

EVALUACIÓN DEL ROL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE, SEDE TULUÁ, EN EL ÉXITO PROFESIONAL Y EMPREENDEDOR



LEYDI MARIANA GARCIA VELA 1958573
YULIANA VALENTINA OCAMPO CIFUENTES 1958577

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA
OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**



**EVALUACIÓN DEL ROL DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE, SEDE TULUÁ,
EN EL ÉXITO PROFESIONAL Y EMPRENDEDOR**

MONOGRAFIA

ASESOR

HECTOR FERNANDO RUEDA RODRIGUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD DEL VALLE

SEDE TULUÁ

2024

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	11
1.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1.1	Contexto y necesidad.....	13
1.1.2	Problema central	14
1.1.3	Pregunta problema.....	16
1.1.4	Sistematización del problema	17
1.2	JUSTIFICACIÓN.....	17
1.2.1	Justificación teórica	17
1.2.2	Justificación metodológica	18
1.2.3	Justificación practica	19
1.3	OBJETIVOS.....	20
1.3.1	Objetivo general	20
1.3.2	Objetivos específicos	20
2	MARCO REFERENCIAL.....	21
2.1	MARCO TEÓRICO	21
2.1.1	Teoría Joseph Schumpeter	21
2.1.2	Innovación y crecimiento económico.....	22
2.1.3	Destrucción creativa y transformación del mercado.....	23
2.1.4	La figura del empresario emprendedor	24
2.1.5	Contribución de la universidad a la formación de emprendedores	25
2.1.6	Modelo Jeffrey Timmons	25
2.1.7	Oportunidad	26
2.1.8	Recursos	27

2.1.9	Equipo fundador	27
2.1.10	Modelo Timmons	28
2.1.11	El equipo como pilar fundamental	28
2.1.12	Recursos y oportunidad	29
2.1.13	Bill Bygrave	30
2.2	CONCEPTUAL	36
2.3	ESTADO DEL ARTE.....	38
3	METODOLOGÍA.....	45
3.1	TIPO Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	45
3.2	ESTUDIOS EXPLORATORIOS	45
3.3	MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	46
3.3.1	Método inductivo	46
3.3.2	Método analítico	47
3.4	POBLACIÓN Y MUESTRA	48
3.5	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	49
3.6	PROCEDIMIENTO	50
3.7	HIPÓTESIS INICIALES DE INVESTIGACIÓN	51
4	RESULTADOS	52
4.1	PRESENTACIÓN DE HALLAZGOS	52
4.1.1	Análisis descriptivo.....	52
4.1.2	Análisis correlacional.....	90
4.2	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	100
4.2.1	CAPÍTULO I. Caracterización de la Universidad del Valle y su sistema de regionalización: enfoque en la Sede Tuluá	100

4.2.2	CAPÍTULO II. Percepción de la calidad educativa y su impacto en el desarrollo profesional y emprendedor de los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá.....	107
4.2.3	CAPÍTULO III. Análisis del ecosistema emprendedor y factores de impacto en la formación de emprendedores en la Universidad del Valle, sede Tuluá	113
5	DISCUSIÓN	116
5.1	CONTRASTE DE RESULTADOS CON LA TEORÍA Y ESTUDIOS PREVIOS.....	116
5.1.1	Influencia de la formación académica en el éxito profesional	116
5.1.2	Participación en programas de emprendimiento	117
5.1.3	<i>Desarrollo de habilidades y herramientas profesionales</i>	118
5.1.4	Brecha entre formación académica y habilidades emprendedoras	118
5.2	IMPLICACIONES DE LOS HALLAZGOS	131
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
6.1	CONCLUSIONES	134
6.2	RECOMENDACIONES.....	135
7	REFERENCIAS.....	137
8	ANEXOS	149
8.1	Anexo A. Base de datos de la encuesta	149
8.2	Anexo B. Instrumento de recolección de datos.....	149
8.3	Anexo C: Aprobación del instrumento de recolección por parte del área de calidad de la universidad del valle sede Tuluá.	154

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Género.....	52
Tabla 2. Edad	53
Tabla 3. Año de graduación	55
Tabla 4. Facultad o área de estudios en la que se graduó.....	57
Tabla 5. Calidad de la educación recibida.....	58
Tabla 6. ¿Participó en programas de emprendimiento en la universidad?	60
Tabla 7. Cursos de emprendimiento.....	61
Tabla 8. Frecuencia para habilidades blandas	63
Tabla 9. Frecuencias para la mentoría y la orientación	66
Tabla 10. Frecuencias para programas de incubadoras/aceleradoras.....	68
Tabla 11. Frecuencias para redes de contacto y <i>networking</i>	70
Tabla 12. Frecuencias para FOMEN_PENSAMI_CREAT	73
Tabla 13. Frecuencias para ES_EMPRENDEDOR.....	76
Tabla 14. Frecuencias para IMPACT_U_EXITO_PROFE.....	77
Tabla 15. Frecuencias para PROPOR_HERRA_NECESAR.....	82
Tabla 16. Frecuencias para U_PREPARO_NEGOCIOS.....	85
Tabla 17. Tabla de correlación entre la variable impacto de la universidad en su éxito como emprendedor	94
Tabla 18. Tabla de correlación entre la variable: ¿Se considera emprendedor? o ¿actualmente, es emprendedor?	97

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Árbol del problema	16
Figura 2. Egresadas Univalle Tuluá	49
Figura 3. Género	52
Figura 4. Edad.....	54
Figura 5. Año de graduación	56
Figura 6. Facultad o área de estudios en la que se graduó	57
Figura 7. Calidad de la educación recibida	59
Figura 8. ¿Participó en programas de emprendimiento en la universidad?	60
Figura 9. Cursos de emprendimiento	62
Figura 10. Gráfico de parte	62
Figura 11. Diagrama de caja	63
Figura 12. Taller habilidades blandas	64
Figura 13. Taller habilidades blandas	65
Figura 14.	65
Figura 15. Recursos mentoría y orientación.....	66
Figura 16. Recursos de mentoría y orientación.....	67
Figura 17. Recursos de mentoría y orientación.....	68
Figura 18. Recurso de programas de incubadoras/aceleradoras	69
Figura 19. Recurso de programas de incubadoras/aceleradoras	69
Figura 20. Recurso de programas de incubadoras/aceleradoras	70
Figura 21. Recurso redes de contacto y <i>networking</i>	71
Figura 22. Recurso redes de contacto y <i>networking</i>	71
Figura 23. Recurso redes de contacto y <i>networking</i>	72

Figura 24. FOMEN_PENSAMI_CREAT	73
Figura 25. FOMEN_PENSAMI_CREAT	74
Figura 26. FOMEN_PENSAMI_CREAT	74
Figura 27. ES_EMPRENDEDOR.....	76
Figura 28. IMPACT_U_EXITO_PROFE.....	77
Figura 29. IMPACT_U_EXITO_PROFE.....	78
Figura 30. IMPACT_U_EXITO_PROFE.....	78
Figura 31. Frecuencias para ASPECTO_INFLUYENTE	80
Figura 32. ASPECTO_INFLUYENTE.....	80
Figura 33. PROPOR_HERRA_NECESAR.....	82
Figura 34. PROPOR_HERRA_NECESAR.....	82
Figura 35. PROPOR_HERRA_NECESAR.....	83
Figura 36. U_PREPARO_NEGOCIOS.....	86
Figura 37. U_PREPARO_NEGOCIOS.....	86
Figura 38. U_PREPARO_NEGOCIOS.....	87
Figura 39. Histograma variable: impacto de la universidad en su éxito como emprendedor.....	91
Figura 40. Histograma variable: ¿Se considera emprendedor? o ¿actualmente, es emprendedor?	93
Figura 41. Calidad de la educación recibida	108
Figura 42. Aspecto influyente.....	109
Figura 43. PROPRO_HERRA_NECESAR.....	110
Figura 44. FOMEN_PENSAMI_CREAT	111
Figura 45. ES_EMPRENDEDOR.....	112

RESUMEN (ESPAÑOL E INGLÉS)

Español

Esta investigación analiza el impacto de la universidad del valle, sede Tuluá, en el desarrollo profesional y emprendedor de los egresados. El objetivo principal fue evaluar como los programas y las iniciativas de emprendimiento ofrecida por la universidad influyen en el éxito profesional y emprendedor. La investigación adopto un enfoque mixto donde se combina los métodos cuantitativos y cualitativos, haciendo la recolección de datos de una muestra de 373 egresados de la institución mediante un instrumento de recolección estructurado.

Los resultados de la investigación indican que el 95.9.% percibe que la calidad de la educación recibida es buena o excelente, destacando la formación académica como el factor más influyente en su éxito profesional (63.5). sin embargo, solo el 38.3% participo en programas de emprendimiento, y el 42.4% considera que la universidad no tuvo impacto en su éxito emprendedor. Los recursos proporcionados por la universidad en esta área más valorados por los egresados fueron los talleres de habilidades blandas y mentoría; mientras que los talleres de emprendimiento y las redes de contacto fueron percibidos como menos útiles. Se concluye que, aunque la universidad proporciona unas bases sólidas para el éxito de los egresados podría fortalecer el ecosistema emprendedor y por ende el impacto en el desarrollo de la región.

English

This research analyzes the impact of the Universidad del Valle, Tuluá, on the professional and entrepreneurial development of its graduates. The main objective was to evaluate how the entrepreneurship programs and initiatives offered by the university influence professional and entrepreneurial success. The research adopted a mixed approach combining quantitative and qualitative methods, collecting data from a sample of 373 graduates of the institution using a structured collection instrument.

The results of the research indicate that 95.9% perceive the quality of the education received as good or excellent, highlighting academic training as the most influential factor in their professional success (63.5). However, only 38.3% participated in entrepreneurship programs, and 42.4% consider that the university had no impact on their entrepreneurial success. The resources provided by the university in this area most valued by the graduates were soft skills workshops and mentoring; while entrepreneurship workshops and networking were perceived as less useful. It is concluded that, although the university provides a solid foundation for the success of graduates, it could strengthen the entrepreneurial ecosystem and therefore the impact on the development of the region.

1 INTRODUCCIÓN

La educación superior tiene un papel esencial en la construcción de capacidades profesionales y emprendedoras, debido a que es una herramienta muy importante para la movilidad social y el desarrollo económico. Diversas investigaciones han demostrado que la formación académica puede incrementar significativamente las probabilidades de éxito en el emprendimiento. De conformidad con un estudio de la Organización para la cooperación y el desarrollo económico OCDE, Lackéus, M. (2015), "Emprendimiento en educación: qué, por qué, cuándo, cómo", la educación en emprendimiento mejora la innovación y la creación de empresas, debido a que proporciona a los estudiantes conocimientos técnicos y habilidades de liderazgo, pensamiento crítico e innovador, fundamentales para adaptarse a las demandas de un mercado competitivo y en constante cambio.

A nivel mundial la educación que se enfoca en la creación de emprendimientos ha sido parte fundamental para el desarrollo de nuevos negocios y de esta manera se fortalece las economías locales un ejemplo de esto es América latina, según un informe del Banco mundial (2014) "Muchas empresas y poca innovación" Los emprendedores juegan un papel crucial en la transformación de las sociedades de ingresos bajos caracterizadas por la productividad reducida y, a menudo, por el autoempleo de subsistencia, en economías dinámicas caracterizadas por la innovación y el aumento del número de trabajadores bien remunerados. Como también en la creación de sistemas educativos que capacitan a los estudiantes para desarrollar habilidades como la identificación de oportunidades de negocio y la gestión eficiente de recursos, programas como el de la Universidad de Babson en Estados Unidos, reconocidos por su enfoque práctico en la enseñanza del emprendimiento, sirven de referencia (Martínez y Goma, 2019).

En Colombia, el rol de la educación en el emprendimiento ha ganado relevancia en las últimas dos décadas debido al impulso generado por las políticas públicas,

como la Ley 1014 de 2006, conocida como Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento. A través de esta se establecen directrices para integrar el emprendimiento en todos los niveles educativos. Asimismo, estudios de Confecámaras (2023) revelan que, a pesar de estos esfuerzos, aún existe una baja tasa de emprendimiento formal en el país, lo cual se debe en parte a que la formación emprendedora sigue concentrada en áreas específicas, como la administración y la economía, sin un enfoque integral en otras disciplinas. Sin embargo, universidades como la Universidad del Valle trabajan para ampliar el alcance de la educación emprendedora, al ofrecer programas diseñados para fortalecer competencias transversales, como el liderazgo y la innovación.

Específicamente en el Valle del Cauca, el emprendimiento se ha impulsado por parte de instituciones educativas y programas de fomento económico regional. En esa medida, la Universidad del Valle, sede Tuluá, se posiciona como un agente transformador, al contribuir al desarrollo de competencias empresariales y fortalecer el ecosistema de emprendimiento regional. Según datos de la Cámara de Comercio de Tuluá (2023), la región muestra un aumento en la creación de pequeñas y medianas (pymes); En promedio entre el año 2016 al 2023, la participación de las microempresas en la jurisdicción es del 96,6% del total de stock de empresas, seguido por la pequeña empresa con el 2,6%. Según lo expuesto anteriormente, la universidad ofrece una variedad de programas educativos que incluyen la enseñanza de competencias empresariales. Esto posibilita a los estudiantes adquirir destrezas para dirigir proyectos, adaptarse a los cambios del entorno y, de esta forma, contribuir al desarrollo social y económico de Tuluá.

De conformidad con este contexto, esta investigación tuvo el propósito de analizar en profundidad el rol de la Universidad del Valle, sede Tuluá, en la preparación de sus egresados como profesionales y emprendedores. Para ello, el estudio se enfocó en cómo los programas académicos y las iniciativas de emprendimiento influyen en su éxito profesional y, por consiguiente, determinar si los egresados consideran que estos programas han potenciado su capacidad

para emprender y liderar en sus respectivos campos. Por lo tanto, esta evaluación contribuirá no solo a mejorar los programas educativos de la universidad, sino también a ofrecer una referencia para otras instituciones que buscan fomentar la cultura emprendedora como un factor de desarrollo económico y social.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Contexto y necesidad

La Universidad del Valle, sede Tuluá, es una institución de educación superior que funciona desde el año 1986, en la actualidad cuenta con 8 programas de pregrados y tecnológicas además especializaciones, maestrías; actualmente cuenta con un total de estudiantes de Pregrado 1838 y posgrado 55 cantidad en el periodo agosto/2024 - diciembre/2024. Así mismo la institución cuenta con unos egresados de 4.521 egresados desde 1992 a 2024-1, de los cuales son 3.878 de pregrado y 643 de posgrado datos suministrados por la institución; la universidad a través de sus programas de asesorarías ha beneficiado el tejido empresario de Tuluá además de impactar positivamente a miles de familias. En este contexto para el año 2025 enfrenta un reto significativo en la preparación de sus estudiantes para el entorno profesional y emprendedor; Si bien la institución ha implementado múltiples programas académicos y ha buscado fortalecer competencias emprendedoras, se percibe una brecha entre la formación académica recibida y las habilidades requeridas para el éxito en el mercado laboral y el emprendimiento teniendo en cuenta investigaciones como El informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Colombia 2021-2022 refuerza esta percepción, indicando que, aunque el 55 de los jóvenes universitarios tiene intención de emprender solo el 20% de los emprendimientos sobreviven más de tres años. Esto se atribuye en gran parte a la falta de competencias en áreas de gestión financiera, innovación, toma de decisiones etc.

1.1.2 Problema central

Actualmente se percibe una brecha en la formación impartida y las habilidades prácticas necesarias para la creación de emprendimientos. Investigaciones realizadas por instituciones como Boston Collage y la universidad de Harvard evidencian que los estudiantes carecen de competencias esenciales para el desarrollo de emprendimientos, como a la gestión del riesgo, a la innovación, la toma de decisiones bajo una incertidumbre. Según el for Entrepreneurial Studies de Harvard, aunque el 70% de los estudiantes consideran el emprendimiento como un aspecto clave de su desarrollo profesional solo el 30% se siente preparado para alcanzar su propia empresa tras graduarse (Harvard Business Review, 2022).

La situación no es diferente en América latina. El centro empresarial de la universidad Icesi en Colombia señala que, aunque los programas académicos incluyen asignaturas relacionadas con emprender predominan los enfoques teóricos sobre los prácticos y esto genera una desconexión entre el conocimiento adquirido y su aplicación en el entorno empresarial. Un estudio realizado en 2022 por la institución concluyo que solo el 25% de los egresados se sienten preparados para emprender sin apoyo adicional lo que esto evidencia la necesidad de fortalecer la parte práctica de la educación empresarial (Universidad Icesi, 2022)

En respuesta, la Universidad del Valle ha comenzado a implementar estrategias para reducir esta brecha, integrando metodologías activas como laboratorios de innovación empresarial, mentorías con empresarios consolidados y proyectos colaborativos. Sin embargo, el reto sigue siendo garantizar que estas iniciativas se traduzcan en una mayor capacidad para crear y sostener empresas competitivas a largo plazo. En un país como Colombia, donde el emprendimiento es clave para la generación de empleo y el desarrollo económico, es esencial evaluar la efectividad de estas estrategias y su alineación con las expectativas del mercado laboral.

En este sentido, es crucial realizar un estudio que analice si las herramientas, talleres y recursos ofrecidos por la Universidad del Valle están siendo efectivos para el éxito profesional y emprendedor de sus egresados según la percepción de ellos. Como afirman Manso y Thoilliez (2015), "para promover el surgimiento de nuevas empresas, es fundamental fomentar el espíritu emprendedor". Este análisis permitirá determinar si la formación académica está alineada con las necesidades del mercado y si contribuye a la creación de proyectos sostenibles y exitosos por parte de sus egresados.

De no atenderse esta problemática, el pronóstico es que la brecha entre la formación académica y las competencias emprendedoras continuará ampliándose, lo que dificultará la creación de empresas sostenibles y competitivas. Este desajuste puede limitar las oportunidades profesionales de los egresados y retrasar el desarrollo de la región. A largo plazo, la Universidad del Valle podría perder la oportunidad de posicionarse como un referente clave en la formación de emprendedores capaces de generar un impacto positivo en la economía local.

El control de este pronóstico pasa por una revisión y ajuste de las estrategias formativas de la universidad. La solución radica en integrar de manera más efectiva las competencias prácticas y las experiencias del emprendimiento real dentro de los programas académicos; Esto incluye promover la participación en incubadoras de empresas, ofrecer mentoría práctica, y fortalecer la conexión entre la academia y el sector productivo. De esta forma, se espera que los egresados estén mejor preparados para enfrentar los desafíos del emprendimiento y generar empresas viables, lo que contribuirá al desarrollo económico regional.

Árbol de Problemas

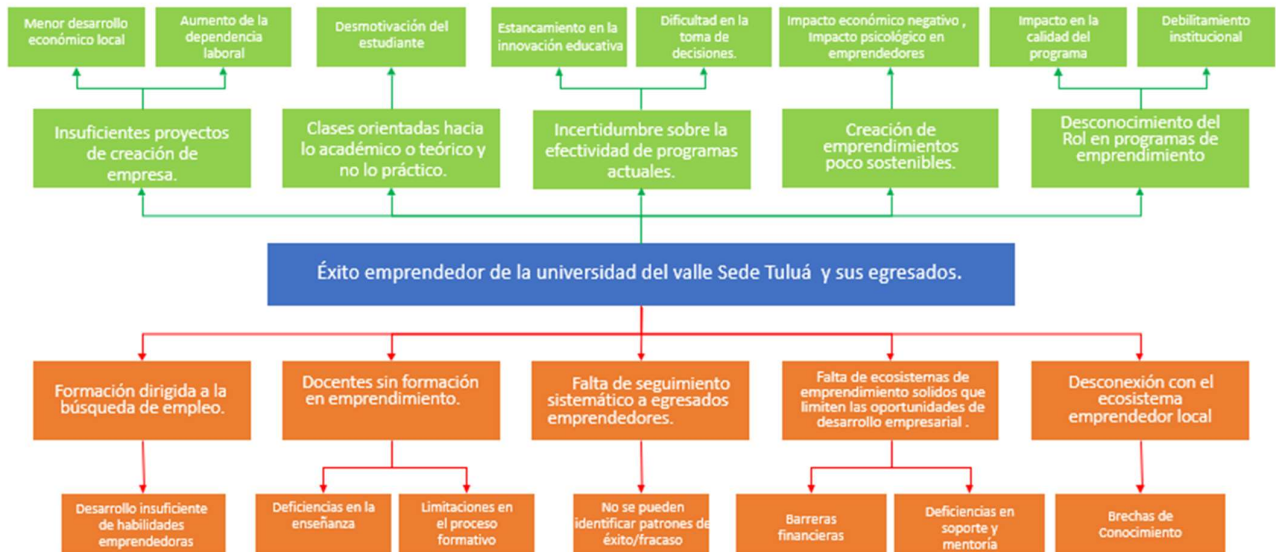


Figura 1. Árbol del problema

Nota: Elaboración propia.

1.1.3 Pregunta problema

¿Cómo impactan los programas académicos y programas de extensión de la Universidad del Valle, sede Tuluá, en el éxito profesional y emprendedor de sus egresados?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo influye el contexto socioeconómico regional del Valle del Cauca en el éxito profesional y emprendedor de los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá?

¿Cuáles son los factores socioeconómicos mencionados por los egresados, en los cuales la universidad debería brindar más apoyo para lograr más autoconfianza y capacidad de emprender?

¿Qué percepción tienen los egresados sobre las competencias y habilidades adquiridas durante su formación en la Universidad del Valle, sede Tuluá, para el desarrollo profesional y emprendedor?

¿Qué brechas existen entre la formación proporcionada por la universidad y las habilidades que se requieren para desarrollar emprendimientos sostenibles en la región?

¿Cómo califican los egresados la calidad y efectividad de su formación universitaria con relación a su éxito profesional y emprendedor?

¿Qué rol juegan las redes de contacto y el entorno social en el éxito profesional de los egresados de la sede Tuluá?

1.2 JUSTIFICACIÓN

1.2.1 Justificación teórica

La justificación teórica de este estudio radicó en la necesidad de comprender cómo la educación universitaria impacta el emprendimiento, especialmente en contextos regionales como el Valle del Cauca, mediante el cual el emprendimiento puede ser un motor clave de desarrollo socioeconómico. En tal sentido, se evidenció que las teorías de emprendimiento de Schumpeter (1934) y Timmons (1994) destacan la importancia de la innovación y la identificación de oportunidades para el éxito emprendedor. En efecto, la primera teoría subraya que el emprendimiento no solo se trata de crear empresas, sino de introducir

innovación y transformación en el mercado, mientras que el modelo de Timmons (1994) enfatiza la importancia de la combinación de un equipo sólido recursos y oportunidades bien identificadas. Por lo tanto, ambas teorías son relevantes para analizar si los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá, están adquiriendo las competencias necesarias para emprender y liderar en sus sectores.

Además, el modelo de competencias emprendedoras de Bygrave (2010) sugiere que factores como la resiliencia, la creatividad y el aprendizaje continuo son fundamentales para el éxito empresarial, especialmente en entornos cambiantes. Por ejemplo, en el contexto colombiano, investigaciones de Confecámaras y la Red Universitaria Nacional de Emprendimiento (REUNE) indicaron que existe una relación significativa entre la educación emprendedora y la sostenibilidad de nuevos negocios, un tema de gran relevancia para este estudio. En ese orden de ideas, esta investigación tuvo la finalidad de contribuir teóricamente a la comprensión en torno a cómo la educación superior en administración y emprendimiento fomenta el desarrollo de competencias clave, lo que apoya e incentiva futuras investigaciones sobre el papel de la universidad en la formación de emprendedores en el país.

1.2.2 Justificación metodológica

Metodológicamente, este estudio emplea un enfoque mixto que combina métodos cuantitativos y cualitativos para analizar las percepciones de los egresados sobre el impacto de la educación en su éxito emprendedor. Este enfoque permite captar tanto las tendencias generales como los matices individuales de las experiencias de los egresados; de esta manera se obtiene una comprensión integral del problema.

Por otro lado, los métodos cuantitativos permiten evaluar variables como el impacto percibido de la educación en el éxito profesional y la participación en programas de emprendimiento, mientras que los métodos cualitativos

proporcionarán un contexto más profundo sobre cómo estas experiencias han influido en sus trayectorias profesionales y empresariales.

Para la recolección de datos se hizo uso de encuestas en línea; estas posibilitaron recolectar datos estadísticamente significativos de una muestra representativa de egresados, mientras que las entrevistas cualitativas (preguntas abiertas) ayudaron a comprender sus experiencias, desafíos y sugerencias en torno a la educación y el emprendimiento. Este enfoque mixto responde a la necesidad de comprender cómo los diferentes aspectos de la formación académica impactan el emprendimiento desde una perspectiva amplia y multidimensional.

1.2.3 Justificación practica

Este estudio tiene el potencial de brindar recomendaciones para fortalecer la educación emprendedora en la Universidad del Valle, sede Tuluá, y en otras instituciones de educación superior en Colombia. En ese sentido, los hallazgos permitirán identificar las áreas en las que la universidad podría mejorar sus programas académicos y de emprendimiento para que sus egresados estén mejor preparados para enfrentar los desafíos del mercado laboral actual. Además, al analizar el papel de la universidad en el desarrollo de competencias emprendedoras, esta investigación puede orientar a los responsables de formulación de políticas y a los profesionales de la educación sobre cómo diseñar programas y actividades que fomenten el emprendimiento de forma efectiva.

Finalmente, el estudio también proporciona a la universidad información valiosa sobre la percepción de sus egresados en cuanto a la preparación que recibieron, lo que contribuye a fortalecer las prácticas educativas y adaptar el currículo a las necesidades del mercado. Además, permitirá a los investigadores poner en práctica sus conocimientos, al evaluar el impacto de los programas académicos y de emprendimiento. Igualmente, posibilita brindar recomendaciones concretas para mejorar el apoyo a los emprendedores en el Valle del Cauca, una región con un gran potencial de crecimiento empresarial.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general

Analizar el impacto de la formación académica y los programas de la Universidad del valle, Sede Tuluá, en el éxito profesional y emprendedor de sus egresados

1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar las características socioeconómicas de la sede Tuluá de la Universidad y su relación con el impacto en el éxito profesional y emprendedor de sus egresados, considerando el contexto de la región en el Valle del Cauca.
- Identificar la percepción sobre las competencias y habilidades adquiridas por los egresados durante su formación en la Universidad del Valle, sede Tuluá, que han contribuido a su éxito profesional y emprendedor.
- Analizar la percepción de las competencias y habilidades adquiridas por los egresados durante su formación en la Universidad del Valle, sede Tuluá, que han contribuido a su éxito profesional y emprendedor.

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Teoría Joseph Schumpeter

Schumpeter es considerado uno de los pioneros en teorías sobre el emprendimiento. Este autor acuñó el término "emprendimiento", definiéndolo como "la realización de nuevas combinaciones de producción". Según Schumpeter, el emprendimiento no se limita a la creación de empresas; también incluye la innovación y la introducción de nuevos productos y procesos en el mercado, siendo una fuerza clave para la destrucción creativa y el crecimiento económico (Alcantar & del Toro, 2023; Autio et al., 2014).

Para Schumpeter, la creatividad es esencial en el emprendimiento, ya que permite identificar oportunidades y desarrollar nuevos productos o servicios. Así, la innovación actúa como motor del cambio en los mercados, promoviendo transformaciones que contribuyen al progreso económico y social (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2023).

En el contexto de la Universidad del Valle, sede Tuluá, esta teoría cobra especial relevancia. Los programas académicos deben fomentar la creatividad y las competencias para reconocer oportunidades innovadoras que impacten positivamente en la economía local y regional, alineándose con la necesidad de promover emprendimientos que sean sostenibles y transformadores (Bermúdez & Pava, 2014; Etzkowitz et al., 2000).

Dicho esto, para entender la teoría schumpeteriana del emprendimiento, es importante conocer los componentes clave que Schumpeter identificó:

Innovación: Según Schumpeter, la innovación es la fuerza impulsora del emprendimiento. Los empresarios emprendedores son los que introducen nuevas ideas, productos y servicios en el mercado, así como los que generan el cambio y la renovación.

Destrucción creativa: Schumpeter sostuvo que el emprendimiento no solo se trataba de crear nuevas empresas, sino también de destruir las existentes. La destrucción creativa es el proceso por el cual las nuevas empresas y tecnologías reemplazan a las antiguas, lo que genera nuevos mercados y oportunidades de crecimiento.

Combinación de factores de producción: Este economista destacaba la importancia de la combinación de factores de producción, como el capital, el trabajo y los recursos naturales en la creación de nuevas empresas y la innovación. Por lo tanto, la combinación de estos factores es clave para la creación de valor y el éxito empresarial.

Empresario emprendedor: Schumpeter estimó que el empresario emprendedor era el actor principal del emprendimiento. Estos empresarios son los que tienen la visión, la creatividad y la capacidad de tomar riesgos para introducir nuevas ideas y procesos en el mercado.

En resumen, en el ámbito del emprendimiento, Joseph Schumpeter es uno de los principales referentes teóricos, debido a que aportó una visión innovadora sobre el papel del empresario en la economía. Schumpeter fue uno de los primeros en definir el concepto de emprendimiento, el cual entendía como "la realización de nuevas combinaciones de producción". Para este economista, el emprendimiento no se limita únicamente a la creación de nuevas empresas, sino que es una fuerza clave en la innovación, el crecimiento económico y la transformación de los mercados. En este contexto, es fundamental evaluar cómo la Universidad del Valle, sede Tuluá, promueve estos principios entre sus estudiantes, al preparar a futuros emprendedores para tener un impacto en la economía y la sociedad.

2.1.2 Innovación y crecimiento económico

Por su parte, Schumpeter destacó que el emprendimiento es la principal fuerza impulsora detrás de la innovación y el desarrollo económico a largo plazo. Su

teoría, conocida como la "Teoría Schumpeteriana", plantea que los emprendedores son los agentes de cambio en la economía, debido a que su creatividad y capacidad para introducir nuevos productos, servicios y procesos generan lo que él denominó "destrucción creativa". En consecuencia, este proceso implica que, a medida que las nuevas empresas y tecnologías surgen, las antiguas son reemplazadas, lo que genera nuevos mercados y oportunidades de crecimiento.

