



Innovación y emprendimiento: ferias empresariales de tres IES en Bogotá*

Jhon Alexander Valdelamar Zapata^A ■ Maura Alejandra Berdugo Pérez^B ■
Paola Andrea Plata Pacheco^C
Universidad Militar Nueva Granada

Resumen: El emprendimiento innovador es un determinante de desarrollo económico, por lo tanto, es de interés académico evidenciar cómo desde la universidad se aporta a estas dinámicas. El documento identifica conceptos, tipos y alcances de la innovación reflejados en ideas de negocio presentadas en ferias de emprendimiento de tres instituciones de educación superior bogotanas partiendo de metodologías de observación activa y entrevistas a los organizadores de los eventos. Como reflexión el documento muestra que el acompañamiento a los estudiantes es determinante en sus bases de conocimiento, capacidades creativas y generación de ideas innovadoras para solucionar algún problema de la sociedad

Palabras clave: Nuevas empresas, startups, emprendimiento, innovación, ferias de emprendimientos, universidades.

Fecha de recepción: 24 de mayo de 2017

Fecha de aprobación:

Cómo citar: Valderrama, J, Berdugo, M, & Plata, P (2017) Innovación y Emprendimiento: Ferias Empresariales de Tres IES En Bogotá. En: *CRITERIOS, Revista de Estudiantes Facultad de Ciencias Económicas. UMNG. Vol. VII N°1.*

-
- * Artículo resultado de investigación del Proyecto de Iniciación Científica - PIC 2199 "Tipos de innovación en proyectos presentados a ferias universitarias en instituciones de educación superior en Bogotá", vigencia 2016-1, financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Militar Nueva Granada, este trabajo fue dirigido por la profesora María Eugenia Morales, profesora de planta de la facultad de Ciencias Económicas (sede Bogotá).
 - a Estudiante de Administración de Empresas de la Universidad Militar Nueva Granada, vinculado al semillero Estrategia y Gestión del Grupo de Estudios Contemporáneos en Contabilidad Gestión y Organizaciones, Bogotá. Correo electrónico: u2203776@unimilitar.edu.co.
 - b Estudiante de Economía de la Universidad Militar Nueva Granada, vinculado al semillero Estrategia y Gestión del Grupo de Estudios Contemporáneos en Contabilidad Gestión y Organizaciones. Correo electrónico: u2101516@unimilitar.edu.co
 - c Administradora de Empresas, Universidad Militar Nueva Granada. Joven investigadora del Grupo de Estudios Contemporáneos en Contabilidad Gestión y Organizaciones de la Universidad Militar Nueva Granada. Correo electrónico: andreaplatap@gmail.com.

INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP: BUSINESS FAIRS OF THREE HEIs IN BOGOTÁ

Abstract: Innovative entrepreneurship is a determining factor of economic development; therefore, it is of academic interest to observe how universities contribute to these dynamics. This paper identifies concepts, types and scopes of innovation reflected in business ideas that were presented at entrepreneurship fairs of three Bogota higher education institutions. Active observation and interviews with event organizers are employed as methods. As a reflection, the document shows that supporting students is crucial to their knowledge bases, creative abilities, and production of innovative ideas to solve society's problems.

Keywords: New companies, startups, entrepreneurship, innovation, entrepreneurship fairs, universities.

INOVAÇÃO E EMPREENDIMENTO: FEIRAS EMPRESARIAIS TRÊS IES EM BOGOTÁ

Resumo: O empreendedorismo inovador é um determinante do desenvolvimento econômico, portanto, é de interesse acadêmico mostrar como a universidade contribui para essa dinâmica. O documento identifica conceitos, tipos e alcances da inovação refletidos nas ideias de negócios apresentadas nas feiras de empreendedorismo de três instituições de ensino superior de Bogotá, com base em metodologias de observação ativa e entrevistas com os organizadores dos eventos. Como reflexão, o documento mostra que acompanhar os alunos é decisivo para a base de conhecimento deles, capacidades criativas e geração de ideias inovadoras para solucionar qualquer problema da sociedade.

Palavras-chave: novas empresas, startups, empreendedorismo, inovação, feiras de empreendedorismo, universidades.

1. Introducción

El emprendimiento innovador es un determinante de desarrollo de las economías modernas (Vesga, 2008; Gómez & Mitchel, 2014). En este contexto, en los últimos años, se ha incrementado el interés desde diversos enfoques públicos y privados en impulsar actividades relacionadas con la innovación y el emprendimiento, en razón a que se consideran determinantes para el progreso de los sectores económicos, traducándose en un mayor crecimiento, empleo y bienestar (Gómez & Mitchel, 2014; Lagunes, Solano, Herrera, San Martín, & González, 2014).

