

Universidad del Zulia - Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Documentación e Investigación Pedagógica

Revista Especializada en Educación

ISSN 1315-4079 - Depósito legal pp 199402ZU41



Encuentro

Educacional

Vol. 25

N° 1

Enero - Junio

2 0 1 8

Maracaibo - Venezuela

Encuentro Educacional

ISSN 1315-4079 ~ Depósito legal pp 199402ZU41

Vol. 25 (1) enero - junio 2018: 38-55

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8244834>

Fomento del emprendimiento cultural en instituciones de educación superior ubicadas en Santiago de Cali – Colombia

Lina Pineda Sánchez¹; Claudia Marulanda Nomelín² y Josnel Martínez Garcés³

¹*Corporación Universitaria Autónoma de Nariño. Santiago de Cali – Colombia*

²*Universidad del Valle. Santiago de Cali – Colombia*

³*Universidad del Zulia. Maracaibo – Venezuela*

c.calidad@aunarcali.edu.co; claudia.marulanda@correounivalle.edu.co; martinezjosnel@gmail.com

Resumen

En las últimas décadas el emprendimiento ha tomado una especial promoción entre la clase social media que busca su desarrollo y crecimiento económico donde, específicamente, el que tiene relación con lo cultural es adoptado en el ámbito educativo como una alternativa a la empleabilidad. Por ello, la presente investigación tuvo como objetivo estudiar el fomento del emprendimiento cultural y creativo en instituciones de educación superior ubicadas en Santiago de Cali, Valle del Cauca – Colombia. Se soporta teóricamente en los postulados de Howkins (2001), Varela (2008), Alvarado y Rivera (2011), entre otros. Metodológicamente se considera un estudio exploratorio-descriptivo con un diseño de campo-no experimental donde se utiliza la entrevista semi-estructurada como instrumento para la recolección de los datos y cuyo procesamiento se hace utilizando la herramienta ATLAS.ti. Los resultados obtenidos permiten concluir que la gestión cultural es un dinamizador del desarrollo territorial, pero que actualmente las instituciones de educación superior no promueven realmente la capacidad de creación e invención entre el alumnado. Esto sugiere una necesaria re-orientación de los planes curriculares a partir de los primeros semestres para que los docentes puedan explotar positivamente las capacidades y habilidades de los estudiantes en aras de promover su independencia personal y laboral, así como una mejora en su calidad de vida.

Palabras clave: Desarrollo territorial; emprendimiento cultural; instituciones de educación superior; políticas universitarias.

Recibido: 03-05-2018 ~ Aceptado: 29-05-2018

Promoting cultural entrepreneurship in higher education institutions located in Santiago de Cali – Colombia

Abstract

In recent decades, entrepreneurship has taken a special promotion among the class of social networks that seeks its development and economic growth where, specifically, the one that is related to culture is adopted in the educational field as an alternative to employability. Therefore, the purpose of this research was to study the promotion of cultural and creative entrepreneurship in higher education institutions located in Santiago de Cali, Valle del Cauca - Colombia. It is theoretically supported in the postulates of Howkins (2001), Varela (2008), Alvarado and Rivera (2011), among others. Methodologically, it is considered an exploratory-descriptive study with a non-experimental field design where the semi-structured interview is used as an instrument for data collection and whose processing is done using the ATLAS.ti tool. The requested results conclude that cultural management is a dynamizer of territorial development, but currently higher education institutions do not really promote the capacity for creation and invention among students. This could require a reorientation of the curricular plans from the first semesters so that teachers can positively exploit the capacities and abilities of students in order to promote their personal and work independence as an improvement in their quality of life.

Keywords: Territorial development; cultural entrepreneurship; higher education institutions; university policies.

Introducción

En las últimas décadas el emprendimiento ha tomado relevancia, siendo considerado por muchas naciones como una de las salidas para que la proporción de clase media crezca trayendo consigo mayor desarrollo económico y, por ende, mejor calidad de vida para sus habitantes. Al mismo tiempo, se ha dado un vuelco fundamental al desarrollo de las industrias culturales y creativas, o lo que se co-

noce como la economía naranja, pues todos los pueblos tienen rasgos culturales bien apreciados.

En este contexto, la industria cultural y creativa se convierte en una herramienta que les permite a los artistas darle sustentabilidad y sostenibilidad a su arte como proyecto de vida. Así, la economía naranja se define como:

El conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que

las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual. El universo naranja está compuesto por: i) la economía cultural y las industrias creativas, en cuya intersección se encuentran las industrias culturales convencionales y ii) las áreas de soporte para la creatividad (Buitrago y Duque, 2013:40)

Esta encuentra un antecedente en la economía creativa, concepto desarrollado por Howkins (2001), y que comprende sectores en los que el valor de sus bienes y servicios se fundamenta en la propiedad intelectual: arquitectura, artes visuales y escénicas, artesanías, cine, diseño, editorial, investigación y desarrollo, juegos y juguetes, moda, música, publicidad, software, televisión, radio y videojuegos. Teniendo en cuenta las bondades de la economía naranja, se considera necesario realizar una investigación que permita entrever el fomento al emprendimiento cultural y creativo en instituciones de educación superior ubicadas en Santiago de Cali, Valle del Cauca – Colombia.

