

ACTITUDES Y HABILIDADES PARA EL EMPRENDIMIENTO EN LOS EGRESADOS UNIVERSITARIOS. IMPLICACIONES EPISTEMOLÓGICAS

ATTITUDES AND SKILLS FOR ENTREPRENEURSHIP IN UNIVERSITY GRADUATES. EPISTEMOLOGICAL IMPLICATIONS

Jesús Arturo Ramírez Sulvarán¹

Recepción: 30/10/2022 / Evaluación: 30/01/2023/ Aceptación: 15/08/2023

Resumen

El desarrollo del emprendimiento puede estar sujeto a aspectos propios del ser humano, entre ellos su actitud, habilidades cognitivas y sociales, influyentes para que asuma la acción de formar una nueva empresa. Los referentes teóricos se ubicaron desde la perspectiva de las actitudes y habilidades relacionadas al emprendimiento. Desde lo metodológico, se utilizó el enfoque cualitativo, método fenomenológico bajo una investigación de campo. Como resultados, se precisó que los egresados de la Facultad de Ciencias Agrarias y del Ambiente de la Universidad Francisco de Paula Santander, sede Cúcuta (FACUAGRO), mostraron actitudes hacia la formación de su empresa, tales como independencia económica, pasión y perseverancia; liderazgo, motivación al logro; inteligencia emocional; así como habilidades cognitivas, relacionadas con el direccionamiento y expansión de la empresa; en lo social habilidades para su desenvolvimiento en el contexto. Se concluye que la comprensión de todo ello, facilita su aprovechamiento desde lo epistemológico en pro de la formación de emprendedores.

Palabras Claves: Actitudes, habilidades, emprendimiento y epistemología.

Abstract

The development of entrepreneurship can be subject to specific aspects from the human being, including their attitude, cognitive and social skills, influential for them to take the action of forming a new company. The theoretical references were located from the perspective of attitudes and skills related to entrepreneurship. From the methodological point of view, the qualitative approach, phenomenological method was used under field research. As results, it was specified that the graduates of the Faculty of Agrarian and Environmental Sciences of the Francisco de Paula Santander University, Cúcuta headquarters (FACUAGRO), showed attitudes towards the formation of their company, such as economic independence, passion and perseverance, leadership, motivation to achieve emotional intelligence as well as cognitive skills, related to the direction and expansion of the company. In the social skills for their development in the context. Comprehending all of this facilitates its use from an epistemological point of view in favor of the training of entrepreneurs.

Keywords: Attitudes, skills, entrepreneurship and epistemology.

¹ Universidad Francisco de Paula Santander, Sede Cúcuta. jesusarturors@ufps.edu.co

Introducción

El emprendimiento, entendido como la acción que toma una determinada persona en arriesgarse para llevar a la realidad sus ideas, tal como se traduce desde el vocablo francés *entrepreneur*, refiriendo a aquellos capaces de arriesgarse para comenzar, y llevar a cabo un proyecto en la perspectiva de Park y Duarte²; se vincula con la creación de empresa o negocio rentable generalmente desde lo económico; aunque en los últimos años también se valora desde su utilidad en favor de la sociedad. Con respecto a esto Sparano³ sostiene que el emprendimiento representa en la actualidad la oportunidad para profesionales de mejorar su situación económica, bien sea por falta de empleo formal o mejorar sus ingresos; tal actividad emprendedora ha venido impactando de manera positiva en América Latina, por la creación de empresas, además de mejoramiento de productividad y competitividad en mercados.

Vivas⁴ asume que este último asunto reviste una importancia desde el ámbito de la educación superior, con un papel esencial en la formación de jóvenes en búsqueda de su estabilidad social y económica, por lo cual su aporte puede ser fundamental, particularmente al permitir mediante sus métodos el acceso de los estudiantes a nuevos aprendizajes, adquisición de nuevas habilidades, que permite apreciar que se educa, relaciona con otros y, tiene la capacidad para transformar su entorno.

Durán-Aponte y Arias-Gómez⁵ está de acuerdo en que la formación de futuros emprendedores, resulta necesario la comprensión de factores emocionales entre la actitud de emprender y, el acto de realizarlo. Aunado a ello, desde el quehacer docente en las instancias del proceso educativo es preciso la integración de competencias emprendedoras, es decir, que puedan ser facilitadores de la cultura emprendedora, lo que hace requisito la formación en emprendimiento, con lo cual se estaría adaptado a las demandas de la sociedad actual y, brindando a los estudiantes educación de calidad mediante la cual se capaciten para desarrollar sus potencialidades al máximo y resolver problemas de su realidad. En este orden de ideas Sánchez, Ward, Hernández y Flórez⁶ sostienen que los países latinoamericanos, a pesar de sus avances desde lo empresarial, resulta necesario aunar esfuerzos que logren su integración y fomento desde lo académico; ya que las posibilidades de empleo en sus sociedades resultan inciertas por lo que su generación debe ser más activa, para solventar problemas económicos; por todo ello la formación en competencias emprendedoras resulta indispensable para adaptarse a los nuevos mercados laborales.

Suárez⁷ también sugiere que los esfuerzos requeridos deben contrarrestar debilidades ya detectadas; ello motivado a que en las instituciones de educación superior colombianas es recurrente la falta de políticas

- 2 Park Sebastian y Sergio Duarte. El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.* Vol. 11 No 2 (2015): 291-314.
- 3 Sparano, Humberto (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial.* Vol. 12 No 2(2014): 95-106.
- 4 Vivas Jonathan (2015). La pertinencia de los métodos de enseñanza-aprendizaje desde la teleología de la educación. *Sophia.* Vol. 19 (2015): 73-91.

