

REICE
Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas
Abriendo Camino al Conocimiento
Facultad de Ciencias Económicas, UNAN-Managua

REICE | 357

Vol. 11, No. 21, enero - junio 2023

REICE ISSN: 2308-782X

<http://revistacienciaseconomicas.unan.edu.ni/index.php/REICE>

revistacienciaseconomicas@gmail.com

**Formando emprendedores en el programa de Administración de Empresas de la
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña**

**Training entrepreneurs in the Business Administration program of the Francisco
de Paula Santander Ocaña University**

Fecha recepción: mayo 21 del 2023
Fecha aceptación: mayo 31 del 2023

<https://doi.org/10.5377/reice.v11i21.16559>

Adriana Mosquera Carrascal
Grupo de investigación GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña,
Colombia
<https://orcid.org/0000-0001-5993-1529>
amosquerac@ufpso.edu.co

Damarys Vergel Quintero
Grupo de investigación GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña,
Colombia
<https://orcid.org/0000-0001-9273-229X>
dvergelq@ufpso.edu.co

José de la Rosa Verjel Pérez
Grupo de investigación GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña,
Colombia
<https://orcid.org/0000-0001-8707-4851>
jrvergelp@ufpso.edu.co



Derechos de autor 2021 REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas.
Esta obra está bajo licencia internacional [Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Copyright (c) Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas de la Unan- Managua

Resumen

Las instituciones de educación superior asumen el compromiso de formar profesionales emprendedores que aporten al crecimiento económico de las regiones y del país. El programa de Administración de Empresas de la UFPS Ocaña, ha venido desarrollando desde el año 2016-2 la estrategia pedagógica denominada Plan Formador de Competencias Empresariales, con el objeto de generar en los profesionales en formación, una cultura de emprendimiento que permite el desempeño de estos, como empresarios o intraempresarios. al estimular la generación y desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes del programa, otorgando un valor adicional en su formación profesional, por lo tanto, el objetivo de este artículo es conocer la evolución que esta estrategia pedagógica ha tenido tanto en los estudiantes como en sus formadores. Se utilizó la investigación cuantitativa de tipo descriptivo y se recopilaron los datos mediante una encuesta a 30 profesores y 65 estudiantes de último semestre del programa académico en mención. Entre los hallazgos más significativos se encuentran la satisfactoria evaluación de la formación en emprendimiento, los perfiles o roles más significativos para los que se están formando y la estructura de la estrategia pedagógica desarrollada. Se concluye que se aprecian resultados favorables en la formación de competencias en emprendimiento que los capacita para desempeñarse de manera emprendedora como futuros profesionales.

Palabras Clave: Competencias Empresariales, Estrategia Pedagógica, Evolución de la estrategia, Empresario e Intra-empresario, Plan Formador

Abstract

Higher education institutions assume the commitment to train entrepreneurial professionals who contribute to the economic growth of the regions and the country. The Business Administration program of UFPS Ocaña, has been developing since 2016-2 the pedagogical strategy called Business Skills Training Plan, in order to generate in training professionals, a culture of entrepreneurship that allows the performance of these, as entrepreneurs or intra-entrepreneurs. by stimulating the generation and development of entrepreneurial skills in the students of the program, giving additional value to their professional training, therefore, the objective of this article is to know the evolution that this pedagogical strategy has had both in the students and in their trainers. Descriptive quantitative research was used and data was collected through a survey of 30 professors and 65 students in the last semester of the aforementioned academic program. Among the most significant findings are the satisfactory evaluation of entrepreneurship training, the most significant profiles or roles for those who are being trained and the structure of the pedagogical strategy developed. It is concluded that favorable results are appreciated in the training of entrepreneurship skills that enables them to perform entrepreneurially as future professionals.

Keywords: Business Competences, Pedagogical Strategy, Evolution of the strategy, Entrepreneur and Intra-entrepreneur, Training Pla

Introducción

El Índice Global de Emprendimiento (IGE) busca medir tanto la calidad del espíritu emprendedor de un país, como el nivel de apoyo a iniciativas empresariales. Partiendo de este índice, es preciso manifestar que la mentalidad emprendedora está sujeta al estado de desarrollo en la que se encuentre un país determinado (Urdaneta et al., 2022).

Particularmente Colombia, en 2017 obtuvo un índice de 37.3/100, ubicándose por debajo de países como Estados Unidos, que en esta ocasión se puntuó en 83.5/100, mientras Suiza, el siguiente en la lista, obtuvo 78/100. Así mismo, la puntuación de Chile en el Índice Global de Emprendimiento es de 58.8/100 y Puerto Rico con 40.6/100, información que refleja la situación real de nuestro país y obliga a las instituciones aunar esfuerzos para cambiar esta realidad y dinamizar el desarrollo económico de las regiones (Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDI)., 2018)

El emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas. Ser emprendedor requiere de habilidades no sólo a nivel individual, sino también colectivo (Jaramillo, 2008)

Igualmente, el emprendimiento puede entenderse como la combinación entre la actitud y la capacidad de la persona, que le permiten llevar a cabo nuevos proyectos de cualquier índole, generalmente creativos. Se puede decir que el emprendimiento es la acción de convertir una idea en algo concreto (Sanabria et al., 2015)

Es así como en Colombia de acuerdo con la Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura de emprendimiento, lo define como 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 reacción de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad innovador (Congreso de Colombia, 2020).

De allí que son muchas las instituciones educativas en el país que están convencidas en que forjar en sus estudiantes competencias empresariales es el mejor camino por seguir, para generar innovación, desarrollo social y económico; por lo tanto, implementan REICE | 361 diversas practicas pedagógicas en la búsqueda de promover la cultura del emprendimiento, contribuyendo en la formación integral de sus estudiantes (Vergel et al., 2018)

En relación con ello, Allan Gibb citado por Varela 2008, define la cultura empresarial como “el conjunto de valores, creencias y actitudes que refuerzan la convicción de la validez del esfuerzo independiente como medio de éxito y autosatisfacción”. Esta cultura empresarial se manifiesta en todas las facetas de la vida humana y, a su vez, permite que algunos eventos empresariales, no necesariamente con sentido de empresa con lucro, se den (Varela, 2008).

