



**ANÁLISIS DEL DESARROLLO DE COMPETENCIAS
EMPRENDEDORAS EN UNA MUESTRA DE ESTUDIANTES DE TRES
PROGRAMAS DE PREGRADO EN LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA
BOLIVARIANA SECCIONAL PALMIRA, DURANTE EL SEMESTRE
ACADÉMICO 2024 – 1.**

Manuel Alberto Salazar Castillo MBA

Coordinador de Investigaciones – Docente. Facultad de Administración y Economía. Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira – Valle del Cauca – Colombia. manuel.salazar@upb.edu.co

DOI: <https://doi.org/10.33871/26747170.2024.6.3.9289>

RESUMEN: El propósito de esta investigación es diagnosticar el nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras con que ingresan los estudiantes de los diversos programas de la UPB Seccional Palmira. Se utiliza como instrumento base el diagnóstico de competencias emprendedoras desarrollado por Confecámaras, realizando análisis univariados y tablas de contingencia para determinar los niveles, normalidad y homogeneidad de los grupos, a través de medidas de dispersión, confiabilidad de la prueba utilizada y por último se aplica el ANOVA de grupo. Como resultados más importantes se pueden mencionar que no existen diferencias significativas en el nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras con las que ingresan los estudiantes, es decir aun siendo estudiantes de administración, publicidad o ingeniería industrial, la falta de iniciativa, planeamiento sistemático y convincente, esta generalizada en la juventud, los estudiantes que escojan una u otra carrera no poseen un nivel más alto de estas competencias, con algo similar en las competencias emprendedoras más desarrolladas y que una posible variable a introducir para mejorar esto son las tecnologías de la comunicación en la formación y la transversalidad del fomento al emprendimiento.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, administración de empresas, Ingeniería Industrial, Publicidad.

ABSTRACT: O objetivo desta pesquisa é diagnosticar o nível de desenvolvimento das competências empreendedoras com que ingressam os alunos dos vários cursos da UPB de Palmira. O instrumento de base utilizado foi o diagnóstico de competências empreendedoras desenvolvido pela Confecámaras, realizando análises univariadas e tabelas de contingência para determinar os níveis, normalidade e homogeneidade dos grupos, através de medidas de dispersão, fiabilidade do teste utilizado e, por fim, foi aplicada a

ANOVA de grupo. Como resultados mais importantes podemos referir que não existem diferenças significativas no nível de desenvolvimento das competências empreendedoras com que os alunos entram, ou seja, mesmo que sejam alunos de administração, publicidade ou engenharia industrial, a falta de iniciativa, planeamento sistemático e convincente é generalizada nos jovens, os alunos que escolhem uma ou outra carreira não têm um nível mais elevado destas competências, com algo semelhante nas competências empreendedoras mais desenvolvidas e que uma possível variável a introduzir para melhorar isto são as tecnologias de comunicação na formação e a transversalidade da promoção do empreendedorismo.

KEY WORDS: Empreendedorismo, administração de empresas, Engenharia industrial, publicidade

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento visto como el acto de iniciar algo, es fundamental en el proceso de formación profesional, como la capacidad de actuar frente a los desafíos profesionales y personales, desde las diversas competencias que han sido asociadas a este concepto. Esta investigación esta motivada por varios factores, entre los cuales se encuentra el cumplimiento de la Misión institucional; la formación integral, que debe partir de una base objetiva, que se evidencia con la aplicación del instrumento de diagnóstico de las competencias emprendedoras, el cual el evaluado como confiable estadísticamente al interior del documento. Como segundo motivo, se encuentra el mapa de capacidades humanas y competencias del programa; “Construir las relaciones con el entorno para transformarlo de manera responsable e innovadora”. En un tercer motivo, esta el perfil de egreso del profesional en administración de empresa bolivariano; “Es un profesional con visión para proponer soluciones e idear planes orientados a la solución de problemas que comprometen los recursos y la cultura organizacional”. Lo que se pretende con este estudio, al final es medir el nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras con las que ingresan los estudiantes a los diversos programas objeto de abordaje en la investigación.

Como objetivo general del estudio se propone realizar un análisis del desarrollo de las competencias emprendedoras en una muestra de estudiantes de tres programas de pregrado en la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, durante el semestre académico 2024 – 1. Como objetivos específicos se plantean; 1.- Realizar un diagnóstico de las competencias emprendedoras con que cuentan los estudiantes de los programas de administración de empresas, psicología, publicidad de la UPB Seccional Palmira. 2.- Analizar los resultados obtenidos por los estudiantes de los diversos programas de formación profesional objeto del estudio. 3.- Proponer acciones de formación, modificaciones de contenidos, enfoques y complementos de formación en el programa.

Antecedentes

En los últimos años, el emprendimiento ha sido objeto de numerosas publicaciones y estudios desde 1985 con Drucker quien hace una definición del individuo emprendedor, citado por Hémbuz (2020); por su importancia socio económica, al ser indicador de la pujanza de los países, regiones o continentes y ser propulsoras del crecimiento económico y empresarial a través de la creación de nuevas unidades de productivas – de negocio, como lo describe Schumpeter (1942, Edición en inglés) donde introduce el término "destrucción creativa" como la entrada innovadora de los empresarios que actúa como la fuerza que sustenta el crecimiento económico a largo plazo.