- 5 Durán-Aponte, Emilse y Diana Arias-Gómez (2016). Actitud Emprendedora y Estilos Emocionales. Contribuciones para el Diseño de la Formación de Futuros Emprendedores. *Rev. Gestión de la Educación.* Vol. 6 No.2. (2016) 83-102.
- 6 Sánchez José, Alexander Ward, Brizeida Hernández & Jenny Lizette Florez. Educación emprendedora: Estado del arte. *Propós. Represent.* Vol. 5 No 2 (2015): 401-473.
- 7 Suárez, Fernando (2017). Fomento del emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas* Vol. 18 No 2. (2017):183-196.

hacia el fomento del emprendimiento y por lo general responden en un porcentaje muy bajo a lo demandado por el sector productivo para la resolución de sus problemáticas. Herruzo-Gómez, Hernández-Sánchez, Cardella y Sánchez-García⁸ defiende la idea que esta circunstancia, podría convertirse en condicionante que deben abordar las instituciones formadoras que apuesten o consoliden sus iniciativas hacia el emprendimiento; de allí que sea conveniente repensar el desarrollo desde una perspectiva emprendedora, ya que representa un requisito para el logro de cultura emprendedora, con la participación de quienes forman, además de las instituciones públicas e inversores privados, que en opinión de expertos representa una de las principales limitantes de las iniciativas emprendedoras e innovadoras para un país; para lo cual se precisa el desarrollo de habilidades y capacidades que ayuden a reducir problemas sociales.

En este sentido, Frías, Haro y Artilés⁹ afirma que, desde el plano cognitivo, las habilidades son consideradas como esenciales para el perfil de un profesional, de manera que le ayudan a hacer frente a cambios económicos, políticos, sociales y culturales que suceden de manera vertiginosa. Estas habilidades ameritan el uso de estructuras cognitivas por parte de las personas en sus operaciones mentales, lo cual ocurre requiere ser estimulado y ejercitado con experiencias y entrenamientos formales o informales, de tal forma que la información se transforme en conocimiento

y se produzca un desarrollo de competencias.

Por su parte Flores, García, Calsina y Yapuchura¹⁰, defienden el pensamiento que, desde el ámbito social, posibilitan el desempeño de roles profesionales, gracias a su contribución en la creación de relaciones eficaces y satisfactorias con sus semejantes; de allí que la importancia del componente humano en lo relacionado con la interacción en el trabajo entre los individuos y los grupos, adquiere gran importancia a la hora de lograr metas. Aunado a ello Mora¹¹ sostiene que, es preciso considerar lo inherente a las actitudes vinculadas con el emprendimiento, respecto a lo cual uno de los referentes más nombrado lo representa Ajzen que en 1991 formuló la Teoría del Comportamiento Planeado, mediante la cual sugiere que las intenciones determinan la conducta, y desde esta perspectiva la creación de empresas puede estar supeditada, entre otros aspectos por la actitud de una persona.

Por tal razón, es muy importante desde el sector académico profundizar en los aspectos relacionados con la comprensión de las actitudes y habilidades, los cuales permiten a los individuos su desarrollo pleno e inserción en las actividades socioeconómicas de su entorno; y a partir de ello valorar posibilidades de mejorar aspectos inherentes a lo epistemológico, especialmente desde las oportunidades que deben proveer las universidades a los jóvenes en formación, particularmente que contribuyan al desarrollo de sus ideas innovadoras y creativas que le permitan consolidar su estabilidad económica, tal como lo sugiere los preceptos

8 Herruzo-Gómez, Ezequiel, Brizeida Hernández-Sánchez, Giuseppina Cardella; José Sánchez-García. *Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos*. Madrid. Editorial Dykinson, S.L. (2019).

9 Frías Maylín, Yinet Haro y Iliana Artilés Olivera. *Las habilidades cognitivas en el profesional de la Información desde la perspectiva de proyectos y asociaciones internacionales*. *Investigación Bibliotológica*. Vol. 31 No 7(2017): 201-218.

10 Flores Emilio, Mario García, Wilber Calsina y Angelica Yapuchura. *Las habilidades sociales y la comunicación interpersonal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno*. *Comunicación*. Vol. 7 No 2. (2016): 05-14.

11 Mora, Ricardo. *Estudio de Actitudes Emprendedoras con Profesionales que Crearon Empresa*. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Vol. 17 (2011): 70-83.

del emprendimiento y que coinciden plenamente con la finalidad de la presente investigación en el contexto de FACUAGRO y otros similares.

Metodología

Tomando en cuenta los postulados de Orrego¹² y teniendo en cuenta la naturaleza del objeto de estudio abordado, se asumió el paradigma interpretativo, el cual motiva el deseo del investigador en precisar las actitudes y habilidades que le han permitido a los egresados estudiados llevar a cabo sus ideas de emprendimiento y a partir de ello inferir la manera como han logrado apropiarse del conocimiento para el establecimiento de relaciones con su contexto y la realidad social que ello implique para el aprendizaje. De igual manera, se hizo uso de la investigación de campo, puesto que los datos fueron recopilados en forma directa a partir de la experiencia ofrecida por los emprendedores egresados de la Facultad de Ciencias Agrarias y del Ambiente de la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS), que desarrollan su actividad económica en la ciudad de Cúcuta; para lo cual se acudió al método fenomenológico, el cual Trejo¹³ es referido como la ciencia de los fenómenos por Heidegger, que orienta a ver un fenómeno tal como él es y de la manera como se muestra, lo cual lo afirma

Desde esta perspectiva fenomenológica interpretativa, fue posible develar actitudes y habilidades relacionadas con la experiencia de vida de los egresados emprendedores, que le han permitido concebir y ejecutar sus ideas, es decir, llevar cabo su acción de emprender, de lo cual se logra un acercamiento a la comprensión de su ser de la manera

como se hizo presente en su realidad cotidiana y con todo ello, se procuró desde una óptica reflexiva y de manera estructurante sobre su experiencia, a objeto de consolidar aportes teóricos que ayuden al mejor aprovechamiento posible en favor la formación de jóvenes universitarios en principio de las carreras relacionados con el agro y el medio ambiente. A tal efecto, el trabajo de campo permitió el acercamiento a egresados de la UFPS de las facultades referidas en la sede Cúcuta, con la localización y participación de ocho (08) informantes clave, divididos en dos grupos, a tal efecto, el criterio de selección para el primer grupo correspondió a que tres profesionales con espíritu emprendedor, es decir, personajes que presentaron algún rasgo de emprendedor, de allí que se les codificó bajo las siglas (PARE), con su correspondiente número del 1 al 3. De igual modo, el segundo grupo conformado por 5 informantes, seleccionado por ser Emprendedores egresados de la Facultad Ciencias Agrarias y del Ambientes (EEFCA), radicados en Cúcuta. A partir de ambos grupos, se logró la recolección de la información necesaria mediante la técnica de la entrevista, semiestructurada con su guion de preguntas. En la tabla 1 de la página siguiente se describen dichos informantes.