Para lograr esta cultura empresarial es necesario la formación de competencias emprendedoras en los estudiantes, lo cual se logra a través de prácticas pedagógicas, entendidas estas como el conjunto de acciones y estrategias que permiten optimizar procesos a través de los cuales los sujetos, sean cuales sean sus condiciones de partida, mejoran su aprendizaje (Zabalza, 2012). Por consiguiente, el rol del profesor en el acto pedagógico se concibe como una tarea dinámica que implica la planeación, ejecución y retroalimentación de las actividades académicas, para lograr el desarrollo de las competencias en los estudiantes.

La práctica pedagógica permite el desarrollo de competencias emprendedoras la cual envuelve una capacidad comprobada de iniciativa y creatividad; implica no solo disponer de los conocimientos y habilidades, hasta ahora concebidos como suficientes en los procesos de aprendizaje para la profesionalización, sino que define la importancia de la independencia y el capital creativo de la persona. Formar para la competencia del emprendimiento implica “ir más allá”, sobrepasar la mera definición de desempeño. Es

facilitar que el individuo genere otros proyectos, nuevas esperanzas por él mismo, otra competencia (Ahumada, 2013)

Las instituciones educativas juegan un papel primordial en la búsqueda de este propósito, REICE | 362 por lo tanto la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña a través del programa de Administración de Empresas hace esfuerzos para formar líderes emprendedores a través de estrategias pedagógicas innovadoras como el plan formador de competencias empresariales, cuyo propósito fundamental es que los estudiantes a través del desarrollo actividades propias de la didáctica dentro del modelo pedagógico constructivista social logren mejorar sus habilidades y técnicas asociadas al emprendimiento como una condición obligatoria en el Administrador de empresas, lo que origina específicamente en los administradores de ésta universidad, un valor agregado que los hace más competitivos en el mercado laboral, ya sea para desempeñarse como empresario o como intraempresario, entendiendo el valor agregado como el plus que los diferencia de otros formados en diferentes instituciones de educación superior. En este orden de ideas, el valor agregado se constituye en la característica extra de estos profesionales en función de su éxito en el desempeño profesional(Vergel et al., 2018).

Marco Teórico

En la enseñanza la Teoría de Jean Piaget, manifiesta que lo prioritario es articular las prácticas sensoriales con las motoras con el objeto de aprender de la realidad, priorizando las actividades de aprendizaje que motivan los cambios en su comportamiento, teniendo en cuenta siempre los nexos afectivos que propician la conducta (Barreto et al., 2016)

Igualmente, la teoría de Semyonovich Vigotsky”, afirma que el lenguaje es muy importante material psicológico fundamental revitalizando el accionar intelectual. En consecuencia el sistema educativo debe formar para el desempeño futuro de allí la importancia de la función que desarrolla el docente en la enseñanza, asesoría y el aprendizaje siendo necesario que el proceso de enseñar provea atmósferas para que se logre el aprendizaje de los futuros profesionales (Barreto et al., 2016).

Otra teoría fundamental para la formación emprendedora es la del aprendizaje significativo de David Ausubel, que reconoce la importancia de las experiencias previas y la verificación mediante el diagnóstico inicial realizado por el docente, insumos para reorientar el proceso de enseñanza, evaluar el desempeño del estudiantes, realizar un análisis de los resultados como mecanismo para garantizar el efectivo aprendizaje (Barreto et al., 2016).

Asimismo, David A. Kolb, afirma que la experiencia es fundamental para asemejar la información del contexto con el objeto de proceder a la transformación y llegar a la conocimiento; proceso que se realiza mediante el ciclo de aprendizaje y de mediación realizado por los profesores en respuesta a las necesidades y procesos cognitivos de los estudiantes (Rodríguez, 2020).

También es importante el concepto de las buenas prácticas empresariales que surge del contexto social y cultural que, de acuerdo con Miguel A. Zabalza Beraza conceptualiza que éstas surgen del entorno social y cultural (Zabalza, 2012)

En cuanto al eje principal de la estrategia pedagógica, es decir el desarrollo de la competencia, se piensa en el entorno de la educación, y significa conjunto de saberes que se hallan en realización, haciendo que conocerse traduzca en saber siendo posible concebir como sinónimos la competencia y el saber, es decir, saber pensar, saber interpretar, saber actuar y saber desempeñar en diferentes situaciones para sí y para los que lo rodean, dentro de un entorno específico (Cruz & Hernández, 2022).

Igualmente, se empleó el concepto de competencia inicialmente como la capacidad que posee un ser humano para asociar significados permitiendo la creación y expresión del pensamiento (Barón & Müller, 2014). También se conceptualiza como la capacidad realizada a manera de acción y demostrada al integrar los conocimientos, las actitudes, las destrezas y las habilidades (Gonzalo et al., 2017)

La competencia permite desarrollar la capacidad de innovación, de administración de recursos, de dirección de personal, de lanzamiento de productos al mercado y exploración de los mismos lo que permite aumentar la eficiencia en la organización transformando las ideas en iniciativas rentables, lo cual propicia el desarrollo económico REICE | 364 (Lederman et al., 2014).

Para propiciar este crecimiento de la economía, El Estado colombiano formula políticas públicas como la del Emprendimiento es decir la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 la cual tiene como propósito es regular la actividad emprendedora, propiciándola y haciéndola crecer aportando así a la consolidación y sostenibilidad de las organizaciones generando bienestar social y equidad en la comunidad (Congreso de Colombia, 2020).

Para ello, es necesario el desarrollo de los territorios donde hagan presencia un número significativo de empresarios con cualidades éticas y emprendedoras resilientes que les permitan competir con honestidad, visualizando de forma creativa un futuro prometedor a pesar de las circunstancias contrarias que los lleven a innovar y los motiven a alcanzar sus metas personales (Varela, 2008)

Debido a lo anterior, es prioritaria la formación emprendedora desde las instituciones de educación superior, a través de programas académicos que desarrollen estrategias pedagógicas innovadoras, que propicien la formación de profesionales preparados para generar en el mercado productos nuevos o mejorados o transformados con características deseadas por los consumidores buscando alcanzar mayor productividad mediante la innovación (Á. M. V. Sánchez & Hurtado, 2018).

En búsqueda de alcanzar este propósito, se propicia el desarrollo de la cultura del emprendimiento mediante el currículo, en correspondencia a los lineamientos públicos en materia de educación de cara a los intereses, las expectativas, las demandas y las necesidades de los consumidores que simultáneamente contribuya al desarrollo profesional del individuo y los intereses de la sociedad (Bertazzi & Mallo, 2019).