Para el caso de Colombia el estudio GEM¹, nos muestra que existe para el 2022 una TEA de 28% es decir algo más de 14 millones de personas asumiendo el reto² de crear nuevas empresas, lo cual refuerza la tendencia mundial de convertirnos en una "sociedad de empresarios". Además de lo anterior, es importante además precisar que este

¹ Global Entrepreneurship Monitor Colombia 2022 – 2023. P 63.

² Proyección DANE de población Colombia 2023.

análisis es independiente de otros aspectos que influyen en la creación de empresas, como las condiciones generales del contexto nacional, las condiciones de la actividad empresarial y el entorno para la creación de nuevas empresas.

Para Sánchez et al (2011), “enseñar a emprender es uno de los nuevos temas que atañe a la educación de los países que quieren mover el empleo fuera de lo público y de las grandes empresas”. Donde también se menciona el poder transformador de la Universidad a través del fomento del emprendimiento en los estudiantes universitarios. Una acotación adicional es que el fomento al emprendimiento genera una mayor cantidad de nuevas empresa y negocios, que más adelante impulsaran la inversión a través de los nuevos negocios, el aumento del empleo y la competitividad del país.

Marco teórico

Emprendimiento

Son muchas las teorías y producción académico – intelectual con respecto a este término, pasando por su raíz etimológica según la cual emprendimiento es la Acción y efecto de emprender, acometer una obra (RAE) y origen en otros idiomas como el francés que se aborda a continuación; Para Sánchez et al, la motivación y el emprendimiento están íntimamente ligados y pueden estar asociados a factores no económicos, tales como poder y prestigio social, conseguir el éxito personal, motivación por el placer y la gratificación lúdica y novedades y cambios en la vida y por tener una seguridad laboral. Para Palacios y Ruiz (2018) Desde el punto de vista etimológico, el verbo emprender proviene del francés, *entreprendre*. El término procede de la misma raíz del latín vulgar (*in, en, y prendere*) que significa coger, atrapar, tomar. Para Hisrich, (2006), el emprendimiento es “el proceso llevado a cabo por un individuo para crear algo nuevo que agregue valor, asignando el tiempo y el esfuerzo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, sociales y psicológicos asociados, y recibiendo la recompensa resultante en términos monetarios, de satisfacción personal y de independencia”. Algunos expertos en administración equiparan el término emprendedor, con el de empresario, como Mintzberg (2010), el cual se pregunta; ¿Dónde está la oportunidad? ¿Cómo puedo capitalizarla? ¿Qué recursos necesito? ¿Cómo obtengo el control sobre ellos? ¿Qué estructura es la mejor?. Anacleto (2024) en una conferencia magistral en la UPB Seccional Palmira³, sobre el emprendimiento de éxito, considera como vitales para emprender con éxito los siguientes componentes: Visión, habilidades, incentivos, recursos y un plan de acción.

Con otro matiz semántico relacionado está el “espíritu emprendedor”, o lo que en inglés se denomina “entrepreneurship”. Podría afirmarse que el entrepreneurship, consiste en el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidades para obtener un beneficio; la capacidad de comprar a precios ciertos, para comprar a precios desconocidos o lo que identifica como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva, según Hidalgo (2014). El reconocido profesor Varela (2004) manifiesta que “La misión de la educación del siglo XXI es la de líderes empresariales, a diferencia de la educación del siglo pasado, que se concentraba en la formación de funcionarios o empleados empresariales”.

Abordando las características del emprendedor, Kirzner (1973) y Shane y Venkataraman (2000) identifican como rasgos característicos de los emprendedores su estado de alerta ante las oportunidades y su voluntad de afrontar los gastos iniciales. Así mismo Gancia y Zilibotti (2005), Minniti y Levesque (2008) demuestran que “el alto crecimiento económico surge cuando aumenta el número de emprendedores-investigadores, emprendedores-imitadores o ambos”. De modo concreto sostienen que los emprendedores son el elemento facilitador esencial del proceso de crecimiento; ¿Qué tipo de crecimiento? De las nuevas unidades económicas, de demanda de materias primas y/o nuevos puestos de trabajo, sumado a los trámites ante entidades públicas que les generan nuevos ingresos o los servicios profesionales que se requieren para formalizar un nuevo negocio, tales como abogados, contadores, inspectores de seguridad -llámese bomberos-, entre otros; aunque correspondan a nuevos negocios de oportunidad o de subsistencia.

En el emprendimiento tiene su capítulo aparte, aunque no menos importante las políticas públicas gubernamentales tanto locales como regionales o nacionales, que para esto último la más reciente es la ley 2069 de 2020, “Por medio

³ Desafíos profesionales y empresariales frente a los ODS y las tecnologías emergentes

de la cual se impulsa el emprendimiento”, que pretende agilizar y racionalizar los trámites ante entidades públicas en aspectos tales como tarifas de impuestos de registro, la creación de sistemas de información, de contabilidad simplificada, alianzas, zonas económicas especiales, compras públicas, acceso al financiamiento, entre otras normativas; esto se menciona porque de una u otra manera, estas políticas y normativas impactan, bien sea por fomento o freno a la iniciativa empresarial.