La teoría schumpeteriana subraya que el emprendimiento es el principal impulsor de la innovación y el desarrollo económico a largo plazo. El proceso de destrucción creativa genera nuevos mercados y oportunidades de crecimiento al reemplazar las tecnologías obsoletas con ideas disruptivas (Banco de la República, 2015).

En el contexto de la formación universitaria, como la ofrecida en la Universidad del Valle, es esencial que los programas educativos no solo se centren en la creación de empresas, sino también en fomentar la capacidad de innovación de los estudiantes. Por lo tanto, la creatividad, una cualidad que Schumpeter considera central en los emprendedores, debe ser un componente fundamental del desarrollo académico, con el objeto de estimular a los estudiantes a explorar nuevas combinaciones de factores de producción y a generar soluciones disruptivas en sus campos de acción.

2.1.3 Destrucción creativa y transformación del mercado

La "destrucción creativa", concepto clave de Schumpeter, describe el ciclo en el que nuevas ideas y procesos reemplazan a los antiguos, renovando la estructura económica. Este enfoque es crucial en la formación de empresarios que puedan identificar y capitalizar oportunidades innovadoras, transformando el mercado para generar modelos de negocio competitivos (Blanchflower et al., 2001; Fayolle & Gailly, 2015).

En Tuluá, este concepto se materializa al promover emprendimientos que contribuyen al crecimiento económico del municipio y la región (Alcaldía Municipal de Tuluá, s.f.a; Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], 2023). La capacidad de los estudiantes para adaptarse y liderar cambios disruptivos será clave para su éxito en el entorno empresarial. En ese sentido, la Universidad del Valle, sede Tuluá, tiene la responsabilidad de capacitar a sus estudiantes para identificar oportunidades de innovación que se ajusten a las demandas actuales del mercado y lo transformen, con el fin de generar nuevos modelos de negocio.

2.1.4 La figura del empresario emprendedor

Sobre esto, Schumpeter atribuye al empresario emprendedor un rol protagónico en su teoría. Para este, los empresarios no solo son los encargados de gestionar una empresa, sino que deben ser visionarios, creativos y arriesgados. Son ellos quienes, al identificar oportunidades, toman la iniciativa de combinarlas con los factores de producción –como capital, trabajo y recursos naturales– para crear valor en el mercado. En este sentido, la formación universitaria desempeña un papel crucial al inculcar en los estudiantes habilidades clave como la toma de riesgos, la creatividad, la visión a largo plazo y la capacidad de gestionar equipos y recursos de manera innovadora.

Para Schumpeter, el empresario emprendedor es un visionario, capaz de tomar riesgos y combinar factores de producción como el capital y el trabajo para generar valor en el mercado. Esta visión destaca la importancia de la formación académica orientada a desarrollar habilidades como creatividad, liderazgo y capacidad de gestión innovadora (Bygrave, 2010; Dyer, 1994).

De acuerdo con lo anterior, en el contexto de la Universidad del Valle, los programas enfocados en el emprendimiento deben destacar la importancia de estas características, al brindar a los estudiantes experiencias prácticas que los preparen para ser líderes emprendedores en sus respectivos campos. En ese orden de ideas, la capacidad de combinar los factores de producción de manera

innovadora, tal como lo propuso Schumpeter, es esencial para la creación de valor y el éxito empresarial.

2.1.5 Contribución de la universidad a la formación de emprendedores

La Universidad del Valle, sede Tuluá, tiene un rol fundamental en la formación de emprendedores, quienes deben estar en la capacidad de seguir los principios schumpeterianos de innovación, destrucción creativa y combinación de factores de producción. A través de sus programas académicos, la universidad debe fomentar un enfoque emprendedor que prepare a los estudiantes para crear nuevas empresas y para innovar en sus respectivos sectores y liderar el cambio en el mercado. Esto incluye la promoción de la creatividad, la capacidad de tomar riesgos calculados y la habilidad para identificar y aprovechar oportunidades que generen valor económico y social.

2.1.6 Modelo Jeffrey Timmons

Por otro lado, Jeffrey Timmons, profesor en emprendimiento en Babson College, Harvard Business School y Northwestern University, desarrolló un modelo de establecimiento de empresas que plantea una interrelación entre una oportunidad de negocios, el equipo que lleva adelante el proyecto (recursos humanos) y los recursos materiales para ejecutarlo. Sobre esto, Soledad López Cuesta, docente del Taller de competencias emprendedoras, sostuvo que “generalmente se presentan desequilibrios entre estos tres ejes, y por eso el objetivo es que los estudiantes puedan identificar qué es lo que se espera de cada uno de estos ejes, para el buen desenvolvimiento de un emprendimiento”.

De acuerdo con este modelo, se determina que uno de los tres elementos se compone por el equipo de personas que lleva adelante el proyecto. Según López Cuesta, “para la cátedra, el equipo es el pilar fundamental de un emprendimiento, dado que cualquier falencia puede resolverse con un buen equipo”. Por consiguiente, en el transcurso del cursado del taller, la importancia del equipo y el reconocer las competencias que aporta cada uno de los integrantes se trabaja

en diferentes clases. Asimismo, los recursos materiales, otro elemento de los que se realizan con el modelo, se trabajan en el transcurso del cursado. Los recursos pueden ser capital u otras cuestiones que hacen a los medios que permiten al equipo llevar adelante el proyecto.

Por su parte, la docente Soledad López Cuesta se enfoca en trabajar el tercer elemento de este modelo: la oportunidad, puesto que “el objetivo es brindar herramientas a los estudiantes para que puedan identificar si una idea que tienen es efectivamente una oportunidad. El modelo Timmons ayuda a los emprendedores a ordenarse para no trabajar en ideas que van a fracasar porque no responden a una necesidad real, porque les falta construir un equipo sólido o porque no conocen maneras creativas de gestionarse los recursos”.

2.1.7 Oportunidad

Una oportunidad no es solamente una idea, es una idea testeada que muestra un potencial de negocio importante. Ahora bien, el modelo Timmons considera que todo emprendimiento debe iniciarse fundamentado en una oportunidad, y que una idea de negocio no tiene por qué ser necesariamente una buena oportunidad. Por lo tanto, este modelo defiende que no se debe invertir ni tiempo ni recursos hasta no tener claro el impacto y el tamaño que representa la oportunidad que se ha detectado. Dicho esto, una oportunidad debe cumplir, al menos, con los siguientes elementos:

1. **Tamaño:** Un potencial en un mercado concreto donde se puedan identificar una estructura del mercado (líder/es, cadena de valor) márgenes, costes o cuotas de mercado.
2. **Ventaja competitiva:** ¿Qué te hace diferente? Por ejemplo, las barreras de entrada.

2.1.8 Recursos

Según Jeffry Timmons, pensar en dinero cuando se habla de recursos es un error. En esa medida, el profesor coincide con la opinión de muchos inversores profesionales del ecosistema, la cual se escucha con frecuencia en este campo:

1. Hay mucho más capital que buenas oportunidades de negocio.
2. El exceso de capital es malo para un *startup*.

2.1.9 Equipo fundador

En este punto, Timmons coincidió con la gran mayoría de expertos en la materia y destacó como tercera clave fundamental para tener éxito al equipo fundador.

Un buen equipo emprendedor, según Timmons, debe tener las siguientes características:

Un líder reconocido que sea capaz de lo siguiente:

1. Aprender y enseñar con agilidad.
2. Gestionar la adversidad.
3. Ser íntegro, honesto y una persona de confianza.
4. Liderar una cultura emprendedora en la empresa.

En relación con el equipo emprendedor destaca:

1. Experiencia contrastada.
2. Cultura por la excelencia.
3. Compromiso, determinación y persistencia.
4. Tolerancia al riesgo, incertidumbre.
5. Creatividad.
6. Adaptabilidad.
7. Obsesión por el proyecto.
8. Capacidad de comunicación interna y externa.

El modelo Timmons se basa en estos tres conceptos y el balance entre ellos. Es importante señalar que este modelo destaca y le da mayor peso al equipo

emprendedor. Ahora bien, el éxito en la formación de emprendedores y profesionales está influenciado por diversos factores, entre los que se destaca la capacidad de identificar oportunidades de negocio, formar equipos sólidos y gestionar eficientemente los recursos.

En este contexto, el modelo desarrollado por Jeffrey Timmons ofrece una perspectiva integral para la creación de empresas. En consecuencia, este modelo propone una interrelación entre tres elementos clave: la oportunidad de negocio, el equipo que ejecuta el proyecto y los recursos materiales necesarios.

2.1.10 Modelo Timmons

Por su parte, Timmons establece que el éxito de un emprendimiento se basa en la sinergia y equilibrio entre estos tres factores. De acuerdo con lo anterior, Soledad López Cuesta resalta la importancia de equilibrar estos elementos para lograr un emprendimiento sostenible; según López Cuesta, "generalmente se presentan desequilibrios entre estos tres ejes, y por eso el objetivo es que los estudiantes puedan identificar qué se espera de cada uno de estos ejes para el buen desenvolvimiento de un emprendimiento". En este sentido, la enseñanza emprendedora en instituciones como la Universidad del Valle, sede Tuluá, debe centrarse en proporcionar a los estudiantes herramientas que les permitan comprender y aplicar estos conceptos en proyectos reales.

2.1.11 El equipo como pilar fundamental

Uno de los elementos más destacados en el modelo de Timmons es el equipo emprendedor. Sobre esto, López Cuesta sostuvo que "para la cátedra, el equipo es el pilar fundamental de un emprendimiento, dado que cualquier falencia puede resolverse con un buen equipo". En este aspecto, la Universidad del Valle cumple un papel crucial al desarrollar competencias interpersonales y de liderazgo entre sus estudiantes. En suma, el trabajo en equipo, la identificación de roles y la creación de sinergias entre los integrantes son fundamentales para el éxito de cualquier proyecto.

Finalmente, Timmons coincide con otros expertos en la relevancia del equipo fundador, al afirmar que un buen equipo debe contar con un líder capaz de aprender, enseñar con agilidad, gestionar la adversidad y fomentar una cultura emprendedora dentro de la organización. Además, el equipo debe demostrar características como experiencia, compromiso, creatividad, capacidad de adaptación y habilidades de comunicación. En tal sentido, se estima que estas competencias son esenciales para enfrentar los desafíos de un entorno empresarial dinámico y altamente competitivo.

2.1.12 Recursos y oportunidad

Otro aspecto crítico que aborda el modelo de Timmons son los recursos y la identificación de oportunidades. Para Timmons, el éxito no depende exclusivamente del capital financiero, debido a que un exceso de este puede ser contraproducente. De hecho, es la gestión eficiente de los recursos disponibles lo que determina la viabilidad de un proyecto. En el contexto universitario, es clave que los estudiantes aprendan a gestionar los recursos de manera creativa y estratégica; de esta manera, se aprovecha al máximo los medios a su disposición.

En cuanto a la oportunidad, Timmons subrayó que una idea de negocio no es suficiente, dado que debe existir una oportunidad real que haya sido probada y que ofrezca un potencial de negocio considerable. Sobre esto, López Cuesta evidenció que "el objetivo es brindar herramientas a los estudiantes para que puedan identificar si una idea es efectivamente una oportunidad". Esto implica evaluar el tamaño del mercado, la estructura competitiva y la ventaja diferencial del proyecto.

2.1.13 Bill Bygrave

A continuación, se presentan los nueve pasos clave de Bygrave:

1. Identificar oportunidades
2. Evaluar oportunidades
3. Desarrollar el plan de negocios
4. Adquirir recursos
5. Gestionar la empresa
6. Financiar la empresa
7. Negociar con inversores
8. Gestionar el crecimiento
9. Salir de la empresa

1. Identificar una oportunidad de negocio: El primer paso para emprender con éxito consiste en identificar una oportunidad de negocio. Esto implica analizar el mercado, detectar necesidades insatisfechas y encontrar un nicho en el cual se pueda ofrecer algo nuevo y valioso.

2. Crear un equipo de trabajo comprometido: Emprender no es tarea fácil, por lo que es fundamental contar con un equipo de trabajo comprometido y motivado. Este equipo debe compartir nuestra visión y estar dispuesto a trabajar duro para alcanzar los objetivos.

3. Contar con un plan de negocios sólido: El plan de negocios es la hoja de ruta; por lo tanto, debe ser sólido y realista. Para ello, se debe definir claramente el modelo de negocio, los objetivos a corto y largo plazo, así como las estrategias que se utilizarán para alcanzarlos.

4. Tener una visión clara del futuro: Es importante tener una visión clara del futuro y saber a dónde se propone llegar con el negocio a largo plazo. Esto permitirá tomar decisiones acertadas y mantenerse enfocado en los objetivos.

5. Ser innovadores y creativos: La innovación y la creatividad son fundamentales en el mundo del emprendimiento. Por ende, se debe estar dispuestos a pensar fuera de la caja y encontrar soluciones creativas a los desafíos que se presenten.

6. Ser perseverantes y resilientes: Emprender implica enfrentar obstáculos y fracasos, por lo que es fundamental ser perseverantes y resilientes. Se debe estar dispuestos a aprender de los errores, y a seguir adelante a pesar de las dificultades.

7. Contar con una red de contactos sólida: La red de contactos es fundamental en el mundo del emprendimiento. Por tal razón, se debe cultivar relaciones sólidas con clientes, proveedores, inversores y otros emprendedores, con el fin de aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten.

8. Ser financieramente responsables: La gestión financiera es clave en cualquier empresa, y es especialmente importante en el mundo del emprendimiento. Por consiguiente, se debe ser conscientes de los gastos e ingresos, así como llevar un control riguroso de las finanzas.

9. Mantenernos actualizados y en constante aprendizaje: El mundo del emprendimiento está en constante evolución, por lo que es fundamental mantenerse actualizado y en constante aprendizaje. Asimismo, se debe estar dispuestos a adquirir nuevas habilidades y conocimientos, así como adaptarse a los cambios del mercado.

En ese sentido, la formación de emprendedores exitosos requiere un enfoque integral que abarque desde la identificación de oportunidades hasta la gestión y crecimiento de una empresa. En consonancia con lo planteado, los nueve pasos clave propuestos por William Bygrave, reconocido experto en emprendimiento, ofrecen un marco sistemático para comprender el proceso emprendedor. Como resultado, estos pasos proporcionan una guía clara que puede emplearse para evaluar el rol de la Universidad del Valle, sede Tuluá, en la preparación de sus estudiantes para el éxito profesional y emprendedor.

1. Identificación de oportunidades

Según Bygrave, el primer paso fundamental en el proceso emprendedor es la identificación de oportunidades de negocio. Este proceso implica analizar el mercado y detectar necesidades insatisfechas que puedan cubrirse con productos o servicios innovadores.

2. Evaluación de oportunidades y creación de equipos comprometidos

Tras identificar una oportunidad, es necesario evaluar su viabilidad. Este proceso incluye analizar el mercado, la competencia y los recursos necesarios para ejecutar la idea. Además, es fundamental contar con un equipo de trabajo comprometido. Al respecto, Bygrave resaltó la importancia de un equipo motivado y alineado con la visión del emprendedor.

3. Desarrollo del plan de negocios

El plan de negocios es esencial para definir la estructura, los objetivos y las estrategias de una empresa. En efecto, este documento actúa como una hoja de ruta que guía al emprendedor a lo largo de las diferentes etapas del proyecto.

4. Adquirir recursos y gestionar la empresa

La adquisición de recursos es crucial para poner en marcha un negocio. Esto incluye no solo el financiamiento, sino también otros recursos como tecnología, infraestructura y capital humano.

5. Financiamiento y negociación con inversores

Una vez que el proyecto está en marcha, gestionar el financiamiento y negociar con inversores es esencial para su crecimiento. Por tal razón, los emprendedores deben ser financieramente responsables y tener una visión clara de cómo administrar los recursos para asegurar la viabilidad del negocio.

6. Innovación y creatividad

La innovación es un aspecto central del proceso emprendedor, y es indispensable para mantenerse competitivo en el mercado. Por su parte, Bygrave

subrayó la necesidad de ser creativos y de pensar "fuera de la caja" para encontrar soluciones a los desafíos que surgen en el camino empresarial.

7. Gestión del crecimiento y red de contactos

La gestión del crecimiento es una fase crítica en el desarrollo de una empresa. A medida que el negocio crece, es necesario adaptarse y gestionar de manera efectiva los nuevos desafíos que surgen. Por ello, Bygrave (2010) también destacó la importancia de construir y mantener una red sólida de contactos.

8. Perseverancia y resiliencia

El éxito empresarial requiere de perseverancia y resiliencia, debido a que los emprendedores inevitablemente enfrentarán obstáculos y fracasos a lo largo del camino. La capacidad de aprender de los errores y continuar adelante es esencial para triunfar en el mundo empresarial.

9. Salida de la empresa

Finalmente, Bygrave (2010) señaló que la salida de la empresa ya sea por la venta del negocio o la transición a una nueva etapa, es una parte natural del ciclo emprendedor. Por tal motivo, los estudiantes deben estar preparados para gestionar esta fase con éxito, al asegurar que las decisiones que tomen en este punto maximicen los beneficios y aseguren la continuidad del proyecto.

En el proceso de desarrollo emprendedor, existen nociones clave que permiten entender cómo un individuo puede transformarse en un empresario exitoso. Teniendo en cuenta lo anterior, se considera que estas nociones, basadas en el cambio, la acción y el mejoramiento, constituyen los pilares fundamentales del proceso empresarial según el enfoque del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad ICESI.

Por lo tanto, aplicar estas nociones en el ámbito académico y profesional permite no solo formar emprendedores capacitados, sino también a individuos capaces de generar un impacto positivo en sus entornos. En este sentido, es crucial evaluar el rol de la Universidad del Valle, sede Tuluá, en la implementación de

estos principios para fomentar el éxito profesional y emprendedor de sus estudiantes.

Dicho esto, el CDEE ha implementado un modelo de formación compuesto por cursos académicos y actividades extracurriculares, tales como muestras empresariales, seminarios, congresos y boletines informativos, y cuya universidad desde su fundación en 1985 ha destacado por su enfoque centrado en el ser humano y su capacidad para adaptarse a las circunstancias cambiantes del entorno. A través de este modelo, se busca que los estudiantes adquieran conocimientos técnicos y desarrollen una mentalidad emprendedora que les permita convertirse en empresarios exitosos.

Como resultado, estos esfuerzos han generado beneficios concretos en la formación emprendedora, lo que se ha reconocido en diversos estudios (Varela y Jiménez, 1998). Con el tiempo, el CDEE adaptó su modelo para fortalecer la identidad profesional de los futuros empresarios y garantizar la sostenibilidad de sus proyectos, basándose en el Plan de Carrera Empresarial de Dyer (1994) y fortalecido por Varela y Bedoya (2005).

Adicionalmente, este enfoque de formación empresarial está alineado con los principios de cambio, acción y mejoramiento continuo, cuyos elementos son fundamentales en el desarrollo de cualquier proceso empresarial. En cuanto a la noción de cambio, se refiere a la capacidad de identificar nuevas oportunidades de desarrollo y progreso, mientras que la acción implica la ejecución de soluciones concretas para satisfacer necesidades del mercado. Finalmente, el mejoramiento continuo se relaciona con la actitud emprendedora de aprender de los errores, mejorar las estrategias y replicar los éxitos alcanzados.

Seguidamente, el modelo de transformación incluye cuatro elementos: identificación de oportunidades, solución creativa (habilidad para generar soluciones innovadoras a necesidades identificadas), ejecución (deseo de llevar las soluciones a la práctica) y mejoramiento continuo (capacidad de corregir errores y replicar el ciclo de innovación para mejorar constantemente).

Por otro lado, en el proceso formativo empresarial, se reconoce la importancia del entorno y el desarrollo de competencias que todo empresario debe adquirir para alcanzar el éxito. Este proceso se basa en dos aspectos fundamentales: el desarrollo de competencias personales y de conocimiento.

En tal sentido, el empresario requiere un proceso de formación integral que mejore tanto sus habilidades personales como su capacidad de adquirir conocimientos técnicos. Esta formación debe incluir valores empresariales, el desarrollo de destrezas específicas, el acceso a información técnica y la construcción de conexiones empresariales. Por lo tanto, un entorno de aprendizaje adecuado facilita el desarrollo de estas competencias, lo que permite al empresario enfrentarse a los desafíos del mercado con mayor preparación.

En el segundo aspecto se habla de las circunstancias favorables. Además del desarrollo personal, el entorno en el que opera el empresario debe ser propicio para su crecimiento. De tal modo, se necesitan condiciones externas favorables, como el apoyo de entidades dedicadas a facilitar la labor empresarial. Entre estas se incluyen incubadoras de empresas, zonas francas, programas de asesoría especializada, capital semilla y otros mecanismos de financiación.

Paralelamente, los componentes fundamentales para que un negocio tenga éxito, según los conceptos de Karl Vespers en *New Venture Strategies*, son los siguientes: conocimiento técnico, todo negocio requiere habilidades y conocimientos específicos; así, el empresario debe contar con ellos, o bien a través de su equipo o empleados. Este conocimiento es fundamental para mantenerse competitivo y adaptarse a los cambios del entorno. Asimismo, se debe contar con la capacidad de identificar y evaluar una oportunidad de negocio, al ser una de las tareas más difíciles. El empresario debe ser capaz de convertir ideas de negocio en oportunidades reales a través de un análisis cuidadoso.

Siguiendo con los componentes, se encuentran los contactos personales. Las relaciones personales son fundamentales para el éxito empresarial, debido a que

facilitan la obtención de recursos, clientes y tecnología. Al respecto, Timmons y Ronstadt resaltaron la importancia del "know who" (saber quién), al subrayar que un buen emprendedor debe desarrollar una sólida red de contactos que le sea útil en todas las etapas del proceso empresarial.

Por otro lado, están los recursos. Cualquier negocio necesita recursos físicos (infraestructura, maquinaria), financieros (capital), humanos (empleados) y tecnológicos. En tal sentido, es responsabilidad del empresario determinar los recursos necesarios en cada etapa del negocio y asegurar que se obtengan en cantidad, calidad y tiempo adecuado. Finalmente, el texto habla sobre el éxito de un negocio, el cual depende de que los clientes potenciales se conviertan en usuarios reales y hagan pedidos de forma recurrente. Esto es lo que diferencia a un inventor, que puede tener ideas brillantes, de un empresario, teniendo en cuenta que no todas las invenciones logran atraer clientes dispuestos a comprarlas. Un negocio que no vende está destinado a fracasar, por lo que es crucial que los empresarios prioricen este aspecto desde el principio.

2.2 CONCEPTUAL

1. Emprendimiento universitario

El emprendimiento universitario se refiere a los esfuerzos de las instituciones de educación superior por desarrollar competencias que permitan a los estudiantes crear empresas y generar innovación en sus áreas de conocimiento. En consecuencia, este tipo de emprendimiento va más allá de la simple creación de negocios, puesto que busca formar individuos con habilidades para resolver problemas complejos y liderar proyectos innovadores

Sobre esto, autores como Fayolle y Gailly (2015) destacaron que el emprendimiento universitario fomenta la creación de empresas y estimula una mentalidad emprendedora que facilita la empleabilidad y la adaptación a contextos laborales cambiantes. Por lo tanto, la educación emprendedora

contribuye al desarrollo de habilidades como la resiliencia, el liderazgo, el pensamiento crítico y la capacidad de trabajar en equipo.

2. Teoría de la destrucción creativa – Joseph Schumpeter (1934)

Por su parte, Schumpeter definió el emprendimiento como una fuerza impulsora del cambio económico, a través de lo que él denominó "destrucción creativa". En efecto, se trata de un proceso en el que las innovaciones reemplazan a las estructuras existentes, lo que genera nuevas oportunidades y desplaza a los productos y las tecnologías obsoletas.

Este enfoque resalta que los emprendedores no solo son gestores de empresas, sino agentes de transformación económica que introducen productos innovadores o rediseñan procesos para crear valor. En ese sentido, la innovación tecnológica es un ejemplo claro de este fenómeno, en el cual las nuevas plataformas digitales han sustituido a métodos tradicionales de comercio y servicios.

3. Modelo de Timmons: oportunidad, recursos y equipo

Al respecto, Jeffrey Timmons enfatizó la importancia de tres elementos interrelacionados en el emprendimiento:

1. Oportunidades de negocio: El emprendedor debe identificar una necesidad real en el mercado.
2. Recursos disponibles: La gestión creativa de los recursos es clave para compensar la falta de capital inicial.
3. Equipo emprendedor: Un equipo comprometido y con habilidades diversas puede superar desafíos inesperados.

Cabe señalar que Timmons advierte que las oportunidades deben validarse antes de invertir recursos, lo que asegura así una base sólida para el proyecto. A la luz de lo expuesto, la universidad en cuestión tiene la responsabilidad de enseñar a sus estudiantes a identificar oportunidades reales y conformar equipos multidisciplinarios.

4. Teoría del Capital Social – Ronald Burt (1992)

El capital social hace referencia al valor generado por las redes de contacto y las relaciones interpersonales que los individuos construyen. Según Burt, las redes de contacto ofrecen información y acceso a recursos que facilitan el crecimiento empresarial. En este sentido, los emprendedores que cultivan relaciones estratégicas tienen mayores probabilidades de éxito.

Aplicación: Las universidades cumplen un papel fundamental en la creación de entornos donde los estudiantes puedan formar redes de contacto significativas. En consecuencia, la promoción de espacios de *networking* y la vinculación con el sector empresarial son esenciales para fortalecer las trayectorias emprendedoras de los egresados.

5. Competencias emprendedoras y transversales

Las competencias transversales incluyen habilidades como la creatividad, el liderazgo, la comunicación efectiva y la gestión del cambio, que son fundamentales para el desarrollo de cualquier proyecto emprendedor. Paralelamente, las teorías de Bygrave (2010) subrayan que las competencias emprendedoras incluyen la capacidad de tomar riesgos calculados, la persistencia frente a los fracasos y la adaptabilidad en contextos dinámicos.

2.3 ESTADO DEL ARTE

Las prácticas profesionales, pasantías y trabajos finales deben definirse claramente desde la perspectiva institucional y actualizarse constantemente en función de los cambios en las bases cognitivas y las demandas sociales. Por tal motivo, es crucial que estas experiencias se integren a lo largo de toda la carrera y no solo al final, con el objeto de facilitar un proceso continuo de aprendizaje que promueva la interdisciplinariedad y la resolución de problemas.

De igual modo, el acompañamiento a los estudiantes, mediante tutorías y guías, es clave para su desarrollo profesional, pero debe equilibrarse con la libertad para fomentar la creatividad y la innovación. Por tal razón, los cambios

curriculares, la preparación de los tutores y los obstáculos en la inserción profesional deben abordarse desde una perspectiva institucional. Es importante tener en cuenta que la evolución de las prácticas preprofesionales varía según el contexto histórico y regional, así como entre la educación pública y privada, siendo esta última más pragmática al diseñar programas para una rápida inserción laboral.

Teniendo en cuenta lo anterior, se planteó la cuestión de cómo estas prácticas se desarrollan en diferentes campos, como la universidad y la empresa, los cuales tienen valores y objetivos distintos. En ese sentido, mientras la universidad busca la construcción de conocimiento y la autonomía, las empresas se enfocan en el lucro y privatizan el conocimiento. En consecuencia, esto genera un desafío: definir si las prácticas preprofesionales pueden crear un nuevo campo de intercambio entre la formación académica y el empleo.

En cambio, la mirada crítica señala la articulación entre la teoría y la práctica que se va construyendo en el proceso de confrontación entre la acción y el marco de referencias teóricas que el alumno va adquiriendo. De esta manera, se integra el conocimiento para resolver problemas en la práctica. Esta forma de entender la práctica implica otra concepción de la construcción del conocimiento y, por ende, de la práctica profesional y la reproducción del campo profesional.

Por otro lado, es esencial recordar que el emprendimiento va más allá de la mera creación de empresas, puesto que se trata de una mentalidad y un conjunto de habilidades que cultivan la creatividad, la resiliencia y la capacidad de abordar desafíos de manera innovadora. En este sentido, autores como Foliard et al. (2022) han destacado cómo la enseñanza del emprendimiento puede empoderar a los estudiantes para convertirse en agentes de cambio en sus comunidades y en la sociedad en general. De tal modo, se evidencia que esta perspectiva está en consonancia con las demandas actuales del mercado laboral, que valora la adaptabilidad y la capacidad de generación de valor en contextos diversos.

En el contexto actual, marcado por rápidos avances tecnológicos y cambios en el mercado laboral, la educación superior enfrenta el reto de adaptarse a estas transformaciones para preparar a los estudiantes. La globalización, la automatización y la demanda de habilidades transferibles requieren enfoques educativos que fomenten agilidad mental, creatividad y capacidad de resolución de problemas. En este sentido, la enseñanza del emprendimiento y el uso de tecnologías educativas son clave para enfrentar los desafíos económicos y sociales, debido a que posibilitan innovar en los procesos de aprendizaje y capacitar a los individuos para afrontar un futuro incierto y cambiante.

En ocasiones, quienes gestionan la educación en las universidades interpretan la Ley de Emprendimiento (Ley 1014 de 2006), de manera restrictiva, aplicándola principalmente en la educación básica y media, sin considerar su importancia en la educación universitaria. En tal sentido, esto limita el desarrollo del emprendimiento en áreas no financieras, como las humanidades o la salud, debido a la falta de capacitación en emprendimiento entre los docentes de estas áreas.

Además, en muchas universidades, la opción de grado basada en la creación de empresas se enfoca únicamente en programas de administración y economía, mientras que otras disciplinas quedan excluidas. Cabe señalar que esto también se ve reflejado en la escasa presencia de preincubadoras e incubadoras de emprendimiento, lo que afecta el desarrollo de proyectos innovadores y transdisciplinarios.

A nivel nacional, la baja articulación entre las universidades, el sector financiero y las organizaciones de apoyo empresarial afecta el crecimiento del emprendimiento en Colombia. Por consiguiente, la falta de liderazgo y la desconexión entre las universidades y el sector empresarial limita la creación de *spin-offs*. A pesar de los esfuerzos de redes como REUNE, muchas universidades no participan en sus iniciativas, lo que disminuye el impacto de sus actividades.

