

EMPRENDIMIENTO UNIVERSITARIO DESDE EL DESARROLLO DE PROYECTOS MONOGRÁFICOS

UNIVERSITY ENTREPRENEURSHIP FROM THE DEVELOPMENT OF MONOGRAPHIC PROJECTS

William Orlando Alvarez Araque¹
Martha Lucia Durán Amézquita²
Sandra Milena Durán Amézquita³

Resumen

El emprendimiento universitario es un reto debido a diversos factores que pueden afectar negativamente a la consolidación de las ideas emprendedoras. Los proyectos monográficos podrían ser una herramienta para su promoción, pero en ocasiones los estudiantes tienen actitudes desfavorables hacia ellos y no reconocen el valor y las oportunidades profesionales de sus proyectos. Además, la metodología y la didáctica utilizadas por los educadores no permiten percibir las monografías como emprendimientos potenciales. Por tanto, esta investigación pretende fortalecer el desarrollo de proyectos monográficos como estrategia para promover el emprendimiento universitario en los programas de Administración Turística y Hotelera, Administración Industrial y Diseño Industrial, de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Facultad Seccional Duitama. La investigación asume un enfoque cualitativo con alcance descriptivo y diseño de investigación acción. Se analizaron 30 estudiantes de los programas académicos en cuestión, tanto egresados como estudiantes activos. Se formularon estrategias para promover el emprendimiento universitario y superar los obstáculos que limitan el desarrollo de proyectos monográficos, con base en las cuales se concluye que es necesario promover en los estudiantes una actitud positiva frente a sus proyectos, y que los docentes reevalúen sus métodos y enfoques para apoyar el emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento universitario, Estrategias, Proyectos monográficos.

Abstract

University entrepreneurship is a challenge due to various factors that can negatively affect the consolidation of entrepreneurial ideas. Monographic projects could be a tool for its promotion, but students sometimes have unfavorable attitudes towards it and do not recognize the value and professional opportunities of their projects. Moreover, the methodology and didactics used by educators do not allow monographs to be perceived as potential undertakings. Therefore, this research aims to strengthen the development of monographic projects as a strategy to promote university entrepreneurship in the programmes of Tourism and Hotel Management, Industrial Management, and Industrial Design, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia Facultad Seccional Duitama. The research assumes a qualitative approach with descriptive scope and action research design. Thirty students from the academic programmes in question, both graduates and active students, were analyzed. Strategies were formulated to

Recepción: 21 de Septiembre de 2021/ Evaluación: 22 de Octubre de 2021 / Aprobado: 13 de Noviembre de 2021

¹ Coordinador Grupo de Investigación SIMILES. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Email: William.alvarez01@uptc.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1955-3815>.

²Integrante Grupo de Investigación GRINDEP. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Email: sandra.duran01@uptc.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0147-4420>.

³Integrante Grupo de Investigación SIMILES. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Email: martha.duran@uptc.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-7845-4204>.

promote university entrepreneurship and overcome the obstacles that limit the development of monographic projects, based on which it is concluded that there is a need to promote a positive attitude among students towards their projects, and that teachers re-evaluate their methods and approaches to support entrepreneurship.

Keywords: University entrepreneurship, Strategies, Monographic projects.

Introducción

En la contemporaneidad, se observa un constante aumento en los índices de desempleo, donde la calidad de los empleos disponibles no se ajusta a las expectativas de los individuos, incluso aquellos con una formación académica avanzada se encuentran limitados en sus opciones laborales. Este escenario conlleva a remuneraciones salariales insatisfactorias, motivando a los potenciales trabajadores a desarrollar estrategias emprendedoras como medio para generar ingresos y lograr independencia económica, evitando depender exclusivamente del sistema gubernamental.

Desde este enfoque, la sociedad contemporánea reconoce el emprendimiento como un componente fundamental para el desarrollo económico sostenible. Autores como Lena y Wong (2005) argumentan que la responsabilidad de formar emprendedores no recae únicamente en el sistema gubernamental, sino que también el sistema de educación superior tiene un papel crucial en fomentar el espíritu emprendedor entre los futuros profesionales. Es necesario diseñar estrategias académicas que concienticen a los estudiantes sobre la importancia de alcanzar la autonomía laboral.

En línea con estas consideraciones, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2004) sostiene la necesidad de desarrollar competencias y habilidades en los estudiantes para enfrentar las demandas laborales del siglo XXI. Ejemplos exitosos de estrategias para fomentar la cultura del trabajo personal, como la creación de empresas, cursos de formación emprendedora y concientización, han sido implementados por países como España, Finlandia y Noruega.

Motivado por lo anterior, este estudio tiene como objetivo fortalecer el espíritu emprendedor en estudiantes de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, específicamente en programas de pregrado como Administración Industrial, Administración Turística y Hotelera, y Diseño Industrial. Dado que la realidad laboral en el departamento de Boyacá, Colombia refleja limitadas oportunidades de empleo, y, en consecuencia, este estudio propone utilizar los trabajos monográficos de grado como herramienta para potenciar el emprendimiento estudiantil. A través de un enfoque cualitativo, se busca identificar tanto las fortalezas como las dificultades asociadas al emprendimiento universitario, para formular estrategias que fomenten una cultura autónoma, permitiendo a los estudiantes generar ingresos y satisfacer sus necesidades básicas.

Revisión literaria

La revisión de la literatura presentada en este contexto no solo busca explorar, sino también comprender e interpretar de manera integral el objeto de estudio, que se centra en el fenómeno del emprendimiento. Este análisis abarca diversos aspectos relacionados con el emprendimiento, desglosando sus elementos clave y considerando su impacto en diferentes contextos. Además, se destaca la relevancia fundamental del desarrollo de proyectos de grado en el ámbito de la educación superior, evidenciando su potencial como estrategia catalizadora para la gestación y materialización de iniciativas emprendedoras.

Emprendimiento Universitario

El emprendimiento no solamente se debe interpretar como una acción únicamente enmarcada en las organizaciones, desligada de la educación, pues precisamente es desde los escenarios educativos que se suscitan las ideas transformadoras de la sociedad. Es a través de

la educación que se pueden consolidar las ideas para la creación de proyectos que contribuyan a mejorar las condiciones de vida, por tanto, los centros de educación superior están llamados a promover el desarrollo del emprendimiento en los estudiantes.

Desde estas apreciaciones, Padilla, et al., (2019), argumentan que en la actualidad en todos los sectores sociales se habla de emprendimiento universitario, toda vez que se considera a la universidad como el lugar donde se gesta el conocimiento, y por tanto, desde el cual los estudiantes deben buscar transformar la realidad social en cada disciplina del saber. Por esta razón el emprendimiento universitario en el mundo moderno es decisivo para el fomento y creación de nuevas empresas, ideas de negocios, progreso personal, desarrollo social y ante todo la aplicación del conocimiento adquirido por los estudiantes.

Atendiendo a estas consideraciones, se tiene que el papel de la universidad es clave en el desarrollo social y empresarial, pues su función se debe centrar en buscar solución a las situaciones económicas. En este sentido, la educación superior debe propender por la innovación, la productividad, la generación de fuentes laborales y la formación de talento humano que respalde el sostenimiento económico en una comunidad.

Aunado a lo anterior, en la opinión de Iglesias et al., (2016), los modelos modernos de educación universitaria, deben enmarcarse en la creación de empresas, para ello es necesario que los centros de educación superior flexibilicen los currículos en los diferentes programas académicos, de tal manera que se imparta un conocimiento emprendedor que permita a los estudiantes adquirir las bases y competencias para materializar sus ideas de negocio, además es pertinente que la formación orientada al emprendimiento sea transversal, es decir, a lo largo de todo el proceso de desarrollo profesional.

Conviene subrayar, que la educación emprendedora no es un tema tan reciente, pues como señalan Lans et al., (2008), en las dos últimas décadas ha aumentado considerablemente el diseño y desarrollo de programas y cursos orientados a promover el emprendimiento universitario, por tal razón las aulas escolares en las universidades se han constituido en el lugar ideal para impulsar la competencia emprendedora (Duval, 2013). Indiscutiblemente la universidad tiene por misión contribuir al desarrollo de actividades emprendedoras como la ejecución de cursos, talleres y eventos orientados a fortalecer la innovación y creatividad de los estudiantes.

Las afirmaciones anteriores, llevan a establecer que la universidad debe posibilitar el vínculo emprendedor entre los estudiantes y el sector productivo, particularmente facilitar el reconocimiento del entorno más cercano, para hacer realidad las ideas de negocio fuera del aula escolar. Además, se debe tener en cuenta que el contexto regional de los estudiantes debe ser el objetivo para que ellos consoliden sus ideas emprendedoras (Audretsch, 2014).