El estudio permite llegar a unas conclusiones que generen motivación entre las directivas de las instituciones de educación superior estudiadas para que promocionen y fortalezcan el emprendimiento en el proceso formativo de sus estudiantes. Esta propuesta pretende generar arraigo en

los protagonistas generadores de ideas emprendedoras como opción para que se pase del papel a la realización sustentable y con sentido para las comunidades.

El reto es generar una mayor cohesión e involucramiento de los actores universitarios que permitan la construcción de una estructura que propenda, no sólo a la reproducción de la cultura como siempre ha sido, sino que involucre el emprendimiento y la innovación articulados con la formación, la investigación, la extensión y la proyección social como ejes transversales para nuevos desarrollos a nivel cultural, artístico, social y económico.

Fundamentación teórica

A continuación, se presenta la fundamentación teórica que sustenta la investigación:

El emprendimiento en el ámbito universitario

Las universidades surgieron en el siglo XI como una manifestación del renacimiento intelectual en torno a la filosofía y teología conformando escuelas catedralicias para brindar una enseñanza superior. Sin embargo, no todas las instituciones de este tipo siguieron la misma dirección dado que tenían características propias dependiendo de la región definiendo así su orientación en los campos del saber, por ejemplo: Bolonia era fuerte en derecho; París en teología y filosofía;

Oxford en matemáticas, física y astronomía; y Montpellier en medicina. Ya en época más reciente el interés ha sido formar profesionales más integrales, innovadores, investigadores y dirigentes que impulsen el desarrollo económico y social, etc. Así surge el emprendimiento como una forma en que los estudiantes y egresados apliquen sus conocimientos generando cambios culturales, sociales y tecnológicos.

Es en las instituciones de educación superior donde por excelencia se genera el conocimiento, la investigación, la creatividad y la innovación en pro de la optimización de procesos, prácticas, productos y servicios que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida y la transformación de la sociedad. Para Ramírez y García (2010), el papel de la universidad va más allá de la formación a través de programas académicos, pues debe propiciar el compartir de conocimientos que puedan ser aplicados por estudiantes y egresados para generar un impacto regional, nacional e incluso global. A su vez, Etzkowitz y Leydesdorff (2000) señalan que a través de los resultados de investigación generados en la universidad deben verse reflejados la creación de nuevos productos, servicios y nuevas empresas.

Por otro lado, Alvarado y Rivera (2011) propone lineamientos para construir un currículo que incluya al emprendimiento y adicionalmente lo articule al contexto económico y social caucano. Los autores señalan que la formación universitaria debe

determinarse por su pertinencia y estar orientada a la generación de nuevo conocimiento que brinde soluciones con valor agregado a la sociedad siendo la universidad esa institución que por su razón de ser contribuye al progreso de la región, con el fortalecimiento del tejido empresarial a través de la ciencia, la tecnología y la investigación. Por lo tanto, la academia a través de sus actividades propias debe formular alternativas de desarrollo desde la innovación y el emprendimiento.

Así, Orti (2003) sugiere la importancia de determinar cuál es el perfil cultural y emprendedor de los estudiantes para, a su vez, desplegar acciones que mejoren las posibles deficiencias del perfil cultural en referencia al espíritu emprendedor. En este sentido, Mollo (2008) sostiene que existe una influencia de la formación universitaria sobre las actitudes emprendedoras de los estudiantes

Peraza (2010), plantea acciones y esfuerzos estratégicos encaminados al desarrollo del emprendimiento y reconoce los avances significativos de Colombia en este aspecto, donde el Estado y las instituciones públicas contribuyen al fortalecimiento de una cultura de emprendimiento nacional a través de políticas públicas como la Ley 1014 y la inclusión de contenidos curriculares en la educación pública y privada.

En este orden de ideas, Fandiño y Bolívar (2008) reconocen que existen factores de éxito en las empresas

actuales que surgieron en las aulas de clase y permitieron identificar las fortalezas que se pueden potencializar y las debilidades que se deben mejorar. Sin embargo, señalan que es necesario realizar seguimiento o acompañamiento a los estudiantes y egresados emprendedores. Por su parte, Varela (2008) manifiesta que durante mucho tiempo en Colombia se han implementado modelos de desarrollo basados en la imitación, los cuales han fracasado por no estar acordes a las necesidades de la realidad sociales. Por lo tanto es necesario promover la investigación aplicada en las universidades para generar nuevo conocimiento; teniendo en cuenta las características propias del entorno y de esta forma sea posible una transformación y desarrollo nacional.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, es posible afirmar que la educación superior se convierte en el espacio propicio para transformar y generar conocimiento a través de sus procesos misionales, que pueda ser aplicado para fomentar el desarrollo social y mejorar

la calidad de vida de la población, y el emprendimiento se convierte en alternativa, dado que el estudiante identifica habilidades que pueden ser desarrolladas durante su proceso formativo y pone en práctica mediante la creación de su propia empresa.

Metodología

El estudio se desarrolló a través de dos estadios: exploratorio y descriptivo (Hurtado, 2010). El diseño fue bibliográfico en primera instancia, con el fin de contrastar literatura relacionada al emprendimiento cultural. Como segundo recurso se desarrolló un diseño de campo no-experimental (Arias, 2012). Los criterios para la selección de las unidades informantes fueron: a) vinculados a programas formales de emprendimiento en instituciones de educación superior en la ciudad Santiago de Cali y b) docentes que ocuparan cargos directivos en centros de emprendimiento y/o incubadoras de emprendimiento. Con base a esto se seleccionaron los docentes expertos que se relacionan en el cuadro 1.