Colombia enfrenta algunos retos para la superación de la pobreza, y las presiones regionales para la competitividad, conllevan a requerir de actividad emprendedora e innovadora, que agregue valor a los ingresos y sofisticue los negocios (Gómez & Mitchel, 2014). Por tanto, es de interés académico evidenciar cómo el emprendimiento innovador universitario se está presentando y puede aportar nuevos beneficios para las naciones en vías de desarrollo (Vesga, 2008).

Teniendo en cuenta: 1) que los individuos conforman la base del emprendimiento e innovación de un país (Vesga, 2008), 2) que la educación es un motor fundamental para el desarrollo de habilidades (Gómez & Mitchel, 2014) y 3) que las instituciones de educación superior son fuente de conocimiento e influencia en la sociedad (Lagunes et al., 2014), el documento identifica conceptos, tipos y diversos alcances de la innovación reflejada en ideas de negocio presentadas en las ferias de emprendimiento de tres Instituciones de Educación Superior (en adelante IES) en Bogotá, a partir de la observación activa en cuatro ferias de este tipo y entrevistas realizadas a los organizadores de dichos eventos.

El documento presenta en primer lugar un marco referencial sobre emprendimiento e innovación, seguidamente se ilustra la metodología utilizada para la investigación y finalmente se presentan los resultados de la observación y el análisis de las entrevistas contrastándolos con la teoría, para finalmente mostrar los principales hallazgos y reflexiones del ejercicio investigativo.

2. Contexto teórico

Definiciones de innovación y emprendimiento

De acuerdo con la OECD y Eurostat (2005), la innovación va más allá de la investigación y el desarrollo, y puede ser entendida como la implementación de nuevos o mejorados productos o servicios, procesos, métodos de mercadeo o métodos de organización.

De esta manera, se innova en producto cuando se crea o se mejora significativamente un bien o servicio, reflejado en sus características y usos previstos. La innovación en proceso, por otra parte, presenta nuevos o significativamente mejorados métodos de producción o de entrega. Dos tipos de innovación menos documentados son la innovación en mercadeo y la organizacional, igualmente haciendo referencia a la creación o mejora significativa de diseños de producto, empaque, promoción y precio o prácticas administrativas, organización del lugar de trabajo o relaciones externas, respectivamente (OECD; Eurostat, 2005).

De igual forma, el emprendimiento se puede entender desde un punto de vista amplio como el desarrollo de una idea de negocio. El interés de vincular la innovación al emprendimiento radica en la importancia para las economías de generar tejidos productivos con base en el conocimiento y la tecnología, desarrollando así la capacidad del país de proveer nuevos mercados nacionales e internacionales (Julia, 2014).

Así mismo, analizando el tema desde el punto de vista del desarrollo económico, se encuentra la importancia del papel que juega la innovación en este ámbito, siendo esta un factor importante que mueve el desarrollo económico a través del proceso que Joseph Schumpeter denominó destrucción creativa, en el cual las tecnologías antiguas van siendo reemplazadas por las nuevas, identificando así mismo dos grados de innovación: radical y progresiva o incremental (Schumpeter, 1934 citado en OECD; Eurostat, 2005).

De acuerdo a los grados anteriormente mencionados, Schumpeter considera que las innovaciones radicales generan grandes cambios a nivel

global, mientras que las progresivas simplemente van aportando al proceso de cambio (Schumpeter, 1934 citado en OECD; Eurostat, 2005). Estas consideraciones muestran la importancia que tiene la novedad dentro de la innovación, entendiendo esta como el hecho de presentar un producto, servicio o proceso inédito al mercado, bien sea a nivel local, nacional o internacional, teniendo así en este último aspecto el alcance que se puede lograr con la innovación (OECD; Eurostat, 2005).

Por otra parte se debe considerar que el papel que juega la innovación dentro del desarrollo económico no puede darse por sí solo, es necesaria la acción de un actor que se encargue de promoverla, el cual en este caso se denomina empresario innovador, definido como “aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones de medios de producción” (Schumpeter, 1942 citado en Montoya, 2004, p. 211), es decir aquella persona que puede crear y gestionar innovación de tipo radical tanto dentro como fuera de las organizaciones (Montoya, 2004).