Relevancia del Emprendimiento en Estudiantes Universitarios

El emprendimiento universitario es relevante para el progreso empresarial y social, y los estudiantes se constituyen como un recurso humano capaz de transformar la realidad social desde la creación o materialización de ideas innovadoras, como expresan Bercovitz y Feldman (2008), para lograr consolidar el emprendimiento estudiantil, es necesario tener en cuenta los elementos que se muestran en la figura 1.

Figura 1

Elementos del emprendimiento universitario



Nota: La imagen muestra los elementos en que se enmarca el emprendimiento universitario

Respecto al factor contextual Wennberg et al., (2011), indica que es innegable la relación que existe entre la consolidación de una idea de negocio y el contexto o escenario en el cual se va llevar a cabo, dado que éste puede facilitar o no oportunidades para realizar la idea de negocio, además como ya se ha referido las condiciones del entorno inciden en la actitud del emprendedor.

Aunado a esto Ástebro et al., (2012), ratifican que el entorno escolar universitario dentro de las aulas y fuera de ellas, es fundamental para tomar decisiones frente a las ideas emprendedoras. Dentro de las aulas la construcción conjunta del conocimiento, el análisis y la reflexión, puede motivar a los estudiantes para la creación de oportunidades emprendedoras o desistir de ellas. Además, la ubicación espacial de los centros de educación superior influye en la óptica que tengan los estudiantes de la creación de emprendimientos y hasta donde pueden llegar. Por tanto, las condiciones de apropiación del conocimiento e intercambio del mismo por parte de estudiantes universitarios, resultan decisivas a la hora de emprender una idea de negocio.

Con base en lo anteriormente expuesto, se debe reconocer que el factor contextual es relevante para los estudiantes que quieren ser emprendedores, Wennberg et al., (2011) citan como ejemplo la creación de la red social Facebook y el buscador Google, emprendimientos desarrollados por estudiantes universitarios que se ubicaron en escenarios contextuales favorables para materializar estos emprendimientos.

Frente a la influencia que tiene el contexto en el emprendimiento de los estudiantes universitarios, Geissler (2013), refiere que este factor debe catalogarse como el más importante, pues el escenario universitario, regional y la procedencia familiar de los estudiantes, son más decisivos a la hora de potenciar un emprendimiento; el autor considera que ni la misma formación profesional es tan relevante en la actitud emprendedora, como lo es el escenario en el que se desea iniciar un negocio.

Respecto al factor institucional Audretsch (2014) reseña que al tener los jóvenes idealizada la idea de tener una profesión relacionada con el sector empresarial, algunos tienen el fuerte deseo de materializar emprendimientos, por tanto, la universidad se constituye en un escenario ideal para potenciar las capacidades emprendedoras de los educandos, pues desde la investigación académica el conocimiento emergente sirve como insumo para crear nuevas oportunidades emprendedoras, lo cual puede catapultarse en la creación de nuevas empresas.

Por tanto, el factor institucional como indica Ástebro et al., (2012) debe estar vinculado en el emprendimiento de los estudiantes, pues la transferencia del conocimiento del alma mater al mercado laboral permite la constante evolución social, empresarial y económica. En este sentido, la universidad debe proveer liderazgo, pensamiento y estrategias para potenciar el desarrollo del capital empresarial, para ello es necesario afianzar destrezas, habilidades y

capacidades en los estudiantes, de tal manera que les permitan buscar posibilidades económicas con base en la aplicación del conocimiento adquirido en su formación profesional.

Finalmente, el factor individual se entrelaza con el contextual e institucional, pues estos dos últimos pueden incidir en la intención de emprendimiento que tengan los estudiantes, pues estos pueden iniciar un negocio basándose en los conocimientos que provee la universidad y la realidad que afrontan en el contexto en el cual se desarrollan.

- ***Rol del Docente en la Educación Emprendedora***

Como se ha referido el emprendimiento es una realidad que debe ser afrontada por las instituciones escolares, sin embargo, para llegar a la formación integral de los potenciales emprendedores el docente en su papel de sujeto innovador del aprendizaje debe valerse de diversas estrategias orientadas al desarrollo de las competencias emprendedoras. En este sentido a juicio de Dolabela (2003), la responsabilidad en la educación emprendedora en gran medida recae sobre los educadores, los cuales deben resignificar los métodos y didáctica que integran en el proceso de formación para el emprendimiento, pues no basta simplemente con transmitir el conocimiento de manera teorizada, es decir a través de la cátedra magistral.

De otro lado los cambios de la sociedad global han llevado a plantearse una educación en el emprendimiento orientada al desarrollo de competencias en el estudiante, como lo hace notar Maldonado (2006), el docente juega un papel relevante en el fomento del emprendimiento, pues es quien debe poner el conocimiento adquirido al servicio de los estudiantes, para ello debe realizar acciones específicas entre las cuales se cuentan:

- **Planificar el proceso enseñanza aprendizaje enmarcado en el emprendimiento**

Particularmente en esta etapa, el docente debe conocer plenamente a cada estudiante, sus intereses, motivaciones y las capacidades emprendedoras que posee. A juicio de Tobón (2006), es necesario que el orientador o formador en emprendimiento diseñe estrategias o acciones direccionadas a afianzar las competencias de los emprendedores. La planificación del proceso pedagógico es inexorable, pues esto permite que el docente tenga una organización adecuada para la toma de decisiones inherentes a los contenidos de emprendimiento que debe llevar al aula, asimismo, realizar los ajustes o adaptaciones necesarias con base en las características que posee cada estudiante, de tal forma que se garantice un proceso adecuado en la formación para el emprendimiento.

En consecuencia, durante la planificación de las actividades escolares orientadas a la formación de emprendedores, es pertinente que los educadores se aislen del modelo de la cátedra magistral y planifiquen estrategias orientadas a la atención personalizada de cada estudiante, pues algunos tienen mayores habilidades y capacidades para ser emprendedores, mientras que otros pueden presentar limitaciones.

- **Comunicar**

Una de las habilidades que deben tener los educadores que orientan la formación en emprendimiento es la capacidad de transmitir el conocimiento, pues como indica Zabalza (2003) el docente tiene que llegar al estudiante, es decir, asegurarse que este apropie las competencias pertinentes para ser un buen emprendedor. En este sentido, el educador más que transmisor de información debe tener un papel proactivo en el proceso de formación, es necesario que se constituya en guía y orientador de los futuros emprendedores.

- **Usar las Tecnologías de Información y Comunicación**

Si se trata de innovar la actividad emprendedora es necesario integrar las TIC a este proceso, como indica Vainrub (2007), la tecnología en el mundo moderno posibilita el desarrollo de diferentes emprendimientos, pues el intercambio de información es amplio. Además, la vinculación de la tecnología educativa en el afianzamiento de las competencias emprendedoras permite que los estudiantes a través de alternativas como el marketing puedan

promover sus ideas de creación de negocios y encontrar oportunidades de alianzas que contribuyan al desarrollo de su emprendimiento.

En este sentido, se tiene que las TIC en el mundo actual se catalogan como herramientas útiles en la labor de los docentes que orientan la formación en emprendimiento, pues por un lado contribuyen en su quehacer pedagógico, pero también posibilitan la socialización de los emprendimientos de los estudiantes y con ello visibilizarlos.

- **Asesorar a los estudiantes**

Para la realización de emprendimientos universitarios, se requiere que los educadores en todo momento brinden asesoría a los estudiantes, a juicio de Zabalza (2003), es necesario implementar acciones que permitan fortalecer cada emprendimiento. Por tanto, los docentes deben brindar acompañamiento de manera personalizada, identificado los avances o limitaciones que pueda tener el estudiante para materializar su idea de negocio. Asimismo, resulta pertinente vincular expertos del sector empresarial y comercial que puedan brindar aportes a los emprendedores.

De otro lado, en lo posible es necesario que el docente presente experiencias significativas relacionadas con los emprendimientos de los estudiantes, con el fin de facilitar información que pueda contribuir a mejorar su idea de negocio e igualmente reducir posibles riesgos e incertidumbre.

En consecuencia, la labor de los docentes que orientan el proceso de formación en emprendimiento, debe buscar el desarrollo de habilidades y competencias en los estudiantes de tal forma que puedan actuar de la mejor manera ante las oportunidades de negocio o las situaciones adversas que se presentan.