Las competencias emprendedoras⁴

1. INICIATIVA; Acciona más allá de la que una tarea demanda. Hace cosas antes que se le diga u obligue por una eventualidad, Actúa para extender el negocio
2. DETECTA Y ACTUA SOBRE OPORTUNIDADES; Investiga y toma acciones sobre oportunidades. Es cómo el individuo busca, atrapa y actúa sobre oportunidades; de negocios, en educación y crecimiento personal, no convencionales para obtener financiación para diversas necesidades.
3. PERSEVERANCIA; Toma repetidas acciones para sobrepasar un obstáculo. El individuo desarrolla repetidamente diversas acciones para resolver problemas, Actúa de inmediato cuando observa un obstáculo.
4. BUSCADOR DE INFORMACIÓN; Actúa por sí solo para conseguir información que le ayude para alcanzar sus objetivos o clarificar sus problemas. Investiga sobre cómo proveer un producto o un servicio, Busca información con contactos y redes; hace preguntas para clarificar lo que quiere o necesita.
5. EXIGE ALTA CALIDAD EN EL TRABAJO; Actúa para hacer cosas que cumplan o mejoren los actuales estándares de excelencia. A la persona se le ve un gran deseo de producir trabajo de alta calidad.
6. COMPROMETIDO CON EL TRABAJO PROPUESTO; Se toma el trabajo propuesto como una alta prioridad, para completarlo. Realiza esfuerzos y cooperación para completar un trabajo.
7. ORIENTADO HACIA LA EFICIENCIA; Para esto la persona busca maneras de hacer las cosas más rápido o con menos recursos con un costo más bajo, investiga o busca maneras de hacer las cosas rápidamente y más económicas y usa información o herramientas gerenciales para mejorar la eficiencia.
8. PLANEACION SISTEMATICA; El individuo desarrolla y usa planes lógicos de paso por paso para alcanzar metas, planea dividiendo una tarea grande en subtareas, desarrolla planes que se anticipen a los obstáculos, evalúa diferentes alternativas y realiza un acercamiento lógico y sistemático para las actividades.
9. SOLUCIONADOR DE PROBLEMAS; El individuo Identifica nuevas y únicas ideas para alcanzar metas y genera nuevas ideas e innovadoras para alcanzar una meta.
10. SEGURO DE SÍ MISMO; El individuo está totalmente seguro de sí mismo y de sus propias habilidades, muestra seguridad en sus propias habilidades para completar una tarea o enfrentar un reto, mantiene su forma de juzgar como opción temprana de éxito y realiza algo que el dice que es riesgoso.
11. ASERTIVO AL COMUNICARSE; La persona confronta los problemas y las situaciones con otros directamente, enfrenta los impases con otros, de forma directa, le dice a los demás lo que tienen que hacer y recrimina o disciplina a los que fallan en desarrollar como es esperado.
12. CONVINCENTE AL NEGOCIAR; El individuo convence a los demás sin dificultad, para que compren sus productos o servicios, para que le provean financiación, para que hagan las cosas que él necesita para desarrollar sus proyectos, expresa las cualidades de su compañía y seguridad de su compañía.
13. ESTRATEGIA DE USOS DE INFLUENCIA; El individuo toma acción para desarrollar contactos de negocios, usa personas influyentes como agentes para alcanzar sus objetivos, selectivamente limita la información que se le da a otros y usa estrategias para influenciar o convencer a otros.

⁴ Fonseca, 2004.

METODOLOGIA

La muestra del estudio se determinó por conveniencia, sobre 49 sujetos estudiantes de primer semestre de los programas de Administración de Empresas, Publicidad y Psicología de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, semestre 2024 – 1, en desarrollo del curso “Emprendimiento y Responsabilidad Social”. Se aplican las pruebas estadísticas frecuentemente utilizadas para este tipo de estudios, como son; Desviación estándar, promedio y total de los puntajes obtenidos por sujeto y competencia, media, moda, puntajes máximo y mínimo por cada competencia. Se analizan también las variables como discretas; Puntaje total del desarrollo de competencias emprendedoras por sujeto y por competencia. Para los calculo y análisis estadístico se utilizaron los programas SPSS V28. Se incluyen análisis univariados y bivariados (Tablas de contingencia).

Para este estudio, se utilizó un instrumento⁵ que consta de trece variables -descritas en el marco teórico-, enfocadas específicamente a medir características actitudinales en los participantes, que permitan formular propuesta de emprendimiento posteriormente. Las 13 variables⁶ incluyen un total de 70 afirmaciones, dentro de las cuales se encuentran algunas en sentido negativo, para medir el sobredimensionamiento del encuestado respecto a sus competencias emprendedoras en el cálculo general de un factor de corrección (El total de los puntajes de los ítems 14, 28, 42, 56 y 70), el cual establece que al realizar el cálculo y su resultado es superior a 19 puntos, determina con base en una escala, la resta de unos puntajes a los valores de cada competencia. Se realiza el análisis de confiabilidad del instrumento, a través del Alfa de Cronbach y el análisis de medidas de dispersión en los resultados de las variables.