Cuadro 1. Docentes expertos seleccionados

Rodrigo Varela (Universidad ICESI)	Oscar Mauricio Vásquez (Universidad Javeriana)	Luis Miguel Álvarez (Universidad ICESI)
Fundador y director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad ICESI, tiene fama mundial como pionero y embajador del emprendimiento colombiano.	Ha obtenido premios y reconocimientos tales como: ganador del Concurso Nacional de Ideas Innovadoras; ganador del Premio Nacional de Emprendimiento otorgado por el Ministerio Industria, Comercio y Turismo.	Director del Centro de Industrias Culturales y docente tiempo completo en el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial en la ICESI.

Fuente: Elaboración propia (2018)

La técnica aplicada para la recolección de datos fue el cuestionario y el instrumento elaborado para tal fin fue una entrevista semi-estructurada (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). En esta, con base a la literatura revisada, se establecieron las categorías

de análisis para la obtención de los datos cualitativos cuyo procesamiento y análisis se hizo a través de la herramienta ATLAS.ti; en el cuadro 2 se muestran las categorías de análisis determinadas.

Cuadro 2. Categorías de análisis

PREGUNTAS	CATEGORÍAS
¿Cómo se gestó la creación del centro y/o programa?	Creación del centro
¿Cuáles son las políticas de funcionamiento del centro y/o programa?	Políticas de funcionamiento
¿Qué aportes se deben esperar de los diferentes actores de la comunidad universitaria en la construcción de una política institucional de emprendimiento?	Participación directivos
¿Cuál es el aporte que el cuerpo docente debe brindar en un proceso de cultura emprendedora dentro del ámbito universitario?	Docencia
¿Qué estrategias deben implementar las universidades para motivar la investigación aplicada como generador de iniciativas emprendedoras en el ámbito cultural y creativo?	Estrategias para la investigación
¿Cómo lograr que el emprendimiento cultural y creativo propicie desarrollo regional e incorpore procesos de innovación social con responsabilidad ambiental?	Desarrollo regional
¿Con cuáles fuentes de financiación cuenta el emprendedor cultural y creativo actualmente para desarrollar un emprendimiento con éxito?	Fuentes de financiación
Desde su experiencia profesional en el tema del emprendimiento, ¿qué tres aspectos importantes debe tener en cuenta un emprendedor cultural y creativo que decide formar su propia empresa?	Recomendaciones

Fuente: Elaboración propia (2018)

Resultados y discusión

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la presente investigación, organizados de acuerdo a las categorías de análisis previamente determinadas.

1. Categoría: Creación del centro de emprendimiento

Las instituciones de educación superior objeto de estudio son participantes activas de la Red Universitaria de Emprendimiento (REUNE), constituida por la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN), que tiene como objetivo impulsar la creación de empresas en el país. Esta es producto de la Ley 1014 (2006), aprobada por el Congreso de la República, la cual señala en su artículo 1°:

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo

más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Desde entonces, son cada vez más las instituciones de educación superior que se han ido asociando a REUNE. Sin embargo, desde antes de esta conformación ya algunas se encontraban en la labor de fomentar el emprendimiento y la creación de empresas de sus estudiantes y egresados. En el cuadro 3 se muestran las primeras instituciones de educación superior en Colombia que tuvieron iniciativas de fomento al emprendimiento y el año de inicio de esta actividad.

Cuadro 3. Primeras instituciones de educación superior en Colombia con iniciativas de fomento al emprendimiento

Institución de educación superior	Centro de emprendimiento
Escuela de Administración de Negocios – Bogotá	La primera enfocada al emprendimiento, en 1999 formaliza su centro.
Universidad ICESI – Cali	Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial en 1985 en innovación y emprendimiento.
Universidad EAFIT – Medellín	Con el nacimiento de Innovación EAFIT en el 2006, convirtió el emprendimiento en una línea estratégica que inspira, crea y transforma.
Universidad de Antioquia – Antioquia	Su unidad de emprendimiento nació en 2002 y en conjunto con la Alcaldía de Medellín, desarrollan el proyecto Parque del Emprendimiento.

Universidad Nacional – Bogotá	En 2002 inició el proyecto de creación de pequeñas y medianas empresas, llamado “MiPymes”, que dio origen a la Unidad de Emprendimiento e Innovación.
Universidad del Rosario – Bogotá	Centro de Emprendimiento UR Emprende, promueve el talento para emprender y facilita el desarrollo de iniciativas y proyectos en su comunidad.
Universidad Católica de Colombia – Bogotá	Se fomenta la cultura institucional de generación de ideas innovadoras orientadas a la búsqueda de oportunidades para la creación de país.