Producción Académica y Emprendimiento

La productividad académica en proyectos universitarios, como las monografías y trabajos de grado, se visualiza como un recurso crucial para fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes. Estos proyectos permiten a los estudiantes reflexionar sobre las necesidades del entorno y buscar soluciones que puedan convertirse en oportunidades de emprendimiento o empleo. Se enfatiza que la elaboración de proyectos académicos no debe ser vista solo como un requisito para obtener un grado, sino como una integración de los conocimientos adquiridos durante la formación profesional (Herrera, 2006).

Es fundamental que los estudiantes sientan interés y compromiso en el desarrollo de sus proyectos, estableciendo metas claras sobre su impacto y su posible conexión con el sector productivo. El apoyo y orientación de los docentes universitarios son esenciales para guiar a los estudiantes y asegurar la relevancia y aplicabilidad de sus investigaciones (Borrayo et al., 2018).

La universidad tiene la responsabilidad de formar profesionales con habilidades emprendedoras, especialmente en regiones donde el avance en emprendimiento es limitado. El desarrollo de proyectos de investigación en el ámbito académico proporciona a los estudiantes una valiosa experiencia para identificar y abordar problemáticas en su entorno, lo que puede ser el punto de partida para la creación de emprendimientos exitosos que contribuyan al crecimiento socioeconómico (Osorio et al., 2010; García, 2019).

El fomento del emprendimiento universitario a través de proyectos de investigación se destaca como una vía para potenciar la capacidad de los estudiantes para identificar oportunidades de negocio y desarrollar soluciones innovadoras. Esto fortalece la relación entre la academia y la industria, facilitando la transferencia de conocimiento hacia el sector empresarial. La universidad tiene la responsabilidad de formar profesionales con competencias emprendedoras, lo cual se promueve mediante el desarrollo de proyectos de grado, como las monografías, que potencian las habilidades emprendedoras de los estudiantes.

La apropiación de conocimientos disciplinares durante la formación universitaria permite a los estudiantes adquirir habilidades y competencias que pueden aplicar en el diseño de emprendimientos. Por ejemplo, un estudiante de diseño industrial puede innovar en el sector empresarial, creando nuevos productos basados en investigaciones para satisfacer las necesidades de la comunidad (Borrayo et al., 2018).

El escenario universitario se presenta como una oportunidad para generar emprendimientos que contribuyan al futuro profesional de los estudiantes. La formación universitaria puede ser considerada como el mejor emprendimiento que una persona puede realizar, aprovechando el conocimiento adquirido y el apoyo institucional (Westlund, 2010).

El desarrollo de proyectos académicos, como las monografías, no solo profundiza en el conocimiento, sino que también impulsa acciones innovadoras para abordar necesidades específicas de la sociedad. Estos proyectos pueden transformar realidades sociales y generar oportunidades de negocio significativas en el ámbito universitario (Terán y León, 2010).

Asimismo, los proyectos monográficos o de investigación en la universidad no debe limitarse a la obtención de un diploma, sino que debe trascender hacia un impacto social significativo. Se requiere orientación para identificar las necesidades del entorno y apoyo para desarrollar la creatividad de los estudiantes, asegurando que sus proyectos generen oportunidades laborales (Maldonado, 2009).

Es crucial que los proyectos universitarios estén alineados con las necesidades del sector empresarial, fortaleciendo la conexión entre la formación académica y las demandas del mercado laboral. Transformar el conocimiento en oportunidades emprendedoras que contribuyan al desarrollo de las comunidades es fundamental (Mora, 2011).

La universidad debe priorizar la elaboración de proyectos que aborden necesidades específicas de las comunidades y que estén alineados con los requerimientos empresariales. Esto implica una resignificación de la forma en que se desarrollan los proyectos emprendedores, promoviendo la innovación y la creatividad (Herrera, 2006; Wasserman, 2012).

En este contexto, los trabajos monográficos no solo son un requisito académico, sino una oportunidad para afianzar competencias emprendedoras y contribuir al progreso personal y económico de las comunidades (Maldonado, 2009; Mora, 2011; Herrera, 2006; Wasserman, 2012).

En consecuencia, los trabajos monográficos se constituyen en una herramienta que permite a los estudiantes afianzar las competencias emprendedoras, y a su vez posibilitar la aplicación del conocimiento que han apropiado en su formación profesional. Por tanto, los trabajos de grado no deben asumirse como un simple requisito para optar a un título, sino como una oportunidad de avance y progreso personal, pero también como una forma de contribuir a la economía y transformación de las comunidades.

Materiales y Métodos

En las siguientes líneas se detallan los métodos utilizados para el desarrollo del estudio, el escenario de investigación, categorías y sujetos participantes, técnicas e instrumentos empleados en la recolección de información, entre otros aspectos propios al proceso investigativo.

El estudio adelantado por el enfoque se enmarca en el paradigma cualitativo, pues como lo hacen notar Lucca y Berríos (2009) este método de investigación tiene por finalidad estructurar el conocimiento sobre la realidad social, tomando como referente las condiciones y subjetividades de quienes las originan y viven. En este sentido, el investigador debe asumir un carácter dialógico respecto a las opiniones, argumentos y reflexiones de los informantes, ya que éstas son la base para el desarrollo de nuevo conocimiento respecto a la realidad investigada.

Martínez (2011) destaca que la investigación cualitativa se centra en comprender e interpretar los acontecimientos que los sujetos enfrentan en su entorno real, por lo tanto, es crucial considerar sus particularidades. Siguiendo esta perspectiva, el presente estudio se enfoca en interpretar las percepciones de los sujetos muestrales con respecto al uso de proyectos monográficos como estrategia para promover el emprendimiento universitario.

Para detallar el sentir y apreciaciones de los estudiantes vinculados al proceso investigativo, desde el alcance de la investigación se integra el método descriptivo, el cual según Danhke (1989) busca que el investigador detalle fenómenos, situaciones, contextos y eventos que rodean al objeto de estudio; para ello es preciso detallar cómo son y cómo se manifiestan. De otro lado, el método descriptivo permite especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos sometidos a un análisis. Es decir, medir, recolectar y evaluar datos sobre diversos conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Respecto al diseño, el estudio adelantado se enmarca dentro del método de investigación acción, pues como lo hace notar Ferrance (2000), esta metodología permite que los participantes indaguen sobre sus prácticas cuidadosa y sistemáticamente, con el fin de transformar la realidad que afrontan los sujetos, desde la formulación de pautas o estrategias direccionadas a solucionar los problemas que rodean al objeto de estudio. En este sentido, a través de este método integrado en el proceso investigativo, se busca establecer pautas y acciones conducentes a fortalecer el desarrollo de proyectos monográficos por parte de los estudiantes, y más que ello a que sus investigaciones se constituyan en potenciales emprendimientos que garanticen su estabilidad económica.

- Unidad de Estudio

La unidad objeto de análisis en esta investigación está constituida por estudiantes de pregrado universitario, tanto graduados como estudiantes en curso, pertenecientes a los programas académicos de Administración Industrial, Administración Turística y Hotelera, y Diseño Industrial, en el periodo comprendido entre 2020 y 2022.

Para la selección de los participantes en el estudio, se llevó a cabo una encuesta dirigida a los egresados de los programas mencionados y a los estudiantes que aún estaban cursando sus estudios, con el propósito de identificar su disposición a participar en la investigación. Asimismo, se consideraron otros criterios para la selección de la muestra intencionada, los cuales se detallan en la tabla 1.

Tabla 1

Criterios establecidos para la selección de la unidad de estudio (muestreo por conveniencia)

Unidad de estudio	Criterios de selección
Para la investigación adelantada la unidad de estudio quedo integrada por 30 estudiantes egresados y activos de los programas de Administración Industrial, Administración Turística y Hotelera y Diseño Industrial.	Los criterios tenidos en cuenta para la selección de la unidad de análisis son los siguientes: <ul style="list-style-type: none"> - Ser estudiante graduado o activo de los programas Administración Industrial, Administración Turística y Hotelera, Diseño Industrial. - Haber realizado o estar realizando proyecto monográfico de grado - Que el proyecto monográfico se considere como un emprendimiento que contribuye a la solución de problemas o necesidades sociales. - Manifestar el deseo de hacer parte del estudio.

Nota: La tabla detalla los criterios asumidos para la selección de la unidad de estudio.

Una vez establecidos los criterios de selección, se analizaron las respuestas de la encuesta aplicada, con lo cual se procedió a configurar la unidad de estudio, en la tabla 2 se detallan aspectos de los sujetos muestrales del estudio.