En sintonía con todo lo expuesto, el programa de Administración de empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, implementa la estrategia pedagógica plan formador de competencias empresariales, como mecanismo central en la formación de profesionales emprendedores e intraemprendedores que respondan a las expectativas de la sociedad y el medio donde se desarrollarán como profesionales (Vergel et al., 2018). REICE | 365

Esta estrategia pedagógica se incorpora a lo largo de los 10 semestres que constituyen la malla curricular del programa académico de Administración de Empresas, estructura que se presenta en los resultados de la presente investigación. Esta se implementa para mejorar en los futuros profesionales emprendedores el rendimiento o el desempeño (Vergel et al., 2018), propiciando el desarrollo de competencias en el ser humano formado, proceso que permite la determinación de oportunidades de mejora, mediante la evaluación otorgada de sus entornos, generando la percepción social del individuo que se evalúa (Pérez, 2014).

Con base en lo anterior, se pretende formar individuos emprendedores entendidos como aquellos que reciben la influencia del ambiente, desenvuelven las percepciones y entendimientos de la acción emprendedora adaptando sus valores; destacándose por su actitud positiva frente al riesgo, sus habilidades, experiencia y conocimiento para gestar una organización, rodearse de emprendedores exitosos, de tal forma que vean como posible la generación de nuevo tejido empresarial evidenciando la orientación hacia el accionar emprendedor (Laverde et al., 2022).

Lo anterior, resaltando la importancia de la educación emprendedora con el objeto de acrecentar la intención de emprender al mejorar las capacidades percibidas, las actitudes de los seres humanos y los conocimientos que éstos puede desarrollar, ocasionando un efecto positivo generado por los programas de emprendimiento en las intenciones de emprender de los estudiantes (Bravo et al., 2021).

Estas capacidades empresariales y la intención de emprender promueven crecimiento económico tanto local como regional que pretende incrementar el surgimiento de ideas empresariales innovadoras que impactan favorablemente en la economía y el entorno social (Duarte & Ruiz, 2009) y emanan con mayor facilidad en personas que poseen ciertos atributos que propician la actividad emprendedora (Gibb, 19867), entre los que se destacan los autoconceptos, los valores y el conocimiento haciendo evidente en los emprendedores conductas observables, medibles y definidas vinculadas a un desempeño mayor en la actividad emprendedora (Varela, 2008) REICE | 366

Conociendo que estos atributos, habilidades y destrezas son susceptible de desarrollarlas, es preciso que a través de la enseñanza del emprendimiento se formen profesionales capaces de generar empleo ya no desde el sector público o desde las grandes organizaciones (Sánchez et al., 2011). La anterior, es precisamente la intención de la formación emprendedora, debido a esto, se utilizan las prácticas pedagógicas como instrumento en la educación en emprendimiento entendiendo que éstas, son acciones y estrategias para mejorar en los estudiantes su aprendizaje, sin importar en qué condiciones inicien el proceso (Zabalza, 2012).

De allí la importancia de las estrategias pedagógicas para la formación de competencias emprendedoras en los estudiantes del programa de Administración de empresas, quien utiliza el plan formador de competencias emprendedoras para tal propósito, propiciando y fomentando la cultura emprendedora (Vergel et al., 2018).

Material y Métodos

La investigación es de tipo descriptivo, bajo un enfoque cuantitativo porque se pretende especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno objeto de estudio (Hernández et al., 2014), con un diseño de campo no experimental, debido a que no se requiere manipular deliberadamente las variables independientes a estudiar que ya ocurrieron; es de diseño transeccional en correspondencia a que las observaciones al objeto de estudio se van a realizar en un momento único en el tiempo; cabe aclarar que

dichas variables son medidas de manera individual sin analizar el grado de correlación entre ellas, por lo que son descriptivas (Gallardo, 2017).

En la presente investigación participaron 30 docentes como actores fundamentales en la REICE | 367 puesta en marcha de la estrategia por su diversidad disciplinar, y 65 estudiantes del pensum dos (2) del programa de Administración de Empresas.

El medio que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta, a través de un cuestionario debidamente estructurado.

Las fases que se siguieron para recolectar los datos fueron en primer lugar el diseño del instrumento de recolección de información, seguidamente se procedió aplicarlo a los públicos objeto de estudio y posteriormente se tabuló la información recolectada, lo cual permitió el desarrollo de los objetivos del proyecto.

La forma como se analizaron los datos fue cuantitativa a través de tablas de frecuencia, y cualitativa mediante la interpretación de datos y relación de variables.

Resultados y Discusión

La investigación pretende analizar el desarrollo del emprendimiento al interior del programa académico de Administración de Empresas, de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, para ello se tuvo en cuenta una población de 30 profesores y 65 estudiantes del último semestre, a los cuales se le aplicó una encuesta en razón a que la investigación es de tipo descriptivo y muestra como evalúan los docentes y estudiantes el emprendimiento en el programa, de tal manera que se evidencia los roles para los cuales lo capacita la formación que recibe y por último la necesidad de la creación de una estrategia pedagógica que permita el fortalecimiento del emprendimiento como valor agregado del programa de Administración de Empresas, obteniendo los siguientes resultados.

Evaluación de la formación empresarial

En el programa de Administración de Empresas al implementar la estrategia pedagógica “Plan formador de competencias empresariales” persigue fomentar la cultura emprendedora mediante actividades académicas, una de ellas que motiven, propicien e incorporen habilidades emprendedoras, bajo esta concepción, es importante evaluar si efectivamente han logrado alcanzar tal fin; en consecuencia se indagó en la población objeto de estudio conformada por los profesores y estudiantes, acerca de la apreciación de la formación empresarial, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 1. Evaluación de la formación en emprendimiento en el programa de Administración de Empresas.

	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	TOTAL
Profesores	0%	67%	33%	0%	100%
Estudiantes	14%	48%	37%	1%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a docentes y estudiantes

En relación a la formación en emprendimiento en el programa de Administración de Empresas, los docentes afirman que se encuentra en un nivel medio debido a falencias asociadas a la falta de motivación y asesoría al estudiante por parte de los docentes, desarrollo de habilidades y cambio de mentalidad en el estudiante, ausencia de pensamiento innovador para la creación de empresa y una mayor intensidad horaria en las asignaturas relacionadas con el emprendimiento que permitan acercar al estudiante con el mundo empresarial. Por otra parte, un grupo minoritario de docentes considera que el emprendimiento en el programa se encuentra en un nivel alto, debido a los esfuerzos que se han dado frente a la orientación para crear empresa y la generación de espacios para fomento al emprendimiento.