Lo concerniente a la fase de procesamiento y análisis de los datos, se realizó con procedimientos de categorización, estructuración teórica y contrastación, que hicieron posible la obtención de un constructo teórico sobre las actitudes y habilidades que han facilitado a los investigados la acción de emprender sus empresas.

Resultados

Las Actitudes de los egresados emprendedores. Según Robbins y Judge¹⁴ las actitudes, pueden ser entendidas como la

12 Orrego Clara. La fenomenología y el emprendimiento, *Revista Ciencias Estratégicas*. Vol. 16 No 2, (2010): 35-252.

13 Trejo Fernando (2012). Fenomenología como método de investigación: Una opción para el profesional de enfermería. *Revista de Enfermería Neurológica*. Vol. 11 No 2, (2012): 98-101.

14 Robbins Stephen and Timothy Judge. *Organizational behavior*. (14th) New Jersey: Pearson Prentice Hall. 2011.

Tabla 1.
Caracterización de informantes de la investigación

Código	Rasgo o perfil emprendedor	Formación académica	Otra actividad
PARE ₁	Propietario laboratorio clínico	Licenciado en Biología- Química/ Bacteriólogo	Docencia
PARE ₂	Cofundador y director instituto técnico	Licenciado en Filosofía	Docencia
PARE ₃	Potencial emprendedora	Ing. Biotecnológica	No tiene
EEFCA ₁	Microempresa confites	Ing. Agrónomo	No tiene
EEFCA ₂	Microempresa biofertilizantes	Ing. Producción Biotecnológica	Docencia
EEFCA ₃	Microempresa calzado	Ing. Agroindustria	Docencia
EEFCA ₄	Microempresa miel de abejas	Ing. Producción Animal	Docencia
EEFCA ₅	Microempresa asesoría Ambiental	Ing. Biotecnológica	No tiene

Fuente: Elaboración propia 2020.

manera de actuar de las personas, ante una determinada situación; por lo cual son consideradas como juicios o enunciados que permiten la valoración de personas, eventos y objetos; ello, debido a que se constituyen de componentes en los planos cognitivo tales como opiniones-creencias; afectivo: emociones-sentimientos y, comportamental como intención de conducta dirigida a alguien o algo por consiguiente un emprendedor adopta determinadas actitudes que le facilitan continuar su actividad a pesar de las adversidades de su odisea; al respecto, en los egresados emprendedores de FACUAGRO, destacaron las relacionadas con la búsqueda de la independencia económica, pasión y perseverancia, liderazgo, motivación al logro e inteligencia emocional.

La búsqueda de Independencia Económica. Esta actitud se orienta principalmente al deseo de los emprendedores de trabajar para sí mismo y no para alguien más, obteniendo de ello beneficio económico que brinda estabilidad, parte de ello se aprecia en lo relatado por el informante PARE₃ “Algunos emprendedores iniciaron por el deseo de generar algo propio; ver otras posibilidades de ser empleado o generar otros empleos...yo tengo el deseo de

generar emprendimiento social”. De igual modo, la investigación permitió precisar dos circunstancias puntuales, la primera de ellas concerniente a los emprendedores egresados, que además laboran como docentes universitarios, resultaron con un menor grado de independencia económica, como resultado del miedo a dejar de cumplir sus respectivas obligaciones familiares, así como al fracaso, críticas o enfrentarse a lo nuevo. En contraparte, aquellos emprendedores considerados como independientes, manifestaron que tal actitud la aprendieron desde muy jóvenes por influencia familiar, motivado generalmente a trabajar de manera más cómoda sin responder a un horario y tener la posibilidad de hacer uso del dinero según sus propios intereses y necesidades, así como evitar presiones propias de todo trabajo, rasgos de ello se evidencian en testimonios ofrecidos por EEFCA₁ “*Mi familia me enseñó a ser independiente, no depender de un trabajo, mi familia me enseñó a las ventas*” y PARE₃ “*Yo aprendí hacer independiente con la experiencia...supe- rando los miedos...aventurándose a tener sueños*”. Lo encontrado, sigue respaldo en hallazgos previos que sugieren relación de los antecedentes familiares en cuanto al

desarrollo de la conducta emprendedora; ya que particularmente desde lo social 6 de cada 10 estudiantes universitarios con experiencia emprendedora provienen de familias con cualquier tipo de emprendimiento, lo cual contribuye a aminorar el miedo al emprendimiento y ofrece un respaldo económico inicial, teniendo en cuenta los preceptos de Álvarez-Risco, López-Odar, Chafloque-Céspedes y Vilchez-Román¹⁵; aspecto que puede ser útil tener en cuenta para la promoción y formación al respecto en las instituciones de educación superior.

La Pasión y la Perseverancia. En el estudio se evidenció que los egresados emprendedores FACUAGRO tienen una actitud de pasión y perseverancia hacia la labor realizada en sus empresas, lo cual se ha reflejado desde sus inicios frente a las dificultades presentadas, en principio por el pesimismo de otras personas hacia sus ideas empresariales, la cual debieron sostener para lograr desarrollarla, así como también como vía para consolidar su independencia económica; tal como lo dejó apreciar en su relato PARE₃:

“El emprendimiento nace del corazón, si tienes una pasión y quieres vivir de esa pasión, hacerse económicamente independiente y apartar de eso ofrecer trabajo a otras personas con tema específico para mí eso es emprendimiento... No solamente iniciar una empresa sino trabajar hasta que lo logres poseer y logre generar rentabilidad económica para ti y los tuyos y tu región”. En este sentido, Salessi, Omar y Vaamonde¹⁶, sostienen que el logro de dichos emprendedores consigue afinidad con

hallazgos de otros estudios que sugieren la pasión por el trabajo como el deseo permanente que se basa en valoraciones cognitivas y afectivas hacia dicha labor.