Por otro lado, las interpretaciones variadas de la Ley 1014 de 2006 pueden causar confusión entre los formadores, egresados y estudiantes de los diversos programas ofrecidos por las universidades, lo que resulta en una visión limitada del emprendimiento según el contexto en el que se desarrolle el proyecto de vida de cada individuo. Se podría argüir que esta situación provoca que algunos jóvenes ingresen al mercado laboral sin las habilidades necesarias para desarrollar emprendimientos basados en oportunidades, como lo evidencian los estudios de Confecámaras (2018).

Por ello, es fundamental llevar a cabo investigaciones que integren los procesos de emprendimiento dentro de las instituciones universitarias, con el fin de diseñar propuestas desde la gestión educativa que aborden el emprendimiento de manera integral, transversal y coherente. Como resultado, esto contribuiría a fomentar una mentalidad emprendedora orientada hacia las oportunidades, lo que se reflejaría en una mejora en los indicadores de calidad de vida y, en consecuencia, impulsaría el desarrollo económico.

Adicionalmente, la innovación y el emprendimiento son fundamentales para una economía moderna y sostenible, dado que impulsan el bienestar social y la empleabilidad, especialmente entre los jóvenes. Al respecto, el conocimiento es clave para fortalecer la competitividad, por lo que es esencial que los universitarios, capacitados en emprendimiento, lideren este cambio. Por tal motivo, se necesita que las universidades promuevan una cultura emprendedora, al ofrecer una formación práctica basada en innovación y transferencia de conocimiento. De tal modo, este tipo de emprendimiento de alta calidad es crucial para mejorar la competitividad económica y la empleabilidad. Para alcanzar tales propósitos, las universidades deben adoptar un enfoque amplio, que no solo enseñe a formar empresas, sino que desarrolle competencias emprendedoras alineadas con las oportunidades del mercado.

En relación con el emprendimiento empresarial, este se refiere a iniciativas libres que aprovechan oportunidades para la autorrealización y la generación de empleo. Aunado a esto, los emprendedores destacan por su capacidad de

innovar, mejorar procesos, ser competitivos y generar crecimiento económico, especialmente a través de micro y pequeñas empresas. Sin embargo, la educación actual está más orientada a formar empleados que emprendedores, con la mayoría de los creadores de microempresas teniendo solo educación secundaria. Sin embargo, es esencial cambiar este enfoque, al fomentar la formación de líderes emprendedores que impulsen el desarrollo económico y social a través de la creación de nuevos negocios.

La educación básica prepara a los jóvenes para seguir dos caminos. El primero de ellos es la transición del colegio a los centros de formación superior (institutos, universidades o fuerzas armadas), destino del 20 % de jóvenes; y el segundo camino es la inserción al mercado laboral dependiente, destino del 40 % de jóvenes que concluyen la secundaria. Otro dato fundamental para tener en cuenta es que el 78.5 % de los creadores de microempresas (empresas de 1 a 10 trabajadores) en el país tienen hasta secundaria completa. Sumado a esto, la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores, sino que está concentrada en formar “empleados” capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior, según datos del libro Barómetro de Empleabilidad y Empleo de los Universitarios en España. (Michavila, 2016 como se citó en Medina et al., 2016, p. 165)

De acuerdo con lo anterior, la educación en emprendimiento a nivel universitario es clave para fomentar una cultura emprendedora que se alinee con el desarrollo de la economía naranja; asimismo, forma a profesionales capaces de liderar la gestión emprendedora en empresas, lo que impulsa la creatividad y la innovación para revitalizar las organizaciones y evitar su estancamiento. De conformidad con lo señalado, el reto de esta educación radica en transformar el pensamiento de los estudiantes, mediante el desarrollo de competencias como la creatividad, la disciplina y la inspiración, que les permitan emprender, innovar, generar sus propios recursos y añadir valor a lo existente.

Según Delors (1996), la educación es clave para la construcción de un futuro mejor, pero en las últimas décadas la perspectiva ha cambiado. Los jóvenes ya no son vistos solo como el futuro, sino como un recurso valioso en el presente. Sin embargo, esta población enfrenta una realidad de incertidumbre, con brechas entre sus expectativas y oportunidades laborales, así como desigualdades. En Colombia, la política educativa se ha enfocado en la formación técnica y el emprendimiento, como establece la Ley 1014 de 2006, que busca preparar a los jóvenes para el mercado laboral.

Por lo tanto, la política pública de emprendimiento y formación técnica en Colombia está enfocada en responder a las necesidades socioeconómicas mediante programas que buscan capacitar a los jóvenes en competencias laborales específicas. Estas políticas, influenciadas por el neoliberalismo, promueven la idea del *homo oeconomicus*, orientando la educación hacia la formación de sujetos productivos adaptados a las demandas del mercado.

En consecuencia, el sistema educativo se ha transformado para integrar la formación técnica desde etapas tempranas, impulsada por leyes como la Ley 1014 de 2006 y el Decreto 4904 de 2009. Estas normativas promueven la enseñanza de competencias laborales específicas con el objetivo de mejorar la inserción de los jóvenes en el mercado laboral. Sin embargo, este enfoque ha generado críticas, debido a que se asume la educación más como un servicio que un derecho fundamental, lo cual fomenta la adaptación de los estudiantes a una lógica de producción, lo que relega su formación integral.

La discusión de los resultados muestra que la política de emprendimiento y formación técnica en la educación cumple con el adiestramiento en competencias laborales, pero falla en mejorar la calidad de vida y las oportunidades de los estudiantes. Aunque más del 60 % de los egresados califica positivamente su formación, el 89 % no consiguió empleo relacionado con sus estudios y el 54 % no logró obtener ningún empleo. Solo el 10 % de los egresados continuó estudios superiores, debido a las bajas remuneraciones y las largas jornadas laborales, lo que limita las posibilidades de desarrollo

personal y profesional. En consecuencia, las conclusiones revelan que un alto porcentaje de los egresados de formación técnica no logra acceder a empleos relacionados con sus estudios, y aquellos que sí lo hacen, enfrentan condiciones laborales precarias, como falta de contratos formales, salarios bajos y ausencia de prestaciones sociales. Solo un 10 % continúa con estudios universitarios.

Teniendo en cuenta lo anterior, el emprendimiento desempeña un papel fundamental en el desarrollo económico de un país, puesto que este contribuye al crecimiento y progreso económico, en tanto que, como lo expresa Rivera y Rivera (2020), el crecimiento económico se refiere al aumento sostenido y generalizado de la producción de bienes y servicios en una economía a lo largo del tiempo. De tal modo, este viene siendo un indicador clave del progreso y desarrollo de un país, debido a que se relaciona con la mejora del nivel de vida de la población y la capacidad de una sociedad para satisfacer sus necesidades y aspiraciones. A partir de esta premisa, también es importante relacionar la competitividad y el crecimiento económico, lo cual se debe a que están estrechamente relacionados y se influyen mutuamente en el contexto de la economía de un país.

Actualmente, las universidades en Colombia buscan fomentar la creación de empresas por medio de una formación adecuada que permita el desarrollo de las habilidades emprendedoras de su comunidad educativa, con un enfoque en la proyección social de los territorios y sus habitantes. Por ende, es necesario que se adquiriera una visión más emprendedora; igualmente, cambiar los programas educativos se debe, por lo general, a la dificultad que afrontan los recién egresados de las universidades para integrarse en el mercado laboral y encontrar un trabajo acorde a su perfil académico. Por lo tanto, el problema de desempleo, los bajos salarios, la poca actividad emprendedora, la informalidad en los negocios o la tasa de mortandad de los negocios establecidos, así como los cambios económicos que surgen a partir de los factores del entorno son problemáticas que aumentan estas brechas socioeconómicas (Mayer et al., 2019).

3 METODOLOGÍA

3.1 TIPO Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con Bernal (2010), “las funciones principales de la investigación descriptiva es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto” (p. 113). El autor enfatiza que la investigación descriptiva no es un simple acto de observación pasiva, sino un proceso activo de selección, análisis y descripción detallada. Por consiguiente, de terminó que este enfoque permite una comprensión profunda y estructurada del objeto de estudio, puesto que sienta las bases para futuras investigaciones o aplicaciones prácticas del conocimiento adquirido.

En función de lo anterior, esta investigación adoptó un enfoque mixto, al combinar métodos cuantitativos y cualitativos. Igualmente, se planteó un estudio de carácter descriptivo-correlacional, debido a que se buscó no solo describir las características y percepciones de los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá, sino también establecer relaciones entre variables como la formación académica, la participación en programas de emprendimiento y el éxito profesional y emprendedor.

3.2 ESTUDIOS EXPLORATORIOS

Por su parte, Hernández et al. (2014) afirmaron que este tipo de investigación ayuda a familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos mediante estudios más integrales en un determinado contexto de la vida real, lo que permite estudiar problemas relacionados con el comportamiento humano considerados importantes, con el objeto de identificar o proponer propuestas de conceptos o variables prometedoras en un campo particular. Al respecto, Dankhe (1986) señaló que la investigación exploratoria prepara el terreno y suele preceder a los otros tres tipos de investigación. Esto sugiere que la idea de

investigación exploratoria se ha reconocido y se utiliza en la investigación científica durante varias décadas.

De conformidad con lo expuesto, los estudios exploratorios se realizaron al inicio de la investigación para familiarizarse con el contexto emprendedor y comprender cómo la calidad y la educación en general que se dan por medio de la universidad influye en el éxito profesional. Asimismo, este método permitió conocer cómo funciona el sistema de regionalización de la sede del estudio.

3.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Método inductivo

El autor Bacon (1620), como se citó en Blogs UA (2023), destacado filósofo inglés del siglo XVII, es conocido por su contribución al método científico. Durante su vida, reorganizó el proceso de estudio científico al crear el método inductivo, que resaltaba la importancia de la observación y la experiencia como base del conocimiento. Este filósofo también abogó por el escepticismo y la necesidad de no aceptar explicaciones sin respaldo empírico. Ahora bien, su método inductivo implica recopilar datos de observación, organizarlos, formular hipótesis y validarlas mediante experimentos. De tal modo, este enfoque cambió la forma en que se hacía la investigación científica al enfocarse en la evidencia empírica y las generalizaciones basadas en observaciones específicas, allanando el camino para la ciencia moderna.

Por lo tanto, el método inductivo es un tipo de razonamiento que implica derivar información generalizable a partir de información específica; en ese sentido, se pasa de observar fenómenos específicos a sacar conclusiones generales. Para tomar una decisión mediante el método inductivo, es pertinente seguir varios pasos, como observar hechos y registrarlos como premisas. Las premisas son las proposiciones o conocimientos previos que sirven de fundamento al razonamiento. A continuación, se detallan las etapas de investigación de este método:

1. Observe los hechos y registre como suposiciones. Las suposiciones son declaraciones o información previa que forman la base del razonamiento.
2. Investigar si estos eventos se repiten y si se pueden observar patrones o patrones.
3. Hacer inferencias, es decir, sacar conclusiones y conclusiones de hechos observados previamente.

3.3.2 Método analítico

La lógica empírica en la que se basa el método de análisis tiene sus raíces en la filosofía griega antigua, cuyo principal autor es Aristóteles. Sin embargo, es importante subrayar que el método analítico, tal como se entiende hoy, ha evolucionado a lo largo de los siglos, moldeado y mejorado por varios filósofos y científicos. Por ejemplo, a Descartes (1637) se le atribuye la definición de los pasos esenciales en la aplicación adecuada del método científico. También existe un libro de Lopera et al. (2010) que es el resultado de un estudio homónimo desarrollado por el mismo grupo. Así, aunque Aristóteles fue el fundamento del método analítico en la aplicación de la lógica empírica, muchos individuos contribuyeron a su desarrollo y aplicación a lo largo de la historia.

- Definición del problema: Identificar claramente cuál es el problema que se va a abordar y cuáles son los objetivos específicos del análisis.
- Recopilación de datos: Reunir información relevante y datos relacionados con el problema. Esto puede implicar la revisión de documentos, la realización de encuestas o investigaciones, o cualquier otro medio para obtener datos necesarios.
- Descomposición del problema: Dividir el problema en componentes más pequeños y manejables. Esto implica identificar las partes clave del problema y cómo se relacionan entre sí.
- Análisis de las partes: Examinar detenidamente cada componente del problema. Esto puede incluir la identificación de patrones, tendencias, relaciones causales o cualquier otra información relevante.

- Síntesis de resultados: Integrar la información y los hallazgos obtenidos en el análisis de las partes para desarrollar una comprensión global del problema.
- Generación de conclusiones: A partir de la síntesis de resultados, extraer conclusiones y observaciones clave que ayuden a resolver el problema o tomar decisiones informadas.
- Desarrollo de soluciones o recomendaciones: Basándose en las conclusiones, proponer soluciones o recomendaciones concretas para abordar el problema de manera efectiva.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: La población total del estudio comprendió a 4521 egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá, desde 1992 hasta 2024-1. Esta población se dividió en 3878 egresados de pregrado y 643 de posgrado.

Muestra: Para este estudio, se utilizó una muestra de 373 egresados. La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo aleatorio, lo que aseguró la representatividad de diferentes cohortes de graduación y programas académicos.

El tamaño de la muestra se determinó con un nivel de confianza del 95 % y un margen de error del 5 %, lo cual es adecuado para obtener resultados estadísticamente significativos.

Figura 2. Egresadas Univalle Tuluá

Egresados Univalle Tulua				
Parámetros				
Z	N	Tamaño de la población	4.521	
	p	probabilidad de éxito	0,5	
	q	probabilidad de fracaso	0,5	
	d	Margen de error	5%	
	Z α	Nivel de confianza	95%	1,96
n = $\frac{4521}{12,2604}$			=	369

3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las principales técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron las siguientes:

1. Encuesta en línea:

Se diseñó un cuestionario estructurado basado en metodologías de encuestas educativas (Cohen et al., 2018). Este instrumento incluyó preguntas cerradas y abiertas para recopilar información sobre:

- **Datos demográficos:** edad, género, año de graduación y programa académico.
- **Percepción de la calidad educativa:** evaluación de la pertinencia y efectividad de los programas académicos.
- **Participación en programas de emprendimiento:** experiencia en actividades relacionadas con el desarrollo de emprendimientos.
- **Impacto profesional:** cómo la formación universitaria ha contribuido al éxito profesional y emprendedor.

La validación de contenido se realizó mediante la revisión de los autores.

2. Escala Likert:

Para medir la percepción de los egresados sobre diversos aspectos de su formación y experiencia universitaria, se utilizaron escalas Likert de 5 puntos. Este instrumento fue desarrollado tomando como referencia las recomendaciones de Likert (1932) y adaptado al contexto universitario con base en estudios recientes sobre evaluación de la calidad educativa (Hernández et al., 2017).

3. Preguntas abiertas:

Se incluyeron preguntas abiertas para recoger sugerencias y comentarios más detallados sobre cómo mejorar la formación emprendedora en la universidad.

4. Análisis documental:

Se llevó a cabo una revisión de documentos institucionales, tales como planes estratégicos, informes de desempeño académico y evaluaciones previas del sistema de regionalización de la Universidad del Valle. Este análisis permitió contextualizar la investigación y respaldar las conclusiones obtenidas. La técnica se basó en los lineamientos de análisis de contenido descritos por Krippendorff (2013).

Cabe señalar que el uso de múltiples técnicas de recolección de datos respondió a la necesidad de obtener una visión completa del fenómeno estudiado. Como señala Quintana (2008), "la etapa del 'planteamiento del problema de investigación' en la metodología de investigación cuantitativa" (p. 239) es crucial. Por tal motivo, se seleccionaron instrumentos que permitieron abordar el problema desde diferentes ángulos.

3.6 PROCEDIMIENTO

El estudio se llevó a cabo siguiendo estos pasos:

1. Diseño del instrumento: Se elaboró el cuestionario basado en la revisión de literatura y los objetivos de la investigación.

2. Validación del instrumento: Se cumplió con los parámetros establecidos por el departamento de calidad de la universidad del valle sede Tuluá teniendo en cuenta la claridad y pertinencia de las preguntas, se pantallazo de la validación del área encargada y el instrumento recolección ver anexo número 3.

3. Recolección de datos: Se envió la encuesta en línea a la base de datos de egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá.

4. Análisis de datos:

- Se utilizó el software estadístico JAPS para el análisis descriptivo.
- Se utilizó el software estadístico Stata SE para el análisis correlacional.
- Se realizaron pruebas de normalidad como Shapiro-Wilk para determinar la distribución de los datos.
- Se aplicó un modelo generalizado para manejar la no linealidad presente en los datos.

5. Interpretación de resultados: Se analizaron los datos cuantitativos y se complementaron con las respuestas cualitativas para obtener una comprensión más profunda de los hallazgos.

6. Elaboración del informe: Se sintetizaron los resultados y se formularon conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos del estudio.

3.7 HIPÓTESIS INICIALES DE INVESTIGACIÓN

H1: Las características socioeconómicas de la sede Tuluá de la Universidad del Valle están significativamente relacionadas con el desarrollo profesional y emprendedor de sus egresados en el contexto del Valle del Cauca.

H2: Los egresados que perciben una alta calidad en su formación académica tienen mayor probabilidad de éxito en su desarrollo profesional y emprendedor.

H3: La participación en programas de emprendimiento durante la formación universitaria está positivamente correlacionada con el éxito emprendedor de los egresados.

H4: El desarrollo de competencias y habilidades específicas durante la formación universitaria tiene una relación directa con el éxito profesional y emprendedor de los egresados.

H5: La calidad y disponibilidad de recursos del ecosistema emprendedor universitario (mentorías, incubadoras, redes de contacto) influyen positivamente en el desarrollo emprendedor de los egresados.

4 RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE HALLAZGOS

4.1.1 Análisis descriptivo

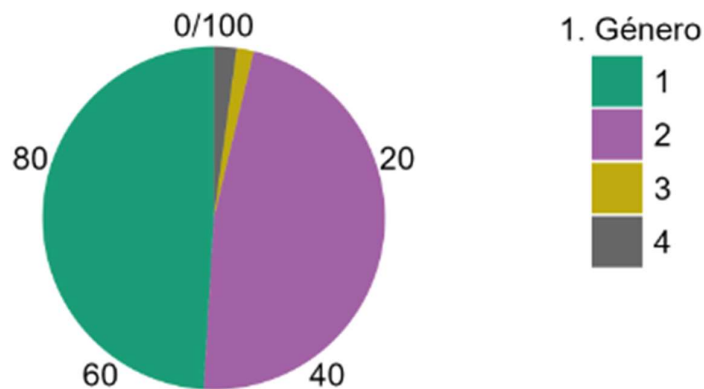
1. Género:

Tabla 1. Género

1. Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	183	49.062	49.062	49.062
2	176	47.185	47.185	96.247
3	6	1.609	1.609	97.855
4	8	2.145	2.145	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración Propia.

Figura 3. Género



Nota. Elaboración Propia.

Al basarse en 373 respuestas, en este gráfico de pastel se expuso la distribución de género y se dividió en las siguientes categorías:

- **Masculino codificada como 1** (49.1 %): Representado que la mayor parte de las respuestas es por parte del género masculino.
- **Femenino codificada como 2** (47.2 %): el 47.3 % pertenece al género femenino.
- **Otro codificado como 3** (muy pequeña proporción): El 1,6 indica que hay algunas personas que no se identifican como masculino o femenino.
- **Prefiero no decirlo codificada como 4** (muy pequeña proporción): 2,1 de la muestra indica que prefieren no revelar su género.

La distribución entre masculino y femenino es bastante equitativa. Sin embargo, debido a un leve porcentaje, predomina el género masculino.

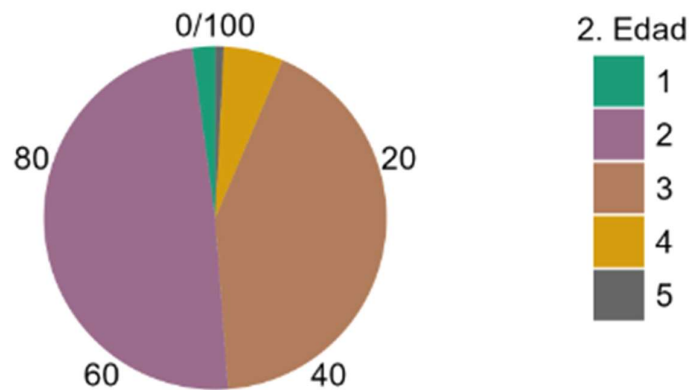
2. Edad

Tabla 2. Edad

2. Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	8	2.145	2.145	2.145
2	183	49.062	49.062	51.206
3	158	42.359	42.359	93.566
4	21	5.630	5.630	99.196
5	3	0.804	0.804	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración Propia.

Figura 4. Edad



Nota. Elaboración Propia.

La Figura 3 muestra la distribución de edades de 373 respuestas. Esta gráfica se segmentó en diferentes categorías de edad.

25-34 años codificada como 2 (49.1 %): Este grupo etario constituye la mayor parte de la muestra.

35-44 años codificada como 3 (42.4 %): Es el segundo grupo más numeroso, casi igualando al grupo de 25-34 años.

45-54 años codificada como 4 (5,6 %): Constituye una pequeña parte de la muestra.

55 años o más codificada como 5 (0,8 %): Es una categoría poco representada.

Más de 18 años codificada como 1 (1,9 %): También tiene una representación mínima.

La mayoría de los encuestados están en los rangos de edad entre 25-34 años y 35-44 años, lo que sugiere que esta es la demografía más relevante para el estudio. Por otro lado, los otros grupos de edad (menores de 18 años, 45-54 años, 55 años o más) se representaron en proporciones mucho más pequeñas, lo que indica que el enfoque principal debería estar en los adultos jóvenes y de mediana edad (25-44 años), quienes conforman más del 90 % de la muestra total.

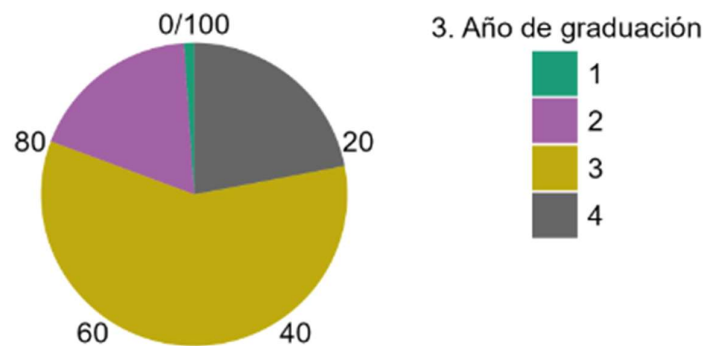
3. Año de graduación:

Tabla 3. Año de graduación

3. Año de graduación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	4	1.072	1.072	1.072
2	68	18.231	18.231	19.303
3	219	58.713	58.713	78.016
4	82	21.984	21.984	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración propia.

Figura 5. Año de graduación



Nota. Elaboración Propia.

La Figura 4 muestra la distribución del año de graduación de 373 personas. La gráfica de pastel se segmentó de la siguiente manera:

- **2011-2020 codificada como 3** (58.7 %): Es el grupo más grande, con más de la mitad de los encuestados graduados en esta década.
- **2021 o después codificada como 4** (22 %): Es el segundo grupo más grande, el cual incluye a personas que se han graduado recientemente.
- **2000-2010 codificada como 2** (18.2 %): Muestra una proporción menor, pero aún significativa.
- **Antes de 2000 codificada como 1** (1,1 %): Este incluye a las personas que se graduaron antes del año 2000, y es el grupo menos representado.

A partir de esta información, se concluyó que la mayoría de los encuestados se graduaron entre 2011 y 2020; por otro lado, hay un grupo significativo que se graduó en 2021 o después, lo que refleja una porción significativa también y que la población encuestada es relativamente joven en términos de su experiencia profesional. Finalmente, las personas que se graduaron antes del 2010 y en el 2000 forman una minoría en los encuestados.

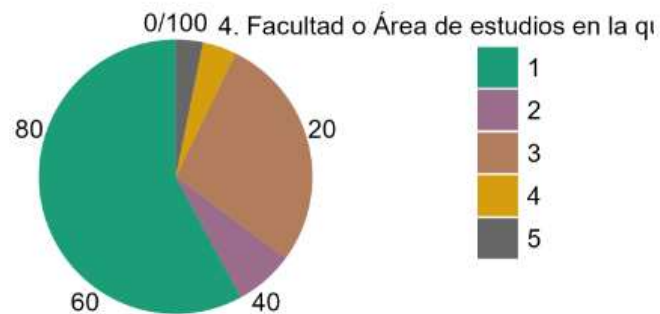
4. Facultad o área de estudios en la que se graduó:

Tabla 4. Facultad o área de estudios en la que se graduó

4. Facultad o Área de estudios en la que se graduó	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	216	57.909	57.909	57.909
2	26	6.971	6.971	64.879
3	104	27.882	27.882	92.761
4	15	4.021	4.021	96.783
5	12	3.217	3.217	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración propia.

Figura 6. Facultad o área de estudios en la que se graduó



Nota. Elaboración Propia.

La Figura 5 muestra la distribución de las áreas de estudio en las que se graduaron 373 encuestados, dividido en varias facultades o áreas académicas:

- **Ciencias de la administración codificada como 1 (57.9 %):** Constituye la mayoría de los encuestados, lo que indica que más de la mitad se graduó en carreras relacionadas con la administración.
- **Ingeniería codificada como 3 (27.9 %):** Es el segundo grupo más grande, lo que muestra una significativa representación de ingenieros.
- **Ciencias naturales y exactas codificada como 2 (7 %):** Tiene una representación menor en comparación con los dos grupos principales.

- **Salud codificada como 5** (2,9 %): Muestra un número pequeño de graduados en el área de la salud.
- **Humanidades codificadas como 4** (4 %): También tiene una representación baja.

Con relación a la información suministrada, se halló que la mayoría de los encuestados se graduaron en ciencias de la administración e ingeniería, lo que sugiere que estas son las áreas académicas más representadas entre los encuestados. Las demás áreas, como las ciencias naturales y exactas, humanidades, salud, tienen una representación mucho menor. En consecuencia, esto podría indicar que la encuesta se centró en sectores con una orientación más hacia la administración, tecnología e ingeniería, lo que puede influir en las conclusiones sobre el perfil académico y profesional de los participantes.

5. Calidad de la educación recibida:

Tabla 5. Calidad de la educación recibida

5. Calidad de la educación recibida	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	174	46.649	46.649	46.649
2	184	49.330	49.330	95.979
3	14	3.753	3.753	99.732
4	1	0.268	0.268	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración propia.

Figura 7. Calidad de la educación recibida



Nota. Elaboración Propia.

La Figura 6 muestra la percepción de 373 encuestados sobre la calidad de la educación recibida con la siguiente distribución:

- **Buena codificada como 2** (49.3 %): La mayoría de los encuestados evaluó la calidad de su educación como buena.
- **Excelente codificada como 1** (46.6 %): Casi la mitad también consideró que la educación fue excelente, lo que indica un alto nivel de satisfacción general.
- **Regular codificada como 3** (3,8 %): Una pequeña porción calificó la educación como regular.
- **Deficiente codificada como 4** (0,3 %): Casi ningún encuestado percibió su educación como deficiente.

De acuerdo con la información arrojada, se encontró que la gran mayoría de los encuestados, aproximadamente el 96 %, considera que la educación recibida fue buena o excelente, lo que refleja una percepción positiva generalizada de la calidad educativa. Solo una minoría muy pequeña la calificó como regular o deficiente, lo que sugiere que las oportunidades de mejora, aunque presentes, son limitadas y no afectan de manera significativa a la mayoría. En

consecuencia, este resultado es un indicador alentador sobre la efectividad del sistema educativo evaluado en la encuesta.

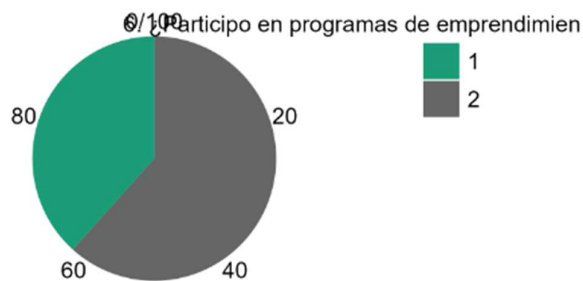
6. ¿Participó en programas de emprendimiento en la universidad?

Tabla 6. ¿Participó en programas de emprendimiento en la universidad?

6. ¿Participo en programas de emprendimiento en la universidad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	143	38.338	38.338	38.338
2	230	61.662	61.662	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración Propia.

Figura 8. ¿Participó en programas de emprendimiento en la universidad?



Nota. Elaboración Propia.

La Figura 7 muestra la respuesta de 373 encuestados en programas de emprendimiento en la universidad, con los siguientes resultados:

- **No codificado como 2** (61.7 %): La mayoría de los encuestados no participó en programas de emprendimiento.
- **Sí codificado como 1** (38.3 %): Un porcentaje considerable participó en estos programas, pero sigue siendo la minoría.

Al analizar este gráfico, se puede concluir que la mayoría de los encuestados (61.8 %) no ha participado en programas de emprendimiento en la universidad,

lo que sugiere una baja participación en estas iniciativas. En ese sentido, esto podría indicar una falta de interés, disponibilidad o conocimiento de estos programas entre los estudiantes. Por otro lado, el 38.2 % que sí participó representó una base significativa que puede haber aprovechado estos recursos, pero aún hay margen de mejora en términos de difusión y accesibilidad de estas oportunidades. Para fomentar el espíritu emprendedor, la universidad podría enfocarse en aumentar la visibilidad y el atractivo de sus programas de emprendimiento.

7. Utilidad de los recursos proporcionados por la universidad para su desarrollo profesional:

Las gráficas muestran la utilidad percibida de los recursos proporcionados por la universidad en cuestión para el desarrollo profesional de 373 encuestados, evaluados en una escala del 1 (Nada útil) al 5 (Muy útil). Asimismo, los recursos evaluados incluyen cursos de emprendimiento, talleres de habilidades blandas, mentoría y orientación, programas de incubadoras/aceleradoras y redes de contactos.

