

Intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios

Durán Omaña, Sandra*
Martínez Garcés, Josnel**

1. Objetivo

Identificar las intenciones que promueven el emprendimiento en estudiantes universitarios.

2. Revisión teórica

Para Tarapuez (2016), la relación entre cultura y creación de empresas es un tema novedoso en el campo investigativo y desde hace muy poco tiempo se ha posicionado como una verdadera inquietud entre los académicos e investigadores enfocados en el emprendimiento. Dicha inquietud ha abierto el compás para analizar el impacto que tiene la cultura en la mente del emprendedor ya que esta, al estar integrada por creencias, costumbres y valores, puede causar dos efectos: impulsar al emprendedor a arriesgarse y establecer su idea de negocio o frenarlo al ser invadido por miedos y temores. Siendo así, se debe trabajar en el individuo como un ser integral, no solo dándole las herramientas en cuanto al saber hacer, sino a trabajar en su ser y no dejarse afectar de forma negativa por la cultura que lo rodea. Del mismo modo, Romero y Milone (2016) consideran que las personas que tienen una cultura emprendedora valoran positivamente la creación de nuevos negocios y no penalizan el fracaso, por el contrario, refuerzan el aprendizaje a través de los errores y descubren en la perseverancia el mejor aliado para permanecer en el juego.

Adicionalmente, emprender implica el aprovechamiento de las oportunidades para llevar adelante un proyecto empresarial abriendo nuestra mente y adap-

tándonos a los cambios culturales vigentes que nos sacan de lo tradicional y de la zona de confort y nos adentra en la aventura de lo desconocido e incierto para aprender de las experiencias y comprometernos con nuestra iniciativa. (Salazar, Herrera, Rueda y León, 2014). Sobre esto, Durán, Parra y Márceles (2015) consideran que el proyecto de empresa entraña un conjunto de importantes aspectos culturales del individuo así como de la sociedad que lo acoge. Esto es un aspecto fundamental para el desarrollo de la persona y su evolución para “salir” de su relación consigo mismo y su mentalidad limitada por los elementos vividos y aprendidos y por ende adoptar comportamientos emprendedores nuevos para él.

Dichas oportunidades de emprendimiento son mejor aprovechadas por aquellos que en algún momento de su vida han recibido educación para emprender. Si bien es cierto que existen personas con cualidades innatas para emprender, gran parte de las cualidades son adquiridas. En este sentido, para Soria, Zúñiga y Ruíz (2016) la enseñanza del emprendimiento en colegio, institutos y universidades ha tomado especial relevancia en los años recientes transformando así el sistema educativo y por ende la forma de pensamiento de los discentes. Algunos de los beneficios que otorgan son el detectar y promover las vocaciones empresariales, favorecer el autoempleo, orientar la vocación profesional de los participantes, vincular al sector productivo con el sector educativo, favoreciendo así la creación de fuentes de trabajo, el surgimiento de empresas y la existencia de una intención emprendedora cada vez mayor.

El hecho de formar personas proactivas, capaces de crear proyectos y llevarlos a cabo no solo beneficia su propio futuro sino que también ayuda a crear una sociedad más emprendedora que favore-

* Especialista en Gerencia pública. Administrador de empresas. Correo electrónico: sandra.duran@unarcali.edu.co

** Magister Scientiarum en Planificación y gerencia de ciencia y tecnología. Magister Scientiarum en Gerencia de empresas, mención Gerencia financiera. Licenciado en Contaduría Pública. Correo electrónico: josnel.martinez@unarcali.edu.co

ce a todos. Finalmente, Fernández (2018) considera que los educadores deben ser ejemplo de esta mentalidad de emprendimiento para poder inspirar a sus estudiantes, porque en un futuro donde la globalización está impactando significativamente, la única manera de lograr asegurar un puesto de trabajo es que sean capaces de crearlo.

3. Resultados esperados

A través de la investigación se espera identificar cuáles son esas intenciones que motivan a los estudiantes universitarios a emprender. Asimismo, aproximarse a conocer de qué manera influyen esas intenciones en el desarrollo académico de los estudiantes y saber cómo las instituciones de educación universitaria están influyendo en la generación y acompañamiento de esas ideas de negocios bien sea a través de la educación formativa o de la educación complementaria.

4. Impacto social, económico y ambiental

Desde el punto de vista social la investigación generará un impacto en los estudiantes universitarios al promover el fortalecimiento de las intenciones emprendedoras como un estímulo a su desenvolvimiento personal y profesional. Económicamente, al fortalecer el emprendimiento, permite contribuir al crecimiento regional y dinamismo del sector empresarial como estrategia para promover el desarrollo.

Referencias Bibliográficas

Durán, S.; Parra, M.; Márceles, V. (2015). Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario. *Opción*, 31(77), 200-215.

Fernández, J. (2018). LA importancia del emprendimiento en la educación. *Escuela de experiencias. Inspiración para educadores del siglo XXI*. Recuperado de: <https://escueladeexperiencias.com/la-importancia-del-emprendimiento-en-la-educacion/>

Romero, A. & Milone, M. (2016). El emprendimiento en España: intención emprendedora, motivaciones y obstáculos. *Revista de Globalización, competitividad y gobernabilidad*, 10(1), 95-109.

Salazar, P.; Herrera, I.; Rueda, S. & León, J. (2014). El efecto de la conservación de recursos sobre la intención emprendedora en el contexto de crisis económica: el rol moderador de la autoeficacia y la creatividad. *Anales de Psicología*, 30(2), 549-559.

Soria, K.; Zúñiga, S. & Ruiz, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio formación universitaria, 9(1), 25-34.

Tarapuez, E. (2016). Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia). *Pensamiento & Gestión*, 41, 60-90.