Fuente: Elaboración propia (2018)

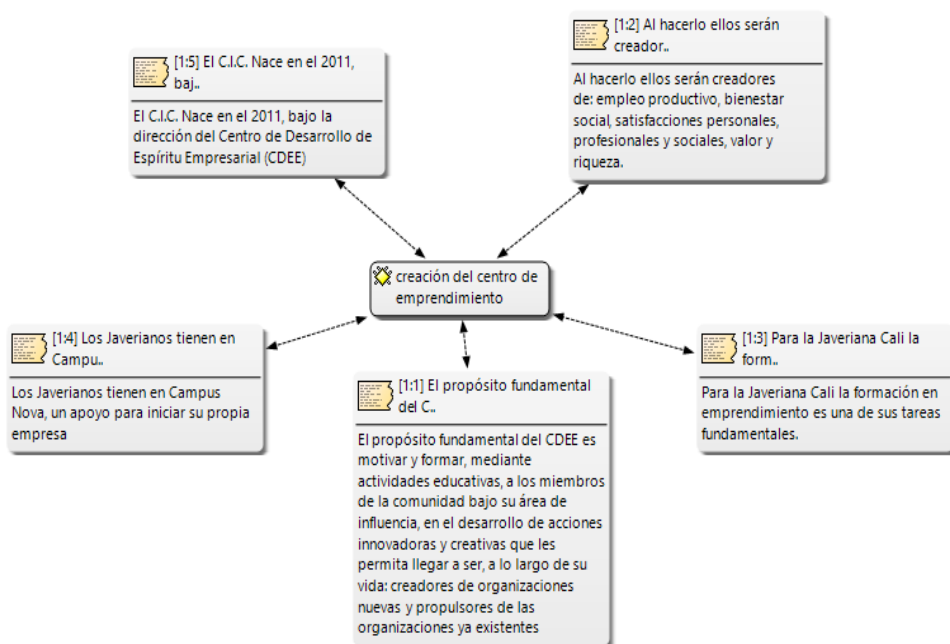


Figura 1. Creación del centro de emprendimiento

Fuente: Elaboración propia (2018)

Las instituciones de educación superior deben favorecer la búsqueda y generación de alternativas que mitiguen las consecuencias del conflicto que vive el país y una tarea fundamental debe ser brindar a su comunidad universitaria las competencias sociales para que puedan desarrollarse y afrontar los retos locales y nacionales, contribuyendo al crecimiento y consolidación del sector empresarial con la creación de empresas y el fortalecimiento económico. En este sentido, para Arévalo, Peñaloza y Pirela (2012), la realidad gerencial se comporta con sentido de racionalidad en pro de la toma de decisiones para hacer frente a las características inciertas del contexto que afectan el ambiente externo e interno de las instituciones.

2. Categoría: Política y funcionamiento

Estos centros son unidades académicas. Al respecto el Ministerio de Educación Nacional en el artículo 12° del Decreto 2566 (2003) manifiesta que:

Una unidad académico administrativa (Facultad, Escuela, Departamento, Centro, Instituto, etc.) que se ocupe de los campos de conocimiento y de formación disciplinaria y profesio-

sional, y que cuente al menos con: 1. Estructuras organizativas, sistemas confiables de información y mecanismos de gestión que permitan ejecutar procesos de planeación, administración, evaluación y seguimiento de los currículos, las experiencias investigativas y los diferentes servicios y recursos. 2. Apoyo de otras unidades académicas, investigativas, administrativas y de bienestar de la institución.

Es decir, dependencias básicas y fundamentales de la estructura académico-administrativa de la institución, con una organización interna para administrar sus recursos y propiciar el desarrollo de las funciones sustantivas: investigación, docencia y extensión en un área del conocimiento, contribuyendo así al cumplimiento de los objetivos corporativos. La Constitución de 1991 avala la autonomía universitaria y reconoce el derecho que tienen las instituciones de educación superior de nombrar sus directivos y gobernarse por sus propios estatutos, no obstante, como ya se ha mencionado anteriormente, existe una normatividad que rige el emprendimiento en el sector educativo. En la figura 2 se observan los comentarios de los entrevistados.

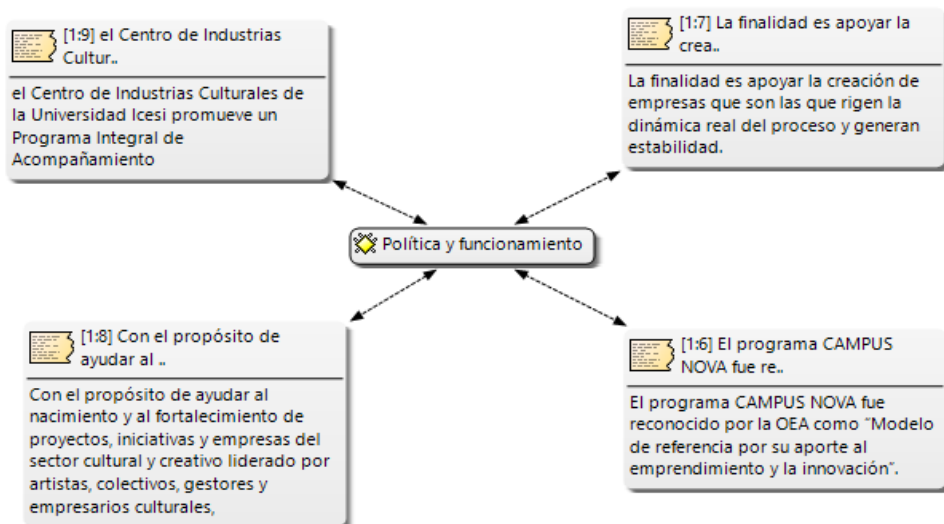


Figura 2. Política y funcionamiento

Fuente: Elaboración propia (2018)

La unidad esencial con la que se construye el emprendimiento es el individuo, que para este caso es el estudiante universitario; no obstante, por sí solo difícilmente podrá enfrentar los retos propios del emprendimiento, por ello necesita ayuda ya sea solicitando asesoría, financiación o unirse a otros para conformar un equipo, pero para crear la empresa, debe desarrollar un modelo de negocio que pueda escalar y replicarse, buscar inversionistas o fuentes económicas e incursionar en el mercado.