RESULTADOS

Analizando los datos tabulados (ver anexo 1) y los resultados de las pruebas estadísticas aplicadas (ver anexo 2), Se calculó el promedio del puntaje de las competencias obtenido por los sujetos, mediante la auto aplicación del instrumento en un ambiente libre de estrés y presiones de tiempo, con participación voluntaria y en completo anonimato de los sujetos. En promedio, los sujetos participantes obtuvieron 223.3 puntos en la suma de los puntajes de las competencias en la prueba, que representa un 67.4% del puntaje total, donde el puntaje máximo alcanzable con el puntaje en la suma de las competencias sería de 325. Los puntajes promedio de competencias más bajos⁷ fueron; Iniciativa 15.6, Actúa en oportunidad 16.3 y convincente 16.5., que son combinadas una propensión a la actuación y la comunicación con terceros. Los Puntajes promedio de competencias más altos fueron; buscador de información 20, Comprometido con el trabajo 18.2 y exige calidad en el trabajo 17.98. Estos últimos, serían rasgos distintivos de fortalezas en los estudiantes, facilitadas por las tecnologías de la información al tener al instante disponibilidad de la información a través de los celulares y computadores con acceso a internet. Las competencias con la varianza más alta fueron: Persistente (11,116) y convincente (12,213). La Varianza más baja; Comprometido trabajo (6,229) y seguro de sí mismo (7,231). En el caso de los promedios de cada competencia, el resultado es de 17.2 en total de ellas, por encima del promedio típico de 15, según lo incluido en el mapa de competencias del instrumento. La desviación estándar promedio en los datos de cada sujeto es de 2.4, lo cual muestra una baja variación de los datos entre los sujetos del estudio.

Como resultado del análisis del factor de corrección⁸, el puntaje promedio de este ítem se situó en 16.7 puntos, cerca del umbral para aplicar esta corrección (20). Solo a 5 sujetos del estudio (10.2%) fue necesario realizárselo. El índice de correlación entre el subtotal de puntaje obtenido por los sujetos y el factor de corrección de cada uno

⁵ Fonseca (2004) Desarrollado por Confecámaras en el marco de un programa nacional de emprendimiento, alimentado por encuentros con empresarios, gerentes y directivos gremiales

⁶ Ver marco teórico

⁷ Que se podría interpretar como oportunidades de mejora en el desarrollo de competencias blandas necesarias no solo para el ámbito del emprendedor, también podría ser para el campo laboral, como empleado.

⁸ Un elemento de retroalimentación - control con el que cuenta el instrumento, para evitar que los sujetos consultados emitan una imagen sobredimensionada sobre si mismos; consiste en que, si este ítem alcanza cierto puntaje, se deben restar puntos a todas las competencias, según unos rangos preestablecidos.

de ellos es de 0,404, lo que indica una correlación positiva media⁹. El índice de correlación entre el subtotal de puntaje obtenido por los sujetos y la desviación estándar de cada uno de ellos es de 0,010, lo que indica una correlación positiva casi nula, por lo cual se puede afirmar que no existe relación entre estas dos variables. El índice de correlación entre el porcentaje del ideal alcanzado por cada uno de los sujetos y la desviación estándar de cada uno de ellos es de 0,048, lo que indica una correlación positiva casi inexistente, con significancia parecida al anterior índice calculado. Se calcularon los rangos de puntaje alcanzados con el grupo general con el método minimax, creándose tres rangos de frecuencia, que se muestran a continuación:

RANGO	DESCRIPCION DEL NIVEL
141 A 217	Nivel Bajo
218 A 232	Nivel Medio
233 A 275	Nivel alto

Tabla 1; Rangos del desarrollo de las competencias emprendedoras

Resultando que el 30.6% de los sujetos (n = 15) se ubica en el nivel bajo, el 40.8% en el nivel medio (n = 20) y el 28.6% en el nivel alto (n=14). (Ver anexos 7 y 8).

DISCUSION

Los niveles de desarrollo de las competencias individuales con los puntajes mínimos más bajos son; Iniciativa, Asertivo (8 puntos). Las competencias con puntajes más altos son; Buscador de Información, Exige calidad del trabajo, Orientado en eficiencia, Convincente (24 puntos). (Ver anexo 2). Se midió la confiabilidad del instrumento, la cual resultó Alta (0.888, ver anexo 3) y la sugerencia estadística de eliminar categorías no fue implementada, por no causar efectos significativos de aumento en su confiabilidad (Ver anexo 5). El resultado del desarrollo de las competencias promedio de los sujetos participantes es superior al promedio de los aplicados en otros estudios similares con otras poblaciones y el mismo instrumento (2.6 puntos, equivalente a un 17.3%). Los sujetos mostraron, en su gran mayoría, que fueron sinceros al desarrollar el diagnóstico, por cuanto solo a 5 de ellos fue necesario aplicarle el factor de corrección. El resultado del cálculo de la desviación estándar promedio en los datos de cada sujeto es baja (2.53, ver anexo 4), evidenciando un buen nivel de homogeneidad de la población y claridad del instrumento (Ver fiabilidad del instrumento), que se describe como joven, con un rango de edad entre 17 y 21 años. El índice de correlación entre el subtotal de puntaje promedio obtenido por cada uno de los sujetos vs el promedio del factor de corrección (-0.404), muestra un índice negativo medio, lo cual se interpreta como que, entre más alto puntaje promedio de competencias, es menor la necesidad de aplicar el factor de corrección -mayor sinceridad del sujeto-.