Tabla 2
Sujetos muestrales - Unidad de estudio

Criterio	Descripción	
	Graduados	Activos
Diseño Industrial	Mujeres: 2 Hombres: 1	Mujeres: 1 Hombres: 2
Administración Turística y Hotelera	Mujeres: 5 Hombres: 3	Mujeres: 4 Hombres: 2
Administración Industrial	Mujeres: 2 Hombres: 1	Mujeres: 4 Hombres: 3
Docentes programas académicos	Cuatro educadores de los programas de pregrado referidos	
Edad promedio	17 a 40 años	
Estrato Económico	2,3 y 4	

Nota: La tabla detalla características de la unidad de estudio.

Se debe subrayar que la vinculación de estudiantes como unidad de estudio, se llevó a cabo atendiendo a la respuesta del deseo de hacer parte de la investigación.

De otro lado, frente a la formulación de planes de mejoramiento para fomentar el emprendimiento universitario, se precisó integrar a la unidad de estudio algunos docentes que orientan asignaturas afines al emprendimiento en los programas de: Administración turística y hotelera, Administración industrial, y Diseño industrial, en la tabla 3 se detallan aspectos relacionados con los educadores vinculados a la investigación.

Tabla 3
Docentes vinculados a la unidad de estudio

Docente	Tiempo de servicio	Programa académico
Docente 1	10 años	Diseño Industrial
Docente 2	7 años	Administración turística y hotelera
Docente 3	15 años	Diseño industrial
Docente 4	9 años	Administración industrial

Nota: La tabla detalla aspectos de la muestra intencionada de docentes vinculados al proceso investigativo.

Se debe subrayar que es necesario contar con la opinión de los educadores frente al planteamiento de estrategias de mejoramiento para fortalecer el desarrollo de proyectos monográficos como herramienta de emprendimiento en estudiantes egresados y en los que están en formación.

- **Categorías de Estudio**

Las categorías de estudio en esta investigación, fueron formuladas con base en el análisis de la literatura referida en el estado del arte y referentes teóricos. En este sentido, en la tabla 4 se muestran en detalle dichas categorías.

Tabla 4
Categorías de estudio vinculadas al proceso investigativo

Categoría	Subcategoría	Dimensión	Indicador	Técnica e instrumento
Perfil emprendedor e intención emprendedora de los estudiantes	Actitud emprendedora	Intereses y expectativas en el emprendimiento como estrategia de progreso profesional	Actividades o acciones que realizan los estudiantes para llegar a ser emprendedores.	Encuesta de opinión – Cuestionario estructurado pregunta abierta
Papel de la universidad en la intención emprendedora de los estudiantes	Métodos y didáctica utilizada para fomentar el emprendimiento	Plan de estudios	Opinión de los estudiantes acerca de los contenidos temáticos y su relación con el emprendimiento.	Grupo focal - Cuestionario estructurado
	Gestión de alianzas estratégicas para el fomento de la cultura emprendedora universitaria	Convenios y estrategias con el sector externo	Participación de la empresa privada, los empresarios, los gremios y de las organizaciones en el ecosistema emprendedor universitario	Grupo focal - Cuestionario estructurado
Monografías y emprendimiento	Utilidad en la intención de emprendimiento	Propósito del desarrollo de proyectos monográficos	motivaciones de los estudiantes en el desarrollo de su proyecto de grado	Encuesta de opinión – Cuestionario estructurado pregunta abierta

Tabla: En la tabla se detallan las categorías de estudio a través de las cual se estudia el objeto de investigación.

Las categorías de estudio referidas tienen por propósito analizar la actitud emprendedora de los estudiantes muestrales, los métodos y didáctica que vinculan los docentes para fomentar el emprendimiento universitario, así como las estrategias implementadas para este fin, de igual forma reconocer la incidencia que tiene el desarrollo de proyectos monográficos en la intención emprendedora.

- **Etapas de la Investigación**

El proceso investigativo en el que se enmarcó este estudio, se desarrolló en tres etapas, las cuales a su vez guardan relación con los objetivos formulados.

- **Primera Etapa**

Esta etapa del estudio se orientó al cumplimiento del objetivo: Caracterizar el emprendimiento en estudiantes de pregrado universitario que hacen parte de los programas: Administración turística y hotelera, Administración industrial, y Diseño industrial en la UPTC Facultad Seccional Duitama. Para lo cual se aplicó la técnica de encuesta de opinión a través

de un cuestionario estructurado en el que indagan aspectos inherentes a las categorías de estudio.

- ***Segunda Etapa***

En contraste con los resultados de la primera etapa, esta fase del proceso investigativo buscó dar cumplimiento al segundo objetivo propuesto: Formular Pautas de mejoramiento orientados al reconocimiento de las monografías como potencial herramienta de emprendimiento en estudiantes universitarios.

Específicamente, frente a los factores que limitan el aprovechamiento de los proyectos monográficos como emprendimiento de los estudiantes, se formularon pautas de mejoramiento, enmarcadas en recomendaciones direccionadas al aprovechamiento de los trabajos monográficos como proyección laboral de los estudiantes egresados de los programas ya referidos y en proceso de formación.

- ***Tercera Etapa***

La tercera etapa del estudio buscó dar cumplimiento al objetivo: Socializar propuestas de mejoramiento con docentes de los programas: Administración turística y hotelera, Administración industrial, y Diseño industrial e interpretar su opinión. Para ello posteriormente al diseño de la propuesta de mejoramiento, se aplicó la técnica de investigación cualitativa grupos focales, para interpretar la opinión de algunos docentes que orientan el área de emprendimiento en los programas de pregrado referidos.

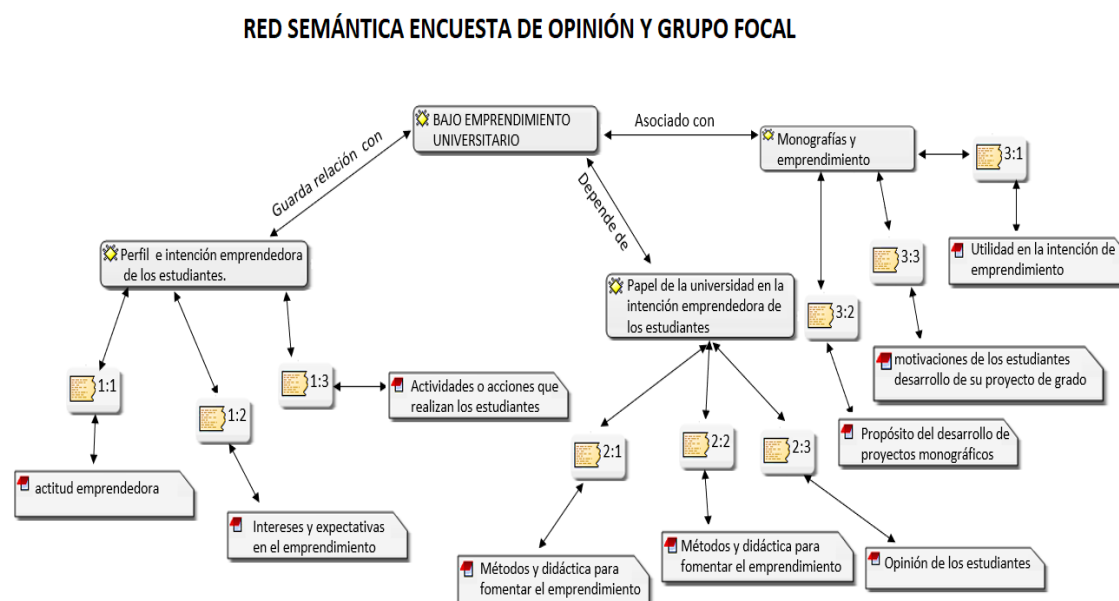
Resultados

Para esta investigación, se implementó un protocolo de evaluación de resultados, diseñado conforme a los objetivos establecidos, empleando técnicas de estadística descriptiva para proporcionar una minuciosa descripción de los elementos que constituyen el objeto de análisis.

El análisis de la información se llevó a cabo mediante una interpretación detallada y descriptiva de las categorías y subcategorías emergentes de las percepciones y opiniones recopiladas de los participantes, lo cual guarda una estrecha relación con el marco teórico del estudio. Para lograr la interpretación cualitativa de los datos, se emplearon tres enfoques distintos. En primer lugar, se aplicó una lectura literal con el propósito de comprender el contenido, la estructura y el uso de las palabras empleadas. En segundo lugar, se llevó a cabo una lectura interpretativa para descubrir el significado y la representación de las palabras utilizadas. Por último, se recurrió a una lectura reflexiva, reconociendo al lector/investigador como un agente activo en el proceso de generación e interpretación de la información.