Los tres centros de emprendimiento tienen definido cuál es su razón de ser y se enfocan en apoyar la actividad empresarial, productora de bienes y servicios, procurando contribuir al desarrollo de capacidades principal-

mente entre sus estudiantes y egresados, brindando asesoría, acompañamiento y formación al emprendedor y futuro empresario, mediante propuestas en la administración, la gerencia, la producción, acceso a créditos o fuentes de financiación que les permita iniciar o expandir su negocio e insertarse en la economía. Es así como desde estas unidades académicas se fomenta la innovación, el crecimiento empresarial, la productividad e incluso la rentabilidad.

3. Categoría: Participación de los directivos

Para su supervivencia, las organizaciones independientemente del sector en el que se encuentren, necesitan establecer una estructura de poder. Weber (1968) define el poder como la

“capacidad de influir sobre la conducta de otras personas”. En un proceso de influencia organizacional, el compromiso es el resultado más importante. Donde a través de la socialización, es posible que los integrantes de la organización acepten e interioricen políticas, pautas, valores y símbolos que se les infunde mediante diversos agentes socializadores.

El compromiso también puede verse reflejado en el grado de participación

de los diferentes actores, que para el caso puntual son los directivos, la cual puede observarse tanto en las buenas decisiones que se toman como en la ejecución de estas (Martínez y Barreto, 2018a). Tal combinación permite que la organización establezca directrices, políticas y lineamientos que permanezcan en el tiempo, aunque se produzca movilidad en el personal, la figura 3 da evidencia de la participación de los directivos en las instituciones en mención.

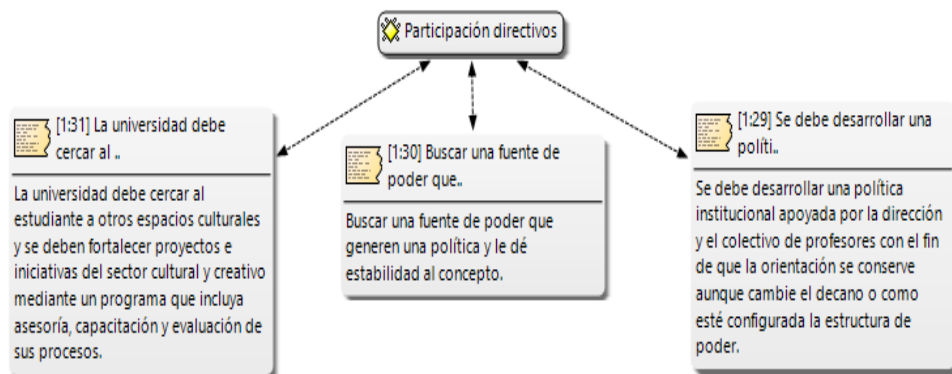


Figura 3. Participación directivos

Fuente: Elaboración propia (2018)

La formulación de una política institucional de emprendimiento requiere de la voluntad y el apoyo de la dirección o una fuente de poder, que no solo la apruebe, sino que asigne los recursos necesarios para su implementación y sostenibilidad. Asegurando que su contenido sea imparcial y fomente la inclusión y participación de la comunidad universitaria. La construcción de la política debe ser fruto de un trabajo colectivo y participativo de las diferen-

tes partes interesadas, donde puedan expresar sus puntos de vista para que este dé respuesta a las necesidades y problemas reales, bajo un enfoque organizado y estratégico. Este ejercicio de construcción y aprendizaje colectivo permite recopilar experiencias asociadas al tema y romper el paradigma de la formulación tradicional de una política, logrando trascender a la generación de lineamientos y directrices alineados al contexto.

4. Categoría: Docencia

El rol del docente es fundamental en el proceso de interiorización y fomento de una cultura emprendedora. Al respecto, el Ministerio de Educación Nacional (2002) reglamenta que:

La función docente es aquella de carácter profesional que implica la realización directa de los procesos sistemáticos de enseñanza - aprendizaje, lo cual incluye el diagnóstico, la planificación, la ejecución y la evaluación de los mismos procesos y sus resultados, y de otras actividades educativas dentro del marco del proyecto educativo institucional de los establecimientos educativos.

La función docente, además de la asignación académica, comprende

también las actividades curriculares no lectivas, el servicio de orientación estudiantil, la atención a la comunidad, en especial de los padres de familia de los educandos; las actividades de actualización y perfeccionamiento pedagógico; las actividades de planeación y evaluación institucional; otras actividades formativas, culturales y deportivas, contempladas en el proyecto educativo institucional; y las actividades de dirección, planeación, coordinación, evaluación, administración y programación relacionadas directamente con el proceso educativo. (Art. 4, Decreto 1278 de 2002).

En la figura 4, se observan los comentarios de los entrevistados.