Tabla 7. Cursos de emprendimiento

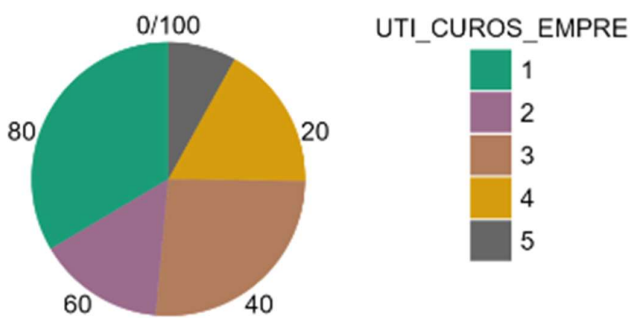
Cursos de emprendimiento	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	125	33.512	33.512	33.512
2	56	15.013	15.013	48.525
3	98	26.273	26.273	74.799
4	64	17.158	17.158	91.957
5	30	8.043	8.043	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración propia.

Figura 9. Cursos de emprendimiento

Gráficos circulares

UTI_CUROS_EMPRE

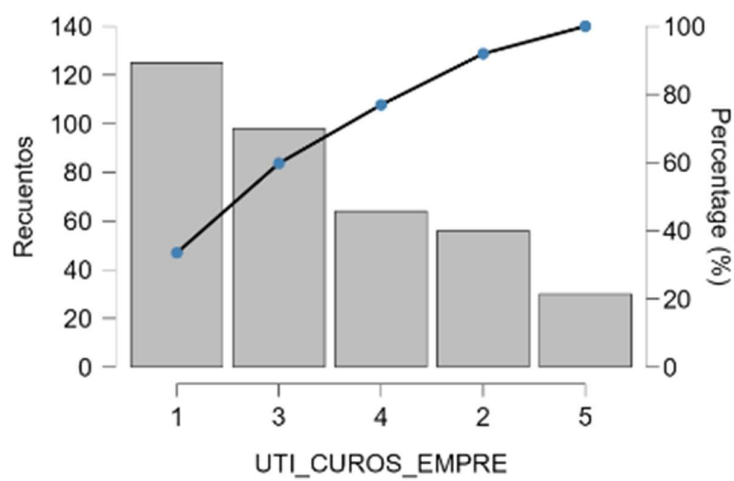


Nota. Elaboración propia.

Figura 10. Gráfico de parte

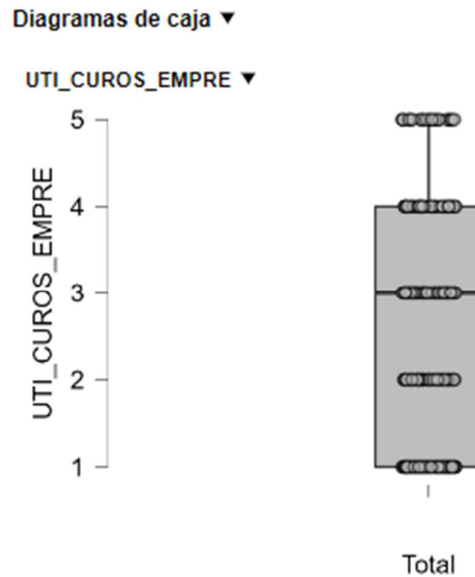
Gráficos de Pareto ▾

UTI_CUROS_EMPRE



Nota. Elaboración propia.

Figura 11. Diagrama de caja



Nota. Elaboración propia.

Sobre esto, la mayoría los consideró "Nada útil" (1) o "Moderadamente útil" (3).

- 1. Cursos de emprendimiento:** La mayoría de las respuestas están concentradas en el nivel 1 (Nada útil), las cuales se distribuyeron en 2 y 3; es decir, en poco útil y moderadamente útil.

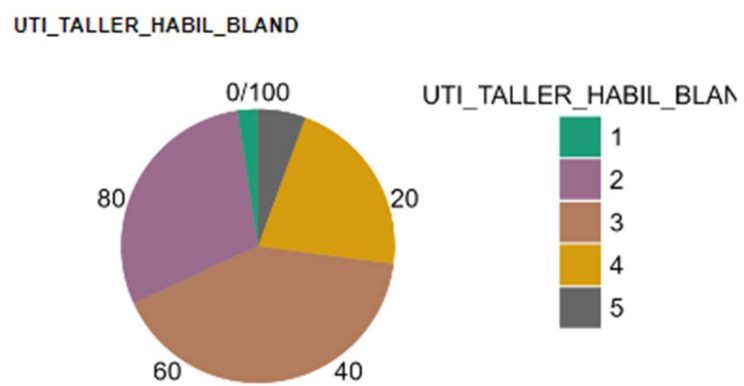
TALLERES DE HABILIDADES BLANDAS

Tabla 8. Frecuencia para habilidades blandas

Habilidades blandas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	9	2.413	2.413	2.413
2	110	29.491	29.491	31.903
3	153	41.019	41.019	72.922
4	80	21.448	21.448	94.370
5	21	5.630	5.630	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

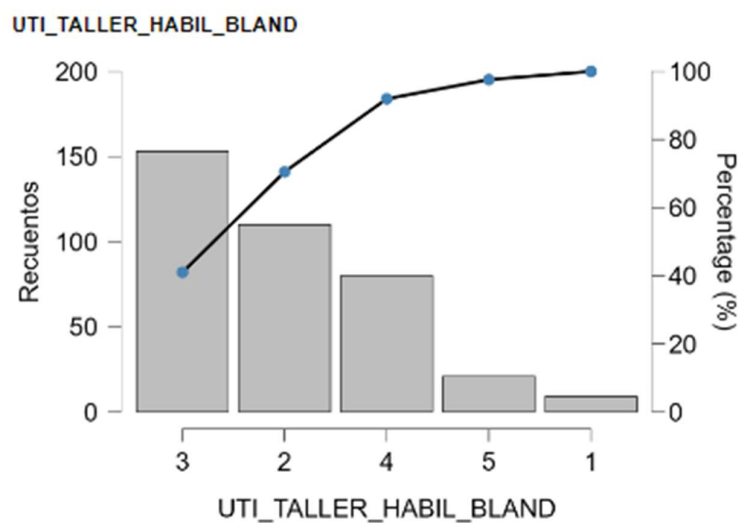
Nota. Elaboración propia.

Figura 12. Taller habilidades blandas



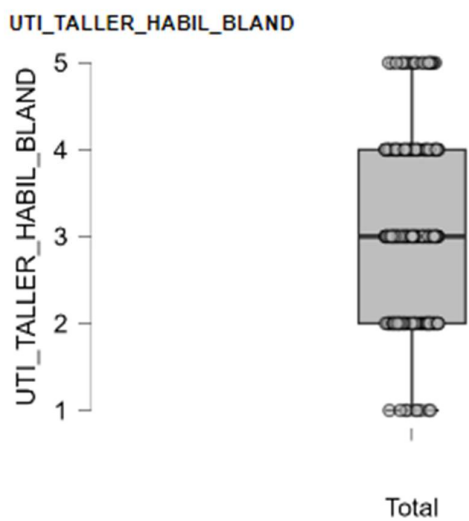
Nota. Elaboración propia.

Figura 13. Taller habilidades blandas



Nota. Elaboración propia.

Figura 14.



Nota. Elaboración propia.

En este punto, hay una valoración más positiva, debido a que la mayoría lo consideró "Moderadamente útil" (3) o "Útil" (4).

2. **Talleres de habilidades blandas:** La mayoría califica este recurso con un 4 (Útil). Asimismo, un número significativo lo considera moderadamente útil (3).

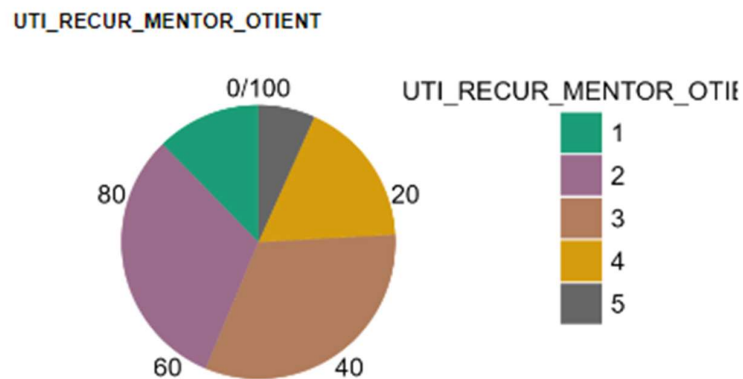
MENTORÍA Y ORIENTACIÓN

Tabla 9. Frecuencias para la mentoría y la orientación

Mentoría y orientación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	46	12.332	12.332	12.332
2	117	31.367	31.367	43.700
3	120	32.172	32.172	75.871
4	65	17.426	17.426	93.298
5	25	6.702	6.702	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

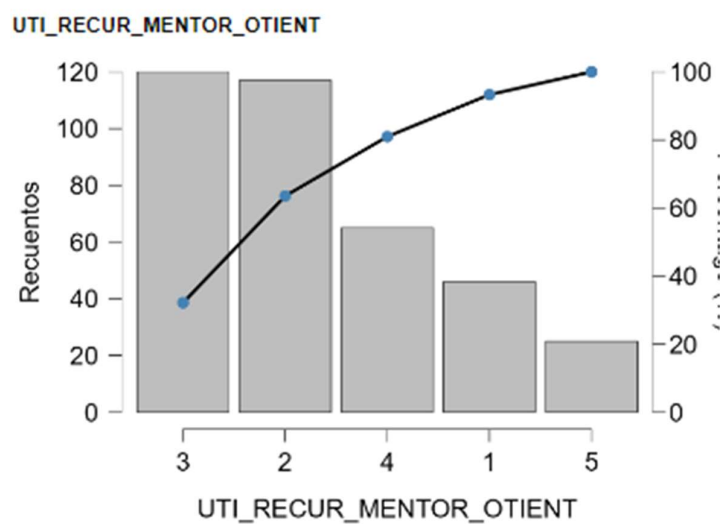
Nota. Elaboración propia.

Figura 15. Recursos mentoría y orientación



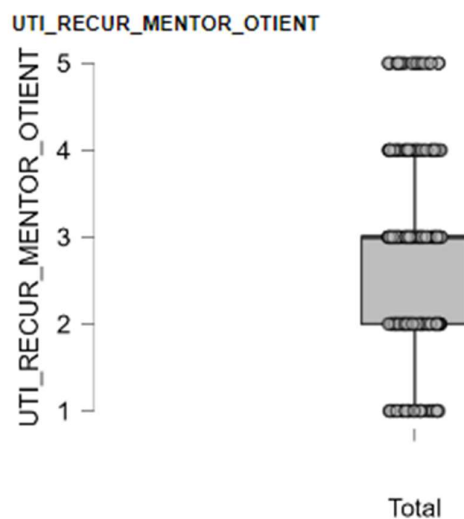
Nota. Elaboración propia.

Figura 16. Recursos de mentoría y orientación



Nota. Elaboración propia.

Figura 17. Recursos de mentoría y orientación



Nota. Elaboración Propia.

Al respecto, se halló que hay una distribución más uniforme, con una ligera inclinación hacia "Poco útil" (2) y "Moderadamente útil" (3).

3. Mentoría y orientación: La mayoría lo calificó como moderadamente útil (3), con una cantidad considerable que también lo ve como útil (4). Este recurso tiene una distribución balanceada en la percepción.

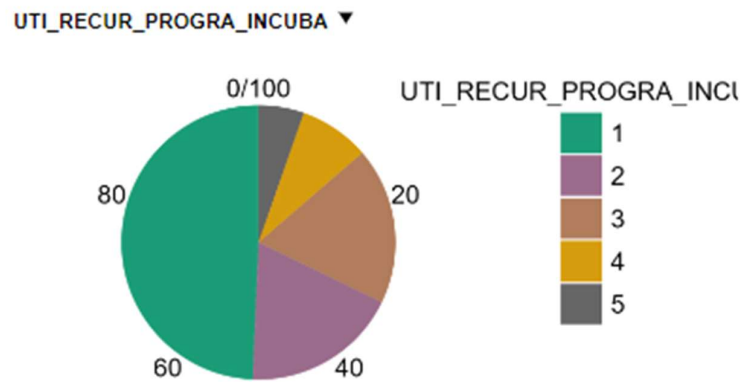
PROGRAMAS DE INCUBADORAS/ACELERADORAS

Tabla 10. Frecuencias para programas de incubadoras/aceleradoras

Programas de incubadoras/aceleradoras	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	184	49.330	49.330	49.330
2	69	18.499	18.499	67.828
3	69	18.499	18.499	86.327
4	31	8.311	8.311	94.638
5	20	5.362	5.362	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

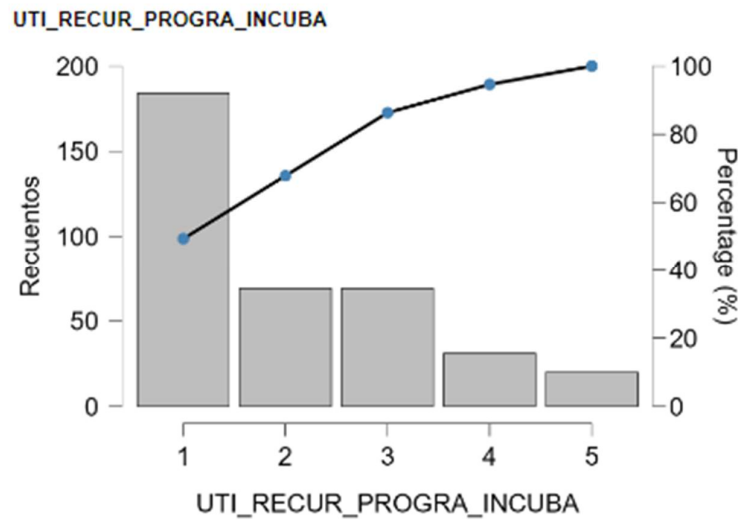
Nota. Elaboración propia.

Figura 18. Recurso de programas de incubadoras/aceleradoras



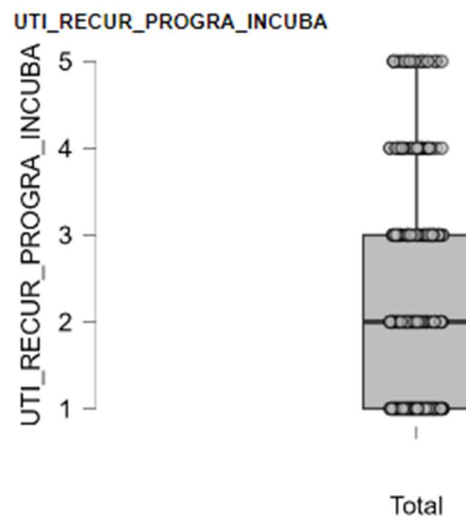
Nota. Elaboración propia.

Figura 19. Recurso de programas de incubadoras/aceleradoras



Nota. Elaboración propia.

Figura 20. Recurso de programas de incubadoras/aceleradoras



Nota. Elaboración Propia.

4. **Programas de incubadoras/aceleradoras:** La mayor cantidad de encuestados lo califica como nada útil (1), mientras otros lo ven como útil (4). Hay una clara diferencia de utilidad percibida de este recurso.

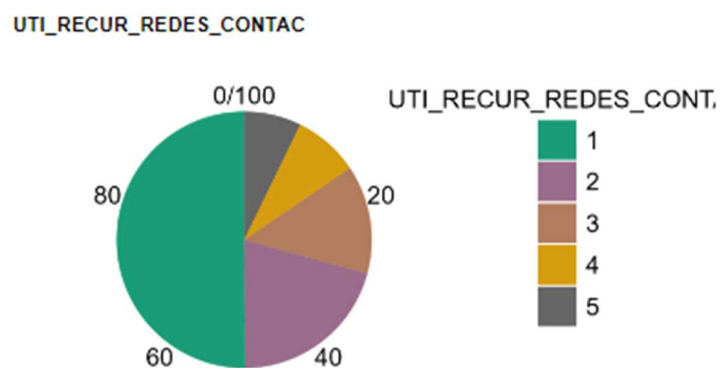
REDES DE CONTACTO Y *NETWORKING*

Tabla 11. Frecuencias para redes de contacto y *networking*

Redes de contacto y networking	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	187	50.134	50.134	50.134
2	77	20.643	20.643	70.777
3	51	13.673	13.673	84.450
4	31	8.311	8.311	92.761
5	27	7.239	7.239	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

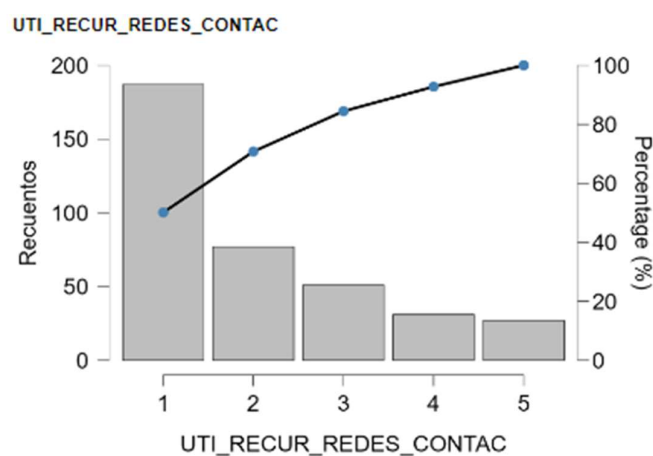
Nota. Elaboración propia.

Figura 21. Recurso redes de contacto y *networking*



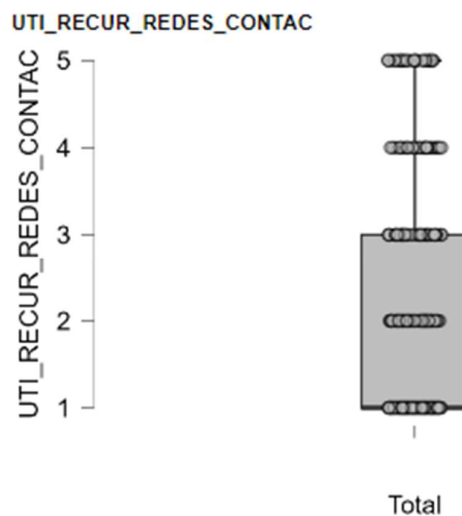
Nota. Elaboración propia.

Figura 22. Recurso redes de contacto y *networking*



Nota. Elaboración propia.

Figura 23. Recurso redes de contacto y *networking*



Nota. Elaboración propia.

Similar a los programas de incubadoras, la mayoría lo consideró "Nada útil" (1), aunque hay una distribución más uniforme entre las otras valoraciones.

5. Redes de contactos y *networking*: La percepción de este recurso es similar a los programas de incubación, puesto que se evidenció una polarización, con una mayor calificación de este recurso como "Nada útil" (1), pero también un grupo considerable lo ve como muy útil (5).

Los talleres de habilidades blandas, la mentoría y orientación se perciben como los recursos más útiles por los encuestados. Por otro lado, los cursos de emprendimiento, los programas de incubación/aceleración y las redes de

contactos tienden a evaluarse como menos útiles por una gran proporción de encuestados, con una percepción más dividida entre quienes los ven útiles y quienes los consideran poco útiles.

Como resultado, esto indica que la universidad podría enfocarse en mejorar la calidad y accesibilidad de los recursos relacionados con el emprendimiento y las redes de contacto, debido a que parecen tener un impacto menor en el desarrollo profesional de los estudiantes según la percepción general.

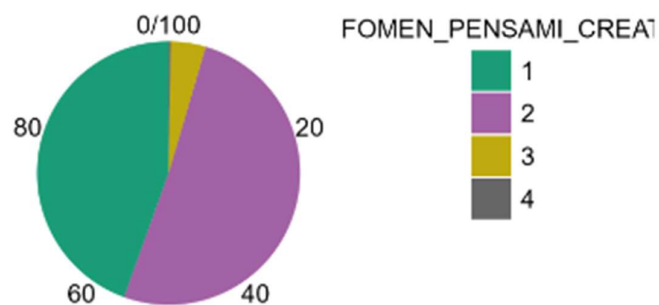
6. ¿La universidad fomenta el pensamiento crítico y la creatividad en su formación?

Tabla 12. Frecuencias para FOMEN_PENSAMI_CREAT

FOMEN_PENSAMI_CREAT	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	166	44.504	44.504	44.504
2	190	50.938	50.938	95.442
3	16	4.290	4.290	99.732
4	1	0.268	0.268	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

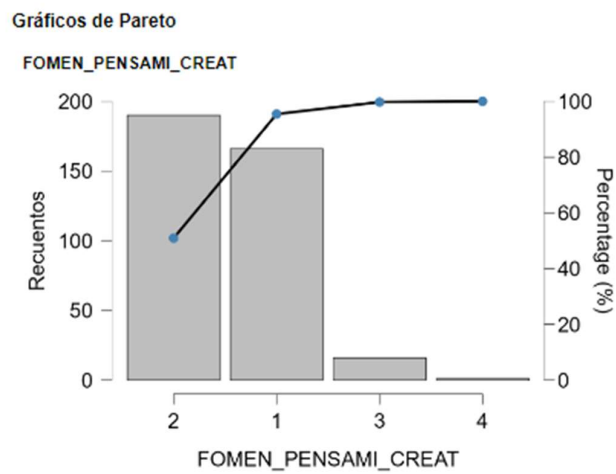
Nota. Elaboración propia.

Figura 24. FOMEN_PENSAMI_CREAT



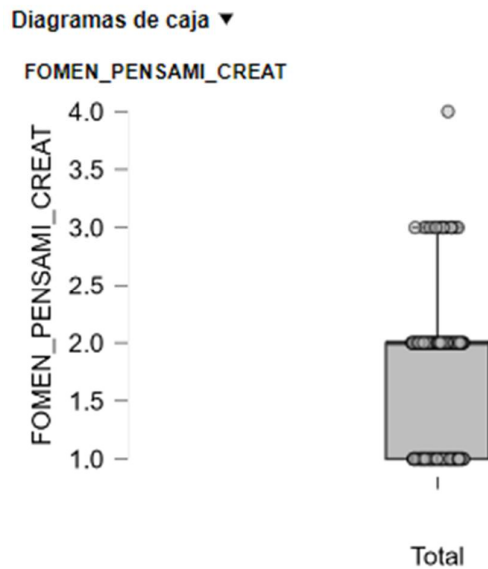
Nota. Elaboración propia.

Figura 25. FOMEN_PENSAMI_CREAT



Nota. Elaboración propia.

Figura 26. FOMEN_PENSAMI_CREAT



Nota. Elaboración propia.

Por otro lado, la Figura 24 muestra las respuestas de 373 encuestados en torno a si la universidad fomenta el pensamiento crítico y la creatividad en su formación.

- **Sí, en gran medida codificado como 1** (44.5 %): Una parte importante de los encuestados considera que la universidad promovió estas habilidades de manera significativa.
- **Sí, en cierta medida codificado como 2** (50.9 %): La mayoría de los encuestados percibió que la universidad fomentó el pensamiento crítico y la creatividad, aunque no de forma plena.
- **No, mucho codificado como 3** (4,3 %): Un grupo reducido considera que la universidad no promueve suficientemente estas competencias.
- **No, en absoluto codificado como 4** (0,3 %): Apenas una pequeña fracción siente que no hubo ningún esfuerzo en este aspecto.

De acuerdo con lo hallado, aunque gran parte de los encuestados (95.4 %) consideró que la universidad fomenta el pensamiento crítico y la creatividad en alguna medida, solo el 44.5 % estimó que esto se hace de manera sobresaliente.

Por lo tanto, esto sugiere que, aunque se reconocen los esfuerzos, existe margen para mejorar en la integración de estas competencias clave en la formación académica.

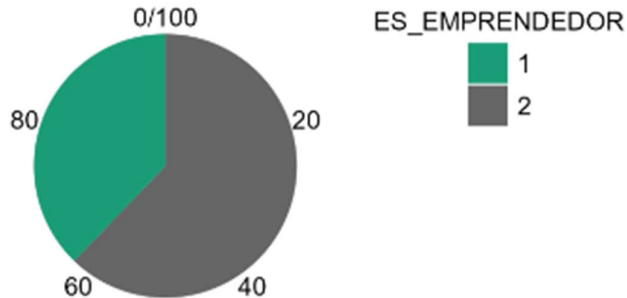
7. ¿Se considera emprendedor? o ¿actualmente, es emprendedor?

Tabla 13. Frecuencias para ES_EMPRENDEDOR

ES_EMPRENDEDOR	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	141	37.802	37.802	37.802
2	232	62.198	62.198	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración propia.

Figura 27. ES_EMPRENDEDOR



Nota. Elaboración propia.

La Figura 26 muestra la respuesta de 373 encuestados acerca de la pregunta: ¿Se considera emprendedor? o ¿actualmente, es emprendedor?

- **No, codificado como 2 (62,2 %):** Una parte importante de los encuestados contestó que no se considera o no son emprendedores.

- **Sí, codificado como 1 (37,8 %):** Un porcentaje más bajo de encuestados contestó que sí se considera o son emprendedores, lo que indica que una minoría relevante ha incursionado o tiene interés en el emprendimiento.

Por consiguiente, estos resultados sugieren que, aunque hay una proporción considerable de personas que se identifican como emprendedores, el emprendimiento no parece ser una actividad dominante entre la mayoría de los encuestados. Por tal razón, esto podría reflejar una falta de interés o de recursos para emprender, lo cual podría orientar esfuerzos hacia la fomentación de más programas de apoyo o formación en este campo dentro de la universidad en cuestión.

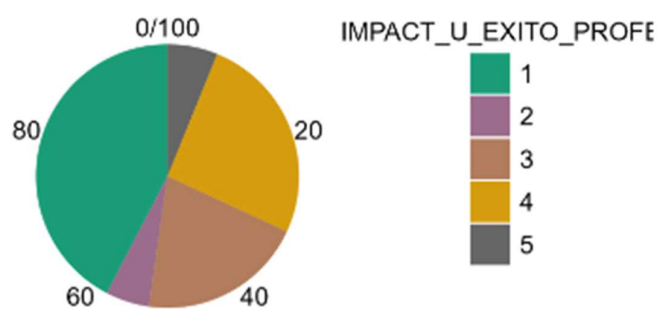
- 8. Impacto de la universidad en su éxito como emprendedor/a: (1 = Sin impacto, 2=Bajo impacto, 3=Impacto moderado, 4=Alto impacto, 5 = Gran impacto)**

Tabla 14. Frecuencias para IMPACT_U_EXITO_PROFE

IMPACT_U_EXITO_PROFE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	158	42.359	42.359	42.359
2	20	5.362	5.362	47.721
3	76	20.375	20.375	68.097
4	96	25.737	25.737	93.834
5	23	6.166	6.166	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

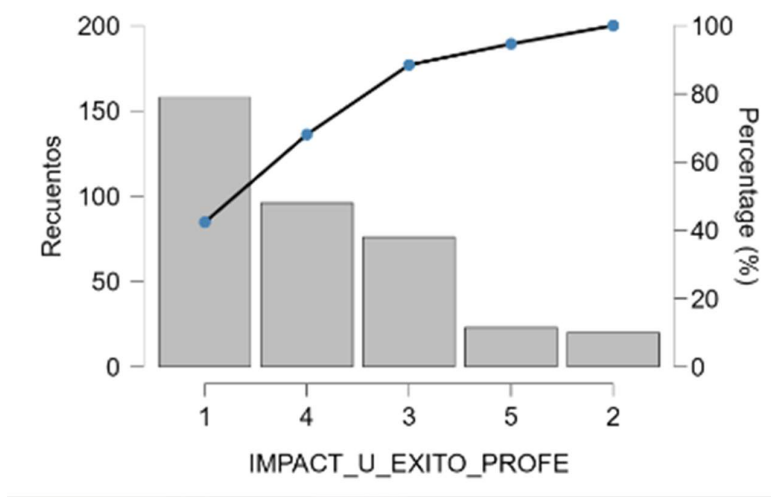
Nota. Elaboración propia.

Figura 28. IMPACT_U_EXITO_PROFE



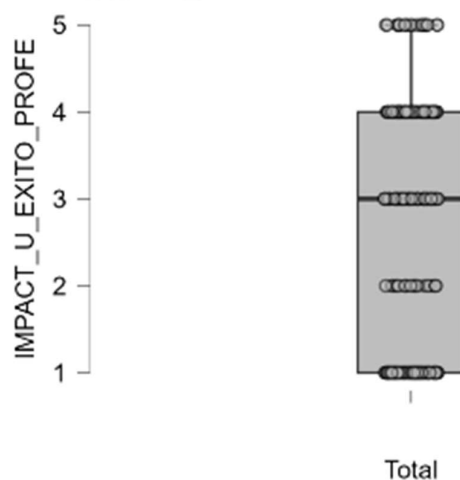
Nota. Elaboración propia.

Figura 29. IMPACT_U_EXITO_PROFE



Nota. Elaboración propia.

Figura 30. IMPACT_U_EXITO_PROFE



Nota. Elaboración propia.

Adicionalmente, la Figura 29 expone la percepción de 373 encuestados sobre el impacto que tiene la universidad en el éxito como emprendedor.

- **Sin impacto (42.4 %):** La mayor parte de los encuestados (42.4 %) indicó que la universidad no ha tenido ninguna influencia en su éxito como emprendedor, lo que sugiere que muchos no perciben una conexión directa entre su formación universitaria y su emprendimiento.
- **Alto impacto (25.7 %)** Un grupo significativo (25.7 %) estimó que la universidad ha jugado un papel importante en su éxito como emprendedores, lo que muestra que, para algunos, los recursos y formación universitaria han sido valiosos.
- **Impacto moderado (20.4 %):** El 20.4 % de los encuestados consideró que la universidad ha tenido un impacto moderado, lo que señala que su experiencia académica tuvo cierto efecto, pero no determinante.
- **Gran impacto (6.2 %):** Solo el 6.2 % de los encuestados atribuye un gran impacto a la universidad en su éxito emprendedor, lo que indica que pocos consideran la institución como un factor clave en este ámbito.