Liderazgo. Se encontró que los egresados emprendedores, el carácter de líder como una de las principales actitudes, para hacer frente a las dificultades sucedidas, así como para guiar constantemente a su grupo de trabajo, para lo cual el optimismo, creatividad asociada a la innovación y competitividad, motivación al logro resultaron fundamentales. En cuanto al optimismo, representado como una visión alentadora hacia el futuro de su empresa, puede ser sintetizado en lo expresado por EEFCA₁ *“Se puede realizar las cosas... convencido que las cosas que está haciendo están bien, esto hacen la diferencia... el pensamiento se va transformando a medida que va pasando el tiempo... los pensamientos negativos llevan al fracaso... Tengo los mejores pensamientos... cuando me arriesgo estoy convencido que me va ir bien... fe en que las cosas van a mejorar económicamente”*.

De igual modo, se evidenció la creatividad, como factor clave que les ha permitido la capacidad de generar ideas innovadoras para su contexto, con lo cual además han logrado mejorar la competitividad de su empresa, tal como lo manifiesta PARE₁ *“Tengo mis propios procesos, he aplicado conocimiento, yo mismo lo hecho solo”*, lo cual denota una manera de dar solución a problemas presentados, especialmente en la zona fronteriza, vinculando en cierto modo optimismo y creatividad, hecho vinculable a preceptos teóricos del pensamiento lateral. El cual en cierto modo está relacionado con procesos mentales como perspicacia, creatividad e ingenio, aspectos considerados independientes de la voluntad de la persona, sin embargo el pensamiento lateral puede ser determinado por la voluntad conscientemente, particularmente para hacer uso de las funciones mentales en un tema proble-

15 Álvarez-Risco, Aldo, Dennis López-Odar, Raquel Chafloque-Céspedes y Carlos Vilchez-Román. *Emprendimiento Social ¿Las universidades peruanas, están cumpliendo su rol promotor?.* Lima: Fondo Editorial USMP. 2018.

16 Salessi Solana, Alicia Omar y Juan Vaamonde . *Consideraciones conceptuales sobre la pasión por el trabajo.* *Cienc. Psicol.* Vol. 11 No 2 (2017): 165-178.

ma determinado, mediante un proceso creativo, de allí que estos puedan ser aprendidos y usados de manera consciente, para la creación de nuevas ideas, sean estas desde lo tecnológico o en cuanto a nuevas formas de realizar algo u organizarse, presentarse, o lograr oportunidades a las realidades socioeconómicas o contextuales, entre otras, ya que estas constituyen factores de cambio y progreso en todos las áreas, de allí que su demanda sea imperativa, de la mano y complementariamente de la innovación, ya que esta última la puede materializar tangiblemente, por lo cual deben potenciarse en forma colectiva e integralmente según De Bono¹⁷. En el mismo orden de ideas y quizás como un posible efecto de lo anterior, se encontró durante la investigación que los egresados emprendedores desarrollaron competitividad, asociado ello a hacer fuerte para consolidar sus metas, para lo cual tal se hizo necesario ser arriesgado, ello lleva implícita un componente de presión social bien sea por la necesidad de superar competidores para así consolidar su empresa, además como exigencia propia del núcleo familiar, amigos y colegas.

Parte de lo señalado se recoge en el relato de EEFC₁, *“Debí ser el mejor por necesidad, no me gusta ser repetitivo, me gusta salir de zona de confort... Decidirme por las cosas difíciles... Me voy por el lado que me cuesta un poco más... no busco lo fácil... me pongo retos, quiero tener el mejor el personal... en mis proyectos involucro a los demás... yo tengo contacto con los demás... yo creo que uno debe tener contacto con los demás”*.

La Motivación al Logro. El estudio permitió evidenciar aspectos inherentes a la motivación al logro, reflejado ello en el establecimiento de su empresa, lo cual ha implicado hacerla extensiva hacia su equipo de trabajo, de manera tal que se trabajara

hacia la prosecución de las metas, para lo cual resultó importante que estos las conocieran y se vieran siempre motivados a conseguirlas; elementos apreciados en el pensamiento de EEFC₂:

“Mi sueño es mejorar las condiciones del sector agropecuario...generar empleo...mejorar las condiciones de vida de los jóvenes...hace que se motive...Los estudiantes no están motivados ni preparados para enfrentar a este reto de emprendedor porque no es fácil ser emprendedor...uno debe motivar a los demás y uno mismo”.

Se aprecia en el relato la existencia de una necesidad constante de contribuir con su sector económico, lo cual implica el intento por ser exitoso en su actividad específica, es decir, que alcance sus metas, con lo cual crea empleo y favorece a sus empleados. Ello denota su motivación, su propio reto ante sí mismo, cuya superación depende de sus capacidades, tal como desde hace décadas ya ha sido sugerido por otros investigadores como Mc Clelland¹⁸; todo ello representando desafíos que impulsan su vida cotidiana según Mora¹⁹.

La Inteligencia Emocional. Los emprendedores egresados participantes de la investigación, dejaron apreciar su manejo de los sentimientos, particularmente al no inmiscuirlos en aspectos laborales propios de la empresa; lo cual les ha facilitado evitar opiniones sesgadas, sobrevaloradas o poco valoradas que puedan originar acciones capaces de dirigirla a situaciones de fracaso; lo cual se puede considerar elementos propios de una actitud de inteligencia emocional, tales como la autoeficacia, proactividad, decisión y tenacidad, auto-referencia, y un control percibido interno.

18 McClelland David. The achievement motive in economic growth entrepreneurship and economic development. Ed. In P. Kilby New York. 1971.

19 Mora, Ricardo. Estudio de Actitudes Emprendedoras con Profesionales que Crearon Empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. Vol. 71 (2011): 70-83.

17 De Bono, Edward. El pensamiento lateral. Manual de creatividad. Buenos Aires. Paidós: (1986).

Desde la perspectiva del emprendimiento, la autoeficacia (AE), Durán-Aponte²⁰, afirma que esta relacionado con el juicio que las personas hacen sobre su capacidad para emprender. En tal sentido, los informantes claves evidenciaron en sus relatos plena confianza en sí mismos para llevar a cabo actividades propias de su emprendimiento, sin temor a fracasar y en vez de ello gran seguridad en el logro de lo propuesto; tal como lo expresó EEFC₁: *“No me da miedo fracasar... siempre he creído en mis capacidades. Si pienso que voy a fracasar, esto se puede materializar, uno debe estar seguro que vienen buenas cosas y debo tener seguridad para hacer negocios”*.