Así mismo, según los estudiantes la formación en emprendimiento en el programa de Administración de Empresas se sitúa en un nivel medio, debido a los esfuerzos históricos asociados a esta actividad, pero también se genera un espacio de holgura, en la cual el programa deberá efectuar propuestas que mantengan el emprendimiento bajo una orientación de mejoramiento continuo.

Perfiles para los cuales son formados los estudiantes del programa

El objetivo principal de establecer la correspondencia de la formación impartida en relación con la cultura emprendedora se indagó a los profesores y estudiantes sobre los perfiles para los cuales son formados los estudiantes, obteniendo los siguientes hallazgos.

Tabla 2. Perfiles para los cuales son formados los estudiantes del programa de Administración de Empresas.

ITÉM	DOCENTES	ESTUDIANTES
Empleado	17%	22%
Directivo de organizaciones	20%	9%
Dueño de su propio negocio	23%	54%
Empleado, directivo de organizaciones, dueño de su propio negocio	17%	11%
Directivo de organizaciones, dueño de su propio negocio	20%	3%
Empleado, directivo de organizaciones	3%	1%
TOTAL	100%	100%

Fuente: Encuesta aplicada a docentes y estudiantes

Respecto a la formación en emprendimiento del estudiante del programa, los docentes opinan que se faculta en mayor medida una formación para desarrollar roles de dueño de su propio negocio y directivo de organizaciones, aspectos que ratifican el propósito de formación al interior del programa. Existe un porcentaje de docentes que considera que la formación en emprendimiento está dada para desempeñarse como empleado; variable

que promueve la definición de estrategias que permitan el desarrollo de competencias empresariales en los estudiantes.

Así mismo, los estudiantes opinan que la formación los capacita para desarrollar roles de dueño de su propio negocio y ser empleados, dicotomía que deja entrever la oportunidad que se presenta para que la universidad los forme como empresario o intraempresario, a través de estrategias pedagógicas innovadoras. REICE | 370

Teniendo en cuenta la investigación realizada, fue preciso indagar a la población objeto de estudio sobre la necesidad de una estrategia pedagógica enfocada en el emprendimiento, por lo que los docentes encuestados coinciden en afirmar que es necesaria en el programa de Administración de Empresas su implementación, para mejorar las competencias emprendedoras en los estudiantes, siendo el mecanismo idóneo para agrupar competencias y actividades académicas que fomenten una cultura de emprendimiento como valor agregado, de la que se deriva ventajas como mejoramiento de los niveles de autoconfianza frente a la profesión, cambio de actitud y aprendizaje experiencial, lo cual enruta al estudiante desde el primer semestre para crear una visión empresarial, motiva al estudiante a desarrollar con interés las materias del programa, forma estudiantes integrales y permite renovar el enfoque de emprendimiento.

En relación con lo anterior, el 95% de los estudiantes consideran que a pesar de que existe satisfacción frente al emprendimiento en el programa, urge la necesidad de la implementación de una estrategia pedagógica para mejorar las competencias emprendedoras. El 5% restante manifiesta no saber o prefirieron no responder al respecto.

Estructura de la estrategia pedagógica plan formador de competencias empresariales

Como resultado de los hallazgos, se fortaleció la estrategia pedagógica denominada “Plan formador de competencias empresariales” la cual tiene como propósito que los estudiantes a través del desarrollo actividades propias de la didáctica dentro del modelo pedagógico constructivista social logren mejorar sus habilidades y técnicas asociadas al emprendimiento como una condición obligatoria en el Administrador de empresas (Vergel et al., 2018).

El plan formador de competencias empresariales está estructurado de acuerdo con el modelo de formación de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad ICESI. Este plan está compuesto por cinco etapas, que involucra algunas asignaturas del pensum académico del programa, donde el docente debe conducir al estudiante para que realice una serie de actividades, con las cuales se busca que de manera progresiva desarrolle competencias empresariales necesarias para su desempeño profesional, como son:

- Etapa motivacional.
- Etapa diagnóstica.
- Etapa visionaria.
- Etapa crítica.
- Etapa económica.
- Etapa desafío profesional

Además, se desarrollan una serie de talleres para los estudiantes que participan en el plan, con el fin de reforzar las temáticas vistas en las asignaturas y fortalecer las competencias empresariales, como son: Comunicación empática y asertiva, proyecto de vida, ser empresario, gestión de mipyme, administración sostenible y ética empresarial.

La articulación del plan formador de competencias empresariales en el programa de administración de empresas se hace con base en el modelo pedagógico de la Universidad, el cual es el constructivista social y está estructura como se puede visualizar en la siguiente tabla:

Tabla 3.

Articulación del plan formador de competencias empresariales en el programa de administración de empresas

ETAPA	SEMESTRE	ASIGNATURA	ACTIVIDAD PRINCIPAL
MOTIVACIONAL	I	FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN	EVALUACION VISION GLOBAL
	II	PROCESO ADMINISTRATIVO	APLICACIÓN DEL PROCESO ADMINISTRATIVO A LA IDEA DE NEGOCIO
DIAGNOSTICA	III	DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL	TRABAJO INVESTIGATIVO DE ANALISIS DEL CONTEXTO
	IV	COSTOS Y PRESUPUESTOS	VALORACIÓN DE LOS COSTOS A LA IDEA DE NEGOCIO
VISIONARIA	V	FUNDAMENTOS DE MERCADOS	ANALISIS DEL MARKETING MIX Y PARTICIPACIÓN EN EXPOFERIA
CRITICA	VI	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	INVESTIGACION DEL MERCADO SOBRE LA IDEA IDENTIFICADA
		CREACION DE EMPRESA	DESARROLLO DEL MODELO CANVAS
		GESTIÓN FINANCIERA	ANALISIS FINANCIERO A LA IDEA DE NEGOCIO
ADMINISTRATIVA Y ECONOMICA	VII	PROYECTOS EMPRESARIALES	REALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD A LA IDEA DE NEGOCIO
		FINANZAS INTERNACIONALES	PROYECCIÓN PARA LLEVAR EL PRODUCTO A MERCADOS INTERNACIONALES
DESAFIO PROFESIONAL	VIII	GESTIÓN ESTRATEGICA	JUICIO EMPRESARIAL
	IX	JUEGOS GERENCIALES	COMPETICIÓN ORGANIZACIONAL
	X	CASOS EMPRESARIALES	RETO EMPRESARIAL

Fuente: Autores del proyecto

A continuación, se muestran los resultados por etapas de la implementación de la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales, en el programa de Administración de Empresas.