- **Bajo impacto (5.4 %):** Una minoría (5.4 %) opinó que la universidad ha tenido un impacto bajo, al mostrar una ligera influencia, pero no muy significativa.

A modo general, se concluyó que la percepción permite indicar que la universidad no ha tenido un impacto relevante en el éxito emprendedor de la mayoría de los encuestados. Sin embargo, alrededor de un 25.7 % reconoció un alto impacto, lo que sugiere que la universidad ha sido útil para una parte considerable.

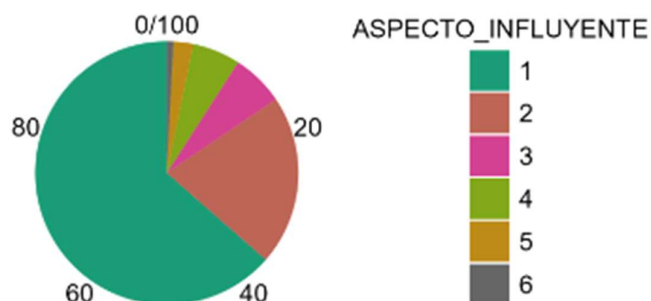
9. Aspecto de la formación universitaria que más influyó en su éxito profesional:

Figura 31. Frecuencias para ASPECTO_INFLUYENTE

ASPECTO_INFLUYENTE	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	237	63.539	63.539	63.539
2	78	20.912	20.912	84.450
3	24	6.434	6.434	90.885
4	22	5.898	5.898	96.783
5	9	2.413	2.413	99.196
6	3	0.804	0.804	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración propia.

Figura 32. ASPECTO_INFLUYENTE



Nota. Elaboración propia.

Los resultados indicaron que la mayoría de los encuestados considera que la formación académica ha sido el factor más influyente en su éxito profesional:

- **Formación académica codificado como 1 (63.5 %):** La formación académica es el aspecto que la mayoría de los encuestados señala como clave en su éxito profesional, al destacar la importancia de los conocimientos teóricos y académicos adquiridos durante la universidad.
- **Experiencia práctica codificado como 2 (20.9 %):** Una parte significativa de los encuestados valora más las oportunidades prácticas que tuvieron durante su formación, como pasantías o proyectos aplicados, lo que muestra que la experiencia en el campo también es crucial.
- **Redes de contacto codificado como 3 (6.4 %):** Un pequeño porcentaje resalta el valor de las redes de contactos en el éxito profesional, aunque no es el factor predominante.
- **Mentores codificados como 4 (5.9 %):** El rol de los mentores es relevante para una minoría, lo que indica que contar con guías o profesores cercanos puede tener un impacto significativo en algunos casos.
- **Actividades extracurriculares codificado como 5 (2.4 %):** Un porcentaje reducido respondió que estas actividades han sido importantes para su éxito. En consecuencia, esto refleja una menor percepción de valor en estos programas dentro del entorno universitario.
- **Otro codificado como 6:** Un pequeño grupo menciona factores adicionales que no están contemplados en las categorías anteriores.

La formación académica sigue siendo el pilar central para el éxito profesional según la mayoría de los encuestados, aunque hay una apreciación significativa por la experiencia práctica. En ese sentido, las redes de contacto, los mentores, y las actividades extracurriculares cumplen un papel menor, pero también pueden ser factores determinantes para ciertos individuos. En suma, esto

sugiere que una formación universitaria integral, que combine teoría con práctica y relaciones interpersonales, puede ofrecer mayores ventajas para los estudiantes.

10. ¿La universidad le proporcionó las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos profesionales?

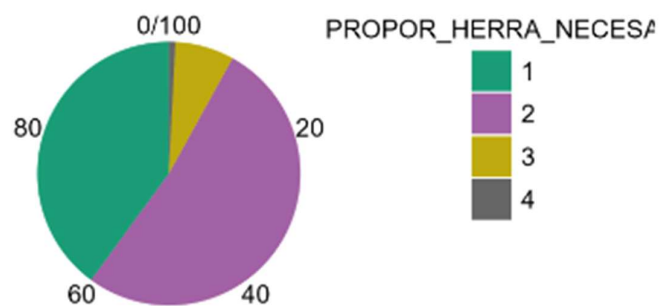
Se determinó que estas figuras reflejan la opinión de 373 encuestados sobre si la universidad les proporcionó las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos profesionales.

Tabla 15. Frecuencias para PROPOR_HERRA_NECESAR

PROPOR_HERRA_NECESAR	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	149	39.946	39.946	39.946
2	194	52.011	52.011	91.957
3	27	7.239	7.239	99.196
4	3	0.804	0.804	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

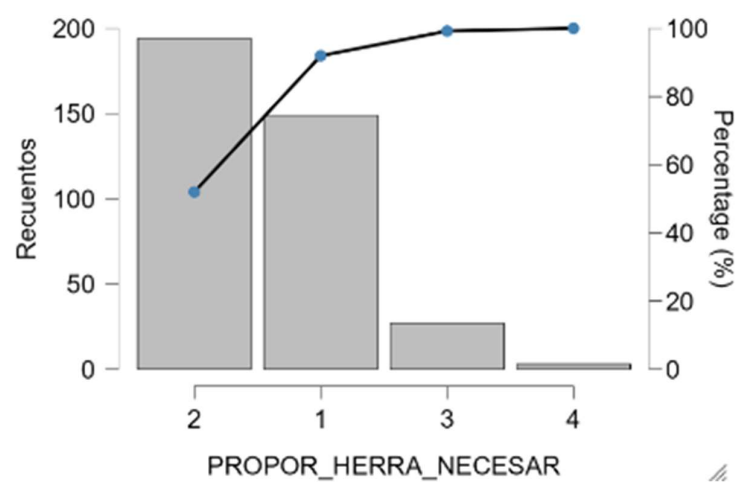
Nota. Elaboración Propia.

Figura 33. PROPOR_HERRA_NECESAR



Nota. Elaboración propia.

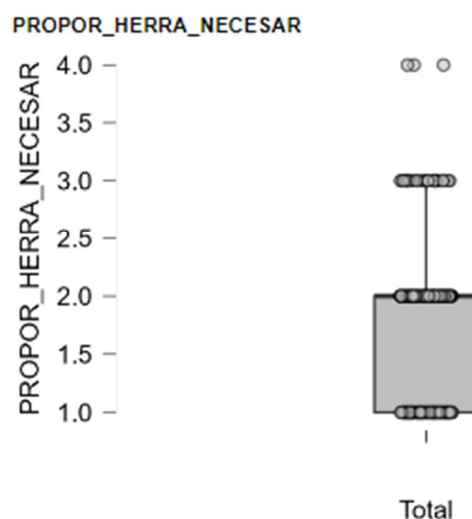
Figura 34. PROPOR_HERRA_NECESAR



Nota. Elaboración propia.

Figura 35. PROPOR_HERRA_NECESAR

Diagramas de caja



Nota. Elaboración propia.

- **Sí, en parte codificado como 2 (52 %):** Se halló que la mayoría de los encuestados consideró que recibieron solo parte de las herramientas necesarias, lo que sugiere que hubo algunas áreas donde la formación universitaria pudo haber sido insuficiente.
- **Sí, completamente codificado como 1 (39,9 %):** Un porcentaje significativo de los encuestados estimó que la universidad les brindó todas las herramientas necesarias para enfrentar sus retos profesionales.
- **No mucho, codificado como 3 (7,2 %):** Una pequeña cantidad de encuestados siente que la universidad no les dio muchas de las herramientas necesarias.
- **No en absoluto, codificado como 4 (0,8 %):** Un número muy reducido de personas no indicó que la universidad haya sido útil en este aspecto.
- Aunque el 39 % de los encuestados percibe que la universidad fue completamente efectiva en proveerles herramientas profesionales, la mayoría, esto es, el 52 %, estimó que la universidad les brindó solo parte de lo necesario. Esto sugiere que, aunque la formación universitaria es

útil, hay espacio para mejorar en términos de preparación práctica y habilidades más aplicadas para el ámbito laboral.

11. ¿La universidad le preparó para identificar y aprovechar oportunidades de negocio?

De acuerdo con la pregunta, las figuras muestran los resultados de una encuesta con 373 respuestas sobre si la universidad preparó a los encuestados para identificar y aprovechar oportunidades de negocio.

Tabla 16. Frecuencias para U_PREPARO_NEGOCIOS

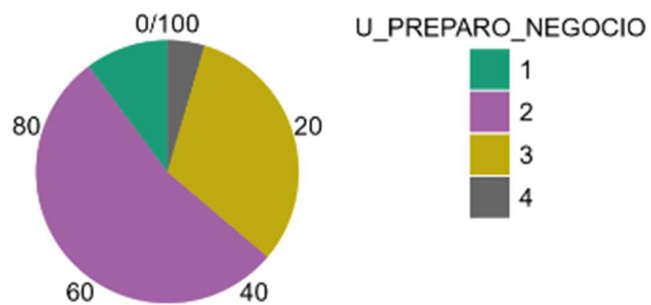
U_PREPARO_NEGOCIO	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
1	38	10.188	10.188	10.188
2	200	53.619	53.619	63.807
3	118	31.635	31.635	95.442
4	17	4.558	4.558	100.000
Ausente	0	0.000		
Total	373	100.000		

Nota. Elaboración propia.

Figura 36. U_PREPARO_NEGOCIOS

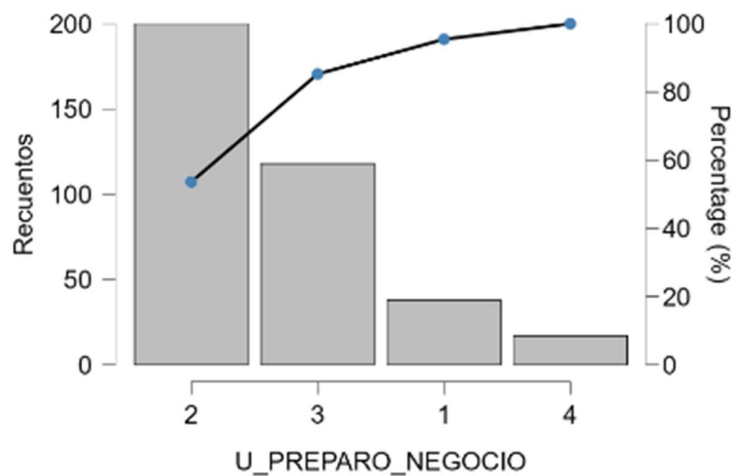
Gráficos circulares

U_PREPARO_NEGOCIO



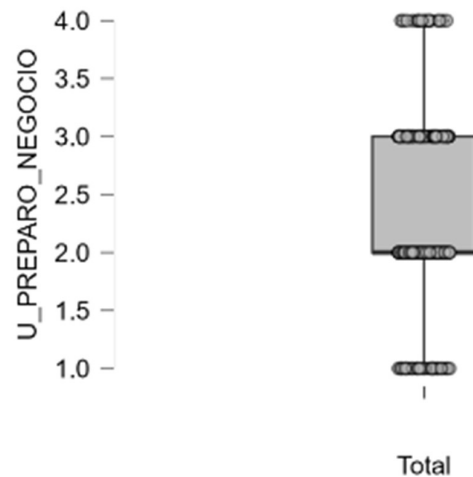
Nota. Elaboración propia.

Figura 37. U_PREPARO_NEGOCIOS



Nota. Elaboración propia.

Figura 38. U_PREPARO_NEGOCIOS



Nota. Elaboración propia.

- **Sí, en cierta medida codificado como 2 (53,6 %):** La mayor parte de los encuestados estimó que la universidad los preparó "en cierta medida" para identificar y aprovechar oportunidades de negocio.
- **No mucho, codificado como 3 (31.6 %):** Una cantidad significativa de los encuestados percibió que no recibieron "mucho" preparación, lo cual indica una preocupación significativa sobre la falta de preparación.
- **Sí, en gran medida, codificado como 1 (10,2 %):** Solo un 10 % de los encuestados consideró que la preparación fue "en gran medida", lo que refleja que muy pocos se sienten completamente satisfechos con su preparación universitaria en esta competencia específica.
- **No en absoluto, codificado como 4 (4,6 %):** Una pequeña parte estimó que "no en absoluto". Es un porcentaje menor, pero que igualmente subraya una oportunidad de mejora.

- Aunque más de la mitad de los encuestados consideró que la universidad los ayudó en cierta medida, una parte considerable siente que la preparación fue insuficiente o escasa.

12. ¿Qué mejoraría en la formación universitaria para apoyar mejor a futuros emprendedores?

Al analizar las opiniones sobre cómo fortalecer la educación universitaria para apoyar a futuros emprendedores, la sugerencia más prominente y recurrente de los estudiantes consistió en la implementación de un enfoque más práctico en la educación, especialmente a través de "cursos y talleres sobre emprendimiento" que se complementan con "asesorías y mentorías" por parte de empresarios experimentados. De igual modo, se resaltó la importancia de "experiencia práctica" mediante "simulaciones empresariales" y "laboratorios de emprendimiento", mediante los cuales puedan aplicar lo aprendido en escenarios que simulan la realidad del mundo empresarial. Además, se enfatizó la necesidad de "apoyo financiero" a través de "fondos o concursos" para facilitar el inicio de sus proyectos empresariales, al mencionar que estas oportunidades son cruciales para el desarrollo y éxito de futuros emprendedores.

13. ¿Qué recursos o apoyos adicionales hubiera deseado recibir de la universidad para su desarrollo profesional?

De acuerdo con lo hallado, los egresados proponen principalmente "prácticas en mi profesión" y "experiencias prácticas" para "ir teniendo experiencia laboral". Asimismo, muchos mencionaron la necesidad del "desarrollo de habilidades blandas" y "talleres que enseñen técnicas prácticas". De igual modo, requieren "*Networking* y formación financiera", así como "redes de contacto más amplias". Por otro lado, el apoyo al emprendimiento es crucial, por lo que se solicita "asesoramiento legal y contable" y "acceso a fondos o becas para desarrollar proyectos".

Adicionalmente, algunos de los encuestados solicitan "cursos sobre manejo de inteligencia artificial" y "capacitación en tecnologías emergentes". Aunado a esto,

los encuestados valoran la "mentoría personalizada" y "programas de acompañamiento y seguimiento". Muchos sugieren "simuladores de experiencias empresariales" y "laboratorios de innovación". Seguidamente, una parte de los egresados subrayó la importancia de "programas de intercambio con otras universidades o empresas". Finalmente, hay un deseo de "apoyo posterior a la graduación" y "cursos de actualización" para mantenerse al día en sus campos profesionales.

14. Comentarios adicionales o sugerencias para fortalecer la educación emprendedora en la universidad:

Teniendo en cuenta lo hallado, los egresados sugieren "implementar los proyectos de manera real para que se conviertan en emprendimientos que generen ingresos". Adicionalmente, una gran parte de los encuestados solicita "afianzar esta competencia articulándose con entidades líder en esos procesos como SENA". De igual modo, hay un énfasis en "aprovechar la experiencia de emprendedores que salieron de la diversidad, de personas en el exterior que tienen una visión diferente". Aunado a esto, algunos proponen "implementar asesorías personalizadas y constantes" y "dar a conocer los emprendimientos de los estudiantes".

Por otro lado, se mencionó la necesidad de "enfocuen mejor las asignaturas de programación e internet y la asignatura de base de datos e impartan de manera que entreguen herramientas actualizadas con lo que se requiere en el mercado laboral: manejo de Excel avanzado, Power Bi y analítica de datos". De igual modo, varios egresados solicitaron "conectar el currículo con las pasiones de los estudiantes" y "experimentar con la toma de decisiones en un ambiente controlado". También, se propone "implementar el proyecto sobre lanzamientos de productos y presentaciones ante posibles inversores" y "facilitar más talleres prácticos sobre *marketing* digital". Finalmente, algunas demandas el "seguimiento posgraduación" y "fomentar la mentalidad emprendedora en todas las carreras".

Conclusiones principales:

- La percepción general de la calidad educativa es muy positiva.
- Existe una brecha entre la formación académica y las habilidades emprendedoras.
- Los recursos enfocados en habilidades blandas y mentoría son los más valorados.
- Hay oportunidad de mejorar los programas de emprendimiento y redes de contacto.
- La formación académica sigue siendo el factor más influyente en el éxito profesional, pero hay una creciente apreciación por la experiencia práctica.

Si bien la universidad del Valle, sede Tuluá, proporciona una base sólida en términos de formación académica, podría mejorar en la preparación para el emprendimiento y en la conexión con oportunidades prácticas del mundo laboral.

4.1.2 Análisis correlacional

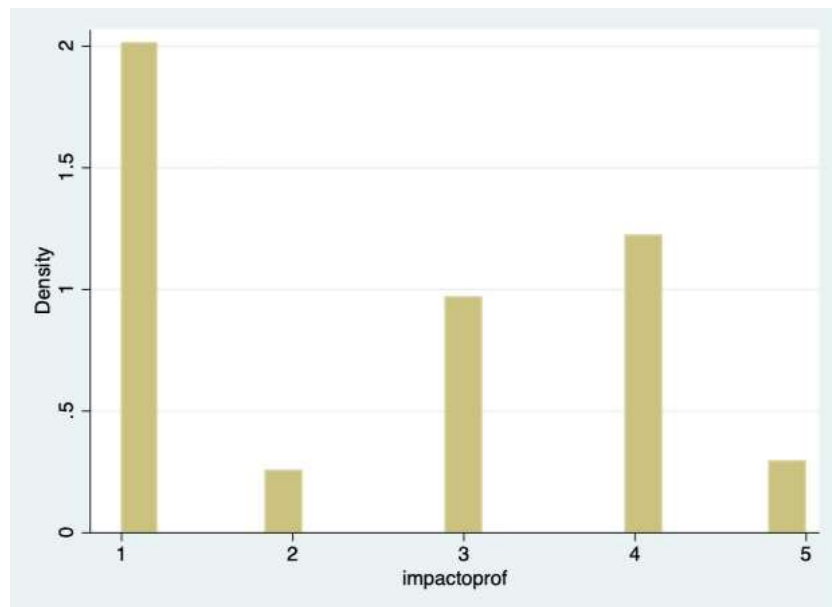
Para realizar el análisis relacional –cuyo objetivo consiste en identificar las variables que influyen en la tendencia de los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá, a convertirse en emprendedores, así como determinar qué factores están relacionados con el impacto de la universidad en su éxito emprendedor–, se utilizó el software estadístico Stata SE. Este proceso requirió seguir una serie de pasos específicos para llevar a cabo una correlación precisa y, posteriormente, realizar un análisis detallado.

Para lograr estos objetivos, se siguió una metodología rigurosa que implicó la preparación de los datos, la realización de pruebas de correlación y el análisis subsiguiente de los resultados obtenidos. Por consiguiente, este enfoque permitió obtener una visión más clara de los factores que contribuyen al espíritu emprendedor entre los graduados y cómo la universidad ha influido en su trayectoria empresarial.

Supuesto de normalidad

Las variables pasaron por un proceso para medir su supuesto de normalidad. En esa medida, se tuvo en cuenta la campana de Gauss, con el objeto de aplicar un modelo correccional simple o un modelo de regresión para analizar los datos registrados en función de la distribución de la campana de Gauss.

Figura 39. Histograma variable: impacto de la universidad en su éxito como emprendedor



Nota. Elaboración Propia.

Tras realizar la prueba de Shapiro-Wilk (P: si está por encima de 0,05, es posible señalar que se cumple con ese supuesto), se obtuvo un valor p inferior a 0.05, lo cual indica que no se puede asumir la normalidad de la distribución de los datos. Este resultado es crucial, debido a que transgrede uno de los supuestos fundamentales para la aplicación de modelos correlaciones lineales simples. Por

lo tanto, la falta de normalidad sugiere que la relación entre las variables de interés no es lineal, lo cual tiene implicaciones significativas para el análisis.

Ecuación 1.

Shapiro-Wilk W test for normal data					
Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
var1	373	0.97055	7.617	4.815	0.00000

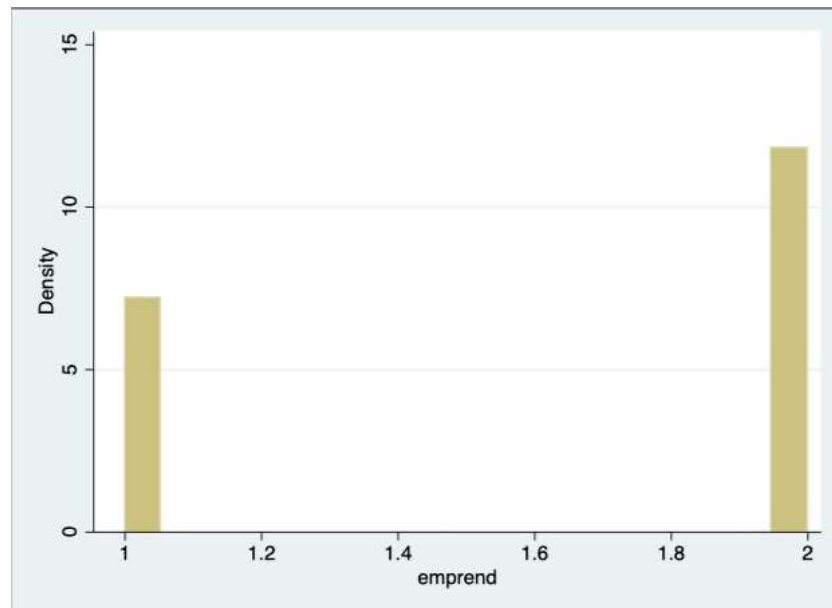
Nota. Elaboración propia.

Después de la realización de las pruebas iniciales, se evidenció la necesidad de abordar la falta de normalidad en los datos. Para resolver esta situación, se exploraron dos estrategias principales: la implementación de un modelo generalizado y la transformación logarítmica natural de la variable de interés. Posterior al análisis exhaustivo de ambos enfoques, se determinó que la aplicación del modelo generalizado era la opción más adecuada para manejar la no linealidad presente en los datos. Al respecto, es importante señalar que esta elección se fundamentó en la superior capacidad del modelo para ajustarse a los datos y capturar las complejas relaciones entre las variables estudiadas, lo que permitió superar los resultados obtenidos mediante la transformación logarítmica.

Adicionalmente, la decisión de utilizar un modelo generalizado fue crucial en el desarrollo de la investigación. Este enfoque no solo garantiza la validez de los resultados obtenidos, sino que también proporcionó una comprensión más precisa y matizada de las relaciones analizadas en el contexto específico de los egresados emprendedores de la Universidad del Valle, sede Tuluá. Esta metodología robusta permitió extraer conclusiones más confiables y relevantes para el estudio en cuestión.

Finalmente, para la variable "emprendedor", no fue necesario realizar la prueba de Shapiro-Wilk por las siguientes razones: La variable "emprendedor" es una variable categórica binaria, lo que significa que solo tiene dos posibles opciones de respuesta, por ejemplo, "Sí" o "No", o "1" y "2". Aunado a esto, las variables binarias siguen una distribución binomial por definición, lo cual se debe a que representan el resultado de un experimento de Bernoulli, mediante el cual solo hay dos posibles resultados mutuamente excluyentes. Por otro lado, no se realizó la prueba de Shapiro-Wilk para la variable "emprendedor", porque esta prueba no es aplicable ni necesaria para variables binarias debido a la naturaleza dicotómica de la variable "emprendedor", lo que implica que sigue una distribución binomial. Esto se conoce *a priori* y no requiere verificación mediante pruebas de normalidad.

Figura 40. Histograma variable: ¿Se considera emprendedor? o ¿actualmente, es emprendedor?



Nota. Elaboración propia.

Para realizar el análisis correlacional entre variables se debe de tener en cuenta lo siguiente:

- Si el valor de P es inferior a 0.1, hay un 90 % de probabilidades de que la variable X esté influyendo en la variable Y (impacto profesional)
- Si el valor de P es inferior a 0.05, hay un 95 % de probabilidades que la variable X esté influyendo en la variable Y.
- Y si el valor P es inferior a 0.01, hay un 99 % de probabilidades de que la variable X esté influyendo en la variable Y.
- Si el valor P es superior a 0.1, no es posible decir que haya una relación.

Tabla 17. Tabla de correlación entre la variable impacto de la universidad en su éxito como emprendedor

		OIM	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
impactoprof		Coef.					
genero							
2		.0688217	.114707	0.60	0.549	-.1559999	.2936434
3		.3542973	.462381	0.77	0.444	-.5519529	1.260547
4		-.0589458	.3918335	-0.15	0.880	-.8269254	.7090339
edad		-.1364616	.1052495	-1.30	0.195	-.3427468	.0698236
anogrado		-.2127498	.1034436	-2.06	0.040	-.4154956	-.010004
facultad							
2		.039902	.2278123	0.18	0.861	-.406602	.486406
3		-.4315517	.1410995	-3.06	0.002	-.7081017	-.1550017
4		.1046674	.2887857	0.36	0.717	-.4613422	.6706769
5		.3249969	.3193888	1.02	0.309	-.3009936	.9509874
calidadedu		.0336352	.0958151	0.35	0.726	-.154159	.2214294
partipempren		-.6652185	.147086	-4.52	0.000	-.9535017	-.3769353
utilidadcur		.3099896	.0744011	4.17	0.000	.1641662	.455813
utilidadtall		-.2348806	.089251	-2.63	0.008	-.4098094	-.0599517
utilidades		.0434077	.0772501	0.56	0.574	-.1079998	.1948152
utilidadincu		.3527456	.0750397	4.70	0.000	.2056705	.4998208
utilidadredes		.0443456	.0653699	0.68	0.498	-.083777	.1724683
aspectos influye							
2		-.2442688	.1393756	-1.75	0.080	-.51744	.0289023
3		.3075987	.2357804	1.30	0.192	-.1545224	.7697199
4		.0136296	.2463141	0.06	0.956	-.4691372	.4963964
5		-.007864	.3743643	-0.02	0.983	-.7416045	.7258765
6		-.6310568	.6049531	-1.04	0.297	-1.816743	.5546295
_cons		3.591922	.6448359	5.57	0.000	2.328066	4.855777

Nota. Elaboración Propia.

Este análisis estudia cómo diferentes variables afectan el impacto profesional percibido

Impacto del año de grado en el desarrollo profesional

El coeficiente para el año de grado fue de -2127498, lo que indica que esto influye de manera negativa en el desarrollo profesional percibido por los graduados. Es decir, cuanto más reciente sea el año de graduación, menor es la percepción del impacto positivo de la universidad en su desarrollo profesional. Este efecto es estadísticamente significativo con un valor P de 0.040, lo que asegura que existe un 95 % de probabilidad de que esta relación sea real y no debida al azar

Una posible explicación consiste en que los graduados recientes han entrado en un mercado laboral más competitivo, en el cual es más difícil destacar en comparación con graduados de años anteriores. En consecuencia, los cambios en las dinámicas socioeconómicas implican que conseguir un empleo relacionado directamente con lo estudiado sea más complicado. Cabe señalar que anteriormente había menos universidades y graduados, lo que facilitaba la inserción laboral. Además, los graduados más recientes aún no han tenido tiempo suficiente para establecerse plenamente en su vida profesional. De tal modo, esto podría influir en su percepción actual del impacto de la universidad, percepción que tal vez cambie a medida que avancen en sus carreras.

Impacto de la facultad en el desarrollo profesional

Las personas clasificadas en la Facultad de Ingeniería son las que perciben que la universidad tuvo menos impacto en su desarrollo profesional. Por lo tanto, no hay diferencias entre lo que perciben las personas de la Facultad de Administración y Contaduría, facultad 2, 4 y 5, pero los graduados de ingeniería tienen una percepción negativa sobre el impacto de la universidad en el desarrollo profesional. De tal modo, se podría inferir que las personas de estas

carreras son más exigentes y esperan algo más de la universidad o que hubieran querido un mayor enfoque sobre emprendimiento en sus carreras.

Participación en emprendimientos

La participación en actividades de emprendimiento tiene un efecto negativo y estadísticamente significativo en el desarrollo profesional percibido, con un coeficiente de negativo y un valor P de 0.000 (resultados). Esto sugiere que las personas que participaron en estos talleres o ferias de emprendimiento consideran que el impacto en su desarrollo profesional ha sido mínimo. Ahora bien, esto podría deberse a la falta de alineación entre las expectativas de los participantes y los resultados obtenidos en estas actividades, o porque estas no se perciben como suficientemente útiles o prácticas en sus trayectorias profesionales.

Cursos sobre emprendimiento

Por otro lado, los cursos formales de emprendimiento ofrecidos por la universidad parecen tener un impacto positivo en el desarrollo profesional. Al respecto, se tiene que el coeficiente es positivo y significativo ($P = 0.000$), lo que indica que los graduados que participaron en estos cursos perciben que su formación en emprendimiento contribuyó de manera favorable a su desarrollo (resultados).

Participación en incubadoras

En cuanto a la participación en incubadoras, se halló que esta también tiene un efecto positivo y significativo, con un coeficiente positivo y un valor P de 0.000. Como resultado, esto sugiere que los graduados que se involucraron en incubadoras valoran estas experiencias como un componente importante en su desarrollo profesional, debido quizá a la naturaleza más aplicada y práctica de estas iniciativas en comparación con otras actividades de emprendimiento. Por lo tanto, las personas que participaron en las incubadoras consideran que estas sí impactaron de manera positiva en su desarrollo profesional.

Los aspectos que influyen: Experiencia práctica, las personas perciben que la experiencia práctica es la que menos influyó en su desarrollo profesional. Entre los aspectos, el que menos influye fue la experiencia práctica. Por consiguiente, se puede afirmar que la universidad brinda poco acceso a estas experiencias y, por ende, la percepción es negativa.

Tabla 18. Tabla de correlación entre la variable: ¿Se considera emprendedor? o ¿actualmente, es emprendedor?