Educación en emprendimiento e innovación

De acuerdo con lo indicado por Vesga (2008), el emprendimiento innovador se desarrolla en tres niveles: macro, meso y micro, es decir, “el nivel macro del país y el entorno, el nivel intermedio de las empresas y el nivel básico de los individuos” (p.1). Teniendo en cuenta el propósito de este artículo, el énfasis estará en el nivel micro, donde se tiene en cuenta capacidades del individuo hacia la innovación y el emprendimiento, correspondientes a acciones hacia la búsqueda de oportunidades, articulación de recursos y toma de riesgos.

Por tanto, para comprender cómo un individuo se convierte en un emprendedor innovador, Vesga (2008) propone identificar variables como la educación, habilidades, actitudes y recursos psicológicos. Dentro de estas variables, la educación cumple un papel primordial tanto para brindar una orientación profesional, como para el desarrollo de habilidades y actitudes (Vesga, 2008). Si bien, se contemplan otros recursos como la experiencia y el saber hacer, la academia se convierte en

un dinamizador de la construcción de una visión emprendedora e innovadora para cada estudiante (Lagunes et al., 2014).

Siendo así, la educación se constituye como un factor económico, en la medida que permite a la persona desarrollarse en un área de conocimiento. En este sentido, las instituciones de educación superior, deben fomentar competencias personales, sociales y profesionales que desarrollen el espíritu emprendedor e innovador del estudiante.

Tanto desde una perspectiva de orientación como desde las modalidades de enseñanza, San Martín (2014) indica que “la educación puede aumentar el comportamiento emprendedor” (p.56), indicando así dos corrientes: la ejecución de planes de negocio para nuevas empresas o la administración de pequeñas empresas. Independiente del enfoque, el objetivo común es brindar a los estudiantes espacios para el desarrollo de habilidades y conocimientos que sean una base para la creación y dirección de empresas como opción de vida.

Ahora bien, no necesariamente el emprendimiento impartido es innovador (Vesga, 2008), por lo que la academia requiere igualmente de reforzar procesos en docencia e investigación orientados a la innovación. Lo anterior entonces implica un esfuerzo adicional de las instituciones de educación superior, para vincular la innovación y el emprendimiento desde sus funciones misionales de docencia e investigación, con la vinculación de los conceptos dentro de los planes de estudio, y reforzando con la investigación las propuestas de valor innovadoras (San Martín, 2014).

En Colombia de acuerdo con el artículo 2 de la ley 1014 de 2006 del Congreso de la República, se busca “promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución”, con el fin de que las instituciones vinculen dentro de sus procesos educativos el fomento y desarrollo de la cultura del emprendimiento y la creación de empresas orientadas al desarrollo del país.

De esta manera, la ley procura promover una actitud favorable hacia el emprendimiento, la innovación y la creatividad desarrollando así competencias para la generación empresas (Diario Oficial

46.164, 2006). En ese sentido, toma relevancia la formación del emprendedor, y por tanto el rol de las instituciones de educación superior de fomentar espacios para el análisis de casos, simulaciones y aprendizaje activo (Vicens & Grullón, 2011).

En concordancia con lo anterior, existen modelos universitarios de emprendimiento e innovación donde se destacan algunas estrategias de fomento:

- Formación en emprendimiento como componente curricular de los programas académicos con componentes en generación de ideas y diseño de planes de negocio (Leiva, Arroyo, Gutiérrez, & Masis, 2014; Rodríguez, 2014).
- Opción de grado con plan de empresa (Rodríguez, 2014)
- Programas de incubación de empresas y aceleración de empresas (Lagunes, Herrera, & González, 2014)
- Conversatorios y eventos de emprendimiento, dentro de las cuales se pueden citar las muestras de emprendimiento (Leiva et al, 2014).

- Semilleros y centro de emprendimiento (Rodríguez, 2014; Lagunes et al., 2014).

Dentro de las estrategias mencionadas, se toma con especial interés el desarrollo de eventos de emprendimiento en forma de muestras empresariales, como un espacio en el cual los estudiantes tienen la oportunidad de evidenciar ante agentes externos los desarrollos realizados, bien sea mediante procesos académicos curriculares o extracurriculares, opción de grado o resultados de intervención por parte de la IES para la promoción de los emprendimientos.

3. Materiales y métodos

La investigación tuvo una un enfoque cualitativo y se tomó como método el estudio de caso de algunas muestras de emprendimiento organizadas por tres instituciones de educación superior en Bogotá (ver tabla 1), tomando como instrumento de recolección las entrevistas a cuatro organizadores y la observación activa en cuatro eventos.