Etapa Motivacional: En esta etapa participan los estudiantes de I y II semestre del programa académico. Los estudiantes de primer semestre desarrollan la “evaluación visión global” donde identifican competencias empresariales partiendo de la autorreflexión de sus fortalezas personales y profesionales y los aspectos por mejorar en cada una de ellas y los estudiantes del segundo semestre realizan dos actividades como son el taller de competencias empresariales fuera del aula donde aplican y reflexionar acerca de las competencias de: flexibilidad, empatía, autoconfianza, amplitud perceptual, orientación al logro, toma de decisiones y sensibilidad social, además realizan otro trabajo como es la aplicación del proceso administrativo a una idea de negocio. Por otra parte, los estudiantes en esta etapa participan del taller denominado “Comunicación empática y asertiva”, centrándose en la importancia de lograr comunicarse adecuada y humanamente, valorando al otro como si fuera parte de sí mismo.

En esta etapa motivacional han participado 1.157 estudiantes desde el 2016-II a 2021-II, evidenciándose una mejora constante en el desempeño como ser humano, propiciando un espacio que lo habilite al desarrollo de competencias en emprendimiento, valor agregado de dichos profesionales.

Etapa diagnóstica: En esta etapa se trabajan con las asignaturas desarrollo local y regional, y el curso de Costos y Presupuesto, realizando en el primero el análisis del contexto de la zona del Catatumbo, identificando las necesidades presentes en este territorio con el objeto de establecer oportunidades de negocio que respondan a aportar soluciones a este contexto; así mismo, en Costos y Presupuestos, realizan la valoración de costos a la idea de negocio, producto del análisis del contexto lo que les permite valorar la viabilidad de producción de ese producto o servicio. Además de ello los estudiantes participaron en los primeros semestres del taller denominado “Inteligencia emocional”, sin embargo, por la necesidad de orientar al estudiante de acuerdo al papel

protagónico que asumirá en su rol profesional, fue necesario implementar el taller “proyecto de vida” durante los siguientes semestres, contando con la orientación de profesionales expertos en el tema, De estas actividades han participado desde el 2016-II a 2021-II, 1.259 estudiantes.

Etapa visionaria: Son los estudiantes del quinto semestre, los que participan en esta etapa, a través de una actividad en la asignatura de fundamentos de mercados, donde se realiza el análisis del marketing mix, apropiándose del conocimiento científico adquirido en el aula de clase, lo aplican a la idea identificada en el análisis del contexto, estableciendo para ella, las estrategias de producto, precio, plaza, promoción y publicidad.

Así mismo, para reforzar las competencias emprendedoras, los estudiantes participan en el taller “Ser Empresario”, dirigido por profesionales con la característica particular de distinguirse por su desempeño como empresario, donde además de presentar una visión cercana de la realidad del mundo empresarial, aprenden de las vivencias, desafío y bondades que esta profesión implica, coadyudando a los estudiantes a definir su rol como empresario o intraempresario. En estas actividades se han involucrado 1.179 estudiantes, desde el 2016-II a 2021-II.

Etapa crítica: Cuando se inició la estrategia en 2016-II, participaban en ella estudiantes de V y VI semestre, sin embargo, entendiendo la dinámica de la estrategia pedagógica y su evolución y constante retroalimentación de la misma, se procedió a involucrar solo estudiantes del sexto semestre a través de tres proyectos específicos: primero la realización de la investigación del mercado a la idea identificada, con la que se ha venido trabajando en semestres anteriores; segundo, en la asignatura creación de empresas se desarrolla el Modelo CANVAS a ese mismo producto o servicio; y tercero en la asignatura gestión financiera, se realiza el análisis financiero a la idea de negocio, buscando su proyección económica que evidencie su viabilidad. Como actividad extracurricular los estudiantes han participado en el taller “Gestión de Mipyme”, liderado por propietarios de mipymes presentes en la zona de influencia de la Universidad, con el

objeto de apreciar el modelo de negocio predominante en la economía del país y del mundo. De estas actividades han participado desde el 2016-II a 2021-II, 1.817 estudiantes.

Etapa administrativa y económica: Los estudiantes del séptimo semestre son quienes desarrollan el estudio de factibilidad en la asignatura proyectos empresariales donde se establece la factibilidad y viabilidad de la idea de negocio, así mismo en la asignatura finanzas internacionales se realiza la proyección de iniciativa empresarial a mercados globales, de acuerdo a los requerimientos de acceso a estos mercados.

Además, se forman extracurricularmente, a través del taller denominado “Administración Sostenible”, cuyo objetivo es enfocar a los estudiantes en la necesidad de producir bienes y servicios socialmente responsables, que satisfagan las necesidades del entorno sin comprometer los recursos presentes y los de las generaciones futuras, con el fin de propiciar emprendimientos que permitan el desarrollo económico viable y sostenible. En estas actividades han participado 1.155 estudiantes, desde el 2016-II a 2021-II.

Etapa Desafío profesional: Esta última etapa se creó en el I semestre de año 2019, con el propósito de que estudiantes, de VIII, IX, y X semestres en asignaturas como juegos gerenciales, gestión estratégica y casos empresariales, realicen las actividades juicio empresarial, competición organizacional y reto empresarial respectivamente, y con ello alcancen una mayor proximidad a la realidad empresarial, analizando el contexto, como impulso final en la creación de sus iniciativas empresariales. De estas actividades han participado desde el 2019-I a 2021-II, 996 estudiantes.