El análisis se realizó considerando el proceso de codificación abierta, axial y selectiva de los datos, que consistieron en los incidentes narrados por cada uno de los participantes, en este caso, los estudiantes y docentes que formaron parte de la muestra. Para efectuar este análisis, se utilizó el programa de análisis cualitativo Atlas.ti 7.0, lo que permitió examinar los datos recopilados mediante técnicas e instrumentos cualitativos para construir las categorías y subcategorías, facilitando su comparación y la elaboración de la red semántica relacionada con el objeto de estudio (ver figura 2).

Figura 2.
Red Semántica encuesta de opinión y grupos focales.



Nota: La red semántica presenta las categorías y subcategorías que permiten analizar el objeto de estudio.

- **Resultados Primera Etapa - Diagnóstico**

Los hallazgos de la etapa de caracterización o diagnóstico se centran en la interpretación de las circunstancias que restringen la utilización de los trabajos monográficos como posibles oportunidades de emprendimiento universitario por parte de los estudiantes. Además, se examinan los posibles factores que dificultan el espíritu emprendedor en los sujetos muestrales de educación superior a nivel de pregrado.

- **Categoría Perfil emprendedor e intención emprendedora de los estudiantes**

En relación a la investigación de las categorías de estudio "perfil emprendedor" e "intención emprendedora" de los estudiantes, así como su vinculación con las monografías y el emprendimiento, es pertinente resaltar que durante la etapa de diagnóstico se llevaron a cabo análisis exhaustivos de las opiniones y argumentos proporcionados por los sujetos muestrales. Estos análisis buscaron identificar aspectos relacionados con los intereses y expectativas de los estudiantes en el ámbito del emprendimiento como una estrategia para su progreso profesional, así como las motivaciones que impulsan el desarrollo de sus proyectos monográficos de grado.

Las respuestas proporcionadas por los informantes fueron codificadas utilizando el software de análisis cualitativo Atlas Ti 7.0, y se organizaron según una estructura predefinida para su posterior interpretación. En este sentido, se utilizaron códigos como "EE21H" para identificar y clasificar las respuestas de acuerdo a su contenido y contexto.

- **E:** Representa a un estudiante
- **E:** Quiere decir que ha sido encuestado
- **21:** Representa el número de encuesta aplicada
- **H:** Representa el género del encuestado, para el caso hombre.

En referencia al código **EE21H**, este se interpreta como un estudiante encuestado número 21 del género masculino. Una vez aclarado el proceso de codificación utilizado para las respuestas proporcionadas por los informantes, se procede a presentar los resultados que surgieron del análisis de las categorías y subcategorías de estudio.

A través del estudio de esta categoría, se llevó a cabo un análisis detallado de aspectos esenciales vinculados a la disposición emprendedora de los estudiantes, considerados como el foco principal de estudio. Asimismo, se buscó identificar sus intereses y expectativas en relación al emprendimiento como una estrategia para promover su crecimiento profesional, de igual manera, se analizaron las actividades o medidas que realizan para desarrollarse como emprendedores.

Para analizar e interpretar la categoría de estudio, se formularon los siguientes cuestionamientos:

- ¿Dentro de sus expectativas, usted ha contemplado la posibilidad de ser independiente laboralmente, para aplicar conocimientos de su formación profesional en un emprendimiento?

En relación a esta interrogante, la mayoría de estudiantes encuestados sostiene que en el contexto actual es imprescindible considerar alternativas adicionales para el desarrollo de su carrera profesional. Esto se debe a que, en Colombia, en particular, no existe una certeza absoluta de obtener un empleo formal al concluir los estudios en un programa de formación profesional. En consecuencia, los participantes de la muestra consideran de gran importancia contemplar posibles emprendimientos que les permitan poner en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación académica. A continuación, se presentan algunas respuestas relevantes expresadas por los informantes:

- **EE5M:** Por supuesto que considero al emprendimiento como oportunidad de independencia laboral, más cuando el mercado en ocasiones las oportunidades laborales son fluctuantes y no se encuentran posibilidades de trabajo, entonces se hace necesario buscar alternativas y estas pueden derivar de la formación profesional.....
- **EE7H:** Si quiero aprovechar mis conocimientos como potencial emprendimiento resultaría benéfico, pues quisiera tener la posibilidad de generar una idea de negocio y generar trabajo en el sector.....
- **EE22M:** Si, quisiera ser independiente luego de obtener conocimientos como empleada, generar mis ingresos y dar empleos a futuros diseñadores industriales....
- **EE12M:** Si, quisiera iniciar un emprendimiento que tenga la posibilidad de generar empleo y oportunidades a la región con la ayuda de los conocimientos adquiridos....

Con base en el análisis de los referentes de los informantes, se tiene que es necesario llegar a la identificación y promoción del potencial que posee el emprendimiento universitario como una ruta para el crecimiento profesional y ocupacional de los estudiantes. Por tanto, desde sus opiniones consideran que los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación académica se constituyen en un sólido cimiento de recursos y aptitudes, que pueden ser hábilmente aprovechados en un enfoque emprendedor, posibilitando generar oportunidades de empleo y contribuir al progreso económico y social de su entorno.

De otro lado, los estudiantes reconocen que se debe aprovechar los conocimientos adquiridos en su formación profesional, con el propósito de fortalecer el emprendimiento, pues esto les puede permitir tener diferentes beneficios. En primer lugar, los estudiantes pueden materializar de forma concreta los conceptos y teorías que han adquirido en sus estudios, brindándoles un sentido de aplicabilidad y relevancia en el ámbito práctico. Además, a juicio de los informantes el emprendimiento proporciona un entorno propicio para un aprendizaje continuo y el desarrollo de habilidades transversales, tales como la capacidad de adaptación, la toma de decisiones y el trabajo en equipo, que son de vital importancia en el actual panorama laboral.

En consecuencia, para los sujetos muestrales es de vital importancia aprovechar los conocimientos adquiridos en su formación profesional para fortalecer el emprendimiento como una oportunidad laboral; dado que este no solo representa una alternativa viable en un contexto laboral cambiante y competitivo, sino que también incentiva y apoya su espíritu emprendedor,

además de promover una cultura de innovación y generar impactos positivos tanto a nivel individual como colectivo.

Respecto a la pregunta planteada: ¿En el desarrollo de su proyecto monográfico o estrategia de grado, alguna vez pensó en que este se constituyera en un emprendimiento para mejorar su progreso económico y profesional?, se observa que los estudiantes perciben la elaboración de sus monografías como una oportunidad que podría potencialmente llevarlos a convertirse en emprendedores, al diseñar ideas de proyectos monográficos enfocados en abordar las necesidades del entorno social.

A partir de la evaluación de las respuestas proporcionadas por los participantes, se observa que la mayoría ha considerado la opción de convertir su proyecto monográfico de grado en una oportunidad de emprendimiento. Sin embargo, algunos sujetos muestrales hacen hincapié en la falta de apoyo y orientación adecuada por parte de la institución universitaria para lograr dicho objetivo.

Finalmente, para el análisis de la categoría: perfil emprendedor e intención emprendedora de los estudiantes, se plantea el interrogante ¿Considera que el saber académico y las competencias adquiridas en su pregrado, le facilitan la identificación de oportunidades, reconociendo posibilidades y formas de acceder a recursos económicos?

Luego de examinar las respuestas proporcionadas por los participantes en relación a los beneficios derivados del conocimiento académico y las competencias adquiridas en términos de identificar oportunidades y acceder a recursos económicos, se constata que estos reconocieron la capacidad que el saber académico y las competencias adquiridas durante su formación universitaria les confieren para identificar oportunidades y obtener recursos económicos. No obstante, algunos de los participantes señalaron la falta de una orientación temática adecuada que les permita desarrollar competencias emprendedoras y alcanzar este objetivo de manera más eficaz.

Con base en las respuestas recopiladas, se evidencia una carencia de formación académica y competencias insuficientes entre los estudiantes, lo cual limita su capacidad para identificar oportunidades de manera adecuada y acceder a recursos económicos. Este hallazgo resalta la imperiosa necesidad de fortalecer los programas educativos y de formación profesional, enfocándose específicamente en el fomento de habilidades emprendedoras. De esta manera, es posible dotar a los estudiantes de las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos presentes en el ámbito laboral y económico.

Los resultados en este contexto evidencian de manera contundente la apremiante necesidad de otorgar una mayor atención y dedicación a la formación académica de los estudiantes, así como al fomento y desarrollo de competencias emprendedoras. Estas medidas son esenciales para potenciar la capacidad de los estudiantes para identificar oportunidades, discernir posibilidades y acceder de manera exitosa a recursos económicos.