Estos hallazgos coinciden con lo propuesto por Gist y Mitchell²¹, los cuales sostienen que la relación de la autoeficacia para el desarrollo de una tarea es más efectiva en aquellas personas que creen poder realizarla y no fallarán, lo cual podría estar influenciada en parte por su motivación; Así mismo, Pereyra, Ronchieri, Rivas, Trueba, Mur y Páez²², sostienen que esto está relacionado con lo efectivo de la persona para afrontar en su ambiente laboral situaciones difíciles- estresantes, lo cual la asocia en cierto modo a variable psicosociales como motivación y rendimiento. También se encontró que los informantes investigados, tienen la necesidad de resolver problemas y evitar consecuencias no deseadas; así dirigen sus empresas hacia la innovación, de tal modo que se mejore su competitividad an-

tes los desafíos de los dinámicos escenarios comerciales. Detalles de ello, se aprecian en la experiencia de vida como emprendedor ofrecida por PARE₂ *“Un problema se puede convertir en una oportunidad...de un problema puede salir una solución para que uno pueda crear una empresa”*.

Los emprendedores egresados desarrollaron la proactividad a través de actividades de socialización, la participación en ruedas de negocios, reuniones con otros empresarios, o asistiendo a capacitaciones autofinanciadas, que les facilitó otras formas de iniciar los negocios, por tanto acceder a nuevas ideas y, por consiguiente nuevas oportunidades que se generan ante situaciones consideradas como problemas; Kamia y Porto²³ sugieren que estos aspectos coinciden con la concepción de la proactividad entendida como los comportamientos sorprendentes que permiten a las personas la búsqueda espontánea de cambios en su contexto laboral, de tal modo que anticipe, pueda solucionar problemas y, así lograr lo previsto a largo plazo para beneficio de todos. Por consiguiente, tal manejo de los problemas y la tensión que ellos generan, también se encuentra de alguna manera asociado a la actitud de decisión, evidenciada en los egresados emprendedores, guiada por matices de espiritualidad, de allí que parte de ellos acudieron a su encuentro interior como forma de soportar frustraciones vividas y control de impulsos ante el no cumplimiento de algo planificado y, así lograr estados de ánimo más estables emocionalmente, tal como lo expresó EEFC₁ *“La parte espiritual es el elemento que más descuidamos...valorémonos uno al otro... todos tenemos que compartir...ayudar al prójimo...devolver al mundo que nos han dado... el mejor pago lo da Dios... Yo tengo fe...yo trato de compartir ganancias”*

20 Durán-Aponte, Emilse y Diana Arias-Gómez (2016). Actitud Emprendedora y Estilos Emocionales. Contribuciones para el Diseño de la Formación de Futuros Emprendedores. *Rev. Gestión de la Educación*. Vol. 6 No.2. (2016) 83-102.

21 Gist, Marilyn y Terence Mitchell. Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management Review*. Vol. 17 No 2 (1992): 183-211.

22 Pereyra, C; Ronchieri, C.; Rivas, A; Trueba, D; Mur, J y Páez, N Autoeficacia: Una revisión aplicada a diversas áreas de la psicología. *Ajayu*. Vol. 16 No 2 (2018): 299-325.

23 Kamia Meiry y Juliana Barreiros. Comportamiento proactivo en las organizaciones: el efecto de los valores personales. *Psicol. Cienc. Prof.* Vol. 31 No 3 (2011): 456-467.

Sánchez, Lanero y Yurrebaso²⁴ sugieren que esta actitud percibida, está relacionada con la intención emprendedora, que resulta fundamental en la comprensión del emprendimiento, constituye siempre el paso inicial para que este se dé; tal como ha sido evidenciado en estudios con universitarios, en los cuales se ha logrado demostrar que tal intención es influida por la proactividad, sobre la cual a su vez la autoeficacia presentó una relación directa, esto lo sostiene Por último, se encontró lo concerniente a la autorreferencia y el control percibido interno, mediante las cuales los emprendedores egresados dejaron ver su convencimiento, acerca de poder ejercer un elevado control interno y, ser responsables de sus actos y, además ser conscientes que el éxito de su empresa dependía más de su actitud que del entorno; tal como lo evidencia en su relato PARE₃ “*Las rutinas se aprenden con disciplina...con voluntad y automotivación... certeza que cierto punto lo puedes lograr... seguir hasta el máximo y parar cuando tu cuerpo lo exija*”.

Rotter²⁵ propone que todo ello coincidan, con aportes previos que sugieren la presencia en los emprendedores de fuertes creencias sobre el control que pueden hacer sobre sus conductas para lograr el éxito, en vez del azar, aspecto relacionados con el denominado locus de control interno; así mismo relacionado al grado de control Casique y López²⁶, sostiene que una persona cree tener sobre eventos o acontecimientos de su vida diaria, con lo cual considera que puede predecir y estructurar su contexto.

Aunado a ello, lo inherente a su autorreferencia, a partir de reflexión propia de tal modo que logra acercarse a su conocimiento auténtico sobre sí mismo y de su entorno, con lo cual lógicamente tiene la posibilidad de realizar cualquier valoración que conduzca a una modificación de sus creencias sobre un determinado evento relacionado con su actividad emprendedora, es decir, ha logrado percibir sus ideas, actuar a partir de ellas e incluso valorar conforme a los resultados obtenidos si ello fue adecuado o no; tal como lo permitió inferior EEFCA₁ “*Me convenzo que voy por el camino correcto... utilizó la técnica del espejo... como me veo... entreno frente al espejo*”.

Las Habilidades en los egresados emprendedores. Al respecto, la investigación permitió precisar que los emprendedores egresados FACUAGRO desarrollaron habilidades inherentes a procesos cognitivos que les han permitido el direccionamiento y expansión de su empresa; así como las de carácter social que han facilitado su desenvolvimiento en el contexto, tales como la gestión de sus ideas y recursos, incursión en mercados, optimización de las ventas, delegación de funciones y promoción de comunicación efectiva, muchas de las cuales se encuentra vinculadas al comportamiento emprendedor.