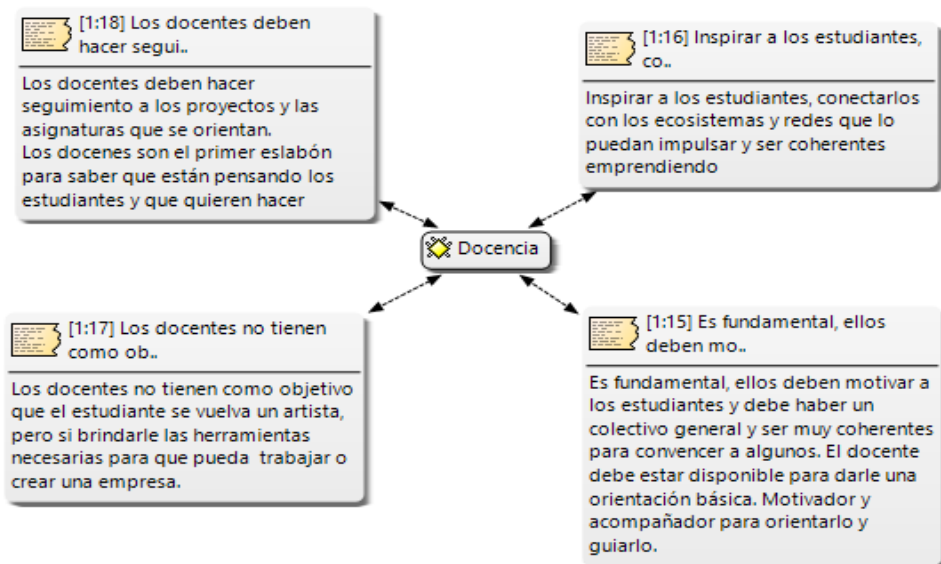


Figura 4. Docencia

Fuente: Elaboración propia (2018)

El docente debe despertar el interés de los estudiantes hacia los contenidos de la asignatura y proporcionar en la medida de lo posible, la información que requieran o estar en la capacidad de orientarlos para que puedan acceder a ella e igualmente promover el autoaprendizaje, orientar en la realización de proyectos e iniciativas de emprendimiento cultural y la formación o inclusión en redes de este tipo y fomentar en el estudiante la investigación y generación de nuevo conocimiento.

Sin embargo, el docente que busca promover el emprendimiento debe transmitir su conocimiento y experiencia sobre el tema de tal forma que convenga al estudiante de que ésta puede ser una gran alternativa e influenciarlo para que este desarrolle su vocación emprendedora y sus competencias empresariales. Igualmente debe incentivar la formulación y puesta en marcha de proyectos donde el estudiante pueda aplicar los conocimientos adquiridos y constatar su iniciativa empresarial, brindando la orientación y el acompañamiento necesario.

Los docentes pueden fortalecer el impacto de la cultura emprendedora en el desarrollo del país y la región a través de escenarios institucionales para que el estudiante adquiera actitudes emprendedoras, brindándoles conocimientos y experiencias que les permitan elaborar planes de negocio, desarrollar la capacidad de identificar potencialidades de negocio y aprovechamiento de oportunidades, adquisición de conocimiento

en administración, gerencia y consolidación del proyecto.

5. Categoría: Estrategias para la investigación

Las universidades deben implementar estrategias para motivar la investigación aplicada como generador de iniciativas emprendedoras. La investigación no es solo una actividad fundamental para el desarrollo y la generación de nuevo conocimiento, sino que a su vez se convierte en un eje para el progreso del país, la academia, la empresa y de cualquier iniciativa, por lo tanto, es necesario que se articule a los procesos de emprendimiento y surgimiento de nuevos negocios y el emprendedor o empresario pueda ser competitivo y sostenerse en el mercado a través de propuestas innovadoras. Es necesario un conjunto de conocimientos, perspectivas y propósitos que orienten la acción y esfuerzo individual dirigido hacia el desarrollo de acciones, propuestas y proyectos productivos (Martínez y Barreto, 2018b).

6. Categoría: Desarrollo regional

La cultura es un pilar del desarrollo sostenible y las características propias de los grupos humanos y zonas o territorios donde se encuentran deben ser lo primero que se tenga en cuenta cuando se formulen propuestas orientadas a la contribución del desarrollo regional, en otras palabras, las iniciativas culturales deben considerar las necesidades, potencialidades y particularidades propias de cada territorio (ver figura 5).

El emprendimiento de este tipo debe estar orientado hacia el desarrollo de la región, respetando las costumbres propias y la diversidad sociocultural y fomentando sin dejar perder la esencia, la diversificación de la economía,

con el fin de lograr que las personas reconozcan sus potencialidades y capacidades diferenciadoras y que se apropien de sus proyectos, para competir en un mercado globalizado y sobrevivir.