Por otra parte los estudiantes en esta etapa participan del taller denominado “Ética empresarial”, buscando fortalecer en ellos los valores que todo profesional de poseer (Verjel & Vergel, 2021). De acuerdo con lo anterior, se evidencia la ruta de emprendimiento trazada por el programa de Administración de Empresas, desde el primero hasta el décimo semestre, donde cada uno de estos se constituye en un peldaño en el desarrollo de competencias emprendedoras, abarcando metodologías

desarrolladas para tal propósito. Después del séptimo semestre los estudiantes tienen la oportunidad de incubar sus ideas a través del Centro de Proyección Empresarial CEPREM, dotándolos de los conocimientos necesarios para funcionar en la etapa empresarial naciente, como de profesionales expertos que acompañan su introducción en el mercado a través de asesorías especializadas en temas pertinentes a la administración, con el objeto de potencializar el éxito en el mercado. Producto de lo anterior, actualmente se encuentran en proceso de pre incubación, incubación y aceleración nueve ideas de negocios de estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas, así mismo, un estudiante y un egresado han sido beneficiarios del fondo emprender del SENA, un estudiante de Impulsa Colombia y cuatro de La Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional-GIZ. REICE | 376

Contextualización de la implementación de la estrategia pedagógica

Para analizar el emprendimiento como valor agregado del programa de Administración de Empresas de la UFPS Ocaña, se realiza una revisión de literatura de autores expertos en el tema, los cuales coinciden en afirmar que el emprendimiento genera la creación de riqueza, base para el desarrollo económico y social de los países (Congreso de Colombia, 2006).

Añadiendo a la construcción del fin esperado, se puede determinar que el campo de aplicación del emprendimiento es bastante amplio y además permite el desarrollo humano como elemento transversal, pues se destaca que las entidades del sector solidario local, son entes que se gestan bajo la responsabilidad social y que su propósito es facilitar iniciativas que comprendan las problemáticas territoriales a través de una formación y asistencia técnica a la población, con miras de integrar y equilibrar los componentes sociolaborales y económicos, mejorando de esta manera la calidad de vida de las personas (Pineda & Moreno, 2019)

En relación a ello Joseph Shumpeter, en su teoría del desarrollo económico, o de la “destrucción creativa”, describe en primer lugar que el capitalismo es por naturaleza una forma o método de transformación económica que no es estacionario (Schumpeter, 1934). Así mismo, Schumpeter presenta diferencias notables entre innovación e

invención. Mientras la invención se refiere a la creación o combinación de nuevas ideas, la innovación va más allá, ya que consiste en la transformación de un invento en algo susceptible de comercialización, para satisfacer necesidades del entorno (Valencia de Lara & Paltran Pérez, 2011), por lo que la Universidad a través del programa de REICE | 377 Administración de empresa forma líderes idóneos a través de estrategias innovadoras como la propuesta pedagógica producto de la investigación desarrollada denominada “Plan formador de competencias empresariales”, que pretende precisamente formar a los estudiantes en emprendimiento, como valor agregado que propicie en ellos la creación de iniciativas que satisfagan necesidades en el mercado garantizando su competitividad.

En este orden de ideas, la estrategia pedagógica propicia en los estudiantes el desarrollo de habilidades tanto a nivel individual como colectivo, entendiendo que el emprendimiento es la capacidad de los seres humanos para salir adelante de manera novedosa y con ideas renovadas (Jaramillo, 2008), por lo que es necesario lograr en el estudiante el auto reconocimiento, la aceptación como ser humano y la autoconfianza como base para emprender, debido a que se reconoce que el emprendimiento requiere la combinación entre la actitud y la capacidad de la persona, que le permiten llevar a cabo nuevos proyectos de cualquier índole, generalmente creativos, convirtiendo la idea en algo concreto (Sanabria Rangel, Morales Rubiano, & Ortiz Riaga, 2015).

Reconocida la necesidad, el programa de Administración de Empresas, emprendió la labor de la formulación de la estrategia pedagógica para propiciar una cultura de emprendimiento, que de acuerdo a la definición de Allan Gibb, citado por Valera, se refiere al conjunto de valores, creencias y actitudes que refuerzan la convicción de la validez del esfuerzo independiente como medio de éxito y autosatisfacción. Esta cultura empresarial se manifiesta en todas las facetas de la vida humana y, a su vez, permite que algunos eventos empresariales, no necesariamente con sentido de empresa con lucro, se den (Varela R., 2008).

En este orden ideas, la estrategia pedagógica desarrolla en los estudiantes habilidades, destrezas y competencias para desempeñarse como empresarios o intraempresario, acciones que son abordadas desde la etapa motivacional, donde el estudiante a través de la evaluación visión global, taller de competencias fuera del aula y la aplicación del REICE | 378 proceso administrativo a una idea de negocio realiza autorreflexión de las fortalezas y debilidades que posee, así mismo la identificación de competencias empresariales, materializadas a través de actividades investigativas y extracurriculares, con el propósito de generar en ellos, sentimientos positivos donde el crecimiento y su realización estén presentes, que le lleven en las etapas siguientes a la generación de iniciativas empresariales innovadoras (Varela & Moreno, 2017).

La posterior etapa es la diagnóstica, en la cual el estudiante debe hacer lectura y reconocimiento del contexto socio demográfico, político, económico, cultural, ambiental y social, e identificar una oportunidad de negocio con visión emprendedora y realizar la valoración de los costos a la idea de negocio identificada. Entendiendo que es imprescindible elaborar un análisis del entorno para encontrar estrategias coherentes y optimizar las posibilidades de éxito de las iniciativas empresariales nacientes (Paturel, 2006).

Una vez realizado lo anterior, los estudiantes en la etapa diagnóstica con los conceptos y habilidades adquiridas deben estructurar la idea de negocio, para tal fin realizan el análisis de la mezcla de mercadeo a un bien o servicio identificado en la etapa anterior, para ser presentado en la Expoferia Universitaria, fundamentada en el marketing, como un proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes, para lo cual se debe tener en cuenta el diseño de estrategias de `producto, precio, plaza y promoción y publicidad (Kotler & Armstrong, 2008).