Las Habilidades Cognitivas para el direccionamiento y expansión de la nueva empresa. Se evidenció en los testimonios de los egresados emprendedores que para el direccionamiento de su empresa requerían conocimientos técnicos del área respectiva, reflejados en saber hacer las cosas, además de la capacidad para realizarlas y al mismo tiempo guiar e influir sobre su equipo de trabajo, cualidades que ha permitido lograr éxito en su labor; estos hallazgos coinciden con estudios Madrigal²⁷, el cual sugiere que para que los emprendedores obtengan

24 Sánchez José, Ana Lanero y Amaia Yurrebaso. Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto. *Revista de Psicología Social Aplicada*. Vol. 15 No 1(2005): 37-60.

25 Rotter Julian. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs* Vol. 80 No 1(1966): 1

26 Casique, Alicia. y López, Francisco. (2007). El locus de control. *Revista Panorama Administrativo*. Año 1 No. 2. (2007): 193 - 202.

27 Madrigal Berta. *Habilidades directivas*. 2a ed. México: McGraw-Hill. 2009

resultados satisfactorios deben saber o poseer conocimientos, saber hacer o poseer habilidades y, además saber ser o tener cualidades personales. Ello en conjunto, facilitó la adaptación y flexibilidad para asumir los cambios, especialmente en el contexto de la frontera colombo-venezolana caracterizado por una dinámica cambiante, así como de las situaciones personales propias, de los empleados o durante las negociaciones con clientes y proveedores, a objeto de posicionar su empresa en una situación favorable, tal como se aprecia en lo relatado por EEFC₂ *“Se aprende a adaptarse a los cambios porque se ha visto que se ha dejado de ganar”*.

De igual modo, la necesidad de un manejo de la incertidumbre y ambigüedades, caracterizado en esta zona de frontera por un escenario económico fluctuante, con variación en la oferta y demanda de los productos, ameritó en ellos la seguridad, serenidad, para sí mismo y transmisibles a sus empleados, clientes y socios inversionistas, para afrontar los momentos difíciles y sacar adelante su empresa, tal como lo permite apreciar EEFC₂ *“Se aprende a manejar las situaciones de incertidumbre...cumplir metas ...hay que aprender a solucionarse el problema se va desapareciendo...las incertidumbre empiezan a desaparecer cuando usted ve que avanza...Dando pasos para que todo tenga forma...consolidar la negociación por ejemplo del establecimiento del laboratorio...la incertidumbre se elimina buscando ayuda de afuera”*.

En el mismo orden de ideas y, muy frecuente en las actividades comerciales, los egresados emprendedores debieron asumir diferentes riesgos y, por consiguiente tomar decisiones oportunas ante ellos, con los subsecuentes efectos que estas podrían tener en sus empresas; uno de ellos, muy común el enfrentarse a las responsabilidades de cumplir con los compromisos de pago de facturas y nómina entre otros; situación que

no resultó fácil, ya que en ocasiones significó cambiar su rol de percibir un sueldo a tener que pagarlo, lo cual generó presiones, al no tener un rápido retorno de la inversión; parte de ello se refleja en lo relatado por PARE₁ *“Si uno no se arriesga, uno no puede saber si van a salir bien o mal”. Hay decisiones con cierto riesgo.”*

Desde esta perspectiva, los emprendedores egresados también mostraron la habilidad para la identificación y, aprovechamiento de oportunidades, a través del conocimiento sobre el mercado en el cual quería establecer sus productos, ya que el no hacerlo significó la pérdida de recursos y limitó el avance de su empresa; por tal razón aprendieron a conocer y manejar su entorno, así comprendieron que debían aprovechar las oportunidades o crearlas de ser necesario, con lo cual ganaron más tiempo y recursos. Esto es soportado por el testimonio dado el informante PARE₂ *“El buen emprendedor debe identificar oportunidades”*. Todo lo anterior fue posible por la habilidad del egresado emprendedor para planificar e implementar acciones en pro del desarrollo de su idea empresarial; en tal sentido se encontró que en función de los objetivos de su empresa supo adaptar conseguir y adaptar los recursos a la dinámica establecida por el entorno, con lo cual su planificación constituyó una actividad integral conforme a los riesgos u oportunidades identificadas, a objeto de lograr la mayor efectividad posible bien sea en su reducción o aprovechamiento según el caso, lo cual representó para ellos una de las etapas más difíciles al iniciar su emprendimiento debido a la falta de recursos económicos, así como conocimiento y experiencia administrativa y comercial. Rasgos de la importancia de saber planificar el desarrollo de la empresa, se reflejan en lo relatado por EEFC₂ *“Es difícil acceder a los recursos. Sin embargo, hemos implementado algunas estrategias para tener mejores posibilida-*

des de éxito. Las estrategias desarrolladas son muy importantes porque nos ha permitido poseionarnos en el mercado. Para adaptarse a los cambios se debe buscar estrategias para solucionar el problema que se presenta en el momento. Dedicarse a varias actividades no es productivo”

Las Habilidades sociales para el desenvolvimiento en el contexto del emprendedor. En la investigación, se logró precisar en los egresados emprendedores la presencia y, aplicación de saberes que denotan habilidades sociales o blandas, para su interacción con empleados, clientes, proveedores o socios inversionistas, inherentes a las actividades cotidianas propias de su empresa, entre ellas las ventas, incursión en mercados, gestión y delegación de funciones, y comunicación. Lo correspondiente a las ventas constituyó un factor clave para el éxito del emprendimiento; puesto que genera los recursos económicos que sustentan la empresa. Aspecto de gran interés para Colombia, mas hoy día que entre los principales motivos que han originado la discontinuidad empresarial, entendida como el porcentaje de emprendedores que abandonan su actividad en los últimos 12 meses, corresponde en un 35,6% a la no confiabilidad del negocio, las razones personales en un 18,1% y los problemas financieros un 16,1% (GEM, 2018), lo cual evidencia la necesidad de saber vender no sólo sus productos en un momento dado, sino además su idea empresarial y su propia labor, para que perdure en el tiempo y se haga sostenible.