Modelo binomial de emprendimiento						
emprend0	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
genero						
2	-.0622002	.0435765	-1.43	0.153	-.1476087	.0232083
3	.2435522	.1756559	1.39	0.166	-.1007271	.5878314
4	-.0972669	.1488553	-0.65	0.513	-.3890179	.1944842
edad						
	-.0703987	.0399837	-1.76	0.078	-.1487653	.0079679
anogrado	-.0744207	.0392976	-1.89	0.058	-.1514426	.0026013
facultad						
2	-.0353085	.0865446	-0.41	0.683	-.2049328	.1343158
3	-.0725847	.0536029	-1.35	0.176	-.1776445	.032475
4	-.1386527	.109708	-1.26	0.206	-.3536765	.0763711
5	-.2947823	.121334	-2.43	0.015	-.5325925	-.0569721
calidadeduc						
	-.0091034	.0363996	-0.25	0.803	-.0804454	.0622385
partipempren	-.4830628	.0558771	-8.65	0.000	-.5925799	-.3735456
utilidadcur	.0262296	.0282645	0.93	0.353	-.0291679	.081627
utilidadtall	-.0242572	.033906	-0.72	0.474	-.0907117	.0421973
utilidadrec	-.0022273	.0293469	-0.08	0.940	-.0597462	.0552915
utilidadincu	.0678507	.0285072	2.38	0.017	.0119777	.1237237
utilidadredes	.0143167	.0248337	0.58	0.564	-.0343564	.0629897
aspectosinfluye						
2	-.086554	.052948	-1.63	0.102	-.1903302	.0172221
3	-.0075886	.0895716	-0.08	0.932	-.1831457	.1679686
4	-.0250919	.0935733	-0.27	0.789	-.2084923	.1583084
5	-.0988606	.1422189	-0.70	0.487	-.1798832	.3776044
6	-.1138965	.2298182	-0.50	0.620	-.5643319	.336539
_cons	1.507276	.2449695	6.15	0.000	1.027145	1.987408

Nota. Elaboración propia

Este análisis estudia cómo diferentes variables afectan si el egresado es emprendedor o se considera emprendedor

En relación con el impacto de la universidad en el emprendimiento, se observó que, a mayor edad de los graduados, menor es la percepción de dicho impacto. Es decir, los egresados de mayor edad consideran que la influencia de la universidad en su inclinación hacia el emprendimiento es mínima.

Se influye que el año de graduación tiene una relación negativa con el emprendimiento. Por lo tanto, a medida que aumenta el tiempo desde que la persona se graduó, menor es su participación en actividades emprendedoras. Algo similar ocurre en el caso de la edad, puesto que los graduados de cohortes anteriores tienden a percibir que la universidad tuvo un impacto reducido en su decisión de emprender.

Con relación a las facultades, se destacó que los graduados de las áreas de salud codificada como 5 son quienes menos emprenden, o quienes perciben que la universidad contribuyó menos en su desarrollo emprendedor. Por otro lado, la participación en eventos relacionados con el emprendimiento, como ferias, indicó una influencia negativa en la percepción del impacto. Por consiguiente, esto podría indicar que aquellos que participaron en dichas actividades no consideran que estas hayan tenido un efecto significativo en sus emprendimientos o en su deseo de emprender.

En contraste, se observó que la participación en incubadoras de negocios tiene un impacto positivo en el emprendimiento. En ese sentido, los graduados que hicieron uso de las incubadoras perciben que estas influyeron de manera significativa en su desarrollo profesional y en su crecimiento como emprendedores.

Conclusiones principales

- Mientras que los cursos formales de emprendimiento y la participación en incubadoras muestran un impacto positivo, las actividades generales como talleres y ferias parecen tener un efecto negativo en la percepción del desarrollo profesional.
- La baja percepción de la influencia de la experiencia práctica en el desarrollo profesional indica una posible brecha entre las oportunidades ofrecidas y las expectativas de los estudiantes.
- Los graduados de mayor edad tienden a percibir una menor influencia universitaria en su inclinación hacia el emprendimiento, lo que sugiere la

necesidad de programas más inclusivos y adaptados a diferentes grupos etarios.

- Los graduados del área de salud muestran la menor tendencia hacia el emprendimiento, indicando una oportunidad para fomentar habilidades emprendedoras en este sector.
- Los egresados perciben que las ferias de emprendimiento no generan mayor impacto universitario. En consecuencia, esto sugieren la necesidad de reevaluar y mejorar estos formatos.



4.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.2.1 CAPÍTULO I. Caracterización de la Universidad del Valle y su sistema de regionalización: enfoque en la Sede Tuluá

Introducción

La educación superior cumple un papel fundamental en el desarrollo socioeconómico de las regiones. En este capítulo, se centra en la caracterización del sistema de educación superior en el centro del Valle del Cauca, con especial énfasis en la Universidad del Valle, sede Tuluá, y su sistema de regionalización.

1. Contexto socioeconómico del Valle del Cauca y su región central

El Valle del Cauca es uno de los departamentos más importantes de Colombia, caracterizado por su diversidad geográfica, económica y cultural, con una población estimada de 4 622 132 habitantes en 2023 según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Asimismo, su economía diversificada abarca sectores como la agricultura, en el cual se destaca la producción de caña de azúcar, la industria manufacturera, los servicios y la agroindustria.

A pesar de su potencial económico, la región enfrenta desafíos como la desigualdad entre zonas urbanas y rurales, el desempleo juvenil, el acceso limitado a la educación superior en algunas áreas y los efectos del conflicto armado. Como contraposición, el departamento presenta oportunidades significativas para el desarrollo, incluyendo su ubicación estratégica, potencial agroindustrial, atractivos turísticos y la presencia de instituciones de educación superior como la Universidad del Valle. En este contexto socioeconómico, la educación superior juega un papel crucial en el aprovechamiento de estas oportunidades y en la superación de los desafíos regionales mediante el posicionamiento de la Universidad del Valle, a través de su sede en Tuluá y su sistema de regionalización, como un actor clave en el proceso de desarrollo del Valle del Cauca.

2. La Universidad del Valle, sede Tuluá: historia, estructura y oferta académica

La sede de la Universidad del Valle en Tuluá, establecida como parte del Programa de Regionalización iniciado en 1986, es un componente esencial del sistema de regionalización de esta institución de educación superior, al desempeñar un papel crucial en la extensión de oportunidades educativas en la región central del Valle del Cauca.

En ese sentido, al estar ubicada estratégicamente en Tuluá y conocida como el "Corazón del Valle", la sede se ha convertido en un punto focal para la educación

superior en la región, atrayendo estudiantes de municipios cercanos y zonas rurales aledañas.

3. Sistema de regionalización de la Universidad del Valle: impacto y desafíos

Su oferta académica diversa, que incluye programas como Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería de Alimentos, entre otros, se diseñó para satisfacer las necesidades educativas y profesionales específicas de la región. Para ello, se consideran sus características socioeconómicas y las demandas del mercado laboral local.

3.1 Oferta académica

Según Rueda y Sabogal (2021), la oferta académica de la sede Tuluá es diversa e incluye los siguientes programas:

- Administración de Empresas
- Contaduría Pública
- Ingeniería de Sistemas
- Ingeniería de Alimentos
- Tecnología en Electrónica
- Tecnología en Desarrollo de Software
- Trabajo Social
- Agroindustria

Esta oferta está diseñada para satisfacer las necesidades educativas y profesionales específicas de la región, al considerar sus características socioeconómicas y las demandas del mercado laboral local.

4. Sistema de regionalización de la Universidad del Valle: impacto y desafíos

4.1 Impacto:

1. Ampliación de cobertura: El sistema de regionalización de la Universidad del Valle ha transformado significativamente el panorama de la educación superior en el centro del Valle del Cauca. Desde su implementación, la sede de Tuluá ha experimentado un crecimiento exponencial, con un aumento del 300 % en la

matrícula estudiantil entre 2000 y 2020, con un alcance de 2000 estudiantes, aproximadamente.

La diversificación de la oferta académica, que pasó de 3 programas en 1995 a 15 en 2021, ha permitido atender a estudiantes de más de 15 municipios, incluyendo zonas rurales anteriormente desatendidas. Por lo tanto, con una tasa de retención del 85 %, superior al promedio nacional, la sede ha demostrado su eficacia en la formación de profesionales. Además, ha promovido la inclusión social, con un 40 % de estudiantes de estratos 1 y 2; igualmente, ha logrado la paridad de género. Como resultado, el impacto en el desarrollo regional es evidente, con un 75 % de graduados empleados localmente en el primer año. Finalmente, la inversión de más de COP 10 000 millones en infraestructura y la creación de 50 convenios con entidades locales subrayan el compromiso institucional con el progreso de la región.

2. Desarrollo regional: La implementación del sistema de regionalización de la Universidad del Valle, particularmente en la sede de Tuluá, ha sido un catalizador fundamental para el desarrollo económico y social de la región central del Valle del Cauca. Este impacto se evidencia en múltiples aspectos: la formación de profesionales altamente calificados ha enriquecido el capital humano local, debido a que ha impulsado la productividad y la innovación en diversos sectores económicos. Adicionalmente, la presencia de la universidad ha estimulado la creación de nuevos empleos, no solo directos en la institución, sino también indirectos en servicios asociados. Además, la investigación aplicada y los proyectos de extensión han abordado problemáticas específicas de la región, lo que contribuye a soluciones prácticas y mejoras en la calidad de vida de la comunidad. De igual modo, la sede universitaria también ha actuado como un polo de atracción para inversiones y ha fomentado el emprendimiento local, lo que, diversificado la economía regional, y ha jugado un papel crucial en la reducción de la migración de jóvenes talentos hacia grandes ciudades, al retener y potenciar el capital humano en beneficio del desarrollo local.

4.2 Desafíos:

El sistema de regionalización enfrenta tres desafíos críticos:

1. Sostenibilidad financiera: La inversión constante requerida para mantener y expandir el sistema es un reto significativo, especialmente en tiempos de restricciones presupuestarias.
2. Calidad educativa: Es una prioridad continua asegurar que la calidad en las sedes regionales sea equiparable a la de la sede principal en Cali.
3. Infraestructura y recursos tecnológicos: La mejora continua de la infraestructura y los recursos tecnológicos en todas las sedes es crucial para mantenerse al día con las demandas educativas modernas.
5. Programas académicos y su contribución al desarrollo regional

Teniendo en cuenta lo mencionado por Rueda y Sabogal (2021), se destaca el impacto de los programas académicos de la Universidad del Valle, sede Tuluá, en el desarrollo del centro del Valle del Cauca:

- Retención de talento local y reducción de la fuga de cerebros:

La presencia de instituciones de educación superior en la región centro del Valle del Cauca, como la Universidad del Valle en Tuluá y Buga, la Unidad Central del Valle (UCEVA) y otras, ha permitido que los jóvenes de la zona puedan acceder a formación profesional sin tener que migrar a las grandes ciudades. En consecuencia, esto ha contribuido significativamente a retener el talento local, al evitar la fuga de cerebros hacia otras regiones. "En 2018 había 17,707 estudiantes matriculados en educación superior en la región, principalmente en Buga (7,624) y Tuluá (10,083)" (Rueda y Sabogal, 2021, p. 71, Tabla 4.4), lo que demuestra el impacto en la retención de jóvenes.

- Fortalecimiento del sector productivo mediante mejoras en gestión y tecnología:

Los programas académicos ofrecidos en la región, como Administración de Empresas, Contaduría Pública e Ingenierías, han formado a profesionales capacitados para mejorar la gestión y aplicar nuevas tecnologías en las

empresas locales. Al respecto, la Tabla 5.2 muestra la alineación de estos programas con las "apuestas productivas" de la región, lo que favorece la aplicación directa de los conocimientos adquiridos en el tejido empresarial local.

- Fomento de innovación y desarrollo tecnológico:

El libro resalta la importancia de programas como Ingeniería de Sistemas y Tecnología en Desarrollo de Software, que se ofrecen en la región. Se determinó que estos programas son fundamentales para impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico local, especialmente en el sector de "TIC y Software", calificado como de alto potencial (ver Tabla 5.2). Además, se mencionó que "muchos de los trabajos de investigación realizados por los estudiantes en sus proyectos de grado, a través de los programas de semilleros de investigación, exploran [...] el desarrollo de investigaciones aplicadas en sus municipios de origen o en el sector rural" (Rueda y Sabogal, 2021, p. 90).

- Apoyo al desarrollo de infraestructura:

La oferta de programas como Tecnología en Construcción ha sido clave para formar profesionales que puedan contribuir al desarrollo de la infraestructura local. Sobre esto, la Tabla 5.2 (p. 89) indicó que este programa está alineado con el sector de "Hábitat, tecnologías y servicios ambientales (construcción)", calificado como de potencial medio.

- Promoción del emprendimiento y creación de empleo:

Las universidades de la región han fomentado el espíritu emprendedor entre los estudiantes. "La dinámica empresarial del centro del Valle del Cauca ha mantenido un ritmo creciente durante los últimos tres años, durante los cuales ha venido incrementando la inversión neta de capital productivo por encima del 20 %" (Rueda y Sabogal, 2021, p. 65), lo que sugiere un impacto positivo de la educación superior en el emprendimiento y la creación de empleo en la región.

6. Tendencias Valle del Cauca

En el Valle del Cauca, las universidades principales, como la Universidad del Valle y la Universidad Santiago de Cali, dominan la oferta de educación superior, lo que representa el 24 % y el 16.2 % de la demanda hasta el 2002, respectivamente. La demanda de servicios de educación superior creció significativamente, al pasar de 25 898 solicitudes en 1998 a 47 883 en 2002, impulsada en gran parte por la oferta de nuevas universidades privadas y programas innovadores.

Sin embargo, este crecimiento ha generado desequilibrios en la oferta y la capacidad de absorción de las instituciones. En esa medida, universidades como la Universidad del Valle y el ICESI, cuyos cupos son superados por la demanda, tienen la capacidad de seleccionar a los mejores estudiantes, pero otras instituciones privadas cuentan con cupos excedentes. Además, la falta de integración entre la educación temprana y la superior y las desigualdades entre la educación técnica y universitaria limitan el proceso de cualificación del recurso humano en la región.

El posicionamiento académico de la Universidad del Valle es notable, por lo que es la tercera universidad del país con un mayor número de programas académicos y de formación doctoral, y la segunda en cupos de posgrado (maestrías). Sin embargo, se enfrenta a desafíos críticos, como la ampliación de la cobertura, la mejora de la gestión de sus recursos y su adaptación a las políticas públicas de ciencia y tecnología para promover la innovación.

En este contexto, la internacionalización de la educación superior se ha convertido en una prioridad para Colombia. El Gobierno ha establecido estrategias para fortalecer los vínculos con América Latina y el Caribe, con el objeto de posicionar la región como un espacio de integración académica y cooperación. Por consiguiente, estos esfuerzos buscan facilitar la inserción de las universidades colombianas en el entorno internacional, al promover la movilidad académica, la investigación y la extensión, con el objetivo de mejorar la calidad y pertinencia de la educación en el país.

Por lo tanto, este análisis sugiere que, aunque la región ha visto un crecimiento en la demanda y la oferta educativa, persisten desafíos en términos de equidad, articulación entre niveles educativos y optimización de recursos, lo cual requiere una respuesta estratégica por parte de las universidades y el Gobierno para asegurar una educación superior de calidad y con impacto social



4.2.2 CAPÍTULO II. Percepción de la calidad educativa y su impacto en el desarrollo profesional y emprendedor de los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá

4.2.2.1 Hallazgos generales

Esta sección presenta un panorama general de los principales hallazgos derivados del análisis de los datos recopilados en la encuesta a los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá. En consecuencia, estos resultados ofrecen una visión integral del impacto de la formación universitaria en el éxito profesional y emprendedor de los graduados.

1. Percepción general de la calidad educativa:

Figura 41. Calidad de la educación recibida

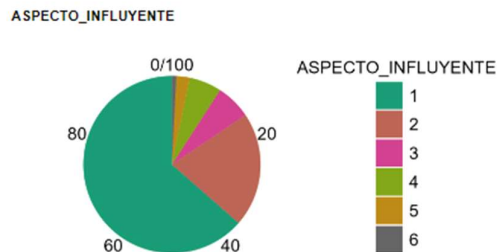


La percepción general de la calidad educativa en la Universidad del Valle, sede Tuluá, es notablemente positiva. Según los resultados de la encuesta, una abrumadora mayoría de los egresados, específicamente el 95.9 %, consideró que la educación recibida fue buena o excelente. Este alto nivel de satisfacción refleja la eficacia de los programas académicos y la calidad de la enseñanza impartida en la institución. Por otro lado, se halló que la valoración positiva abarca diversos aspectos de la experiencia educativa, desde la formación académica hasta el desarrollo de habilidades críticas y creativas. De acuerdo con lo anterior, esta percepción favorable no solo valida los esfuerzos de la universidad en mantener altos estándares educativos, sino que también sugiere que los egresados se sienten bien preparados para enfrentar los desafíos en sus respectivos campos profesionales. En tal sentido, la percepción positiva de la calidad educativa es un indicador crucial del éxito de una institución de educación

superior. Según Parasuraman et al. (1988), la calidad del servicio educativo percibida por los estudiantes es un factor determinante en la evaluación general de una institución educativa.

2. Impacto de la formación universitaria:

Figura 42. Aspecto influyente

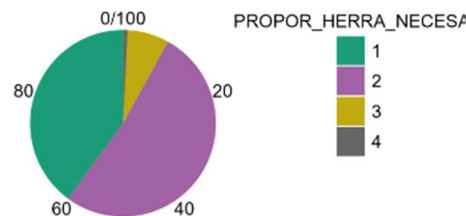


La formación universitaria emergió como un factor crucial en el éxito profesional de los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá. Según los resultados de la encuesta, una significativa mayoría del 63.5 % de los encuestados identificó la formación académica como el elemento más influyente en su trayectoria profesional. De tal modo, este dato subrayó la relevancia y efectividad de la educación impartida en la institución, al demostrar que los conocimientos y habilidades adquiridos durante los años de estudio han sido fundamentales para el desarrollo profesional de los graduados. En ese sentido, la alta valoración de la formación académica valida la calidad del currículo y la enseñanza, y refleja la alineación entre los programas educativos y las demandas del mercado laboral. En suma, este hallazgo resaltó el papel vital de la universidad en la preparación de profesionales competentes y exitosos en sus respectivos campos. Por lo tanto, este resultado está en línea con la teoría del capital humano de Becker

(1964), que postula que la educación es una inversión que aumenta la productividad y los ingresos futuros de los individuos.

3. Preparación para desafíos profesionales:

Figura 43. PROPRO_HERRA_NECESAR



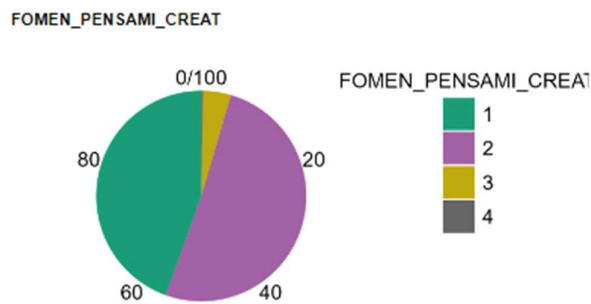
La Universidad del Valle, sede Tuluá, demuestra una notable eficacia en la preparación de sus estudiantes para los retos del mundo laboral. Según los resultados de la encuesta, un contundente 91.9 % de los egresados afirmó que la institución les proporcionó, al menos en parte, las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos profesionales. Por consiguiente, este alto porcentaje es un testimonio sólido de la pertinencia y calidad de la formación impartida. Adicionalmente, se indicó que los programas académicos no solo se centran en la teoría, sino que también desarrollan habilidades prácticas y competencias esenciales para el éxito en el mercado laboral.

Por otro lado, la percepción positiva de la gran mayoría de los egresados sugiere que la universidad está cumpliendo efectivamente su misión de formar profesionales capaces y preparados para las exigencias de sus respectivos campos. En ese sentido, este resultado resalta la alineación entre la formación académica y las necesidades reales del entorno profesional, al validar la estrategia educativa de la institución. Es importante recordar que la capacidad de una institución educativa para preparar a sus estudiantes para los desafíos

profesionales es crucial en el contexto actual de rápidos cambios tecnológicos y económicos (World Economic Forum, 2020).

4. Fomento del pensamiento crítico y la creatividad:

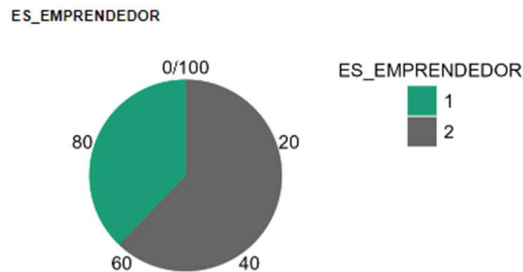
Figura 44. FOMEN_PENSAMI_CREAT



Por otro lado, la Universidad del Valle, sede Tuluá, se distingue por su firme compromiso con el desarrollo de habilidades cognitivas superiores en sus estudiantes. En la encuesta realizada para esta investigación, se reveló que el 95.4 % de los egresados afirma que la institución fomenta, en alguna medida, el pensamiento crítico y la creatividad. Este dato es sumamente significativo, debido a que estas habilidades son fundamentales no solo para el éxito académico, sino también para el desempeño profesional y el desarrollo personal a largo plazo. De tal modo, este alto porcentaje sugiere que la universidad ha implementado efectivamente metodologías de enseñanza y aprendizaje que estimulan la reflexión, el análisis y la innovación. Seguidamente, se halló que la percepción positiva casi unánime entre los egresados valida el enfoque educativo de la institución, lo que trasciende la transmisión de conocimientos, para cultivar mentes inquisitivas y creativas capaces de abordar los complejos desafíos del mundo contemporáneo. Asimismo, el pensamiento crítico y la creatividad se consideran habilidades clave para el siglo XXI según el World Economic Forum (2016), esenciales para la innovación y la resolución de problemas complejos.

5. Brecha entre formación académica y habilidades emprendedoras:

Figura 45. ES_EMPRENDEDOR



Existe una alta satisfacción con la formación académica recibida, como se evidencia en los datos anteriores. Sin embargo, se observó una percepción notablemente más baja en cuanto a la preparación para el emprendimiento. Por lo tanto, esta brecha sugiere que, mientras la universidad proporciona una sólida base de conocimientos teóricos y habilidades profesionales generales, podría haber una oportunidad de mejora en el desarrollo de competencias específicas para el emprendimiento.

Como consecuencia, esta discrepancia plantea preguntas importantes sobre el equilibrio en el currículo entre la formación académica tradicional y las habilidades prácticas necesarias para iniciar y gestionar un negocio propio. La identificación de esta brecha es crucial, debido a que el emprendimiento es cada vez más reconocido como una vía importante para el desarrollo económico y la innovación. Aunado a esto, la importancia del emprendimiento en la educación superior se ha destacado por varios autores, como Neck y Greene (2011), quienes argumentaron que las universidades deben integrar más efectivamente



4.2.3 CAPÍTULO III. Análisis del ecosistema emprendedor y factores de impacto en la formación de emprendedores en la Universidad del Valle, sede Tuluá

4.2.3.1 Hallazgos específicos

La presente sección ofrece un análisis detallado de los hallazgos más significativos de la presente investigación, debido a que proporciona una

comprensión profunda del impacto de la Universidad del Valle, sede Tuluá, en el éxito profesional y emprendedor de sus egresados. De conformidad con lo anterior, estos resultados trazan un panorama completo del ecosistema emprendedor formado por los graduados de este centro educativo.

En cuanto al perfil demográfico de los egresados, se encontró una distribución de género bastante equilibrada, con un 49.1% de hombres y un 47.2 % de mujeres, mientras que un pequeño porcentaje se identificó como otro género o prefirió no especificarlo. Aunado a esto, la mayoría de los encuestados (91.5 %) se encuentra en el rango de edad entre 25 y 44 años, lo que indica una población de graduados relativamente joven y en plena etapa productiva.

Asimismo, las áreas de estudio con mayor representación fueron Ciencias de la Administración (57.9 %) e Ingeniería (27.9 %), lo que podría influir en los patrones de emprendimiento observados. La percepción de la calidad educativa resultó ser notablemente positiva, puesto que un impresionante 95.9 % de los egresados calificó la educación recibida como buena o excelente, lo que habla muy bien de la institución. Además, el 95.4 % consideró que la universidad fomenta el pensamiento crítico y la creatividad en alguna medida, habilidades cruciales tanto para el desarrollo profesional como para el emprendimiento.

En relación con el impacto en el desarrollo profesional, los resultados son igualmente alentadores. El 63.5 % de los encuestados identificó la formación académica como el factor más influyente en su éxito profesional, lo que subraya la relevancia de la educación universitaria en sus carreras. Asimismo, el 91.9 % afirmó que la universidad les proporcionó, al menos en parte, las herramientas necesarias para enfrentar desafíos profesionales, lo que indica una buena preparación para el mundo laboral. Sin embargo, cuando se trata de emprendimiento, los resultados son más variados, debido a que solo el 38.3 % de los egresados participó en programas de emprendimiento durante su formación universitaria. Esto denota una oportunidad de mejora en la promoción y accesibilidad de estos programas. A pesar de esto, se halló que el 37.8 % de

los encuestados se considera o es actualmente emprendedor, lo que indica un interés significativo en el emprendimiento entre los graduados.

Por otro lado, la percepción del impacto de la universidad en el éxito emprendedor presenta un área de oportunidad. En ese sentido, el 42.4 % consideró que la universidad no tuvo impacto en su éxito como emprendedor, y solo el 16.4 % respondió que la universidad tuvo un alto o gran impacto en este aspecto. Por consiguiente, estos datos denotan la necesidad de fortalecer los programas de apoyo al emprendimiento y mejorar su efectividad. En cuanto a la valoración de los recursos universitarios, los talleres de habilidades blandas y la mentoría fueron los más apreciados por los egresados. En contraste, los cursos de emprendimiento, programas de incubadoras/aceleradoras y redes de contactos se evaluaron como menos útiles. Como consecuencia, esto podría indicar la necesidad de reevaluar y posiblemente rediseñar estos recursos para aumentar su relevancia y efectividad.

Adicionalmente, la preparación para identificar oportunidades de negocio muestra resultados mixtos. El 53.6 % consideró que la universidad los preparó "en cierta medida" para identificar y aprovechar oportunidades de negocio, mientras que el 31.6 % siente que no fueron preparados "mucho" en este aspecto. En suma, estos datos señalan que hay margen para mejorar en la formación de habilidades específicas para el emprendimiento.

Paralelamente, el análisis de los factores que influyen en el emprendimiento reveló algunas tendencias interesantes. Dicho esto, se identificó una relación negativa entre la edad y la propensión por emprender, lo que podría indicar que los graduados más jóvenes están más inclinados a iniciar sus propios negocios. Además, se observó que los graduados de áreas de salud son los menos propensos a iniciar negocios, lo que podría relacionarse con las características específicas de ese campo profesional. Por otro lado, la participación en incubadoras de negocios mostró tener un impacto positivo en la actividad emprendedora.

Finalmente, los egresados proporcionaron valiosas sugerencias para mejorar el apoyo al emprendimiento en la universidad. Así, entre las principales recomendaciones se encuentran: implementar un enfoque más práctico en la educación emprendedora, dar mayor énfasis a cursos y talleres sobre emprendimiento, ofrecer más oportunidades de asesorías y mentorías por parte de empresarios experimentados, así como proporcionar apoyo financiero a través de fondos o concursos para proyectos empresariales.

5 DISCUSIÓN

5.1 CONTRASTE DE RESULTADOS CON LA TEORÍA Y ESTUDIOS PREVIOS

Este análisis comparativo exploró los hallazgos del estudio de la Universidad del Valle en el contexto de otras investigaciones relevantes en América Latina y el Caribe. De acuerdo con lo anterior, se examinaron aspectos como la influencia de la formación académica en el éxito profesional, la participación en programas de emprendimiento y el desarrollo de habilidades críticas para enfrentar desafíos en el mundo laboral y empresarial.

5.1.1 Influencia de la formación académica en el éxito profesional

Los hallazgos del estudio realizado en la Universidad del Valle, sede Tuluá, revelaron que el 63.5 % de los encuestados consideró que la formación académica fue el factor más influyente en su éxito profesional. Ahora bien, este resultado se alineó con otras investigaciones en América Latina que subrayan el impacto significativo de la educación universitaria en el desarrollo profesional y la creación de emprendimientos. Por ejemplo, un estudio publicado en la *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud* encontró una influencia positiva de la educación superior en el emprendimiento juvenil en la región. Asimismo, investigaciones realizadas por el Observatorio Laboral en 2011 destacaron la importancia del desempeño académico en el éxito profesional de los graduados latinoamericanos.

Se podría afirmar que esta convergencia de resultados refuerza la idea de que la formación universitaria cumple un papel fundamental en el desarrollo de habilidades y conocimientos necesarios para el éxito en el mundo laboral y empresarial en América Latina y el Caribe. Sin embargo, es importante señalar que la magnitud de esta influencia puede variar según el contexto específico de cada país o institución educativa.

5.1.2 Participación en programas de emprendimiento

En el estudio de la Universidad del Valle, sede Tuluá, se encontró que solo el 38.3 % de los encuestados participó en programas de emprendimiento durante su etapa universitaria. Este hallazgo contrasta con algunas tendencias observadas en otras partes de América Latina y el Caribe, donde se reportó un creciente énfasis en la educación emprendedora. Como se menciona en el análisis publicado en la *Revista REDIPE* en 2020, es esencial desarrollar un modelo de emprendimiento universitario en la región.

Asimismo, investigaciones recientes como las presentadas en el Congreso Internacional de Educación y Ciencia (CIECEM), destacaron el papel crucial de las universidades en el fomento del emprendimiento y la innovación regional en América Latina y el Caribe.

Por consiguiente, esta discrepancia entre los resultados de la Universidad del Valle y las tendencias regionales podría indicar una variación en el enfoque educativo entre diferentes instituciones o países. También, podría sugerir una oportunidad de mejora en los programas de emprendimiento de la Universidad del Valle, sede Tuluá, con la finalidad de alinearse con las prácticas emergentes en la región. Sobre esto, es importante señalar que la baja participación en programas de emprendimiento no necesariamente implica una falta de interés o potencial emprendedor entre los estudiantes. En tal sentido, un estudio realizado en Costa Rica en 2019, por ejemplo, reveló un gran potencial de emprendimiento entre los estudiantes universitarios, incluso en ausencia de programas formales extensivos.