En la etapa crítica se evalúa la capacidad de análisis del estudiante, teniendo que relacionar los fundamentos teóricos con la práctica, aplicando competencias como toma de decisiones y administración del riesgo; para ello investigan el mercado, luego llevan la idea de negocio al modelo Canvas y efectúan el respectivo análisis financiero, lo cual conlleva a que el estudiante desarrolle habilidades para poner en marcha un proceso de diseño de idea de negocio, entendiendo la importancia del conocimiento del entorno en el que dicho negocio deberá operar, asegurando así mejores resultados ante el lanzamiento al mercado del producto o servicio (Extremadura, región emprendedora Europea, 2017). REICE | 379

En la etapa económica el estudiante identifica la factibilidad económica de la idea de negocio, así mismo conoce las fuentes de financiamiento, que pueden facilitar la puesta en marcha de la actividad económica, para ello debe tener en cuenta las condiciones económicas del contexto, barreras financieras, arancelarias y monetarias. Lo anterior, entendiendo que el estudio de factibilidad es la base para la toma de decisiones en relación a una inversión, atendiendo a los valores de los indicadores, para establecer la estrategia de ejecución de las inversiones en función de las prioridades según los indicadores y las fuentes de financiamiento disponibles (Burneo, Delgado, & Vérez, 2016).

Finalmente, en la etapa de desafío profesional se pretende que el estudiante se acerque a la realidad empresarial y desarrolle análisis del contexto; para ello se articulan acciones con el sector productivo donde el estudiante debe efectuar un juicio empresarial, desarrollar una competición organizacional y resolver un reto empresarial.

Conviene distinguir que la población estudiantil en formación dentro del programa de Administración de Empresas se caracteriza por la flexibilidad de pensamiento, cimentado en constructos mentales que restringen o potencian la innovación, de acuerdo al socio cultura donde se forman como profesionales. De este modo, las iniciativas emprendedoras se han convertido en un factor que ha cobrado relevancia en muchos países del mundo, toda vez que permite dinamizar el aparato productivo

y por ende favorecer la economía, al disponer bienes y servicios en los mercados. Es de observar que Colombia no escapa esta situación y ha propiciado ambientes favorables para impactar los procesos que inician los emprendedores (Lopesierra et al., 2021).

De otro modo la teoría transformacional (Díaz, 2020), “trae múltiples elementos en el orden del desarrollo humano y son entre otros: El autodesarrollo, la responsabilidad social, la visión compartida, el compartir el poder y la elevación de expectativas de los subalternos.”(González-Castro et al., 2021) Dichos elementos administrativos se vinculan directamente con las etapas del plan formador de competencias, ratificando su funcionalidad en la construcción del perfil emprendedor deseado.

La estrategia denominada “Plan formador de Competencias empresariales” ha surtido hasta el momento resultados favorables en la formación de competencias en emprendimiento las cuales se describen a continuación:

- La creación de una fundamentación en competencias empresariales, que permite desde los primeros semestres trabajar el ser, hasta el VII semestre, llevando al estudiante en un paso a paso para que identifique la factibilidad económica de una idea de negocio. Del VIII semestre en adelante los estudiantes exploran el sector productivo y aportan soluciones estratégicas.
- Evidenciar en el programa académico la formación en emprendimiento, debido a que las actividades relacionadas con el plan formador se encuentran expresadas en los microcurrículos y se muestran en el curso creado en la Uvirtual.
- Fortalecimiento de competencias investigativas en los estudiantes, debido a que en el desarrollo de las actividades los estudiantes deben presentar informes o propuestas.
- Enfocar a los estudiantes a que generen ideas de negocios basadas en la realidad local y regional.
- Mayor madurez en las propuestas presentadas en la Expoferia Universitaria.
- Interacción de los estudiantes y docentes con el sector productivo a través de trabajos de extensión y proyección social realizados en las asignaturas de gestión estratégica, juegos gerenciales y casos empresariales.

-La articulación de los docentes en la búsqueda de un mismo propósito.

-La participación de los docentes y estudiantes en cada una de las actividades programadas, donde han participado desde 2016-2 a 2021-2, un promedio de 15 docentes y 471 estudiantes por semestre, como se relaciona a continuación en la tabla 4 REICE | 381 (Verjel & Vergel, 2021).

Tabla 4. Participación de estudiantes y docentes en la estrategia pedagógica

SEMESTRE	ESTUDIANTES	DOCENTES
II SEM 2016	489	12
I SEM 2017	511	14
II SEM 2017	567	15
I SEM 2018	430	17
II SEM 2018	489	17
I SEM 2019	455	14
II SEM 2019	409	17
I SEM 2020	461	17
II SEM 2020	408	18
I SEM 2021	435	14
II SEM 2021	524	15
TOTAL	5178	170

Fuente: Autores del proyecto

-La motivación cada semestre a docentes y estudiantes para que sean personas emprendedoras, a través de talleres como: Comunicación empática y asertiva, proyecto de vida, ser empresario, gestión de mipyme, administración sostenible y ética empresarial.

-Potenciar la actitud emprendedora de los estudiantes mediante el desarrollo de actividades lúdicas a través de alianzas estratégicas con las fuerzas militares.

-Estimular a los estudiantes en los procesos de incubación de ideas de negocios en el Centro de Proyección Empresarial.

- Acompañamiento a emprendedores para presentar sus ideas de negocios ante fondos de fomento al emprendimiento como el Fondo Emprender, Impulsa y La Sociedad Alemana para la Cooperación Internacional-GIZ.

Conclusiones

Es sobresaliente la intencionalidad de los estudiantes del programa de Administración de Empresas, de ejercer un rol directivo dentro las organizaciones que los contraten, o en las que ellos puedan materializar mediante el desarrollo de ideas de negocio; separándose del enfoque tradicional establecido que consiste en ir en búsqueda de la empleabilidad en cargos de nivel medios y bajos de las organizaciones.

REICE | 382

Es imperioso intervenir los aspectos condicionantes en la evolución del emprendimiento, como lo es la escasa motivación de cierto grupo de estudiantes y el nivel de compromiso e inestabilidad de algunos docentes, donde se pueda mejorar progresivamente los grados de participación y por ende el efecto positivo en la cultura emprendedora.

El emprendimiento es un proceso dinámico en el programa de Administración de Empresas, que exige su valoración permanente, mediante estudios de impacto; para efectuar ajustes en la estructura de la estrategia pedagógica plan formador de competencias empresariales, así como en el establecimiento de acciones de formación y practicas académicas que soporten su funcionalidad en el largo plazo.