Tabla 1. Caracterización de la muestra

Institución de educación superior (IES)	Programas presentes en la feria/muestra de emprendimientos	Entrevistas realizadas
IES A	Sede 1: programas académicos: negocios y relaciones internacionales y finanzas y comercio internacional	Coordinador del Programa de Emprendimiento, Programa de Finanzas y Comercio Internacional
	Sede 2: programas académicos: administración de empresas agropecuarias, zootecnia, medicina veterinaria e ingeniería agronómica.	Coordinador del Programa de Emprendimiento, Administración de empresas agropecuarias.
IES B	Programa de seguridad y salud ocupacional.	Directora de Extensión y Proyección Social, Facultad.
IES C	Programa tecnología de química industrial, tecnología de regencia de farmacia, tecnología de gestión de sistemas de información documental y archivística, tecnología de gestión de empresas de la salud, tecnología de desarrollo de software.	Directora, centro de Desarrollo Empresarial

Fuente: elaboración propia

La investigación se dividió en tres fases, en la primera fase se hizo una revisión literaria respecto a los temas de emprendimiento e innovación a nivel universitario, haciendo énfasis en el papel que juegan las muestras empresariales en este proceso. Acto seguido se procedió con una búsqueda de muestras de emprendimiento programadas por las universidades en Bogotá para el periodo 2016-1, teniendo en cuenta factores tales como: disponibilidad de asistencia, oportunidades de acceso a los eventos, contactos con los organizadores del evento, contacto con docentes encargados, diversidad temática a nivel académico y factor de innovación en las muestras.

De esta forma se seleccionaron 3 instituciones de educación superior que cumplieron con los anteriores requisitos, las cuales adicionalmente abrieron sus puertas para proceder con la investigación. Dichas instituciones por cuestiones de privacidad pasaron a nombrarse con las letras A, B, y C teniendo en cuenta el orden de visita en cada una de ellas.

En la segunda fase, durante las visitas realizadas a las muestras se realizó una observación de campo activa a nivel general, apreciando los procesos realizados y los proyectos presentados por los participantes de la misma, identificando los principales factores que tenían en cuenta para formular sus proyectos y la forma como decidían innovar partiendo de su conocimiento. Para la observación, se contó con un formulario guía que permitiera registrar la información obtenida. Igualmente, se aplicó una entrevista semiestructurada a los organizadores de la feria, con el fin de entender el proceso institucional para la promoción del emprendimiento innovador y la realización de eventos para la muestra de resultados. La información obtenida fue analizada mediante técnicas de categorización de conceptos claves.

Finalmente, en la tercera fase se caracterizaron los resultados que se presentaron en las muestras, teniendo en cuenta el alcance y grado del emprendimiento innovador desarrollado en las instituciones de educación superior estudiadas.

4. Resultados y discusión

Los resultados destacaron la importancia de la innovación desde dos características, en torno a los procesos de emprendimiento en la IES y el desarrollo de las muestras empresariales que abordan el tema de estudio. Se identifica que estos procesos no son separados y deben encontrarse articulados.

Con respecto a los procesos de emprendimiento en la IES, se identificó que los estudiantes desde el aula de clase a partir de las orientaciones recibidas por los docentes, se auto-incentivan a proponer ideas de negocio que sean factibles para las necesidades del mercado. Esto a su vez los motiva a presentar ideas y formular proyectos ante grupos de apoyo de las facultades que les permitan integrar la información y establecer una carta de navegación en el desarrollo de los proyectos.

En el aula de clase se establecen criterios para el desarrollo de la idea y posterior formulación del modelo de negocio, mientras desde el proceso de la feria de emprendimiento, cada docente tiene como objetivo de la feria, proponer un instrumento de seguimiento y control del proceso de aprendizaje en el emprendimiento y medir el grado de innovación de la idea impulsada desde el aula.

En este sentido el objetivo principal de la feria de emprendimiento es mostrar los avances de proyectos realizados por estudiantes, fomentando procesos aplicados de conocimiento y proyectando la construcción de habilidades en estudiantes de una manera dinámica, en torno a ideas que traen, junto con los aportes que reciben en el aula de clase. De manera que los resultados presentados en el evento reflejen una secuencia del proceso de ideación de la propuesta, formulación del proyecto y desarrollo del plan de negocio. A continuación, se describen los principales hallazgos por cada una de las instituciones de educación superior objeto de estudio.