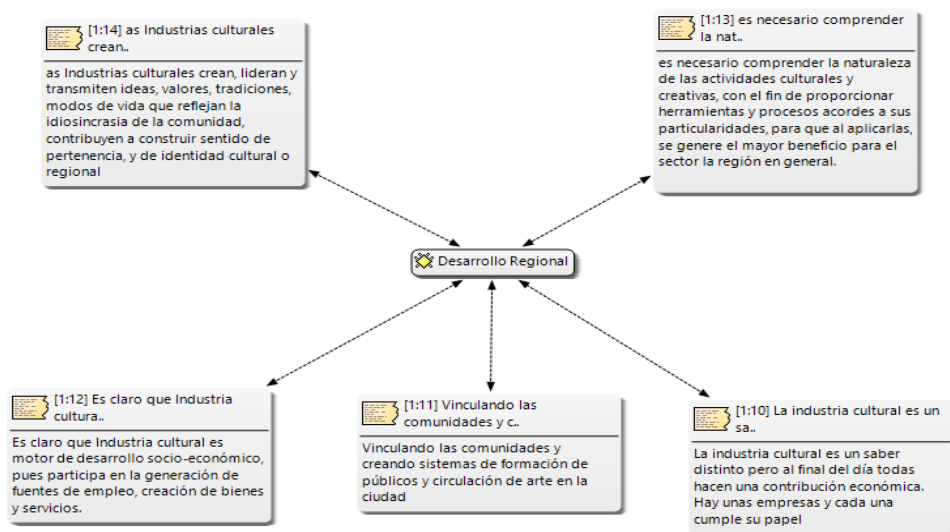


Figura 5. Desarrollo regional

Fuente: Elaboración propia (2018)

La puesta en marcha de organizaciones orientadas hacia iniciativas emprendedoras tiene un gran potencial para la generación de empleo y desarrollo. La cultura se convierte en un factor de innovación económica y social, donde el emprendimiento busca la generación de oportunidades de negocio nacidos de la creatividad y la innovación.

Productos del emprendimiento cultural colombiano tales como: Chocquibtown, Bomba Estéreo, El

Águila Descalza, Delirio, Kymbalá Danzas, LASO Valledupar, Productora de Artistas en Red, Incubaxion Teatro, demuestran que, si es posible generar proyectos de alto impacto, pero que requieren del fortalecimiento y acompañamiento. Es por ello, que las iniciativas de desarrollo regional promueven la visibilidad y permanencia de las características y costumbres locales y las proyecta a escenarios globales.

7. Categoría: Fuentes de financiación

Las fuentes de financiamiento son mecanismos por medio de los cuales se obtienen recursos económicos que le permiten al emprendedor realizar inversiones, fortalecer, crecer y sostener el funcionamiento de su emprendimiento, además de que sea rentable y pagar compromisos financieros (Martínez y Barreto, 2017; Galindo y Bautista, 2009).

El financiamiento continúa siendo una gran debilidad a la que se enfrentan los emprendedores. Aunque han surgido esquemas novedosos de entidades del Estado y de carácter privado que apoyan económicamente las nuevas ideas de negocio, tales como INNpuls Colombia, Apps.co, MinCultura, Fondo Emprender SENA, Incubadoras de empresas de base tecnológica, Fondo Nacional de Garantías, Instituto de Fomento Industrial, Banco Caja Social, Ministerio de Comercio Industria y Turismo, Proexport, Bancoldex, todavía se evidencia un gran desconocimiento.

En el país existen diferentes entidades promotoras que apoyan los nuevos emprendimientos, sin embargo, estas pueden clasificarse en cuatro, la primera fuente de financiación a la que recurre el emprendedor suele ser su círculo más cercano, es decir, familia, amigos y recursos propios de sus fundadores y es conocida como FFF: Family (familia), Friends (amigos) y Founder (fundadores o recursos propios de los emprendedores).

- Fuentes Bancarias. Para poner en marcha su idea tramitan un crédito con estas entidades.
- Fondos Gubernamentales. Proviene de entidades y programas del Estado.
- Ángeles Inversionistas. Son inversionistas interesados en una oportunidad o en un emprendimiento que está iniciando.
- Capital semilla o financiación semilla, es un apoyo básico para que el emprendimiento sea puesto en marcha o cuando la empresa ya está constituida.
- Capital de Riesgo o Venture Capital. Los inversionistas participan no de las ganancias y también de riesgos de la empresa.

8. Categoría: Recomendaciones al emprendedor

El emprendimiento es una forma de pensar y actuar que se orienta hacia la generación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad mediante el aprovechamiento de las particularidades y costumbres locales o regionales. Kiyosaki (1997) afirma que se debe tener actitud financiera, para tener muy claro que se debe hacer con el dinero cuando se ha ganado, como administrarlo, es decir, invertirlo en lugar de gastarlo y poder generar más ganancias. En otras palabras, para generar riqueza o rentabilidad, no se requiere ganar mucho dinero, solo es suficiente saber administrarlo,

invertirlo, controlando adecuadamente las finanzas, para que sea posible así conservar parte de las ganancias e invertir nuevamente.

Es necesario que insista en su idea de negocio, considerando que pueden surgir dificultades, obstáculos, miedo al fracaso, pero estas no pueden ser limitantes que frustren el intento de emprender, es necesario apasionarse con la idea de negocio, continuar en el camino, confiar en las capacidades propias, desarrollar la creatividad y la innovación para cristalizar esos sueños. Es importante ver el emprendimiento como una alternativa para afrontar la falta de oportunidades de empleo y las malas condiciones laborales y salariales, además que trae consigo otras ventajas tales como la generación de ingresos y la posibilidad de alcanzar y disfrutar sus propios objetivos como una forma de crecimiento personal, social y cultural.

Consideraciones finales

Todo proceso de gestión cultural es una forma de impulsar el desarrollo de las particularidades de un determinado territorio y las iniciativas, propuestas, proyectos y/o programas deben estar orientados a la solución adecuada de las necesidades o situaciones locales que se presentan como propios buscando salidas o soluciones adecuadas para las comunidades, solo de esta forma podrá generarse dicho desarrollo.