El índice de correlación entre el subtotal de puntaje promedio obtenido por cada uno de los sujetos vs el promedio total de la desviación estándar (-0.010), muestra un índice negativo casi insignificante, lo cual se interpreta como una correlación casi nula entre estos resultados estadísticos. Por otra parte, el índice de correlación entre el porcentaje de logro frente al puntaje ideal alcanzado por cada uno de los sujetos y la desviación estándar promedio del total, también muestra un índice negativo bajo (-0.048), con una muy baja correlación entre estas variables, lo que se interpreta como una relación insignificante entre el nivel promedio porcentual de desarrollo de competencias y la desviación del conjunto de datos. Así mismo, el índice de correlación entre el porcentaje de logro frente al puntaje ideal alcanzado por cada uno de los sujetos y el factor de corrección de cada uno, también muestra un índice negativo bajo (-0.119), con una muy baja correlación entre estas variables.

Del nivel de puntajes alcanzado por cada uno de los tres grupos de estudiantes participantes en el estudio (1; Administración de empresas; 2 Publicidad; 3 Ingeniería Industrial), se elaboró una tabla de contingencia entre los

⁹ Se recuerda que este resultado puede variar de 0 a 1, entre más alto o cercano a uno, más correlación existe y el resultado puede ser positivo (Si una variable sube su puntaje y la otra también lo hace) o negativo Si una variable sube su puntaje y la otra baja. Ver anexo 6.

puntajes de cada sujeto participante y los rangos de desempeño (Ver anexo 9), cuyo análisis se describe a continuación; Sobre el grupo 1 (Administración), el 25% de los sujetos obtuvo un puntaje bajo, el 50% se ubica en el puntaje medio y el 25% en el rango alto. Del grupo 2 (Publicidad), el 16.7% se ubicó en el rango bajo, el 50% en el rango medio y el 33.3% de ellos obtuvo un puntaje de rango alto. Del grupo 3 (Ingeniería Industrial) se evidencia que el 40% se ubica en un rango bajo de puntaje, el 32% en el rango medio y el 28% en el rango alto. El mayor porcentaje entre los grupos de participantes ubicados en rango bajo se encuentra en el grupo 3, el mayor en el rango medio esta compartido en los grupos 1 y 2 y el más alto en el grupo 2. En cuanto a los totales, el 30.6% de los participantes en el estudio, se ubican en un nivel de puntaje bajo. El 40.8% de ellos en el nivel medio y el 28.6% en un puntaje alto. (Ver Tabla 1).

		GRUPO						Total	
		Admiración		Publicidad		Ingeniería Industrial			
		N	%	N	%	N	%		
RANGO PUNTOS	Nivel Bajo	3	25,0%	2	16,7%	10	40,0%	15	30,6%
	Nivel Medio	6	50,0%	6	50,0%	8	32,0%	20	40,8%
	Valor Alto	3	25,0%	4	33,3%	7	28,0%	14	28,6%
Total		12	100,%	12	100,%	25	100,%	49	100,%

Tabla 2; Análisis Bivariado rangos de puntaje vs grupos participantes.

La prueba de normalidad evidencia la diferencia del tamaño de los grupos, siendo no homogéneos, lo que lleva a que como prueba Post Hoc de los grupos debemos aplicar la prueba Sheffe (Shapiro-Wilk); los resultados de significancia para todos los grupos son superiores a 0.05, por lo tanto, los datos tienen una distribución normal.

Pruebas de normalidad

GRUPOS	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.	
SUMAPUNTAJES	Administracion	,248	12	,039	,949	12	,617
	Publicidad	,173	12	,200*	,962	12	,810
	Ing. Industrial	,127	25	,200*	,921	25	,054

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Tabla 3; Prueba de normalidad por grupos

Una vez evidenciada la normalidad de los grupos, se procedió a calcular la homogeneidad de las varianzas, resultando que para todas las pruebas, los grupos son homogéneos, es decir no tienen diferencias significativas los grupos estudiados

		Estadístico de Levene	gl1	gl2	Sig.
SUMAPUNTAJES	Se basa en la media	1,629	2	46	,207

Se basa en la mediana	1,189	2	46	,314
Se basa en la mediana y con gl ajustado	1,189	2	38,948	,315
Se basa en la media recortada	1,497	2	46	,235

Tabla 4; Pruebas de homogeneidad de varianzas

Posteriormente se procedió a aplicar la prueba ANOVA de un factor y la prueba Post Hoc de Sheffe entre grupos, para determinar si existen diferencias significativas entre estos, encontrándose que no existen estas diferencias por que el índice de significancia arroja un valor de 0.348, superior al 0.05 de parámetro mínimo y reafirmando los datos previos de homogeneidad de las varianzas entre los grupos, según se muestra en la tabla 4, a continuación:

ANOVA

SUMAPUNTAJES

	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	1416,095	2	708,048	1,079	,348
Dentro de grupos	30175,007	46	655,978		
Total	31591,102	48			

Tabla 5; ANOVA de los grupos

Con base en la anterior evidencia y dado que las competencias menos desarrolladas siguen siendo las identificadas en un estudio similar por Salazar (2007), que eran Iniciativa, Planeamiento Sistemático y Convicente, revelan la se hace necesario pensar en introducir una mayor fuerza a las actividades que motiven y fomenten a los estudiantes iniciar proyectos, participar en clase, debatir, identificar el paso a paso para lograr sus objetivos en un inicio personales y luego gerenciales y asumir posturas de liderazgo para la persuasión y conducción de grupos y organizaciones empresariales o de otra índole, así como implementar con mayor fuerza tecnologías de la comunicación en la formación, que permitan una mayor flexibilidad en los contenidos y programas (Cepal, 2011) y la transversalidad del fomento al emprendimiento.