5.1.3 Desarrollo de habilidades y herramientas profesionales

El estudio de la Universidad del Valle, sede Tuluá, arrojó resultados positivos en cuanto a la percepción de los graduados sobre el desarrollo de habilidades y herramientas profesionales. En esa medida, el 91.9 % de los encuestados consideró que la universidad les proporcionó, al menos en parte, las herramientas necesarias para enfrentar desafíos profesionales. Además, el 95.4 % consideró que la universidad fomenta el pensamiento crítico y la creatividad en alguna medida.

Por tal razón, se estimó que estos hallazgos son consistentes con las tendencias observadas en otras investigaciones latinoamericanas. Por ejemplo, un estudio publicado en la *Revista de Educación y Desarrollo de América Latina*, en 2022, destacó la importancia de la educación superior en el desarrollo de competencias clave para el éxito profesional y el emprendimiento. Por consiguiente, el fomento del pensamiento crítico y la creatividad es particularmente relevante en el contexto del emprendimiento. En ese sentido, investigaciones recientes, como las presentadas en el CIECEM, subrayan la importancia de estas habilidades en la formación de emprendedores en las instituciones de educación superior de América Latina y el Caribe.

Sin embargo, es importante señalar que la mera percepción de haber adquirido estas habilidades no garantiza necesariamente su aplicación efectiva en el mundo laboral o empresarial. De acuerdo con lo anterior, se recomienda a futuros estudios explorar la correlación entre la percepción de los graduados y su desempeño real en entornos profesionales y emprendedores.

5.1.4 Brecha entre formación académica y habilidades emprendedoras

En la encuesta hecha en la universidad del valle sede Tuluá se logró identificar una brecha entre la formación académica general y las habilidades específicas para el emprendimiento. La brecha identificada sugiere que, si bien la educación universitaria proporciona una base sólida para el desarrollo profesional, puede

haber una necesidad de fortalecer los componentes específicos relacionados con el emprendimiento. Esta observación se alinea con las tendencias emergentes en América Latina y el Caribe, donde se está poniendo un énfasis creciente en la educación emprendedora.

Por ejemplo, un estudio publicado en 2023 en la revista *The Conversation* destaca la importancia de integrar el emprendimiento en las universidades de América Latina. Asimismo, investigaciones recientes en países como Costa Rica y Colombia han señalado la necesidad de desarrollar programas más robustos de educación en emprendimiento que brinden a los estudiantes una formación más práctica y orientada a la creación de empresas. La identificación de esta brecha en el estudio de la Universidad del Valle podría servir como un catalizador para el desarrollo de programas más específicos y efectivos de formación en emprendimiento, no solo en esta institución, sino también en otras universidades de la región que puedan estar enfrentando desafíos similares.

Los hallazgos coinciden en la importancia fundamental de la formación académica para el desarrollo profesional y el emprendimiento. La percepción positiva de los graduados sobre las habilidades y herramientas adquiridas durante su formación universitaria es un denominador común en la región (Barquero y Viquez, 2024).

Sin embargo, la baja participación en programas específicos de emprendimiento en la Universidad del Valle contrasta con las tendencias observadas en otros países latinoamericanos, donde se está poniendo un énfasis creciente en la educación emprendedora. Esta discrepancia, junto con la identificación de una brecha entre la formación académica general y las habilidades específicas para el emprendimiento, subrayó la necesidad de seguir adaptando y mejorando los programas universitarios.

En conclusión, mientras que la educación universitaria en América Latina y el Caribe está desempeñando un papel crucial en el desarrollo profesional y el fomento del emprendimiento, aún hay margen para mejorar y adaptar los

programas educativos con el objeto de satisfacer las demandas cambiantes del siglo XXI. Por lo tanto, se sugiere que futuras investigaciones examinen más a fondo las mejores prácticas en educación emprendedora y su implementación efectiva en diferentes contextos regionales.

1. Participación en programas de emprendimiento:

Se halló que solo el 38.3 % de los encuestados participó en programas de emprendimiento en la universidad. En tal sentido, este bajo porcentaje sugiere una oportunidad significativa de mejora en la promoción y accesibilidad de estos programas. Al respecto, la limitada participación en actividades emprendedoras es un fenómeno observado en múltiples contextos universitarios, por lo que merece un análisis más profundo.

Según un estudio realizado por Nabi et al. (2017) en el *Journal of Small Business Management*, la participación en programas de emprendimiento durante la etapa universitaria puede tener un impacto positivo y duradero en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. Sin embargo, los autores también señalaron que la efectividad de estos programas depende en gran medida de su diseño y ejecución.

Por su parte, Fayolle y Gailly (2015), en su investigación, publicada en el *Journal of Business Venturing*, encontraron que la exposición a la educación emprendedora tiene un efecto positivo en las actitudes hacia el emprendimiento, especialmente entre aquellos estudiantes que no tenían experiencia previa en este campo. En consecuencia, esto resalta la importancia de aumentar la participación en estos programas, particularmente para aquellos estudiantes que no han considerado previamente el emprendimiento como una opción de carrera.

De conformidad con lo hallado, el bajo porcentaje de participación observado en la Universidad del Valle, sede Tuluá, podría estar relacionado con varios factores. Sobre esto, Pittaway y Cope (2007), en su revisión sistemática de la literatura sobre educación emprendedora, identificaron barreras comunes que incluyen:

1. Falta de conciencia sobre los programas disponibles
2. Percepción de que el emprendimiento no es relevante para su carrera
3. Conflictos de horario con otras actividades académicas
4. Falta de incentivos claros para participar

Para abordar esta baja participación, las universidades pueden considerar estrategias que han demostrado ser efectivas en otros contextos. Por ejemplo, Rasmussen y Sørheim (2006) describieron cómo algunas universidades europeas han integrado con éxito el emprendimiento en sus currículos principales, lo que aumenta así la exposición y participación de los estudiantes.

Además, un estudio de Sieger et al. (2016), basado en el proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS), destacó la pertinencia del entorno universitario en la formación de intenciones emprendedoras. En esa medida, los autores expresaron que crear un "clima emprendedor" en la universidad, en el cual el emprendimiento sea visible y valorado, puede aumentar significativamente la participación de los estudiantes en actividades relacionadas.

En ese sentido, la baja participación observada en la Universidad del Valle, sede Tuluá, también plantea preguntas sobre la alineación entre los programas ofrecidos y las necesidades o intereses de los estudiantes. A la luz de lo expuesto, Neck y Greene (2011) argumentaron que la educación emprendedora efectiva debe ir más allá de la simple transmisión de conocimientos y enfocarse en el desarrollo de habilidades prácticas y mentalidades emprendedoras.

2. Impacto de la universidad en el éxito emprendedor:

Se halló que el 42.4 % considera que la universidad no tuvo impacto en su éxito como emprendedor, mientras que solo el 16.4 % estima que la universidad tuvo un alto o gran impacto. En efecto, estos datos indican una percepción generalmente baja del rol de la universidad en el éxito emprendedor, lo cual contrasta con estudios como el de Rasmussen y Sørheim (2006), el cual señala

que las universidades pueden desempeñar un papel crucial en el fomento del emprendimiento.

Esta discrepancia entre la percepción de los graduados y la literatura existente no es inusual en el campo de la educación emprendedora. Por tal razón, Pittaway y Cope (2007) y Nabi et al. (2017) plantearon que el impacto de la educación emprendedora universitaria puede variar significativamente dependiendo de factores como el diseño del programa, el contexto institucional y las características individuales de los estudiantes. Ahora bien, esta variabilidad se explica por la interacción compleja de elementos como la calidad y relevancia de los programas (Fayolle y Gailly, 2015), las expectativas previas de los estudiantes (Kolvereid y Moen, 1997), el contexto económico y el ecosistema emprendedor local (Autio et al., 2014), y el tiempo transcurrido desde la graduación (Lange et al., 2011).

La baja percepción del impacto universitario en el éxito emprendedor sugiere la necesidad de un enfoque multifacético para mejorar la educación emprendedora en la Universidad del Valle, sede Tuluá. Esto podría incluir un rediseño curricular basado en la práctica y la experiencia (Neck y Greene, 2011), el fortalecimiento de vínculos con el ecosistema emprendedor local (Rasmussen y Wright, 2015), la implementación de sistemas de seguimiento a largo plazo de los graduados (Matlay, 2008), así como la personalización de programas según las necesidades específicas de diferentes grupos de estudiantes y sectores económicos (Piperopoulos y Dimov, 2015). En consecuencia, este hallazgo representa tanto un desafío como una oportunidad para la institución, lo que refleja la necesidad de reevaluar y potencialmente rediseñar sus programas de emprendimiento, al considerar las mejores prácticas globales y adaptándolas al contexto local específico. Finalmente, el objetivo debería ser aumentar la percepción del impacto y mejorar el impacto real en el éxito emprendedor de sus graduados.

3. Utilidad de los recursos universitarios para el desarrollo profesional:

Los talleres de habilidades blandas y la mentoría se percibieron como los recursos más útiles, mientras que los cursos de emprendimiento, programas de incubadoras/aceleradoras y redes de contactos se evaluaron como menos útiles. En tal sentido, esta percepción diferenciada de los recursos universitarios ofrece importantes *insights* sobre las preferencias y necesidades de los estudiantes en su desarrollo profesional y emprendedor.

Adicionalmente, la alta valoración de los talleres de habilidades blandas y la mentoría se alinea con los hallazgos de Eesley y Wang (2017), quienes encontraron que el desarrollo de habilidades interpersonales y el acceso a mentores experimentados son factores críticos en el éxito emprendedor. Esto se complementa con el estudio de Souitaris et al. (2007), que destaca cómo la inspiración y el apoyo emocional, a menudo proporcionados a través de la mentoría, pueden tener un impacto significativo en las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Por otro lado, la menor utilidad percibida de los cursos de emprendimiento, programas de incubadoras/aceleradoras y redes de contactos contrasta con algunas investigaciones previas. Por ejemplo, Nabi et al. (2017) sugieren que estos elementos pueden ser cruciales para el desarrollo emprendedor. Sin embargo, esta discrepancia podría explicarse por los hallazgos de Piperopoulos y Dimov (2015), quienes argumentaron que la efectividad de los programas de emprendimiento depende en gran medida de su enfoque práctico y su alineación con las necesidades del mercado local.

La baja valoración de las redes de contactos es particularmente intrigante, dado que estudios como el de Davidsson y Honig (2003) han demostrado la importancia del capital social en el éxito emprendedor. Ahora bien, esta percepción podría indicar una oportunidad para mejorar la calidad y relevancia de las redes ofrecidas por la universidad, como sugieren Lockett et al. (2017) en su análisis de ecosistemas emprendedores universitarios. En consecuencia, estos resultados sugieren la necesidad de un enfoque holístico en la educación emprendedora, como proponen Neck y Greene (2011), que integre el desarrollo

de habilidades blandas y la mentoría con aspectos más técnicos del emprendimiento. Además, y teniendo en cuenta las recomendaciones de Fayolle y Gailly (2015), las universidades podrían beneficiarse de una evaluación continua, así como por el ajuste de sus programas, con el fin de asegurar que todos los recursos ofrecidos se perciban de forma valiosa por los estudiantes.

El objetivo debería ser capitalizar el éxito de los talleres de habilidades blandas y la mentoría, mientras se trabaja en mejorar la percepción y efectividad de otros recursos como los cursos de emprendimiento, programas de incubadoras/aceleradoras y redes de contactos. Esto podría lograrse mediante una mayor integración de estos elementos, al asegurar su relevancia práctica y alineación con las necesidades del mercado local, como sugieren Rasmussen y Wright (2015) en su análisis de ecosistemas emprendedores universitarios exitosos.

4. Preparación para identificar oportunidades de negocio:

Al respecto, se descubrió que el 53.6 % de los graduados consideró que la universidad los preparó "en cierta medida" para identificar y aprovechar oportunidades de negocio, mientras que el 31.6 % percibió que no fueron preparados "mucho" en este aspecto. A la luz de lo anterior, estos resultados revelaron una percepción moderada de la efectividad de la universidad en desarrollar esta habilidad crucial para el emprendimiento, lo que merece un análisis más profundo.

La identificación de oportunidades de negocio se considera una competencia fundamental en el emprendimiento, como lo señalan Shane y Venkataraman (2000) en su trabajo seminal. Por lo tanto, el hecho de que más de la mitad de los graduados perciban una preparación moderada en esta área sugiere que la universidad ha logrado cierto éxito. Empero, también indica un margen significativo de mejora. Esta percepción moderada podría explicarse por los hallazgos de Corbett (2007), quien argumentó que la identificación de oportunidades es un proceso complejo que involucra tanto conocimientos como

habilidades cognitivas, y que su desarrollo requiere métodos de enseñanza específicos. En este sentido, DeTienne y Chandler (2004) propusieron que las técnicas de generación de ideas y el entrenamiento en reconocimiento de patrones pueden mejorar significativamente la capacidad de los estudiantes para identificar oportunidades.

Por otro lado, el porcentaje significativo (31.6 %) que no se siente muy preparado en este aspecto podría reflejar lo que Neck y Greene (2011) describen como la necesidad de un enfoque más experiencial en la educación emprendedora. En tal sentido, estos autores argumentaron que la identificación de oportunidades se aprende mejor a través de la práctica repetida y la exposición a situaciones del mundo real. Por lo tanto, estos resultados también se alinean con los hallazgos de Pittaway y Cope (2007), quienes expusieron que la efectividad de la educación emprendedora en desarrollar habilidades como la identificación de oportunidades puede variar significativamente entre instituciones y programas. Esto podría explicar por qué una proporción considerable de graduados no se siente adecuadamente preparada.

Teniendo en cuenta lo expuesto, para mejorar en esta área, la Universidad del Valle, sede Tuluá, podría considerar la implementación de las siguientes estrategias:

1. Incorporar más ejercicios prácticos de identificación de oportunidades, como sugieren Corbett (2005) y Grégoire et al. (2010).
2. Fomentar la exposición de los estudiantes a diversos sectores y mercados, lo que según Shepherd y DeTienne (2005) puede mejorar la capacidad de reconocer oportunidades.
3. Desarrollar programas de mentoría específicamente enfocados en la identificación de oportunidades, al aprovechar la experiencia de emprendedores locales, como proponen St-Jean y Audet (2012).

4. Integrar herramientas y técnicas de análisis de mercado y tendencias en el currículo, siguiendo las recomendaciones de Baron y Ensley (2006) sobre los procesos cognitivos involucrados en la identificación de oportunidades.

En síntesis, estos resultados suponen la implementación de un enfoque más práctico y experiencial, junto con técnicas específicas para el desarrollo de esta habilidad. Esto podría ayudar a cerrar la brecha entre la preparación percibida y las demandas del mundo emprendedor real, lo que optimizaría la percepción de los graduados sobre su preparación y podría aumentar su éxito en la identificación y aprovechamiento de oportunidades de negocio en el futuro.

5. Factores que influyen en el emprendimiento:

Los resultados revelaron una compleja interacción de factores demográficos, académicos y experienciales que influyen en la tendencia al emprendimiento entre los graduados de la Universidad del Valle, sede Tuluá. Por otro lado, la edad y el año de graduación muestran una relación negativa con la propensión a emprender; en ese sentido, se halló que los graduados de áreas de salud son los menos propensos a iniciar negocios, mientras que la participación en incubadoras de negocios tiene un impacto positivo en la actividad emprendedora.

De igual modo, la relación negativa entre la edad, el año de graduación y la tendencia al emprendimiento contradice algunos estudios previos, como el de Levesque y Minniti (2006), al plantear que la propensión al emprendimiento aumenta con la edad hasta un punto óptimo. Sin embargo, este hallazgo podría explicarse por el "efecto de cohorte" descrito por Lévesque y Minniti (2011), en el cual las generaciones más jóvenes pueden estar más inclinadas al emprendimiento debido a cambios culturales y económicos. Además, Blanchflower et al. (2001) argumentaron que los graduados más recientes podrían tener menos aversión al riesgo y menos compromisos financieros, lo que facilita su entrada al emprendimiento.

Aunado a esto, la baja tasa de emprendimiento entre los graduados de áreas de salud se alinea con los hallazgos de Majumdar y Varadarajan (2013), al señalar

que las profesiones altamente reguladas y con trayectorias de carrera bien definidas tienden a mostrar menores tasas de emprendimiento. Sin embargo, esto también podría indicar una oportunidad perdida, debido al creciente mercado de innovaciones en salud y tecnología médica, como lo señalan Chowdhury (2005) y Yock et al. (2015) en sus estudios sobre emprendimiento en el sector salud.

Finalmente, el impacto positivo de la participación en incubadoras de negocios sobre el emprendimiento corrobora los hallazgos de Mian (1997) y Rothaermel y Thursby (2005), cuyos estudios demostraron cómo estas estructuras de apoyo pueden fomentar el espíritu emprendedor y aumentar las tasas de éxito de las nuevas empresas. Por consiguiente, este resultado subraya la importancia de las incubadoras como parte del ecosistema emprendedor universitario, como lo argumentan Etzkowitz et al. (2000) en su modelo de la "triple hélice" de innovación.

Estos hallazgos tienen implicaciones significativas para la política universitaria y el diseño de programas de emprendimiento, los cuales se presentan a continuación:

1. La universidad podría considerar adaptar sus programas de emprendimiento para abordar las necesidades específicas de diferentes grupos de edad y etapas de carrera, como sugieren Rasmussen y Sørheim (2006).
2. Se podrían desarrollar iniciativas específicas para fomentar el emprendimiento en áreas de salud, posiblemente a través de programas interdisciplinarios que combinan conocimientos médicos con habilidades empresariales, siguiendo el modelo propuesto por Osterwalder y Pigneur (2010) para la innovación en modelos de negocio.
3. La expansión y mejora de las incubadoras de negocios podría ser una estrategia efectiva para aumentar las tasas de emprendimiento entre los graduados. Esto podría incluir la creación de incubadoras especializadas por sector, como sugieren Grimaldi y Grandi (2005).

4. La universidad podría considerar la implementación de programas de mentoría intergeneracional, mediante el cual los graduados mayores y más experimentados puedan guiar a los más jóvenes en sus emprendimientos, aprovechando las diferentes perspectivas y habilidades de cada grupo, como proponen Sullivan (2000) y Kram y Isabella (1985) en sus estudios sobre mentoría y desarrollo profesional.

6. Sugerencias de mejora:

Las recomendaciones proporcionadas por los graduados para mejorar el ecosistema emprendedor de la Universidad del Valle, sede Tuluá, se centran en cuatro áreas principales: implementación de un enfoque más práctico en la educación, mayor énfasis en cursos y talleres sobre emprendimiento, más oportunidades de asesorías y mentorías por parte de empresarios experimentados, así como la necesidad de apoyo financiero a través de fondos o concursos para proyectos empresariales. En tal sentido, estas sugerencias reflejan una demanda de un enfoque más integral y aplicado en la educación emprendedora.

1. Implementación de un enfoque más práctico en la educación:

Esta sugerencia se alinea con la teoría del aprendizaje experiencial de Kolb (1984), que enfatiza la importancia de la experiencia directa en el proceso de aprendizaje. Por su parte, Neck y Greene (2011) argumentaron que el emprendimiento, por su naturaleza dinámica y compleja, se aprende mejor a través de la práctica y la experiencia. Dicho esto, la implementación de este enfoque podría incluir lo siguiente:

- a) Simulaciones de negocios y juegos de roles, como proponen Hindle (2002) y Shepherd (2004).
- b) Proyectos de consultoría con empresas reales, de conformidad con el modelo de aprendizaje basado en problemas descrito por Barrows y Tamblyn (1980).
- c) Programas de prácticas en startups, tal como señalan Pittaway y Cope (2007).

2. Mayor énfasis en cursos y talleres sobre emprendimiento:

De tal modo, esta recomendación refleja la necesidad de una educación emprendedora más estructurada y completa. Sobre esto, Kuratko (2005) planteó que la educación emprendedora debe ir más allá de la simple gestión de negocios y abarcar habilidades como la creatividad, la innovación y la identificación de oportunidades. Para implementar esta sugerencia, la universidad podría efectuar los siguientes procesos:

- a) Desarrollar un currículo emprendedor integral, como el propuesto por Fayolle y Gailly (2008).
- b) Ofrecer cursos especializados en diferentes aspectos del emprendimiento, como finanzas para *startups*, *marketing* digital y gestión de la innovación.
- c) Implementar talleres intensivos o "boot camps" de emprendimiento, siguiendo el modelo de programas como el MIT Global Startup Labs.

3. Más oportunidades de asesorías y mentorías por parte de empresarios experimentados:

Esta sugerencia se basa en la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), la cual enfatiza la importancia del modelado y la observación en el aprendizaje. Sobre esto, St-Jean y Audet (2012) demostraron que la mentoría puede tener un impacto significativo en el desarrollo de habilidades emprendedoras. De acuerdo con lo expuesto, para implementar esta recomendación, la universidad podría realizar lo siguiente:

- Establecer un programa formal de mentoría, al conectar a estudiantes con empresarios locales exitosos.
- Organizar series de charlas y paneles con emprendedores invitados, como sugieren Pittaway et al. (2011).
- Crear un programa de "emprendedores residentes", donde empresarios experimentados pasen tiempo en el campus asesorando a estudiantes.

4. Necesidad de apoyo financiero a través de fondos o concursos para proyectos empresariales:

Esta sugerencia aborda una de las barreras más significativas para el emprendimiento: el acceso a capital inicial. Según el Global Entrepreneurship Monitor (2020), la falta de financiamiento es uno de los principales obstáculos para los emprendedores en muchos países. Dicho esto, para abordar esta necesidad, la universidad podría efectuar los siguientes procesos:

- Establecer un fondo de capital semilla para proyectos estudiantiles, similar al fondo de innovación de Stanford University.
- Organizar concursos de planes de negocios con premios en efectivo, como el MIT \$100K Entrepreneurship Competition.
- Facilitar conexiones con inversores ángeles y fondos de capital de riesgo, como sugieren Rasmussen y Sørheim (2006).

En ese orden de ideas, estas sugerencias de mejora, tomadas en conjunto, apuntan hacia la creación de un ecosistema emprendedor más robusto y dinámico en la Universidad del Valle, sede Tuluá. Cabe señalar que implementarlas requeriría un enfoque holístico que integre aspectos curriculares, extracurriculares y de apoyo institucional.

La universidad podría considerar la creación de un "Centro de Emprendimiento e Innovación" que coordine estas iniciativas, siguiendo el modelo de centros similares en universidades como MIT, Stanford o INSEAD. De conformidad con lo expuesto, este centro podría servir como un hub para todas las actividades relacionadas con el emprendimiento, lo que facilita la implementación y coordinación de las mejoras sugeridas. Además, la universidad debería considerar la medición y evaluación continua del impacto de estas iniciativas, mediante la utilización de métricas como el número de *startups* creadas, fondos recaudados por emprendimientos estudiantiles y tasas de supervivencia de nuevas empresas. Como resultado, esto permitiría un proceso de mejora

continua y adaptación a las necesidades cambiantes del ecosistema emprendedor.

En conclusión, estas sugerencias de mejora ofrecen un camino claro para fortalecer el ecosistema emprendedor de la Universidad del Valle, sede Tuluá. Al implementar un enfoque más práctico, ampliar la oferta de cursos y talleres de emprendimiento, proporcionar más oportunidades de mentoría y facilitar el acceso a financiamiento, la universidad puede crear un ambiente más propicio para el desarrollo de futuros emprendedores. En suma, esto beneficiaría a los estudiantes y graduados, y podría tener un impacto positivo en el desarrollo económico de la región a largo plazo.

5.2 IMPLICACIONES DE LOS HALLAZGOS

Los resultados obtenidos en este estudio sobre el rol de la Universidad del Valle, sede Tuluá, en el éxito profesional y emprendedor de sus egresados, ofrecen una hoja de ruta para la transformación y adaptación de la universidad a las demandas cambiantes del mercado laboral y el ecosistema emprendedor.

- Necesidad de reestructuración de programas de emprendimiento: Los resultados señalan la necesidad de rediseñar y promover más eficazmente los programas de emprendimiento, de conformidad con las recomendaciones de Neck y Greene (2011) sobre un enfoque más experiencial y práctico.
- Fortalecimiento de la conexión universidad-industria: La percepción moderada del impacto universitario en el éxito emprendedor indica la necesidad de fortalecer los vínculos con el ecosistema emprendedor local, como sugieren Rasmussen y Wright (2015).
- Desarrollo de habilidades blandas y mentoría: La alta valoración de estos recursos implica la necesidad de expandir y mejorar estos programas, potencialmente integrándolos más estrechamente con la formación emprendedora.

- Adaptación a diferentes grupos demográficos: Los hallazgos sobre la influencia de la edad y el área de estudio en la propensión al emprendimiento indican la creación de programas más personalizados, como proponen Piperopoulos y Dimov (2015).
- Mejora en la identificación de oportunidades: La percepción moderada en esta área implica la necesidad de implementar técnicas específicas de enseñanza, como las sugeridas por DeTienne y Chandler (2004).
- Fomento de un ecosistema emprendedor integral: Las sugerencias de mejora de los graduados apuntan hacia la necesidad de crear un ecosistema emprendedor más robusto y dinámico en la universidad, posiblemente a través de la creación de un Centro de Emprendimiento e Innovación.

Comprobación de Hipótesis

H1: Las características socioeconómicas de la Universidad del Valle, sede Tuluá, están significativamente relacionadas con el desarrollo profesional y emprendedor de sus egresados en el contexto del Valle del Cauca.

Por lo tanto, la investigación determinó que las características socioeconómicas influyen en el desarrollo profesional, pero no se estableció una relación directa y significativa en todos los casos. La diversidad de contextos socioeconómicos puede afectar la percepción de éxito, pero no se identificó un patrón claro que confirme esta hipótesis de manera categórica.

H2: Los egresados que perciben una alta calidad en su formación académica tienen mayor probabilidad de éxito en su desarrollo profesional y emprendedor.

Esta hipótesis se apoya en los hallazgos, debido a que el 63.5 % de los encuestados consideró que la formación académica es el factor más influyente en su éxito profesional. La percepción positiva de la calidad educativa correlaciona con un mayor éxito en el ámbito laboral y emprendedor.

H3: La participación en programas de emprendimiento durante la formación universitaria está positivamente correlacionada con el éxito emprendedor de los egresados.

Al respecto, se encontró que solo el 38.3 % de los egresados participó en programas de emprendimiento; igualmente, muchos señalaron que estos programas no tuvieron un impacto significativo en su éxito emprendedor. Esto sugiere que, aunque la participación podría estar relacionada con el éxito, la baja participación y la percepción negativa de utilidad limitan la validación de esta hipótesis.

H4: El desarrollo de competencias y habilidades específicas durante la formación universitaria tiene una relación directa con el éxito profesional y emprendedor de los egresados.

Los egresados que valoraron positivamente la formación en habilidades específicas, como el pensamiento crítico y la creatividad, tienden a tener una percepción más alta de su éxito. Sin embargo, hay una brecha en la preparación para el emprendimiento, lo que sugiere que no todas las competencias se desarrollaron de manera efectiva. Como consecuencia, esto limita la comprobación absoluta de esta hipótesis.

H5: La calidad y disponibilidad de recursos del ecosistema emprendedor universitario (mentorías, incubadoras, redes de contacto) influyen positivamente en el desarrollo emprendedor de los egresados.

Finalmente, los resultados mostraron que los recursos como talleres de habilidades blandas y mentoría se valoran positivamente, mientras que los cursos de emprendimiento y redes de contacto se consideran menos útiles. Esto demuestra que, aunque hay recursos disponibles, su calidad y percepción de utilidad afectan la influencia positiva en el desarrollo emprendedor.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

En el análisis de las características socioeconómicas de los egresados de la sede Tuluá de la Universidad del Valle, se observa que el contexto regional del Valle del Cauca juega un papel fundamental en la formación y el posterior éxito profesional y emprendedor de los egresados. La sede Tuluá, al estar ubicada en una región con una economía en proceso de diversificación y un entorno social con desafíos particulares, ofrece una formación que responde tanto a las necesidades de los estudiantes como a las demandas del mercado local. Sin embargo, la falta de recursos suficientes y las limitaciones en infraestructura en la región inciden en la capacidad de los egresados para capitalizar su formación de manera óptima. Aunque la universidad prepara a los estudiantes con una sólida base académica, los egresados en su mayoría enfrentan barreras relacionadas con el contexto económico y la falta de oportunidades locales, lo que limita su potencial emprendedor, subrayando la necesidad de una mayor conexión entre la formación académica y las oportunidades de emprendimiento en la región.

Los egresados de la Universidad del Valle, sede Tuluá, reconocen haber adquirido competencias y habilidades clave durante su formación, las cuales han sido fundamentales para su éxito profesional. Sin embargo, se observa que las habilidades adquiridas tienden a estar más orientadas a los conocimientos generales y técnicos de las carreras que a las competencias específicas requeridas para el emprendimiento. Si bien las áreas de liderazgo, trabajo en equipo y comunicación son valoradas positivamente, la falta de un enfoque integral hacia la formación emprendedora ha generado una desconexión entre lo aprendido en la universidad y las necesidades reales del mundo emprendedor. Las competencias en áreas clave como la identificación de oportunidades de negocio, la gestión de recursos y la innovación no siempre se desarrollan con la profundidad necesaria, lo que sugiere que la formación debe enfocarse más en

cultivar habilidades específicas para emprender en el contexto socioeconómico regional.

En términos de las competencias y habilidades adquiridas, se destaca que los egresados valoran principalmente las habilidades blandas, como la capacidad de comunicarse de manera efectiva, trabajar en equipo y resolver problemas. Sin embargo, a pesar de que estos aspectos son esenciales en el ámbito laboral y profesional, los egresados coinciden en que las competencias directamente vinculadas con el emprendimiento, como la identificación de oportunidades, la innovación y el manejo de riesgos, no fueron suficientemente desarrolladas durante su formación. La percepción general es que aunque la universidad proporciona una educación sólida en el ámbito técnico, las oportunidades para desarrollar estas habilidades emprendedoras son limitadas. Esto implica que la universidad debe fortalecer su enfoque en la formación emprendedora, creando espacios más accesibles y efectivos que permitan a los estudiantes desarrollar competencias directamente relacionadas con la creación de empresas y la gestión de proyectos emprendedores.