- **Categoría Monografías y Emprendimiento**

En particular, se examinaron elementos relacionados con la utilidad en la intención de emprender, la finalidad de llevar a cabo proyectos monográficos y las motivaciones de los estudiantes en la realización de su proyecto de grado. Con este fin, se plantearon interrogantes tales como:

- ¿Basado (a) en su proyecto monográfico o estrategia de grado ha realizado actualmente alguna actividad para fomentar su emprendimiento como proyección ocupacional profesional? justifique su respuesta

En respuesta a esta interrogante, la mayoría de sujetos muestrales que han realizado proyectos monográficos como parte de su titulación, así como aquellos que se encuentran en proceso de elaboración, han manifestado que no han considerado enfocar el desarrollo de su trabajo de graduación como una posible estrategia de emprendimiento. A partir del análisis de

sus argumentos, se desprende la necesidad de que los asesores del proyecto de investigación orienten su elaboración de manera que pueda convertirse en una forma potencial de empleo para los profesionales, ya que los estudiantes se centran únicamente en cumplir con un requisito para obtener su grado, sin considerar las oportunidades emprendedoras que los proyectos monográficos pueden brindarles. Algunas respuestas relevantes suministradas por los informantes son las siguientes:

- **EE27H:** Pues como egresado, la verdad cuando estaba realizando mi monografía no vislumbro las posibilidades que esta investigación podría tener como emprendimiento para mi proyección profesional....
- **EE10M:** En mi opinión, en el ámbito universitario, los mentores de los proyectos de monografía se enfocan exclusivamente en la elaboración y finalización de los mismos como un mero requisito para obtener el grado, sin prestar atención a las oportunidades empresariales que pueden surgir a partir de ellos.
- **EE20H:** Me gustaría haber contado con asesoría, para que con mi monografía hubiera tenido la oportunidad de progresar económica y profesionalmente.

Las opiniones recopiladas de los participantes revelan una desconexión entre el desarrollo de proyectos monográficos y el fomento del espíritu emprendedor entre los estudiantes universitarios. La mayoría de los encuestados no percibe el potencial emprendedor de sus trabajos monográficos, atribuyendo esta falta de comprensión a la escasa orientación recibida de sus tutores académicos. La carencia de apoyo y dirección por parte de los orientadores limita la visión empresarial de los estudiantes y obstaculiza la transformación de sus investigaciones en oportunidades de emprendimiento.

Estas percepciones subrayan la necesidad de una perspectiva más amplia y orientada al emprendimiento en la dirección de proyectos monográficos universitarios. Es fundamental que la institución educativa y los tutores reconozcan la importancia de fomentar habilidades empresariales entre los estudiantes, trascendiendo la mera cumplimentación de requisitos académicos. Se requiere una guía más integral que estimule la creatividad, la innovación y la mentalidad empresarial entre los jóvenes universitarios, brindándoles las herramientas necesarias para convertir sus proyectos de investigación en empresas exitosas.

En líneas generales, las opiniones expresadas por los encuestados subrayan la necesidad de una transformación en la manera en que se orientan y supervisan los proyectos monográficos en el ámbito universitario. Esta transformación no solo beneficiaría a los estudiantes al dotarlos de habilidades emprendedoras, sino que también contribuiría al desarrollo de emprendimientos prósperos que enriquecerían el panorama laboral y profesional de la comunidad estudiantil.

- **Categoría Papel de la universidad en la intención emprendedora de los estudiantes**

En esta categoría, se realizó un estudio con el propósito de examinar e interpretar la opinión de los estudiantes y profesionales egresados, acerca de los métodos y la didáctica utilizados en las aulas para fomentar el emprendimiento, centrándose específicamente en el plan de estudios de los programas de pregrado universitario mencionados. Además, se indagó sobre la gestión de alianzas estratégicas y la promoción de una cultura emprendedora universitaria a través de convenios y estrategias con el sector externo. Para ello, se empleó la técnica de grupo focal, en la cual se convocó a un total de 8 personas, entre graduados y estudiantes en curso de los programas de formación profesional. El propósito fue recopilar sus perspectivas y experiencias relacionadas con el papel de la universidad en el fomento del espíritu emprendedor.

Se identificaron diversas situaciones en cómo la universidad aborda el fomento del emprendimiento, señalando que no se contempla una reestructuración de los planes de estudio para abordarlo de manera transversal. Además, se observa una tendencia a enseñar el emprendimiento de forma teórica y poco conectada con la práctica real.

Los participantes sugirieron la necesidad de incorporar nuevas estrategias didácticas que motiven a los estudiantes y les permitan aplicar sus conocimientos de manera activa y participativa. También se destacó la importancia de revisar y actualizar los planes de estudio para integrar el emprendimiento de manera transversal desde el inicio del programa.

Se concluyó que la universidad debe asumir un rol más activo en la formación de emprendedores, proporcionando herramientas y un ambiente propicio para desarrollar habilidades emprendedoras. Además, se exploró la gestión de alianzas estratégicas para promover la cultura emprendedora, señalando una falta de conexión efectiva entre el sector empresarial y académico en el contexto del emprendimiento universitario.

Resultados Segunda Etapa / Plan de acción Propuesta de Mejoramiento

El fortalecimiento del emprendimiento entre los estudiantes de pregrado de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia desempeña un papel crucial y urgente en el avance económico y social tanto a nivel regional como nacional, así como en la preparación de los educandos para afrontar los desafíos del mercado laboral y de la sociedad contemporánea. Además, al fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes, se pueden obtener beneficios inmediatos y significativos para su propio desarrollo, ya que adquieren habilidades y competencias que resultarán provechosas en su trayectoria profesional y personal. En este sentido, desde esta investigación se formulan estrategias focalizadas en el cumplimiento de este propósito. Es relevante resaltar que las estrategias expuestas son sugerencias y pautas que requieren ser adaptadas y personalizadas según las particularidades y requerimientos de cada contexto y grupo de estudiantes de los respectivos programas de pregrado universitario. Asimismo, resulta fundamental contar con un equipo de trabajo comprometido y debidamente capacitado para llevar a cabo el plan de mejoramiento de manera efectiva.

- **Estrategias de Sensibilización**

La estrategia de sensibilización para promover el emprendimiento universitario entre los estudiantes de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, seccional Duitama, es crucial para estimular el espíritu emprendedor. Esta iniciativa puede incluir charlas, talleres, seminarios y otras actividades que difundan conocimientos sobre emprendimiento y sus beneficios.

Según Gibb (1993), la sensibilización implica generar conciencia sobre la importancia del emprendimiento, fomentar la curiosidad y la creatividad para identificar oportunidades de negocio. Para ello, se pueden desarrollar actividades que expongan a los estudiantes a experiencias emprendedoras exitosas y les enseñen las competencias necesarias para emprender.

Estrategias sugeridas por Cuevas y Hernández (2019) incluyen charlas con empresarios destacados, talleres de desarrollo de habilidades emprendedoras, actividades de Networking y visitas a empresas o ferias de emprendimiento. Estas actividades buscan cultivar una actitud positiva en los estudiantes, motivándolos a ver sus proyectos monográficos como oportunidades de desarrollo profesional y laboral, más allá de un simple requisito académico.

- **Estrategia de Asesoría**

Las estrategias de asesoramiento son fundamentales para fortalecer el emprendimiento universitario, especialmente en proyectos de tesis monográficas. Los estudiantes necesitan orientación y respaldo constante por parte de sus asesores para desarrollar sus ideas emprendedoras de manera efectiva.

Según Ramos et al. (2019), la asesoría implica acompañamiento, seguimiento y orientación por parte de expertos a lo largo del proceso de desarrollo de los proyectos. Hernández y Castillo (2018) enfatizan en la importancia de que el asesor adopte una actitud

empática y de escucha activa para comprender las necesidades del estudiante y ofrecer una guía precisa y realimentación constructiva.

La asesoría debe ser proporcionada por profesionales con experiencia en emprendimiento, empresarios y especialistas, ofreciendo una perspectiva práctica y realista. Además, debe incluir la identificación de recursos y contactos útiles para el estudiante en la ejecución de sus iniciativas.

Es decisivo que la asesoría sea individualizada y adaptada a las necesidades específicas de cada estudiante y su proyecto, ya que cada emprendimiento es único. De esta manera, la asesoría contribuye a mejorar la calidad y eficacia de los proyectos de emprendimiento universitario.