Propósito y proceso de las ferias empresariales

Feria IES A – Sede A

Tabla 2. Caracterización Feria IES A – Sede A

Área de enfoque	Negocios internacionales
Nº de expositores	30
Participantes	Estudiantes, egresados y empresas.
Objetivo	Incentivar a los estudiantes a realizar procesos de creación de empresa.
Asignaturas curriculares involucradas	Gerencia de comercio exterior, seminario de creación de empresas y gerencia estratégica internacional.
Incentivos/apoyo de la universidad	La universidad contempla como opción de grado presentar un plan de negocio, opción por la cual el organizador indicaba que se han generado casos de éxitos de egresados con empresas consolidadas.
Capacidades fomentadas	Se busca desarrollar: el pensamiento estratégico y gerencial, habilidades en ventas, toma de decisiones, creatividad, innovación y liderazgo.
Datos adicionales	Los organizadores indicaron que un grupo de estudiantes se dedicó exclusivamente a la organización y logística con el fin de desarrollar habilidades gerenciales en la ejecución de eventos, de tal manera que ellos participaron tanto como expositores y organizadores.

Fuente: elaboración propia

Los organizadores consideran que las muestras empresariales son espacios importantes, para que el estudiante pueda aprender a desenvolverse, vender y buscar alianzas. Resaltan igualmente que aun cuando el emprendimiento es una cuestión de actitud, los estudiantes deben aprovechar los recursos de las IES a favor de su idea de negocio.

Por otra parte, la observación permitió evidenciar que los equipos participantes estaban

compuestos por estudiantes dentro de un mismo programa y semestre académico, presentando los resultados de las actividades desarrolladas durante el programa curricular.

Dentro de la muestra, se encontró un proyecto que vinculaba igualmente estudiantes de carreras de ingeniería industrial y negocios y relaciones internacionales, en razón de que el proyecto requirió un desarrollo tecnológico que se pudo realizar gracias a la alianza entre los dos programas. Así mismo, se identificó la presentación de ideas empresariales enfocadas en los mercados internacionales, donde se pudo evidenciar que el principal propósito de los participantes era llevar sus negocios a otros países, enfocándose en la exportación de sus productos, algunos de ellos con un enfoque particular hacia la innovación y el valor agregado.

Feria IES A –Sede B

Tabla 3. Caracterización Feria IES A – Sede B

Área de enfoque	Sector Agropecuario
Nº de expositores	70
Participantes	Estudiantes de tres programas académicos diferentes, docentes organizadores y empresas invitadas para la muestra y como evaluadoras de los proyectos presentados.
Objetivo	Identificar el potencial en torno a capacidades de los estudiantes, fortaleciendo así la capacidad de liderazgo, habilidades resolutivas y toma de decisiones asertivas.
Asignaturas curriculares involucradas	Espíritu empresarial, plan de empresa, gestión de proyectos y formulación de proyectos.
Incentivos/apoyo de la universidad	Fuentes personales de los emprendedores, y apoyo de la universidad en iniciativas productivas a través de la intermediación de la oficina de filantropía con el sector productivo.

Capacidades fomentadas	Capacidad de liderazgo, habilidades resolutivas y toma de decisiones asertivas
Datos adicionales	Los proyectos respondían a un trabajo curricular de los estudiantes, impulsado por la misma IES, tanto a nivel local como de otras regiones del país, es decir, estudiantes de otras regiones venían a exponer sus procesos de desarrollo productivo, promoviendo en el estudiante la disposición para asistir a ferias, ruedas de negocios y convocatorias nacionales ⁶ .

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, el origen de algunos proyectos que se presentan en esta feria, corresponden a iniciativas familiares, otros surgen de los procesos de ideación durante las clases y la aplicación de los conocimientos curriculares sobre los intereses propios. Los recursos financieros para desarrollar los proyectos provienen de fuentes personales de los emprendedores, aunque la universidad puede apoyar algunas iniciativas productivas a través de la intermediación de la oficina de filantropía con el sector productivo.

En este contexto y de acuerdo con lo expuesto por el organizador, se identifica que los principales actores dentro del proceso son: los docentes curriculares de las asignaturas vinculadas al modelo de emprendimiento de la universidad, los coordinadores de la feria empresarial, la oficina de filantropía para el apoyo a unidades productivas, los egresados con empresas que participan dentro de la feria y buscan oportunidades para invertir y la comunidad invitada a participar de la feria correspondiente a estudiantes de otros programas, docentes de otras universidades y familiares y amigos de los expositores.

⁶ La universidad cuenta con diversas sedes, en algunas de sus ferias y muestras empresariales, se hace convocatoria nacional para presentar los proyectos en las sedes de Bogotá.