Al respecto, a los egresados emprendedores con la habilidad para vender se les facilitó la comercialización de sus productos, debido a la temprana influencia familiar y, además conocían a las personas que se convertirían en sus posibles clientes, tal como se aprecia en el testimonio de EEFC₁, *“A mi enseñaron a vender en mi familia, vender es un arte, es luchar contra un no,*

uno debe asumir retos de venta para dar a conocer el producto. El vendedor se hace, el vendedor le debe encontrar gusto a la actividad de vender...Uno utiliza tácticas de venta, yo hago amistad con la gente, cuando usted establece una amistad con la gente, a ellos les da pena no comprar...yo aprendí que haciendo amigos vendía más”.

Tal actividad lógicamente puede estar supeditada a procesos de gestión, tanto de las ideas como de los recursos, a fin de posicionar la empresa y obtener los dividendos esperados; lo cual representó una situación difícil para los emprendedores especialmente por carecer del manejo de aspectos administrativos, además de infraestructura adecuada y lo concerniente a liquidez económica; por lo cual debieron superar sus miedos e ir aprendiendo sobre la experiencia para solventarla; parte de ello se refleja en lo relatado por:

EEFC₂, *“La Empresa demanda una infraestructura específica, condiciones en la que debe funcionar se necesita de bastante dinero...La gestión de los recursos económicos ha sido gran limitante para el éxito de la empresa, por eso es importante aprender a vender ideas y gestionar recursos...el emprendedor debe generar ideas, ser capaz de encontrarlas y gestionar para que esa idea se vuelvan realidad”*.

Los emprendedores manifestaron que en cierto modo, la dificultad asociada a la falta de recursos, pudo deberse por no haber generado la suficiente confianza y credibilidad de su empresa para con los socios inversionistas y clientes, lo que se tradujo en falta de capital en sus inicios así como bajas ventas, de allí lo importante de este aspecto, como se infiere en EEFC₁, *“Cuando uno logra credibilidad empresarial las cosas son más fáciles...esto se genera teniendo confianza y seguridad...hablar con propiedad... tengo que tener seguridad para los negocios”*.

De ello se desprende otro elemento clave para su éxito como emprendedor, repre-

sentado en la delegación de funciones, ya que debió desarrollar la capacidad de hacer entrega a otras personas como sus empleados, el poder de tomar decisiones; en dicho proceso se concientiza que no podía hacer todo el sólo, y que para el crecimiento de su empresa debe delegar funciones, sin que ello implique abandonar sus responsabilidades propias como propietario del emprendimiento; para lo cual procuró el aprovechamiento de los conocimientos y aptitudes de su colaboradores; así lo manifestó EEFCA₁ “Yo no hago todo, antes vendía, administraba.... ahora solo vengo para mirar cómo andan las cosas a las 11 de la mañana y 5 de la tarde, la mayoría de cosas las delego y yo tomo las decisiones más importantes como por ejemplo negociar las materias primas.”

Por último, el estudio permitió apreciar en los egresados emprendedores lo concerniente a la habilidad para comunicarse de manera efectiva, la cual necesariamente se hace presente en el resto de las habilidades descritas y las impacta en gran medida, bien sea para hacerse entender con su empleados o para acercarse de manera efectiva a sus clientes, y desenvolverse cotidianamente en su medio de acción, todo ello en pro de la optimización de los procesos gerenciales; ello se logró precisar en el testimonio de EEFCA₄ “*Uno aprende mucho a comunicarse aceptando la razón del otro y sobre la marcha...sigue o termina el diálogo*”

Las actitudes precisadas en los egresados emprendedores, presentan cuatro rasgos esenciales, tales como el deseo de logro en los negocios, su innovación apoyada en la creatividad, el control personal percibido desde los locus de control, así como la autoestima vinculada con su motivación. Así mismo para el contexto colombiano coinciden con investigaciones que evidenciaron actitudes como la constante innovación, elevada motivación a logro, y control de los actos.

Los emprendedores deben desarrollar las habilidades relacionadas con la adapta-

bilidad o flexibilidad ante los cambios, asumir riesgos, tolerancia ante la incertidumbre y las tensiones que ella genera.

Es claro la importancia que hoy día tiene la presencia en las personas, particularmente profesionales, tanto las actitudes como habilidades cognitivas y sociales, mediante las cuales pueda desarrollarse adecuadamente en su labor; pero además valorar y aprovechar las oportunidades de su entorno, a objeto de propiciar emprendimientos económicos o sociales que generen el bienestar requerido, especialmente si este ayuda a mejorar sus condiciones de vida, cuando el empleo formal es escaso o poco oportuno para ello; de allí que la sociedad en pleno y, lógicamente los centros generadores del conocimiento representados por las instituciones de educación superior no deben estar ajenos a estas realidades y por el contrario promover desarrollo de estas iniciativas desde su centro de acción.

Al respecto, en el entorno académico, vale la pena el abordaje del emprendimiento desde lo epistemológico, para aportar en la apropiación del conocimiento por parte de los universitarios en formación, especialmente en las carreras de ingeniería de tal modo que contribuyan a la generación e implementación de ideas innovadoras, que propicien el desarrollo social-económico con la debida responsabilidad ambiental y, así reducir los niveles de pobreza mediante la creación de empleos. Dichos abordajes deben ser orientados a los aspectos fundamentales para el desarrollo de actitudes y habilidades emprendedoras, sin que el tener experiencia como emprendedores constituya una diferencia que limite tal acción, tal como ha sido validado en otros países, de allí la importancia de reducir la brecha entre sus capacidades potenciales y efectivas para el emprendimiento, lo cual dependerá de su proceso de formación.

El interés por el emprendimiento en auge en distintos países, y de los cuales

Colombia no es la excepción, en primera instancia con fines empresariales, pero cada vez con mayor interés desde lo social, remite a la universidad su enfoque hacia una educación emprendedora, con la debida responsabilidad social y desarrollo de una cultura emprendedora, aunque aún se amerita de un marco común sobre la formación al respecto.