.

6.2 RECOMENDACIONES

Es esencial transformar la educación emprendedora hacia un modelo más vivencial y dinámico. Según el modelo de aprendizaje experiencial de Kolb (1984), los estudiantes aprenden de manera más efectiva cuando se involucran activamente en experiencias reales, reflexionan sobre ellas y aplican los conocimientos adquiridos en nuevas situaciones. Este enfoque puede lograrse mediante el diseño de proyectos colaborativos, simulaciones empresariales y prácticas que permitan a los estudiantes enfrentarse a problemas reales del entorno empresarial, fomentando su capacidad para tomar decisiones y resolver problemas de manera efectiva.

El currículo debe incluir aspectos esenciales como la identificación de oportunidades de negocio, el análisis financiero, la gestión de riesgos y la innovación. Kuratko (2005) destaca la importancia de un enfoque holístico que no solo enseñe habilidades técnicas, sino que también integre habilidades blandas, como el liderazgo, el trabajo en equipo y la resiliencia. Para lograrlo, es necesario diseñar cursos que combinen teoría con aplicaciones prácticas, fomentando un aprendizaje equilibrado y completo.

La mentoría puede ser un catalizador clave para el éxito emprendedor. Según la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), las personas aprenden observando e interactuando con modelos a seguir. Conectar a los estudiantes con empresarios locales exitosos no solo les proporciona conocimiento práctico y acceso a redes de contactos, sino que también inspira confianza y motivación. Este programa podría estructurarse mediante reuniones regulares, talleres prácticos y asesorías personalizadas, asegurando que los estudiantes reciban orientación constante y constructiva.

Establecer un fondo de capital semilla incentivará a los estudiantes a convertir sus ideas en proyectos concretos. Además, los concursos de planes de negocios pueden servir como plataformas para desarrollar y presentar propuestas innovadoras. Siguiendo el ejemplo de universidades líderes en emprendimiento, estas iniciativas pueden fomentar un entorno competitivo y creativo, al tiempo que conectan a los estudiantes con posibles inversores. También se pueden incluir talleres de preparación que fortalezcan las habilidades de presentación y negociación de los participantes.

Implementar un sistema de seguimiento de egresados permitirá medir el impacto real de los programas de emprendimiento universitarios. Esto incluye recopilar datos sobre el éxito de los emprendimientos, la empleabilidad y la satisfacción profesional de los graduados. Esta información es fundamental para ajustar y mejorar continuamente los programas educativos, asegurando su relevancia y efectividad en un entorno cambiante.

7 REFERENCIAS

- Alcaldía Municipal de Tuluá. (s.f.a). *Estudios de indicadores*.
<https://www.tulua.gov.co/>
- Alcaldía Municipal de Tuluá. (s.f.b). *Corazón del Valle*. <https://www.tulua.gov.co/>
- Alcantar, B. V., & del Toro, G. J. N. (2023, agosto 1). *La importancia del emprendimiento en las universidades de América Latina*. The Conversation. <http://theconversation.com/la-importancia-del-emprendimiento-en-las-universidades-de-america-latina-208982>
- ARIAS-CASTRILLON, Juan Camilo. Plantear y formular un problema de investigación: un ejercicio de razonamiento. *Rev. Lasallista Investig.* [online]. 2020, vol.17, n.1, pp.301-313. Epub Feb 02, 2021. ISSN 1794-4449. <https://doi.org/10.22507/rli.v17n1a4>.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: the importance of context. *Research Policy*, 43(7), 1097-1108. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015>
- Banco de la República. (2015). *Estimaciones de crecimiento del PIB*. <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/producto-interno-bruto-pib>
- Banco Mundial (2014) El emprendimiento en America Latina. Muchas empresas y poca innovación.
- Bandura, A. (1977). *Teoría del aprendizaje social*. Prentice Hall.
- Baron, R.A., & Ensley, M.D. (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management Science*, 52(9), 1331-1344.
- Barquero, J. D., & Viquez, A. G. (2024). Estrategias que permitan sembrar iniciativas de emprendimiento social en jóvenes universitarios latinoamericanos: un estudio cualitativo: un estudio cualitativo. *Teknos Revista Científica*, 24(1), 50–65. <https://doi.org/10.25044/25392190.1072>

- Barrows, H. S., & Tamblyn, R. M. (1980). *Aprendizaje basado en problemas: Un enfoque para la educación médica*. Springer Publishing Company.
- Becker, G. S. (1964). *El capital humano: Un análisis teórico y empírico referido fundamentalmente a la educación*. Alianza Editorial.
- Bermúdez, Y. M., & Pava, N. C. (2014). *Factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle sede Tuluá*. Universidad del Valle.
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/entities/publication/bdccccd4-14b2-451c-a818-c97a9a11e529>
- Bernal, C.A. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson educación.
- Benavides-Sánchez, E. A., Castro-Ruiz, C. A. y Quintero-Ángel, M. (2023). Competencias para el cierre de brechas en emprendimiento de base tecnológica en universidades con escasa trayectoria: perspectiva de expertos colombianos. *Revista Científica*, 47(2), 87-100
- Blanchflower, D. G., Oswald, A., & Stutzer, A. (2001). Emprendimiento latente a través de las naciones. *European Economic Review*, 45(4-6), 680-691.
- Bowen, G. A. (2009). El análisis de documentos como método de investigación cualitativa. *Revista de Investigación Cualitativa*, 9(2), 27-40.
- Bygrave, W. D. (2010). El paradigma del emprendimiento (I) revisado. *Emprendimiento: Teoría y Práctica*, 17(2), 9-26.
- Chowdhury, J. (2005). Emprendimiento e innovación en biotecnología: Un enfoque de sistemas. *Journal of Commercial Biotechnology*, 11(4), 337-344.
- Cinkcoworking. (s.f.). Home. <https://cinkcoworking.es/modelo-timmons-3-claves-para-emprender/>
- Cochran, W. G. (1977). *Técnicas de muestreo* (3ª ed.). John Wiley & Sons.

- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education* (8th ed.). Routledge.
- Confecamaras (2023) Según estudio de Confecámaras el 33,5% de las empresas del país sobreviven al término de 5 años.
- Congreso Internacional de Educación y Ciencia [CIECEM]. (s.f.). *Actas del congreso sobre el papel de las universidades en el fomento del emprendimiento y la innovación regional en América Latina y el Caribe*. CIECEM.
- Corbett, M. (2005). Rural Education and Out-Migration: The Case of a Coastal Community. *Canadian Journal of Education*, 28, 52-72.
- Corbett, M. (2007). Travels in space and place: Identity and rural schooling. *Canadian Journal of Education*, 30, 771-792.
- Creswell, J. W. (2014). *Diseño de investigación: Enfoques cualitativo, cuantitativo y métodos mixtos* (4ª ed.). SAGE Publications
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Diseño de investigación: Enfoques cualitativo, cuantitativo y métodos mixtos* (5ª ed.). SAGE Publications.
- Dankhe, G. (1986). *Investigación y comunicación*. McGraw Hill.
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18 (3), 301-323.
- Delors, J. (1996). *La educación encierra un tesoro*. UNESCO.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2023). *Proyecciones de población*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2004). Opportunity identification and its role in the entrepreneurial classroom: A pedagogical approach and empirical

- test. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 242-257.
<https://doi.org/10.5465/amle.2004.14242103>
- Dyer, W.G. (1994). *Toward a Theory of Entrepreneurial Careers*, *Entrepreneurship Theory and Practice*. Winter.
- Eesley, C., & Wang, Y. (2017). Social influence in career choice: Evidence from a randomized field experiment on entrepreneurial mentorship. *Research Policy*, 46(3), 636-650.
- El Portafolio. (2015). *Informe sobre la desaceleración económica en el primer trimestre*. <https://www.portafolio.co/economia/>
- El Tiempo. (2015). *Declaraciones del gerente del Banco de la República sobre inflación*. <https://www.eltiempo.com/economia>
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., & Terra, B. R. C. (2000). El futuro de la universidad y la universidad del futuro: Evolución de la torre de marfil al paradigma emprendedor. *Research Policy*, 29(2), 313-330.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). Del oficio a la ciencia: Modelos de enseñanza y procesos de aprendizaje en la educación emprendedora. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569-593.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). El impacto de la educación emprendedora en las actitudes e intención emprendedora. *Revista de Gestión de Pequeñas Empresas*, 53(1), 75-93.
- Fernandez, N. (2023, junio 6). *¿Cómo identificar oportunidades de negocio?* Aprende Institute.
<https://aprende.com/blog/emprendimiento/negocios/como-identificar-oportunidades-de-negocio/>
- Foliard, C., Coulibaly, S., & Amara, N. (2022). Entrepreneurship Education and Student Empowerment: The Mediating Role of Self-Efficacy and Critical Thinking Skills. *Journal of Small Business Management*, 60(1), 108-128.

- GEM Colombia. (2022). Nuestro reto: Impactar la dinámica emprendedora colombiana. GEM Colombia 2021-2022. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/361196042_Nuestro_Reto_Impactar_la_dinamica_emprendedora_colombiana_GEM_Colombia_2021_-_2022
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2023). *Informe Nacional GEM Colombia 2022/2023*. Consorcio GEM.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2020). *Informe Global 2019/2020*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Gregoire, D. A., Barr, P. S., & Shepherd, D. A. (2010). Cognitive Processes of Opportunity Recognition: The Role of Structural Alignment. *Organization Science*, 21(2), 413-431.
- Grupo Investigaciones Económicas Corficolombiana. (2015). *Análisis del Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. <https://investigaciones.corficolombiana.com/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Hindle, K. (2002). Una teoría fundamentada para la enseñanza del emprendimiento utilizando juegos de simulación. *Simulation & Gaming*, 33(2), 236-241.
- Inca Visionario. (s.f.). *Aportes de Joseph Schumpeter al emprendimiento que debes conocer*. <https://incavisionario.com/aportes-de-joseph-schumpeter-al-emprendimiento/>
- Ink4visi0nario. (2023, junio 25). *9 claves para emprender con éxito según Bygrave*. Inca Visionario. <https://incavisionario.com/9-claves-para-emprender-con-exito-segun-bygrave/>

- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Investigación con métodos mixtos: Un paradigma de investigación cuyo tiempo ha llegado. *Investigador Educativo*, 33(7), 14-26.
- Kolb, D. A. (1984). *Aprendizaje experiencial: La experiencia como fuente de aprendizaje y desarrollo*. Prentice-Hall.
- Kolvereid, L., & Moen, O. (1997). El espíritu emprendedor entre los graduados en empresariales: ¿Importa una especialización en espíritu emprendedor? *Journal of European Industrial Training*, 21, 154-160. 10.1108/03090599710171404
- Kram, K.E., & Isabella, L.A. (1985). Alternativas de mentoría: el papel de las relaciones entre pares en el desarrollo profesional. *Academy of Management Journal*, 28 (1), 110–132. <https://doi.org/10.2307/256064>
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Kuratko, D. F. (2005). El surgimiento de la educación emprendedora: Desarrollo, tendencias y desafíos. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597.
- Lackéus, M. (2015), "Emprendimiento en educación: qué, por qué, cuándo, cómo", Documentos de la OCDE sobre desarrollo económico y empleo local (LEED) , OECD Publishing, París, <https://doi.org/10.1787/cccac96a-en> .
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & JAMELE RI GOLINI, Y. (2014). MUCHAS EMPRESAS Y POCA INNOVACION. Worldbank.org. Recuperado el 3 de diciembre de 2024, de <https://documents1.worldbank.org/curated/pt/154071468242382906/pdf/El-emprendimiento-en-America-Latina-muchas-empresas-y-poca-innovacion.pdf>

- Levesque, M., & Minniti, M. (2006). El efecto del envejecimiento en el comportamiento emprendedor. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Lévesque, M., & Minniti, M. (2011). La edad importa: Cómo la demografía influye en el emprendimiento agregado. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(3), 269-284.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Likert, R. (1932). Una técnica para la medición de actitudes. *Archivos de Psicología*, 140, 1-55.
- Lopera, J.D., Ramírez, C.A., Zuluaga, M.U., & Ortiz, J. (2010). El método analítico como método natural. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 25(1).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18112179017>
- Majumdar, S., & Varadarajan, D. (2013). Actitud de los estudiantes hacia el emprendimiento: ¿Importa el género en los EAU? *Foresight*, 15(4), 278-293.
- Martínez-Estrada, P., & Goma, E. (2019). Modelo para el análisis y desarrollo de ecosistemas de emprendimiento en ciudades intermedias de Latinoamérica. StartupLab MX.
- Matlay, H. (2008), El impacto de la educación empresarial en los resultados empresariales. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 382-396. <https://doi.org/10.1108/14626000810871745>
- Mayer, E., Charles, J., & De la Garza, M. (2019). Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24, 152-178.

- Medina, E.G., Moncayo, O.F., Jácome, L.F., & Albarrasin, M.V. (2016). El emprendimiento en el sistema universitario. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*, (1), 163-178.
- Mian, S. A. (1997). Evaluación y gestión de la incubadora de empresas tecnológicas universitarias: Un marco integrador. *Journal of Business Venturing*, 12(4), 251-285.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Moreno, Y. (2021). *La Gestión Educativa y los Procesos Relacionados Con el Emprendimiento en las Instituciones Universitarias de Colombia* [Tesis doctoral, Educación]. Universidad Santo Tomás. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/34552?show=full>
- Nabi, G., Liñan, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The Impact of Entrepreneurship Education in Higher Education: A Systematic Review and Research Agenda. *Academy of Management Learning and Education* 16(2), 277–299.
- NCBI. (2023). Enfoques específicos del contexto en la educación emprendedora en el sector salud. *Revista de Educación Médica y Emprendimiento*, 15(2), 45-62.
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Educación emprendedora: Mundos conocidos y nuevas fronteras. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Observatorio Laboral. (2011). *Informe sobre el desempeño académico y el éxito profesional de los graduados latinoamericanos*. <https://ole.mineduacion.gov.co/>
- OCDE (2019) Estrategia de competencias de la OCDE 2019. Edición 21, Fundacion Santillana.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation*. Tim Clark.

- Pacheco-Ruiz, Carlos, Rojas-Martínez, Claudia, Niebles-Nuñez, William, & Hernández-Palma, Hugo G.. (2022). Caracterización del emprendimiento desde un enfoque universitario. *Formación universitaria*, 15(1), 135-144. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000100135>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: Una escala de múltiples ítems para medir las percepciones del consumidor sobre la calidad del servicio. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Ozdemir, K. (2022, diciembre 21). What you need to know about launching a Startup right out of college. Harvard business review. <https://hbr.org/2022/12/what-you-need-to-know-about-launching-a-startup-right-out-of-college>
- Piperopoulos, P., & Dimov, D. (2015). Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970-985. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>
- Pittaway, L., & Cope, J. (2007). Educación emprendedora: Una revisión sistemática de la evidencia. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.
- Pittaway, L., Rodriguez-Falcon, E., Aiyegbayo, O., & King, A. (2011). El papel de los clubes y sociedades de emprendimiento en el aprendizaje emprendedor. *International Small Business Journal*, 29(1), 37-57.
- Quintana, A. (2008). Planteamiento del problema de investigación. *Revista de Investigación en Psicología*, 11(1), 239-253. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8176447>
- Rasmussen, E. A., & Sørheim, R. (2006). Educación emprendedora basada en la acción. *Technovation*, 26(2), 185-194.

- Rauch, A., y Hulsink, W. (2015). Poniendo la educación emprendedora donde está la intención de actuar: Una investigación sobre el impacto de la educación emprendedora en el comportamiento emprendedor. *Academia de Gestión del Aprendizaje y Educación*, 14(2), 187-204.
- REDIPE. (2020). *Análisis sobre la importancia de desarrollar un modelo de emprendimiento universitario en América Latina y el Caribe*. REDIPE.
- Revista de Educación y Desarrollo de América Latina. (2022). *Estudio sobre la importancia de la educación superior en el desarrollo de competencias clave para el éxito profesional y el emprendimiento*. Revista de Educación y Desarrollo de América Latina.
- Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. (s.f.). *Estudio sobre la influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en América Latina*. <https://revistaumanizales.cinde.org.co/>
- Rivera, M., & Rivera, N. (2020). Crecimiento económico de América Latina en el siglo XX. *Panorama Económico*, 28(3), 129–142. <https://doi.org/10.32997/pe-2020-2696>
- Rothaermel, F. T., & Thursby, M. (2005). Flujos de conocimiento entre la universidad y las empresas incubadas: Evaluación de su impacto en el desempeño de las empresas incubadas. *Research Policy*, 34(3), 305-320.
- Rueda, H. F., & Sabogal, J. R. (2021). *La educación superior en el centro del Valle del Cauca*. Universidad del Valle.
- Schumpeter, J. A. (1934). *Teoría del desarrollo económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y el ciclo económico*. Harvard University Press.
- ScienceDirect. (2024). Avances recientes en educación emprendedora: Una revisión sistemática. *Revista de Emprendimiento Empresarial*, 39(1), 106-124.

- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shepherd, D. A. (2004). Educando a los estudiantes de emprendimiento sobre la emoción y el aprendizaje del fracaso. *Academy of Management Learning & Education*, 3(3), 274-287.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries*. KMU-HSG/IMU.
- Solarte, C., & Soto, L. (2016). *Formulación del plan estratégico de la Universidad del Valle sede Tuluá para el periodo 2016 – 2020* [Tesis de maestría]. Universidad del Valle. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/15361/1/CB-0560276.pdf>
- Solarte-Solarte, C. M., Rivera-Vallejo, G. A., Viveros-Almeida, L. H., & Urresta-Yépez, R. F. (2023). Emprendimiento sostenible: una revisión sistemática de la literatura. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 8(16), 1-21. <https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestionlibre.15.2023.10543>
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intentions of science and engineering students? The effect of learning, inspiration, and resources. *Journal of Business venturing*, 22(4), 566-591.
- St-Jean, E., & Audet, J. (2012). El papel de la mentoría en el desarrollo del aprendizaje del emprendedor novato. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(1), 119-140.
- Sue, V. M., & Ritter, L. A. (2012). *Realización de encuestas en línea* (2ª ed.). SAGE Publications.
- Teoría Online. (2023, marzo 26). *Teorías: ¿Sabes cuántos tipos existen?* <https://teoriaonline.com/la-teoria-schumpeteriana/>

- The Conversation. (2023). *Artículo sobre la importancia de integrar el emprendimiento en las universidades de América Latina*. <https://theconversation.com/la-importancia-del-emprendimiento-en-las-universidades-de-america-latina-208982>
- Timmons, J. A. (1994). *New Venture Creation Entrepreneurship for the 21st Century* (5th Edition). McGraw-Hill.
- Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2009). *Creación de nuevas empresas: Emprendimiento para el siglo XXI* (8ª ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Universidad del Valle. (2022). *Informe de Gestión Sede Tuluá 1986-2022*. Universidad del Valle.
- Vectorial. (2023, abril 15). *Lanzamiento del informe del Global Entrepreneurship Monitor Colombia 2022-2023*. Universidad Icesi. <https://www.icesi.edu.co/7281-lanzamiento-del-informe-del-global-entrepreneurship-monitor-colombia-2022-2023/>
- Varela R., & Jiménez, J. (1998). Desarrollo del Espíritu Empresarial en las Universidades de Cali. *Estudios Gerenciales*, 71-87.
- Varela, R., & Bedoya, O.L. (2005). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22. <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf>
- World Economic Forum. (2016). *The future of jobs: Employment, skills and workforce strategy for the fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2020). *The future of jobs report 2020*. World Economic Forum.
- Yock, P. G., Zenios, S., Makower, J., Brinton, T. J., Kumar, U. N., Watkins, F. T. J., Denend, L., Krummel, T. M., & Kurihara, C. Q. (2015). *Biodiseño: El*

proceso de innovación de tecnologías médicas. Cambridge University Press.

8 ANEXOS

8.1 Anexo A. Base de datos de la encuesta

1. Género	2. Edad	3. Año de graduación	4. Facultad o Área de estudios en la que se graduó	5. Calidad de la educación recibida	6. ¿Participó en programas de emprendimiento en la universidad?	Cursos de emprendimiento	habilidadsbuador	Mentoría y orientación	Programas de posgrados/aceleradoras	Redes de contacto y networking
Femenino	35-44 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Excelente	No	4	3	4	4	4
Masculino	25-34 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Excelente	No	3	3	2	2	1
Masculino	25-34 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Excelente	No	5	5	5	5	5
Masculino	25-34 años	2021 o después	enciad de la Administraci	Buena	No	4	2	3	1	5
Femenino	25-34 años	2021 o después	Ingeniería	Buena	No	2	2	2	2	2
Femenino	25-34 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Excelente	No	3	2	2	2	2
Femenino	35-44 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Excelente	No	4	4	4	4	4
Femenino	35-44 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Excelente	No	3	4	4	4	4
Masculino	35-44 años	2000-2010	Ingeniería	Buena	No	1	1	1	1	1
Femenino	25-34 años	2011-2020	Ingeniería	Excelente	No	4	4	4	4	4
Femenino	35-44 años	2000-2010	Ingeniería	Excelente	SI	4	4	5	5	3
Masculino	35-44 años	2021 o después	Salud	Buena	No	3	3	3	3	4
Femenino	35-44 años	2000-2010	Ingeniería	Buena	No	1	1	1	1	1
Femenino	35-44 años	2000-2010	Ingeniería	Excelente	No	1	3	4	3	3
Masculino	35-44 años	2011-2020	Ingeniería	Excelente	No	3	4	5	4	4
Masculino	25-34 años	2021 o después	Ingeniería	Excelente	SI	4	2	1	1	1
Masculino	35-44 años	2000-2010	Ingeniería	Excelente	No	4	3	3	5	5
Masculino	25-34 años	2021 o después	Ingeniería	Excelente	No	3	4	4	2	5
Masculino	35-44 años	2011-2020	Ingeniería	Excelente	No	1	1	1	1	1
Masculino	35-44 años	2011-2020	Ingeniería	Excelente	No	5	5	5	5	5
Masculino	45-54 años	2000-2010	Ingeniería	Excelente	No	5	5	5	5	5
Masculino	25-34 años	2000-2010	Ingeniería	Excelente	No	3	3	3	3	3
Femenino	25-34 años	2000-2010	Salud	Excelente	No	2	2	1	2	2
Femenino	25-34 años	2011-2020	Humanidades	Buena	No	3	3	2	2	2
Masculino	25-34 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Buena	SI	5	5	5	5	5
Masculino	25-34 años	2011-2020	Ingeniería	Buena	No	3	3	2	2	2
Femenino	25-34 años	2011-2020	Ingeniería	Buena	SI	4	3	3	3	3
Femenino	25-34 años	2021 o después	enciad de la Administraci	Excelente	No	4	3	3	3	3
Femenino	25-34 años	2021 o después	enciad de la Administraci	Buena	No	3	3	3	3	3
Masculino	25-34 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Excelente	SI	5	4	4	4	4
Femenino	35-44 años	2011-2020	enciad de la Administraci	Buena	No	3	3	3	3	3

K	L	M	N	O	P	Q
Redes de contacto y networking	8. ¿La universidad fomentó el pensamiento crítico y la creatividad en su formación?	9. ¿Se consideró emprendedor? ¿Actualmente, es emprendedor?	10. Impacto de la universidad en su éxito como emprendedor. (1: Sin impacto, 2: Bajo impacto, 3: Impacto moderado, 4: Alto impacto, 5: Gran impacto) [Impacto de la universidad en su éxito como emprendedor]	11. Aspecto de la formación universitaria que más trabajó en su éxito profesional	12. ¿La universidad le proporcionó las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos profesionales?	13. ¿La universidad le preparó para identificar y aprovechar oportunidades de negocio?
4	SI, en gran medida	No	3	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
1	SI, en gran medida	SI	2	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
5	SI, en gran medida	No	1	Formación académica	SI, completamente	SI, en gran medida
5	SI, en cierta medida	No	4	Formación académica	SI, completamente	SI, en cierta medida
2	SI, en gran medida	No	2	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
2	SI, en cierta medida	No	3	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
4	SI, en cierta medida	No	1	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
4	SI, en cierta medida	No	5	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
1	SI, en cierta medida	SI	4	Redes de contacto	SI, en parte	No mucho
4	SI, en gran medida	No	3	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
3	SI, en gran medida	SI	4	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
4	SI, en gran medida	No	3	Formación académica	SI, en parte	No mucho
1	No mucho	No	1	Formación académica	No mucho	No mucho
3	SI, en cierta medida	No	1	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
4	SI, en gran medida	No	1	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
1	SI, en gran medida	SI	1	Otro	SI, en parte	No mucho
5	SI, en gran medida	No	1	Formación académica	SI, completamente	SI, en gran medida
5	SI, en gran medida	No	3	Redes de contacto	SI, completamente	SI, en gran medida
1	SI, en gran medida	No	1	Formación académica	SI, completamente	No mucho
5	SI, en gran medida	SI	1	Formación académica	SI, en parte	No, en absoluto
5	SI, en gran medida	No	1	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
3	No mucho	No	3	Experiencia práctica (proyectos, pasantías)	No mucho	No mucho
2	No mucho	No	2	Redes de contacto	No, en absoluto	No mucho
2	SI, en cierta medida	No	4	Actividades extracurriculares	No, en absoluto	SI, en cierta medida
5	SI, en cierta medida	SI	3	Experiencia práctica (proyectos, pasantías)	SI, en parte	SI, en cierta medida
2	SI, en cierta medida	No	1	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
4	SI, en gran medida	No	1	Experiencia práctica (proyectos, pasantías)	SI, completamente	SI, en gran medida
3	SI, en cierta medida	SI	3	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida
3	SI, en cierta medida	No	2	Formación académica	SI, en parte	No mucho
4	SI, en gran medida	SI	5	Formación académica	SI, completamente	SI, en cierta medida
3	SI, en cierta medida	SI	4	Formación académica	SI, en parte	SI, en cierta medida

8.2 Anexo B. Instrumento de recolección de datos

Encuesta: Evaluación del Rol de la Universidad del Valle, Sede Tuluá, en el Éxito Profesional y Emprendedor

Instrucciones:

Gracias por participar en esta encuesta, que busca evaluar cómo la experiencia universitaria ha influido en el éxito profesional y emprendedor. Las respuestas serán confidenciales y utilizadas sólo con fines de investigación.

Sección 1: Datos Demográficos

1. Edad:

- ☐ Menos de 25 años
- ☐ 25-34 años
- ☐ 35-44 años
- ☐ 45-54 años
- ☐ 55 años o más

2. Género:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Otro
- ☐ Prefiero no decirlo

3. Año de graduación:

- ☐ Antes de 2000
- ☐ 2000-2010
- ☐ 2011-2020
- ☐ 2021 o después

4. Facultad o Área de estudios en la que se graduo:

- ☐ Artes integradas
- ☐ Ciencias Naturales y exactas
- ☐ Ciencias de la Administración
- ☐ Humanidades
- ☐ Ingeniería
- ☐ Salud

Sección 2: Experiencia Universitaria

5. Calidad de la educación recibida:

- ☐ Excelente
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

6. ¿Participó en programas de emprendimiento en la universidad?

- ☐ Sí
- ☐ No

7. Utilidad de los recursos proporcionados por la universidad para su desarrollo profesional:

(1 = Nada útil, 2= Poco útil, 3=Moderadamente útil, 4=Útil 5 = Muy útil)

- Cursos de emprendimiento: [1] [2] [3] [4] [5]
- Talleres de habilidades blandas: [1] [2] [3] [4] [5]
- Mentoría y orientación profesional: [1] [2] [3] [4] [5]
- Programas de incubadoras/aceleradoras: [1] [2] [3] [4] [5]
- Redes de contacto y networking: [1] [2] [3] [4] [5]

8. ¿La universidad fomentó el pensamiento crítico y la creatividad en su formación?

- ☐ Sí, en gran medida
- ☐ Sí, en cierta medida
- ☐ No mucho
- ☐ No, en absoluto

Sección 3: Impacto en el Éxito Profesional y Emprendedor

9. ¿Se considera emprendedor? O ¿Eres actualmente emprendedor/a?

- ☐ Sí
- ☐ No

10. Impacto de la universidad en su éxito como emprendedor/a: (1 = Sin impacto, 2=Bajo impacto, 3=Impacto moderado, 4=Alto impacto, 5 = Gran impacto)

- [1] [2] [3] [4] [5]

11. Aspecto de la formación universitaria que más influyó en su éxito profesional:

- ☐ Formación académica
- ☐ Experiencia práctica (proyectos, pasantías)

- ☐ Redes de contactos
- ☐ Mentores
- ☐ Actividades extracurriculares

- ☐ Otro (especificar):

12. ¿La universidad le proporcionó las herramientas necesarias para enfrentar los desafíos profesionales?

- ☐ Sí, completamente
- ☐ Sí, en parte
- ☐ No mucho
- ☐ No, en absoluto

13. ¿La universidad le preparó para identificar y aprovechar oportunidades de negocio?

- ☐ Sí, en gran medida
- ☐ Sí, en cierta medida
- ☐ No mucho
- ☐ No, en absoluto

Sección 4: Sugerencias y Comentarios

14. ¿Qué mejoraría en la formación universitaria para apoyar mejor a futuros emprendedores?

(Respuesta abierta)

15. ¿Qué recursos o apoyos adicionales hubiera deseado recibir de la universidad para su desarrollo profesional?

(Respuesta abierta)

16. Comentarios adicionales o sugerencias para fortalecer la educación emprendedora en la universidad:

(Respuesta abierta)

Agradecimiento:

Gracias por su tiempo y por compartir su experiencia. Las respuestas nos ayudarán a mejorar los programas educativos y de apoyo a futuros emprendedores.

8.3 Anexo C: Aprobación del instrumento de recolección por parte del área de calidad de la universidad del valle sede Tuluá.