Feria IES B

Tabla 4. Caracterización Feria IES B

Área de enfoque	Seguridad y Salud Ocupacional
Nº de expositores	20
Participantes	Estudiantes, docentes
Objetivo	Fomentar en el estudiante la posibilidad de ser un empresario o gerente en el futuro y que así mismo éste explore más su creatividad e innovación.
Asignaturas curriculares involucradas	Producción y procesos, espíritu empresarial y presupuesto.
Incentivos/ apoyo de la universidad	A través de la oficina de extensión del programa, los estudiantes se pueden direccionar hacia la convocatoria interna de la IES o hacia instituciones externas para la consecución de financiación
Capacidades fomentadas	Generar cualidades emprendedoras basadas en el liderazgo, la creatividad, la negociación y toma de decisiones en grupo.
Datos adicionales	Los proyectos son un trabajo curricular por parte de sus estudiantes, organizado en conjunto por una iniciativa de los docentes de planta, los cuales se originan desde una idea de negocio planteada entre primer y tercer semestre; seguidamente, entre cuarto y sexto semestre se planea la selección y desarrollo de una idea a través de un plan de negocio, y se evidencia la articulación del plan de estudios con los compromisos de generación de productividad del país a través de la creación de empresa.

Fuente: elaboración propia

Es este caso se identificaron como actores a la comunidad académica de la IES que podía participar como observador de la feria, Fondo Emprender como un invitado del evento y los estudiantes y docentes del programa académico.

Feria IES C

Tabla 5. Caracterización Feria IES C

Áreas de enfoque	Farmacéutica, química y tecnología.
Nº de expositores	60
Participantes	Estudiantes, docentes.
Objetivo	Fomentar el desarrollo empresarial en el área de estudio correspondiente, así como desarrollar ideas de negocio que tengan carácter de productividad e innovación.
Asignaturas curriculares involucradas	Asignatura de emprendimiento en cada uno de los programas tecnológicos de la IES: química industrial, regencia de farmacia, gestión de sistemas de información documental y archivística, desarrollo de software y gestión de empresas de la salud
Incentivos/apoyo de la universidad	Las muestras de emprendimiento promovidas por esta IES, se han convertido en espacios propicios para impulsar las redes de contacto y generar inversiones de capital semilla, convirtiéndose en una vitrina de apropiación social de conocimiento, así mismo incentivando la generación de reputación en la IES e incrementando su impacto en la comunidad académica y empresarial.
Capacidades fomentadas	Resaltar las habilidades que tienen los estudiantes y conocer la incidencia de los procesos de emprendimiento en la generación de proyectos innovadores.
Datos adicionales	La feria se organizó en un edificio de la IES, en el cual los estudiantes estaban ubicados en las tres plantas, comenzando por los primeros semestres en la planta baja, presentando ideas de negocio y los niveles superiores y egresados en las dos últimas plantas, presentando el resultado de planes empresariales y proyectos en marcha.

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, el objetivo de la IES C es resaltar las habilidades que tienen los estudiantes y conocer la incidencia de los procesos de emprendimiento en la generación de proyectos innovadores. De esta forma, se parte de una idea de negocio, mostrando entre los estudiantes avances del seguimiento de las propuesta en diversos niveles de estudio.

Se resalta que los proyectos presentados son sometidos a procesos de arbitraje con el objetivo de incentivar la excelencia y así desarrollar un impacto sobresaliente en la comunidad. El resultado de este proceso brinda una apreciación sobre el panorama en general y se establece como un indicador de calidad válido de reconocimiento en los grupos de interés de las universidades.

Teniendo en cuenta que los estudiantes son los actores principales en el proceso de formación de emprendimiento, se identificó que los procesos de investigación formativa adquieren un papel estratégico en el desarrollo de los procesos de emprendimiento, debido a la articulación de ideas y de roles de los docentes, quienes apoyan los procesos de formación en sus propios equipos para así llevarlo a un espacio más real.

5. Concepciones sobre la innovación de docentes y estudiantes

Feria IES A – Sede A

Para los estudiantes de la feria IES A de la sede A, la innovación se presenta como referente a la estrategia para la competitividad, actualización y novedad tecnológica, encontrando en este sentido coherencia con lo planteado por la OECD y Eurostat (2005) referente a la innovación. La mayor parte de los proyectos exhibidos por los estudiantes presentaron innovación en producto y mostraron un grado incremental, dado que las ideas eran modificaciones de productos ya existentes con un valor agregado, mientras que la parte restante de los proyectos presentaron productos o servicios que ofrecían básicamente un valor agregado diferencial sin mucha novedad.