La academia se ha enfocado en formar buenos empleados, en lugar de buenos empleadores, brindándoles

habilidades académicas y no financieras, limitando la capacidad de crear o ser propietario de una empresa propia. Igualmente, los docentes, deben presentar propuestas en las instituciones educativas que incluyan asignaturas orientadas a la educación financiera, para que se les brinde a los estudiantes herramientas y conocimientos que les permitan manejar sus recursos económicos asertivamente a la hora de emprender su propio negocio, para que también puedan identificar fácilmente las oportunidades que se encuentran en el mercado y así realicen inversiones exitosas. Sin embargo, la implementación de estas cátedras se debe hacer desde los primeros semestres, debido a la gran resistencia que puede generar el tema y el término de finanzas.

Referencias bibliográficas

- Arias, Fidias. (2012). **El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica**. Sexta edición, Episteme, Venezuela.
- Alvarado, Oscar y Rivera, Wilfred. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. **Cuadernos de Administración**, Vol. 27, N° 45, pp. 1 – 15.
- Arévalo, Freddy; Peñaloza, Mónica y Pirela, Virginia. (2012). Los restos de la gerencia educativa en el presente siglo. **Revista Encuentro Educativo**. Vol. 19, N° 2, pp. 208 – 219.

- Buitrago, Felipe y Duque, Iván. (2013). **La economía naranja, una oportunidad infinita**. Primera edición, Banco Interamericano de Desarrollo, Colombia.
- Congreso de Colombia (2006). **Ley 1014: Fomento a la cultura del emprendimiento**. 26 de enero de 2006. Bogotá, Colombia.
- Etzkowitz, Henry y Leydesdorff, Loet. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and “mode 2” to a triple helix of university–industry–government relations. **Política de investigación**. Vol. 29, N° 2, pp. 109 – 123.
- Fandiño, Laura y Bolívar, María. (2008). **Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de Administración de empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado** (Trabajo de pregrado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/9033>. Recuperado el 29 de enero de 2018.
- Galindo, Jesús y Bautista Juan. (2009). **Financiamiento para mipymes**. Primera edición, Servicio Nacional de Aprendizaje, Colombia.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar. (2014). **Metodología de investigación**. Sexta Edición, McGraw Hill, México.
- Howkins, John. (2001). **The creative economy: how people make money from ideas**. Segunda edición, Penguin, Londres.
- Hurtado, Jacqueline. (2010). **El proyecto de investigación**. Primera edición, Quirón, Caracas.
- Kiyosaki, Robert. (1997). **Padre Rico, Padre Pobre**. Primera edición, Penguin Random House, México.
- Martínez, Josnel y Barreto, Javier. (2017). Financiamiento de la inversión tecnológica en centros de investigación universitarios de la Universidad del Zulia (Venezuela). **Revista de Economía & Administración**. Vol. 14 N° 2, pp. 87 – 101.
- Martínez, Josnel y Barreto, Javier. (2018a). Planeación para la inversión tecnológica en centros de investigación universitarios. **Revista CICAG**. Vol. 16 N° 1, pp. 143 – 159.
- Martínez, Josnel y Barreto, Javier. (2018b). Centros de investigación universitarios e inversión tecnológica: ¿en qué se invierte? **Innovare: Revista de ciencia y tecnología**. Vol. 7 N° 2, pp. 1 – 13.

- Ministerio de Educación Nacional (2002). **Decreto 1278: Estatuto de profesionalización docente**. 19 de junio de 2002. Bogotá, Colombia.
- Ministerio de Educación Nacional (2003). **Decreto 2566: Condiciones mínimas de calidad y demás requisitos para el ofrecimiento y desarrollo de programas académicos de educación superior**. 10 de septiembre de 2003. Bogotá, Colombia.
- Mollo, Gabriela. (2008). **El espíritu emprendedor en la formación de los nuevos profesionales. Un estudio comparativo entre facultades de la Universidad Nacional de La Plata** (Tesis de maestría). Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42825>. Recuperado el 17 de enero de 2018.
- Orti, Ana. (2003). **Fomento de la iniciativa emprendedora en el estudiante universitario. La autoeficacia percibida emprendedora** (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla, Sevilla, España. Disponible en: <https://idus.us.es/handle/11441/15575;jsessionid=B6F91C11A7CE74A46E92CA0BF1D49015?>. Recuperado el 17 de enero de 2018.
- Peraza, Laura. (2010). **Estudio prospectivo sobre los centros de emprendimiento en Colombia: tendencias, escenarios y estrategias en la generación de oportunidades laborales alternativas** (Tesis de pregrado). Universidad del Rosario, Bogotá, Colombia. Disponible en: <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/2050>. Recuperado el 15 de enero de 2018.
- Ramírez, María y García, Manuel. (2010). La alianza Universidad - Empresa - Estado: una estrategia para promover la innovación. **Revista EAN**. N° 68, pp. 112 – 133.
- Varela, Rodrigo. (2008). **Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas**. Primera edición, Pearson Educación de Colombia Ltda., Colombia.
- Weber, Max. (1968). **The Theory of Social and Economic Organization**. Primera edición, Oxford University Press, Estados Unidos.



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

Revista Especializada en Educación

Encuentro
Educacional

AÑO 25, N° 1 Enero - Junio 2018

Esta revista fue editada en formato digital y publicada en Junio de 2018, por el **Fondo Editorial Serbiluz, Universidad del Zulia**. Maracaibo-Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

www.produccioncientificaluz.org