Los grupos estudiados son de estudiantes de primer semestre, por lo tanto es de vital importancia para la Universidad tener en cuenta que los recién ingresados estudiantes llegan con una estructura, hábitos y para el caso de este estudio, competencias que pueden ser potencializadas o desarrolladas a lo largo de su proceso formativo, con lo cual el instrumento de autodiagnóstico se podría convertir en un insumo de entrada para ciertos cursos y la aplicación de estrategias pedagógicas activas, que desarrollen esa competencia con la que en promedio tiene menos desarrollada los estudiantes al ingresar desde 2007, que es la iniciativa.

Se evidencia, que aun cuando el número de integrantes de los grupos en diversos programas de formación son distintos, no existen diferencias significativas en el nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras con las que ingresan los estudiantes, es decir aun siendo estudiantes de administración, publicidad o ingeniería industrial, la falta de iniciativa, planeamiento sistemático y convincente, esta generalizada en la juventud, los estudiantes que escojan una u otra carrera no poseen un nivel más alto de estas competencias.

CONCLUSIONES

El objetivo general de “Realizar un análisis del desarrollo de las competencias emprendedoras en una muestra de estudiantes de tres programas de pregrado en la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira, durante el semestre académico 2024 – 1”, se logró alcanzando cada uno de los objetivos específicos, así: No. 1; Se realizó el diagnóstico de las competencias emprendedoras por sujeto (49 sujetos), por grupo (tres grupos) y en todas las personas de los tres grupos. No. 2; Se analizaron los resultados obtenidos por los estudiantes de los diversos programas de formación profesional objeto del estudio, a través de pruebas estadísticas tales como ubicación del nivel de desarrollo en rangos de desempeño en total y por programa de formación, correlación entre el subtotal de puntaje obtenido por los sujetos y el factor de corrección de cada uno de ellos, el promedio del puntaje de las competencias obtenido por los sujetos, las competencias más y menos desarrolladas, tablas de contingencia por grupo entre el puntaje obtenido y el rango de ubicación de este y por último las pruebas de significancia, homogeneidad de las varianzas y de normalidad con ANOVA. Por último, sobre el objetivo específico No. 3, Propuesta de acciones de formación, modificaciones de contenidos, enfoques y complementos de formación en el programa, se evidencia después de los análisis estadísticos, identificándose como un hallazgo relevante: que el nivel de desarrollo de las competencias emprendedoras es independiente del programa escogido; que las competencias menos desarrolladas lo son en general de la población que ingreso a los diversos programas, que hay baja varianza de los resultados de las competencias y que la introducción de las tecnologías de la comunicación en la formación permiten una mayor flexibilidad en los contenidos y programas, fomentando la participación y la transversalidad del fomento al emprendimiento.

Agradecimientos al Profesor Carlos Eduardo García Mahecha, por su apoyo en la aplicación del instrumento a uno de los grupos de estudiantes.

Fuente de financiación

La UPB Seccional Palmira financió la elaboración de este estudio a través de su apoyo con fotocopias, software, otros insumos y la descarga del tiempo por vinculación como docente - investigador del autor

REFERENCIAS

- Cedeño, S. D. M. R., & Dueñas, A. E. P. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso. *ECA Sinergia*, 11(2), 47-58.
- Claro, M. - CEPAL. (2011). El papel de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la educación inclusiva. Colección Documentos de proyectos. <https://hdl.handle.net/11362/3937>.
- DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>.
- Fonseca, M. Confecámaras. Diagnóstico de competencias emprendedoras. 2004.
- Gancia, G. y Zilibotti, F. (2005): Horizontal innovation in the theory of growth and development. In P. Aghion and S. Durlauf (Eds.), *Handbook of Economic Growth*, vol. 1A. Elsevier.
- Hémbuz Falla, G. D., Sánchez Avilés, A. M., & Bermeo Díaz, V. (2020). Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica. *Revista Boletín Redipe*, 9(8), 166–180. <https://doi.org/10.36260/rbr.v9i8.1049>
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/667521/tjmd.pdf?sequence=5.xml>
- IBM. Software estadístico SPSS, versión 28.
- Martínez, A., Moreno, J., Pereira, F., Osorio, F., López, M., Schmutzler, J., Gómez, L., Santiago, V., Parra, L., Orozco, J. (2023). Actividad empresarial en Colombia 2022 - 2023: En camino hacia la reactivación. Cali: Editorial Universidad Icesi.
- Minniti, M. y Lévesque, M. (2008): Recent Developments in the Economics of Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, vol. 23, n° 6, pp. 603-612.
- Salazar, M. (2007). El emprendimiento en una muestra de estudiantes de los programas de Psicología y Publicidad de la UPB Seccional Palmira. Ponencia presentada en el congreso internacional de ASCOLFA. Santiago de Cali.