Tal proceso formativo, debe procurar una mejor comprensión y aplicación de ideas empresariales, que primen el bienestar común; conforme a lo cual el docente desde su ambiente universitario este consolidado en saberes empresariales para la adecuada generación de negocios, de tal modo que su acción sea efectiva desde la práctica y promueva en los estudiantes la emergencia del potencial creativo e innovador; y así logre su interrelación con su contexto; de modo que sea posible educar para el emprendimiento no solo desde sus elementos teóricos propios, sino mediante la apropiación de habilidades y actitudes más allá de un fin económico, que como se ha visto representan elementos fundamentales en el andamiaje de un proceso emprendedor.

Referencias

- Aldana-Rivera Edna Elizabeth, Tafur-Castillo Janery. Practica pedagógica en emprendimiento en docentes en educación superior en institución universitaria de Barranquilla. Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica. Revista *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*. Vol. 38 No 2 (2019): 9-18.
- Álvarez-Risco, Aldo, Dennis López-Odar, Raquel Chafloque-Céspedes y Carlos Vilchez-Román. Emprendimiento Social ¿Las universidades peruanas, están cumpliendo su rol promotor?. Lima: Fondo Editorial USMP. 2018.
- Casique, Alicia. y López, Francisco. (2007). El locus de control. Revista *Panorama Administrativo*. Año 1 No. 2. (2007): 193 - 202.
- Cabana-Vilca Ricardo, Ivan Cortes-Castillo, Diego Plaza-Pasten, Mauricio Castillo-Vergara y Alejandro Alvarez-Marin. Análisis de Las Capacidades Emprendedoras Potenciales y Efectivas en Alumnos de Centros de Educación Superior. Revista *Journal of Technology Management & Innovation*. Vol. 8 No. 1 (2013): 65-75.
- De Bono, Edward. El pensamiento lateral. Manual de creatividad. Buenos Aires. Paidós: (1986).
- Durán-Aponte, Emilse y Diana Arias-Gómez (2016). Actitud Emprendedora y Estilos Emocionales. Contribuciones para el Diseño de la Formación de Futuros Emprendedores. *Rev. Gestión de la Educación*. Vol. 6 No.2. (2016) 83-102.
- Herruzo-Gómez, Ezequiel, Brizeida Hernández-Sánchez, Giuseppina Cardella; José Sánchez-García. Emprendimiento e Innovación: Oportunidades para todos. Madrid. Editorial Dykinson, S.L. (2019).
- Flores Emilio, Mario García, Wilber Calisina y Angelica Yapuchura. Las habilidades sociales y la comunicación interpersonal de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano – Puno. *Comunicación*. Vol. 7 No 2. (2016): 05-14.
- Frías Maylín, Yinet Haro y Iliana Artilles Olivera. Las habilidades cognitivas en el profesional de la Información desde la perspectiva de proyectos y asociaciones internacionales. *Investigación Bibliotecológica*. Vol. 31 No 7(2017): 201-218.
- Gist, Marilyn y Terence Mitchell. Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *Academy of Management Review*. Vol. 17 No 2 (1992): 183-211.
- Global Entrepreneurship Monitor (2018).

- GEM Colombia, estudio de la actividad empresarial en 2017. Barranquilla Editorial Universidad del Norte (2018).
- Kamia Meiry y Juliana Barreiros. Comportamiento proactivo en las organizaciones: el efecto de los valores personales. *Psicol. Cienc. Prof.* Vol. 31 No 3 (2011): 456-467.
- Madrigal Berta. Habilidades directivas. 2a ed. México: McGraw-Hill. 2009.
- McClelland David. The achievement motive in economic growth entrepreneurship and economic development. Ed. In P. Kilby New York. 1971.
- Mora, Ricardo. Estudio de Actitudes Emprendedoras con Profesionales que Crearon Empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios.* Vol. 71 (2011): 70-83.
- Moriano Juan; Enrique Trejo y Francisco Palací. El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social,* Vol. 16 No 2 (2001): 229-242.
- Orrego Clara. La fenomenología y el emprendimiento, *Revista Ciencias Estratégicas.* Vol. 16 No 2, (2010): 35-252.
- Castro Jessica. Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado.* Vol. 20 No 3 (2017): 33-48.
- Park Sebastian y Sergio Duarte. El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Rev. Int. Investig. Cienc. Soc.* Vol. 11 No 2 (2015): 291-314.
- Pereyra, C; Ronchieri, C.; Rivas, A; Trueba, D; Mur, J y Páez, N Autoeficacia: Una revisión aplicada a diversas áreas de la psicología. *Ajayu.* Vol. 16 No 2 (2018): 299-325.
- Robbins Stephen and Timothy Judge. Organizational behavior. (14th) New Jersey: Pearson Prentice Hall. 2011.
- Rotter Julian. Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs* Vol. 80 No 1(1966): 1
- Sáenz Nerea y López, Ana. Las competencias de emprendimiento social: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica. *REVESCO.* Vol. 119 (2015):159-182.
- Salessi Solana, Alicia Omar y Juan Vaamonde. Consideraciones conceptuales sobre la pasión por el trabajo. *Cienc. Psicol.* Vol. 11 No 2 (2017): 165-178.
- Sánchez José, Ana Lanero y Amaia Yurrebaso. Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto. *Revista de Psicología Social Aplicada.* Vol. 15 No 1(2005): 37-60.
- Sánchez José, Alexander Ward, Brizeida Hernández & Jenny Lizette Florez. Educación emprendedora: Estado del arte. *Propós. Represent.* Vol. 5 No 2 (2015): 401-473.
- Sparano, Humberto (2014). Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. *Revista Dimensión Empresarial.* Vol. 12 No 2(2014): 95-106.
- Suárez, Fernando (2017). Fomento del emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas* Vol. 18 No 2. (2017):183-196.
- Trejo Fernando (2012). Fenomenología como método de investigación: Una opción para el profesional de enfermería. *Revista de Enfermería Neurológica.* Vol. 10 No 2, (2012): 98-101.
- Vivas Jonathan (2015). La pertinencia de los métodos de enseñanza-aprendizaje desde la teleología de la educación. *Sophia.* Vol. 19 (2015): 73-91.