En esta feria se pudo apreciar que se tenía el objetivo de lograr un alcance internacional, relacionado principalmente por la carrera que cursaban (negocios internacionales), bien fuera enfocando el proyecto al mercado de exportación, o abarcándolo desde una medida local y regional para luego expandirla.

Por otra parte, respecto a la innovación, los organizadores del evento consideran que la IES es un medio catalizador que debe vincularse al ecosistema de emprendimiento e innovación de la ciudad, lo cual en la feria y en la universidad se promueve a partir de promover desarrollos que tengan valor agregado, representados en la innovación de producto o proceso (distribución o procesos internos), con componentes de internacionalización.

Feria IES A – Sede B

En esta feria, respecto al término de innovación se sigue conservando el concepto propuesto por la OECD y Eurostat (2005) de un cambio incremental, dado que los estudiantes presentaron propuestas que incluían mejoramiento en productos existentes, los cuales estuvieron influidos principalmente por la temática de la feria, relacionada con el sector agrícola, representados en proyectos en carnes, lácteos, frutas y servicios asociados con un enfoque de conservación ambiental.

Por otra parte referente al alcance que se buscaba con la innovación, se encontró que este se ubicaba tanto a nivel local como nacional, puesto que los proyectos estaban enfocados tanto en el ámbito local como el regional dentro del país, pues en última instancia el objetivo principal de la feria era la generación de ideas que aportaran al sector agrícola colombiano, o que en su defecto se relacionaran con éste.

Feria IES B

Los proyectos de los estudiantes evidencian aspectos de novedad tecnológica, nuevos desarrollos y actualización, continuando así con el concepto propuesto por la OECD y Eurostat (2005); dado que se buscaba generar mejores condiciones laborales a partir de ideas tanto a nivel tecnológico como de actualización de productos existentes.

Los proyectos presentaban un grado incremental de innovación, en el cual se buscaba la utilización de mejores materiales para realizar un producto, o en su defecto mejorar la prestación de un servicio para que favoreciera un determinado sector de la sociedad.

El alcance de la innovación buscado por la mayoría de los proyectos era básicamente local y nacional, con el fin de que su área de estudio (seguridad y salud ocupacional) beneficiara en primera instancia al trabajador colombiano que pueda ser proclive a tener alguna lesión laboral.

Por otra parte, la directora de extensión y proyección social indicó que en el proceso de innovación, se orienta a los estudiantes hacia tres tipos de innovación: crear un producto nuevo, crear un producto añadido o mejorar un proceso.

Así mismo se identificó que el modelo de innovación se relaciona con tres etapas del desarrollo. En primer lugar, se propone la creación de un producto nuevo, donde los estudiantes cuestionan las necesidades que demandan los mercados y en este sentido se inicia un proceso de diseño y generación de ideas con un alcance a nivel social, estimulando el impacto de valor compartido.

Como segunda fase del proceso, se indagan los conceptos principales para llegar a una hipótesis del problema y así llevarlo a la realidad frente a otras ideas que ya son conocidas y que puedan tener una oportunidad de mejora; por último, se considera que se debe generar además de una mejora en el proceso de producción de un producto, la orientación del mismo desde la necesidad contemplada.

Feria IES C

Finalmente en la muestra de la IES C, se apreció igualmente la concordancia de su concepto de innovación con lo planteado por la OECD y Eurostat (2005), pues en esta feria se evidenciaron proyectos con innovación basada en conocimiento y novedad tecnológica, nuevos desarrollos y actualización o mejora; en su mayoría los proyectos presentaron un grado de innovación incremental principalmente de productos y en menor medida innovaciones en servicios y procesos.

Por otra parte los estudiantes enfocaron sus esfuerzos básicamente en que el proyecto tuviera un alcance local con miras a expandirse a nivel nacional. Desde los organizadores, se busca que los emprendimientos reflejen un conocimiento aplicado con una orientación novedosa, e igualmente que se pueda formar al estudiante para la innovación y el emprendimiento desde su ser, hacer y saber; se busca que los estudiantes sean competitivos, generando ventajas a nivel personal y profesional, y que en sus iniciativas de emprendimiento identifiquen necesidades y se solucionen de manera novedosa.