Sánchez, J. C. et al. La motivación y la intención emprendedora. *International Journal of Developmental and Educational Psychology INFAD Revista de Psicología*, N°1-Vol.3, 2011. ISSN: 0214-9877. pp:19-28. <https://dehesa.unex.es/handle/10662/3361>

Schumpeter, J. A. (2015a) [2010, 1942]. *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Volumen I. Barcelona: Página Indómita.

SPSS para Windows, Análisis estadístico. Mc Graw Hill editores. V28.

Universidad Icesi et al. *Actividad empresarial en Colombia 2022 – 2023*. Global Entrepreneurship Monitor Colombia 2022 – 2023.

Varela, R. *Innovación empresarial; Arte y Ciencia de la creación de empresas*. Editorial Prentice Hall. Bogotá. Segunda Edición. 2001. ISBN 958-699-023-3. Prensa moderna Impresores.

Received on 06, 2024.

Accepted on 08, 2024.

ANEXOS

1. Tabla de datos recolectados

No.	NOMBRE COMPETENCIA	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20	S21	S22	S23	S24	S25	S26	S27	S28	S29	S30	S31	S32	S33	S34	S35	S36	S37	S38	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45	S46	S47	S48	S49
1	Iniciativa	18	16	16	15	20	16	18	16	16	20	17	13	14	17	19	21	18	13	13	15	16	10	20	16	12	11	14	21	14	14	18	16	19	20	18	18	13	14	8	13	14	16	14	14	11	10	13	17	18
2	Actúa en oportunidades	19	17	13	16	19	13	16	18	19	23	18	12	17	17	18	20	19	15	16	19	17	15	23	15	15	10	12	21	17	15	14	12	17	23	18	14	18	14	9	19	19	17	15	19	10	16	13	16	10
3	Persistente	21	16	14	16	17	15	11	18	18	21	16	20	17	18	19	20	19	18	17	17	24	18	19	14	10	15	19	20	17	14	15	17	16	19	16	19	14	19	13	18	18	17	13	16	10	17	17	16	22
4	Buscador de Información	24	17	22	22	19	21	16	19	19	22	24	21	19	16	21	15	18	21	22	17	24	17	24	19	15	18	20	22	22	21	17	21	22	24	19	22	22	21	14	22	21	21	19	22	10	21	21	22	22
5	Exige calidad del trabajo	19	18	18	16	22	17	13	17	16	18	18	21	18	18	17	18	20	18	18	17	22	18	18	14	15	16	16	17	17	15	22	22	21	18	22	17	15	19	13	21	21	20	14	17	14	20	18	22	20
6	Comprometido trabajo	22	20	21	23	23	19	11	16	19	15	20	18	17	18	15	22	17	20	20	18	19	18	22	17	14	16	16	24	21	21	13	18	18	19	17	15	19	20	12	16	23	21	16	19	10	17	17	21	19
7	Orientado en eficiencia	20	15	9	15	17	21	20	18	15	11	19	13	17	18	19	21	17	20	20	18	20	12	21	16	15	18	18	18	16	18	20	18	18	20	20	14	20	17	12	20	19	18	17	10	9	18	15	21	22
8	Planeamiento sistemático	16	16	19	20	13	18	17	16	17	17	19	19	13	20	15	15	16	16	16	18	18	11	20	17	15	13	13	22	19	16	22	18	16	20	20	14	17	20	11	19	15	16	11	18	10	17	17	15	17
9	Solucionador problemas	20	19	18	21	20	20	18	17	17	20	19	14	17	13	17	22	18	17	19	18	18	16	19	16	15	15	14	19	19	16	15	21	18	20	20	17	19	19	9	21	12	16	18	16	12	14	17	15	20
10	Seguro de sí mismo	22	19	15	14	22	17	16	15	20	18	17	15	18	13	17	16	16	15	15	20	20	20	22	8	20	16	11	22	17	14	23	21	20	21	20	11	18	17	11	17	16	17	13	18	13	12	15	21	16
11	Asertivo	23	17	10	13	22	19	17	20	16	16	15	17	18	17	16	22	16	14	13	20	21	18	24	11	15	13	14	20	14	17	23	19	11	21	15	16	12	16	11	16	13	19	15	19	11	15	14	16	19
12	Convincente	20	18	15	15	14	17	14	17	18	16	17	18	17	15	18	18	18	20	18	19	15	18	21	12	10	16	12	22	13	13	21	17	14	18	19	17	13	18	12	19	21	18	14	18	9	16	15	15	20
13	Uso de influencias	19	17	15	20	20	19	10	22	16	19	17	16	17	19	18	18	17	19	19	16	18	16	22	15	15	18	14	19	19	17	19	12	13	19	15	19	19	18	12	22	19	19	20	19	12	13	20	13	19

