantes?
- ¿Cómo se reconoce al interior del semillero los emprendimientos exitosos y los que se deben transformar o mejorar?
- ¿Qué características considera usted que deben presentarse en un perfil emprendedor?
- ¿Los emprendimientos que se han desarrollado bajo la dirección del semillero han demostrado competitividad en el momento en el que salen al mercado nacional?

Anexo 3. Transcripción de entrevistas (Link adjunto)

https://drive.google.com/file/d/1JFIBv4tS87RPM8xSM2zC2QlefSNA-Ei_/view?usp=sharing

Anexo 4. Base de datos Excel (Link adjunto)

https://drive.google.com/file/d/1JFIBv4tS87RPM8xSM2zC2QlefSNA-Ei_/view?usp=sharing

Referencias

- Banca de las oportunidades. (2020). Programa de acceso a servicios y productos financieros. BDO. Obtenido de <http://bancadelasoportunidades.gov.co/>
- Benegas, M. (2013). Formando comunidades para el emprendimiento sustentable. *Corporación Universitaria Remington*. Medellín. 1(1), 158 – 167.
- Borrás, F., Fernández, A., & Martínez, F. (2015). *El emprendimiento: una aproximación internacional al desarrollo económico*. Editorial de la Universidad de Cantabria. España. 1(1), 54 – 77.
- Boettke, P., & Coyne, C. (2009). Context matters: Institutions and entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228263484_Context_Matters_Institutions_and_Entrepreneurship
- Bogdan, R., & Taylor, S.J. (1984). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Paidós Ibérica, S.A. España – Barcelona. (1) pp 8. Obtenido de <https://asodea.files.wordpress.com/2009/09/taylor-s-j-bogdan-r-metodologia-cualitativa.pdf>
- Bull, I., & Willard, G. (1993). *Towards a theory of entrepreneurship*. Journal of business venturing. (3º ed.) pp. 183 – 195. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0883902693900262>
- Campo, C. & Albarracín, E. (2008). Modelo de Emprendimiento en Red-MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. Academia. *Revista latinoamericana de administración*. 1(40), 13 – 31.

- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. IntecChile. 1 (21), 18 – 25.
- Chang, H. (2010). El modelo de la triple hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y la empresa. *Revista nacional de administración*. 1(1), 85 - 94. Obtenido de Dialnet-ElModeloDeLaTripleHeliceComoUnMedioParaLaVinculaci-3698520.pdf
- Estrada, S. (2013). Formación emprendedora aplicando la Ley 1014 en instituciones educativas. *Corporación Universitaria Remington*. Medellín. 1(1), 134 – 141.
- Evalue. (2019). La economía de la innovación Schumpeter y el paradigma del emprendedor. *Evalueconsultores*. Obtenido de <https://evalueconsultores.com/La-economia-de-la-innovación/>
- Del Rincón, D., Arnal, J., Latorre, A., Sans, A. (1995). *Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Dykinson
- Gómez, L.A. (2012). Teorías del emprendimiento. *Capacidad emprendedora total y sus factores*. (3° ed.) pp. 564 – 578. Retrieved from <http://unijc.pbworks.com/w/file/attach/54060386/TEORIASDELEMPRENDIMIENTO.pdf>
- Hagemann, H. (2010). The Austrian School in the interwar period. *Austrian economics in transitions*. Hounds mille, Palgrave MacMillan. Retrieved from https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780230281615_9
- Herrscher, E. (2013). *Presupuesto sistemático: clase para la supervivencia de emprendimientos y PYME'S*. (2° ed) pp. 57 – 61. Argentina, Buenos Aires: Edición Granica.
- Low, M. & MacMillan, I. (1988). *Entrepreneurship: Past research and future challenges*. (2° ed) pp. 139 – 150. *Journal of management*,
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton: D. Van Nostrand Company

- Medina, L. (2010). El pellizco. *Marketing News*. (5º ed) pp. 30. Bogotá, Colombia.
- Neck, R. (2014). Austrian economic today. *Atlantic economic journal*. (2º ed) pp. 121 – 122.
- Rajadell, M. (2019). *Creatividad: emprendimiento y mejora continua*. Editorial Reverté. Barcelona. 1(1), 29 – 35.
- Reinoso, J. & Serna, L. (2016). *Modelo integral de aprendizaje para el emprendimiento: una visión sistemática desde la actitud emprendedora*. Sello Editorial Universidad del Tolima. 1(1), 15-23.
- Restrepo, L. (2013). *Educación para el emprendimiento desde la solidaridad*. Corporación Universitaria Remington. Medellín. 1(1), 172 – 185.
- Ripsas, S. (1998). Towards an interdisciplinary theory of entrepreneurship. *Small Business in Economics*, 10, 103- 115.
- Rodríguez, H. (2019). La gestión empresarial en la construcción de una sociedad emprendedora. *Cuadernos Latinoamericanos De Administración*, 15(28). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v15i28.2708>
- Samoilovich, S. (2005). Ciber negocios, características comunes de los emprendimientos exitosos. El Cid Editor. Buenos Aires. 1(1), 5 – 13.
- Schnarch, K. (2014). *Emprendimiento exitoso: Cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones. 1(1), 56 – 61.
- SENA. (2014). Vector de emprendimiento y empresarismos. Programas de creación, fortalecimiento y apoyo a Mi Pymes. SENA.
- Universidad El Bosque. (2016). Plan de Desarrollo Institucional 2016 – 2021. Bogotá: Universidad El Bosque. 1(1) 147 – 149.

Vallamitajana, N. (s.f.). La actividad emprendedora de los graduados IQS. Universidad Ramón Liull. Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1>

Wortman, O. (2016). *Desarrollo de vocaciones emprendedoras*. Universidad Nacional de San Martín. Buenos Aires, Argentina.