- **Estrategias Orientadas a la Creación de Alianzas**

Las colaboraciones estratégicas son fundamentales para promover el emprendimiento universitario al facilitar la interacción entre diversos actores, como instituciones académicas, empresas, entidades gubernamentales y ONGs. Estas alianzas permiten el intercambio de saberes, experiencias y recursos, ampliando las perspectivas de éxito de los proyectos emprendedores de los estudiantes.

Estudios de García et al. (2018) y Véliz et al. (2018) resaltan la importancia de establecer alianzas para el desarrollo de emprendimientos, facilitando el acceso a recursos y capacidades difíciles de obtener individualmente, y teniendo un impacto positivo en la generación de empleo y el progreso económico regional.

Una estrategia para implementar alianzas es configurar una red de contactos y colaboración entre la universidad, empresas y organizaciones del entorno. Esto podría lograrse mediante la organización de ferias de emprendimiento, donde los estudiantes puedan exponer sus proyectos a potenciales inversionistas o clientes, y establecer alianzas con empresas del sector.

- **Estrategias Basadas en el Desarrollo de Competencias Emprendedoras**

Las competencias son esenciales para el éxito del emprendimiento universitario, abarcando habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar una idea de negocio. Entre estas competencias se incluyen la capacidad de identificar oportunidades comerciales, establecer redes de contactos, conocimientos financieros y de gestión, y adaptabilidad ante cambios.

Es crucial que los estudiantes adquieran y desarrollen estas competencias a través de proyectos de tesis monográficas, que ofrecen oportunidades para mejorar habilidades de investigación, presentación coherente de ideas y, igualmente importante, competencias empresariales.

Para ello, se pueden implementar talleres y programas de capacitación que instruyan a los estudiantes en habilidades empresariales, así como establecer alianzas con empresas para ofrecer oportunidades de prácticas empresariales que les permitan aplicar sus conocimientos.

Incorporar la adquisición de competencias empresariales en la educación universitaria es crucial para preparar a los estudiantes para el emprendimiento exitoso en el futuro. Los proyectos de tesis monográficas ofrecen una plataforma para promover y cultivar estas competencias, preparando a los estudiantes para convertirse en emprendedores exitosos.

- **Estrategias para la Difusión de Proyectos de Emprendimiento Universitario**

Respecto a las estrategias de divulgación, resulta imperativo considerar que los proyectos de emprendimiento universitario poseen un potencial significativo en términos de su impacto en la sociedad y en la economía. Por consiguiente, es esencial difundirlos mediante una variedad de medios y canales de comunicación, con el fin de alcanzar una audiencia más amplia y, de esta forma, incrementar sus perspectivas de éxito.

En este contexto, se ha destacado por autores como Kotler y Armstrong (2012) que la difusión de una idea o proyecto requiere una planificación meticulosa con el objetivo de alcanzar el mayor impacto posible. Por consiguiente, es necesario emplear diversas estrategias de comunicación, como la publicidad, las relaciones públicas, los eventos y los patrocinios, entre otras, para lograr dicho objetivo.

Además, es relevante considerar las nuevas tecnologías y las redes sociales como medios de difusión. De acuerdo con investigadores como Rodríguez et al. (2016), estas plataformas digitales son herramientas valiosas para alcanzar a un público más joven y tecnológicamente orientado, quienes muestran mayor disposición hacia este tipo de propuestas. Por lo tanto, los estudiantes universitarios que estén desarrollando sus proyectos monográficos pueden aprovechar las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, entre otras, para difundir sus iniciativas y llegar a una audiencia más amplia.

Además, es crucial que los estudiantes emprendedores universitarios posean competencias en comunicación y marketing para poder exponer sus proyectos de forma efectiva y persuasiva. De acuerdo con investigadores como Cardozo (2015), la habilidad de persuasión y presentación resulta fundamental a la hora de convencer a potenciales inversionistas y colaboradores, y alcanzar el éxito en el emprendimiento.

En síntesis, las estrategias de difusión desempeñan un papel fundamental en el avance de los proyectos de emprendimiento universitario, requiriendo la implementación de diversas estrategias de comunicación, que incluyen el aprovechamiento de las nuevas tecnologías y las redes sociales. Además, resulta imprescindible que los estudiantes emprendedores universitarios posean habilidades de comunicación y marketing para lograr una efectiva difusión de sus proyectos.

- **Estrategias Direccionadas a la Evaluación Continua de los Proyectos**

La evaluación desempeña un papel fundamental en el fomento del emprendimiento universitario, ya que constituye una etapa esencial en el proceso emprendedor. Su propósito principal radica en medir el impacto y la efectividad de las estrategias implementadas, permitiendo así la toma de decisiones fundamentadas para lograr mejoras continuas. Según López (2013), la evaluación en el ámbito del emprendimiento se enfoca en analizar los resultados obtenidos, medir el progreso alcanzado y ajustar los planes de acción en consecuencia. Es crucial establecer indicadores de evaluación claros y alineados con los objetivos y metas del plan de mejora.

Resultados Etapa Tres – Socialización de la Propuesta de Mejoramiento

Con el objetivo de fortalecer el emprendimiento universitario, se realizó una sesión de grupo focal con docentes de distintos programas académicos. Durante la sesión, se presentó una propuesta destinada a sensibilizar a los estudiantes y fortalecer sus habilidades investigativas para transformar sus proyectos monográficos en emprendimientos.

Los educadores coincidieron en la importancia de integrar la formación investigativa en el proceso emprendedor, ya que esto fortalece habilidades de análisis y generación de soluciones creativas. Respecto al tipo de asesoría propuesta, la mayoría consideró que es pertinente, pero algunos sugirieron una estrategia más integral que involucre a la unidad de emprendimiento.

En cuanto a las alianzas con empresas y organizaciones externas, los docentes consideraron que son apropiadas, pero sugirieron complementarlas con otros eventos como ruedas de negocios y visitas de inmersión. Algunos educadores plantearon que estas alianzas deben ir más allá de eventos aislados y consolidarse en acuerdos tangibles.

Se resaltó la importancia de difundir los proyectos de emprendimiento dentro y fuera de la comunidad universitaria para fortalecer la cultura emprendedora. Respecto a las pautas de evaluación continua de los proyectos, se destacó la necesidad de evaluar tanto habilidades y

competencias emprendedoras como el impacto social y el potencial innovador de las propuestas.

Globalmente, las contribuciones de los educadores enfatizan la importancia del acompañamiento, la sensibilización, las alianzas estratégicas y la difusión adecuada para fortalecer el emprendimiento universitario, mejorando así la calidad y relevancia de la formación emprendedora.

Discusión

El emprendimiento universitario desempeña un papel crucial en la proyección profesional y económica de los estudiantes de pregrado. En este contexto, la investigación llevada a cabo en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Facultad Seccional Duitama aborda la caracterización del emprendimiento en estudiantes de Administración turística y hotelera, Administración industrial y Diseño industrial. Los hallazgos revelan que existen factores que limitan el desarrollo emprendedor de los estudiantes en relación con los proyectos monográficos.

Entre estos factores, se destaca una actitud desfavorable hacia el emprendimiento, manifestada en el escaso interés y las bajas expectativas de los estudiantes en relación al desarrollo de proyectos monográficos como emprendimiento. Además, se evidencia una percepción de falta de apoyo y orientación por parte de la institución universitaria, generando desmotivación y actitudes poco favorables hacia el papel de emprendedores. Esta percepción se alinea con la teoría que sostiene que la actitud emprendedora está influenciada por aspectos personales y sociales.

Los participantes consideran que los conocimientos adquiridos durante su formación académica no son suficientes para convertirse en emprendedores exitosos, lo que influye en actitudes desfavorables hacia este propósito. La falta de conexión práctica y contextualización en la enseñanza del emprendimiento, caracterizada por métodos tradicionales, también limita el desarrollo de habilidades emprendedoras.

Además, se revela que los proyectos monográficos no son percibidos plenamente como oportunidades para emprender, debido a la falta de comprensión del potencial económico y profesional asociado. La falta de apoyo de los tutores contribuye a esta percepción, ya que los estudiantes no ven el desarrollo de sus monografías como una vía para el crecimiento en su carrera profesional.

Desde una perspectiva académica, la universidad debe desempeñar un rol fundamental en la promoción del emprendimiento universitario. Las estrategias propuestas, como la sensibilización, asesoría, creación de alianzas, desarrollo de competencias emprendedoras, difusión de proyectos y evaluación continua, se presentan como un conjunto coherente para impactar positivamente en la formación integral de los estudiantes.