2. Tabla resumen de resultados pruebas estadísticas.

		VAR00001	Iniciativa	Actúa en oportunidades	Persistente	Buscador de Información	Exige calidad del trabajo
N	Válido	49	49	49	49	49	49
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media			15,5714	16,2653	16,9388	20,0000	17,9796
Mediana			16,0000	17,0000	17,0000	21,0000	18,0000
Moda			16,00	19,00	17,00	22,00	18,00
Desv. Desviación			3,04138	3,33401	2,84611	2,92973	2,49574
Varianza			9,250	11,116	8,100	8,583	6,229
Mínimo			8,00	9,00	10,00	10,00	13,00
Máximo			21,00	23,00	24,00	24,00	22,00

Estadísticos

		Comprometido trabajo	Orientado en eficiencia	Planeamiento o sistemático	Solucionado r problemas	Seguro de sí mismo	Asertivo
N	Válido	49	49	49	49	49	49
	Perdidos	0	0	0	0	0	0
Media		18,2041	17,2041	16,5918	17,3469	16,9388	16,5102
Mediana		18,0000	18,0000	17,0000	18,0000	17,0000	16,0000
Moda		19,00	18,00	16,00	19,00	17,00 ^a	16,00
Desv. Desviación		3,13568	3,25947	2,81305	2,68911	3,43031	3,49477
Varianza		9,832	10,624	7,913	7,231	11,767	12,213
Mínimo		10,00	9,00	10,00	9,00	8,00	10,00
Máximo		24,00	22,00	22,00	22,00	23,00	24,00

		Convincente	Uso de influencias
N	Válido	49	49
	Perdidos	0	0
Media		16,4898	17,3061
Mediana		17,0000	18,0000
Moda		18,00	19,00
Desv. Desviación		2,92349	2,80033
Varianza		8,547	7,842
Mínimo		9,00	10,00
Máximo		22,00	22,00

Competencias con puntajes mínimos; 1, 11 (8 puntos)

Competencias con puntajes máximos; 4, 5, 7, 12 (24 puntos)

3. Fiabilidad estadística del instrumento

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,887	,888	13

4. Estadísticas de dispersión de las variables

VARIABLE	Media	Desviación estándar	N
Iniciativa	15,5714	3,04138	49
Actúa en oportunidades	16,2653	3,33401	49
Persistente	16,9388	2,84611	49
Buscador de Información	20,0000	2,92973	49
Exige calidad del trabajo	17,9796	2,49574	49
Comprometido trabajo	18,2041	3,13568	49
Orientado en eficiencia	17,2041	3,25947	49
Planeamiento sistemático	16,5918	2,81305	49
Solucionador problemas	17,3469	2,68911	49
Seguro de sí mismo	16,9388	3,43031	49
Asertivo	16,5102	3,49477	49
Convincente	16,4898	2,92349	49
Uso de influencias	17,3061	2,80033	49

5. Estadísticas de total de elemento; Sugerencias de supresión categorías.

Nombre variable	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
Iniciativa	207,7755	558,678	,628	,571	,876
Actúa en oportunidades	207,0816	552,160	,605	,531	,877
Persistente	206,4082	565,372	,626	,654	,876
Buscador de Información	203,3469	569,356	,574	,580	,879
Exige calidad del trabajo	205,3673	587,696	,531	,539	,881
Comprometido trabajo	205,1429	563,167	,572	,431	,879
Orientado en eficiencia	206,1429	574,333	,468	,295	,885
Planeamiento sistemático	206,7551	577,855	,535	,397	,881
Solucionador problemas	206,0000	572,375	,610	,494	,877
Seguro de sí mismo	206,4082	555,413	,563	,637	,880
Asertivo	206,8367	544,889	,619	,638	,877
Convincente	206,8571	555,333	,684	,576	,873
Uso de influencias	206,0408	582,248	,504	,458	,882

Descriptivos

SUMAPUNTAJES

	N	Media	Desviación estándar	Error estándar	95% de intervalo de confianza para la media		Mínimo	Máximo
					Límite inferior	Límite superior		
Administracion	12	228,9167	21,89420	6,32031	215,0058	242,8276	190,00	275,00
Publicidad	12	228,7500	17,49351	5,04994	217,6352	239,8648	197,00	263,00
Ing. Industrial	25	218,0800	29,95541	5,99108	205,7150	230,4450	141,00	267,00
Total	49	223,3469	25,65439	3,66491	215,9781	230,7157	141,00	275,00

7. Rango puntos

	N	%
Nivel Bajo	15	30,6%
Nivel Medio	20	40,8%
Valor Alto	14	28,6%

8. Calculo de rangos de datos Estadísticos

RANGO PUNTOS

N	Válido	49
	Perdidos	0
Mínimo		1,00
Máximo		3,00
Percentiles	30	1,0000
	70	2,0000

9. Rango de puntajes por grupos.

Tabla cruzada RANGO PUNTOS*GRUPO

		GRUPO							
		Administración		Publicidad		Ingeniería		Total	
		N	%	N	%	N	%	N	%
RANGO PUNTOS	Nivel Bajo	3	25,0%	2	16,7%	10	40,0%	15	30,6%
	Nivel Medio	6	50,0%	6	50,0%	8	32,0%	20	40,8%
	Valor Alto	3	25,0%	4	33,3%	7	28,0%	14	28,6%
Total		12	100,%	12	100,%	25	100,%	49	100,%