References

- Ahumada, S. L. M. (2013). Las competencias aplicadas al emprendimiento. *Escenarios*, 11(1), 44–56. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4714359>
- Barón, L. B., & Müller, O. (2014). La teoría lingüística de Noam Chomsky: del inicio a la actualidad. *Lenguaje*, 42(2), 417–442. <https://doi.org/10.25100/lenguaje.v42i2.4985> REICE | 383
- Barreto, C. H., Gutiérrez, L. F. A., Pinilla, B. L. D., & Parra, C. M. (2016). Límites del constructivismo pedagógico. *Educación y Educadores*, 9(1), 11–32. <http://www.scielo.org.co/pdf/eded/v9n1/v9n1a02.pdf>
- Bertazzi, G., & Mallo, A. (2019). TAC y Estrategias de Enseñanza para Favorecer la Permanencia y Terminalidad en Educación Superior. *Revista Internacional Docentes 2.0 Tecnológica -Educativa*, 19(1), 1–7. <https://doi.org/DOL:https://doi.org/10.37843/rted.v7i1.4>
- Bravo, I. F. B., Bravo, M. X. B., Preciado, J. D., & Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 33, 139–155. <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/rep/n33/2477-9075-rep-33-00139.pdf>
- Congreso de Colombia. (2020). *Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020* (pp. 1–42). https://colombiasigueadelante.mincit.gov.co/colombia_sigue_adelante/media/archivos/pdf/LEY-2069-DEL-31-DE-DICIEMBRE-DE-2020-emprendimiento.pdf
- Cruz, P. E. P., & Hernández, L. J. C. (2022). La tendencia pedagógica basada en competencias: hacia una nueva calidad de educación. *Sophia*, 18(1), 1–15.
- Duarte, T., & Ruiz, M. T. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *D Scientia et Technica*, 15(43), 326–331. <https://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación*.
- Gibb, A. A. (19867). Enterprise Culture — Its meaning and implications for education and training. *Journal of European Industrial Training*, 11(2), 2–38. https://doi.org/doi:10.1108/eb043365_10.1108/eb043365
- González-Castro, Y., Manzan- Durán, O., & Torres-Zamudio, M. (2021). Liderazgo: una práctica sistémica en el futuro empresarial. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 14(14), 24–32. <https://doi.org/10.22463/24221783.3161>
- Gonzalo, V. M., Sobrino, M. R. C., Benítez, L. S., & Coronado, A. M. (2017). Revisión sistemática sobre Competencias en el desarrollo sostenible de educación superior. *Revista Iberoamericana de Educación*, 73, 85–108. https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/174749/v.73_p_85-108.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (S. A. D. C. . McGraw-Hill/Interamerica Editores (ed.); Sexta Edic).
- Instituto de Emprendimiento y Desarrollo Global (GEDI). (2018). *Índice global de emprendimiento*. <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2017/12/Índice-Global-de-Emprendimiento-2018-.pdf>

- Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. *Lumen-Instituto de Estudios En Educación.*, 7(6), 1-6.
- Laverde, F. P., Tinoco, F. F. O., Rubio, N. P., Moreno, J. A. B., Martínez, A. C. R., López, M. L., Gómez, E. A., Parra, L. D. B., & Gómez, L. N. (2022). Nuestro reto: impactar la dinámica emprendedora colombiana GEM Colombia 2021-2022. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 7, Issue 2). Ediciones de la U. <https://gemconsortium.org/report/nuestro-reto-impacta-la-dinamica-emprendedora-colombiana-gem-colombia-2021-2022>
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *Latin American entrepreneurs: many firms but little innovation*. World Bank Publications. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=LWCMAGAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=Latin+American+entrepreneurs:+Many+firms+but+little+innovation.&ots=dvK-iRs9ro&sig=_qLkCdPY2guUKoyZkgexgQaGDe0#v=onepage&q=Latin American entrepreneurs%3A Many firms but little innov
- Lopesierra, J. J. O., Rocha, J. C. C., & Arredondo, R. G. (2021). Incidencia del emprendimiento en el fortalecimiento de la gestión administrativa y organizacional de las artesanas Wayuu. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 15(15), 38–46. <https://doi.org/10.22463/24221783.3249>
- Pérez, T. P. (2014). *Feedback 360º: técnica de evaluación del rendimiento y desarrollo de las competencias de las personas en una empresa*. http://repository.ucatolicaluisamigo.edu.co:8080/bitstream/ucatolicaamigo/198/1/Uclam_CD-T658.4S1942018.pdf
- Pineda, K. L. L., & Moreno, E. F. M. (2019). El sector solidario y su desarrollo integral. *Revista Científica Profundidad, Construyendo Futuro*, 10(10), 53–58. <https://doi.org/10.22463/24221783.3353>
- Rodríguez, L. G. A. (2020). Estilos de aprendizaje basados en la teoría de Kolb predominantes en los universitarios. *Revista Científica Internacional*, 3(1), 81–88. <https://revista-cientifica-internacional.org/index.php/revista/article/view/22/62>
- Sanabria, R. P. E., Morales, R. M. E., & Ortiz, R. C. (2015). Interacción Universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación y Educadores*, 18(1), 111–134. <https://doi.org/10.5294/edu.2015.18.1.7>
- Sánchez, Á. M. V., & Hurtado, F. M. H. (2018). *Satisfacción laboral y resultados de innovación en los docentes de las universidades de Medellín*. http://repository.ucatolicaluisamigo.edu.co:8080/bitstream/ucatolicaamigo/198/1/Uclam_CD-T658.4S1942018.pdf
- Sánchez, J., Caggiano, V., & Hernández, B. (2011). Competencias emprendedoras en la educación universitaria. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 19–28. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/15594>
- Urdaneta, A. J. M., Urbina, Á. C., Delgado, R. M. O., & Borgucci, E. V. G. (2022). Nuevas estrategias publicitarias con influencers: Un examen multidisciplinar. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(4), 430–447. <https://doi.org/10.31876/rcs.v28i4.39117>

Varela, R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas* (Tercera). Pearson. Prentice Hall. file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/231047690-Innovacion-Empresarial (1).pdf

Vergel, Q. D., Mosquera, C. A., & Verjel, P. J. de la R. (2018). *Plan formador de competencias empresariales, como alternativa de estrategia pedagógica para el programa de Administración de Empresas. Ocaña.* REICE | 385

Verjel, J. de la R. P., & Vergel, Q. D. (2021). *Evaluación del impacto de la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales.*

Zabalza, B. M. A. (2012). *universitaria The study of “ best teaching practices ” in Higher Education El mundo de la Educación , en todos sus niveles y especialidades se ha convertido en un. Redu. Revista de Docencia Universitaria, 10(1), 17–42.* <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/94744/00820123016470.pdf?sequence=1>