En términos generales, desde esta investigación se puede establecer que es necesaria la implementación de acciones concretas que fortalezcan el emprendimiento desde la base, centrándose en el desarrollo de proyectos monográficos, pues estos representan una oportunidad valiosa para preparar a los estudiantes de la Universidad Pedagógica y Tecnología de Colombia para enfrentar los desafíos del mundo laboral. La universidad, en colaboración con educadores, debe fomentar la sensibilización, proporcionar asesoría, establecer alianzas y promover el desarrollo de competencias emprendedoras para cultivar un ambiente propicio para el crecimiento profesional y la contribución al desarrollo económico y social de la región

Conclusiones

Después de una investigación detallada en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia sobre el fortalecimiento del emprendimiento universitario a través de proyectos monográficos, se tiene que la implementación de estrategias innovadoras se revela como una herramienta valiosa para fomentar la cultura emprendedora entre los estudiantes de

Administración Industrial, Administración Turística y Hotelera, y Diseño Industrial. Desde esta perspectiva, se concluye que:

Existen factores limitantes para el progreso emprendedor a través de proyectos monográficos, los cuales incluyen el perfil y la intención emprendedora de los estudiantes, el papel de la universidad y el potencial de las monografías en el fomento del emprendimiento universitario. Se destaca la necesidad de respaldo adecuado para los estudiantes, evitando comentarios negativos que puedan afectar emocionalmente y llevar al abandono de ideas emprendedoras. La falta de apoyo institucional, métodos de enseñanza poco efectivos y la ausencia de alianzas y recursos externos también limitan el desarrollo de proyectos. Además, la carencia de habilidades para reconocer el potencial emprendedor de los proyectos monográficos afecta la capacidad de los estudiantes para aprovechar al máximo sus iniciativas.

El fortalecimiento del emprendimiento universitario demanda estrategias integrales. La concientización sobre el emprendimiento, la asesoría efectiva, las alianzas colaborativas, el desarrollo de competencias, la difusión de proyectos y la evaluación continua son elementos clave. La universidad debe desempeñar un papel protagónico, proporcionando orientación y estableciendo conexiones con el sector empresarial. El fortalecimiento de competencias, la promoción activa de proyectos y la evaluación constante son esenciales para lograr un impacto significativo en la formación de los estudiantes y contribuir al desarrollo económico y social de la región.

La coherencia y coordinación son esenciales en las iniciativas y enfoques para fomentar el espíritu emprendedor en el ámbito universitario. Estos deben integrarse en una política universitaria unificada. La relevancia de una política unificada radica en la sinergia que se crea al alinear todas las iniciativas hacia una dirección común. Se destaca la importancia del apoyo del Comité Universidad Empresa Estado Sociedad (CUEES), que juega un papel fundamental al fomentar la colaboración e integración de diversos actores clave en el desarrollo económico y social de la comunidad. La participación conjunta de empresarios, académicos, representantes del gobierno local y la comunidad en general enriquece las iniciativas emprendedoras.

De manera general, la investigación señala la necesidad de superar los obstáculos identificados mediante estrategias integrales, respaldo institucional efectivo y coherencia en las políticas universitarias. Estos enfoques son esenciales para cultivar un espíritu emprendedor sólido entre los estudiantes, contribuir al desarrollo económico y social, y abrir nuevas vías de desarrollo para el futuro.

Referencias bibliográficas

- Ástebro Audretsch, T., Bazzazian, N., y Braguinsky, S. (2012). Startups by recent university graduates and their faculty: Implications for university entrepreneurship policy. *Research Policy*, 41(4), 663–677. <http://doi.org/10.1016/j.respol.2012.01.004>
- Audretsch, D., B. (2014). From the entrepreneurial university to the university for the entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*.1–9. doi:10.1007/s10961-012-9288-1
- Bercovitz, J. y Feldman, M. (2008) Academic Entrepreneurs: Organizational Change at the Individual Level. *Organization Science*, 19(1), 69–89. <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.1070.0295>.
- Borrayo Rodríguez, C.L., Valdez Zepeda, A., y Delgado Melgarejo, B. (2018). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXV, núm. 3, 72-87, 2019. Universidad del Zulia. <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>

- Danhke, G. I. (1989). Investigación y comunicación. En C. Fernández-Collado y G. L. Danhke (Eds.). *La comunicación humana: Ciencia social* (pp. 385-454). México: McGraw-Hill.
- Dolabela, F. (2003). *Pedagogía emprendedora*. Ed. Cultura. São Paulo.
- Duval, C. (2013). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programs: Challenges and Approaches. *Journal of Small Business Management*, 51(3),394-409.
- Ferrance, E. (2000). *Action Research*. Providence: Northeast and Islands Regional Educational Laboratory at Brown University.[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2439462](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2439462)
- García, J. (2019). El potencial emprendedor de los proyectos de investigación en estudiantes universitarios. *Revista de Investigación Académica*, 25(3), 67-82.
- Geissler, M. (2013). *Determinanten des Vorgründungsprozesses*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. doi:10.1007/978-3-658-01665-4.
- Herrera Fuentes, J.L. (2006). The bond university-enterprise in the formation of the university professionals. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*. Volumen 6, Número 2, Año 2006, ISSN 1409-4703.https://www.researchgate.net/publication/26447887_El_vinculo_universidad_empresa_en_la_formacion_de_los_profesionales_universitarios/fulltext/0e605473f0c46d4f0ab08d22/El-vinculo-universidad-empresa-en-la-formacion-de-los-profesionales-universitarios.pdf?_sg%5B0%5D=started_experiment_milestone
- Iglesias, S., Jambrino, M., Peñafiel, V., y Husam, K. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students, *Education Training*, 58(2), 209-228.
- Lans, T., Hulsink, W., Baert, H. y Mulder, M. (2008). Entrepreneurship education and training in a small business context: insights from the competence-based approach. *Journal of Enterprising Culture*, 16(4), 363-383
- Lena, L.; y Wong, P.K. (2005). *Entrepreneurship Education – A Compendium of Related Issues*. Nus Entrepreneurship Centre. National University of Singapore.
- Lucca Irizarry, N. y Berríos Rivera, R. (2009). *Investigación cualitativa. Fundamentos, diseños y estrategias*. Ediciones SM.
- Maldonado, M. (2006). *Competencias Método y Genealogía*. Colombia: ECOEEdiciones.
- Maldonado, C. C. E. (2009) *Complejidad: revolución científica y teoría*. Colección Complejidad. Facultad de Administración. Editorial Universidad del Rosario.
- Martínez, J. (2011) *Métodos de investigación cualitativa*. *Research Journal Silogismo*, [S.l.],1, No. 08. <http://www.cide.edu.co/ojs/index.php/silogismo/article/view/64/53>
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 70-83. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20623157006>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. OCDE. (2004). *Innovation in the Knowledge Economy. Implications for Education and Learning*. Paris: OCDE.
- Osorio, F. F., Gálvez A, E J, y Murillo V, G (2010). La estrategia y el emprendedor: diversas perspectivas para el análisis. Universidad del Valle. Cuadernos de Administración. Facultad de Ciencias de la Administración. (43), 65-79.
- Padilla, M., Loor, S., y Guamanquispe, V. (2019). Análisis del Emprendimiento Universitario desde la Perspectiva de la Universidad Pública, Caso Facultad de Ciencias Administrativas. *Ciencia Digital*, 9(2), 43-59. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v9i2.374>
- Terán, R. A C y León. G. G. (2010). Visión del emprendimiento desde el Estado y la universidad: el plan de desarrollo de Antioquia visión 2020 con el programa de emprendimiento de la UPB. Universidad Pontificia Bolivariana. *Revista Ciencias Estratégicas*. 18 (23) 119-129.

- Tobón, S. (2006). Formación Basada en Competencias. Pensamiento complejo, diseño curricular y didáctica. Colombia: ECOE Ediciones.
- Vainrub, R. (2007). Convertir sueños en realidades. Una guía para emprendedores. Caracas: Ediciones IESA
- Wasserman, N. (2012). The founder's dilemmas. New Jersey: Princeton University Press.
- Wennberg, K., Wiklund, J. y Wright, M. (2011) The effectiveness of university knowledge spillovers: Performance differences between university spinoffs and corporate spinoffs. *Research Policy*, 40(8),1128-1143.
- Westlund, H. (2010). Multidimensional entrepreneurship: Theoretical considerations and Swedish empirics. 50th Congress of the European Regional Science Association: "Sustainable Regional Growth and Development in the Creative Knowledge Economy", (pp. 19-23). Jönköping, Sweden.
- Zabalza, M. (2003). Competencias docentes del profesorado universitario. España: Nancea, S.A. de Ediciones.