Los organizadores indican que como IES tienen el deber de generar cambio a nivel empresarial, articulando la innovación a las funciones misionales de la institución, de manera que esta se articule con la docencia a partir de emprendimientos relacionados a su área de conocimiento, con resultados en emprendimiento de alto impacto; en términos de investigación, se genera la articulación para asegurar la novedad y viabilidad del proyecto; y finalmente, en términos de proyección social, es

el enlace que satisfaga una necesidad social y del mercado. En este sentido se encuentra una gran relación con lo propuesto por Lagunes et al. (2014), pues aquí la IES actúa como el dinamizador en la construcción de una visión emprendedora e innovadora para cada estudiante.

Resumen conceptual consolidado por IES

Con lo observado en las anteriores muestras, se pudo apreciar que, a pesar de ser diferentes instituciones, todas pueden llegar a tener varios aspectos en común, principalmente en lo que corresponde al alcance que se busca en el mercado y al grado de innovación.

Adicionalmente, el tema de las muestras se ve influido por la facultad organizadora del evento, pero aun así se pueden encontrar proyectos enfocados en campos interdisciplinarios que se adoptan al objetivo de su respectiva muestra. Para evidenciar de una forma más clara lo dicho anteriormente, ver la tabla 6.

Tabla 6. Resumen de factores identificados

Factor de Análisis	IES A (Sede A)	IES A (Sede B)	IES B	IES C
Grado de innovación	Incremental	Incremental	Incremental	Incremental y radical
Enfoque principal	Negocios y Relaciones Internacionales	Ciencias Agropecuarias	Administración de la Seguridad y Salud Ocupacional	Farmacéutica, química y tecnología
Proceso académico	Curricular	Curricular	Curricular	Curricular y extracurricular
Recursos financieros del proyecto	Propios	Propios	Propios	Propios
Alcance	Nacional e internacional	Local y nacional	Local y nacional	Local y nacional
Concepto de innovación	Estrategia para la competitividad y actualización.	Actualización	Nuevos desarrollos y actualización	Conocimiento, novedad tecnológica
Participantes	- Estudiantes - Docentes - Egresados - Empresas - Entidades de apoyo	- Estudiantes - Docentes - Egresados - Empresas - Entidades de apoyo	- Estudiantes - Docentes - Entidades de apoyo	- Estudiantes - Docentes - Egresados - Empresas - Entidades de apoyo
Día de realización de la feria	Entre semana	Fin de semana	Entre semana	Fin de semana

Fuente: elaboración propia

Caracterización en términos de innovación de los proyectos presentados en las muestras de emprendimiento de las IES de Bogotá seleccionadas.

Partiendo de los resultados obtenidos referentes a la concepción sobre innovación tanto de los estudiantes como docentes, se realizó un análisis de los mismos con el fin de encontrar similitudes y diferencias en dichos conceptos para cada una de las IES visitadas, identificando de esta forma el nivel de relación existente entre lo que promueven los docentes y lo que aplican los estudiantes en el proceso. De esta forma, se mencionará en primer lugar las relaciones docente-estudiante encontradas en cada IES y posteriormente se hará una comparación general entre los resultados de las mismas.

IES A (Sedes A y B)

Al analizar los resultados respecto a lo encontrado en ambas sedes de esta IES, se pudo observar que cuando se habla del impacto del emprendimiento, los docentes plantean la importancia de motivar a los estudiantes, con el fin de que logren los mejores resultados dando a conocer el potencial y capacidades de sus propuestas; aspecto que se pudo comprobar con los mismos estudiantes, quienes buscaban lograr un alcance tanto nacional o internacional en el desarrollo de sus proyectos.

Adicionalmente, en lo que hace el referencia al término de innovación, se encontró que los docentes la consideran un factor implícito, dado que en las entrevistas no se mencionó este término de manera explícita, pero sus fundamentos fueron tratados a lo largo de la misma, ubicando una concepción de formar estrategias para la competitividad basándose en la actualización a nivel tecnológico o de servicios, con un grado incremental y radical que se ve reflejada en el alcance que busca el emprendimiento del estudiante, lo cual se evidenció con los proyectos presentados, en los cuales el estudiante comprendía que debía tener un factor diferenciador en sus iniciativas.

Por otra parte, se encontró que hubo coherencia entre la planeación de las muestras por parte

de los docentes a nivel curricular, y el nivel de respuesta de los estudiantes hacia las mismas con su propio trabajo, siguiendo el modelo planteado por sus docentes, el cual consistía en la conformación de un grupo de emprendimiento, conformado tanto por estudiantes como por expertos en el tema, que los acompañaran en dicho proceso.

En este sentido, se puede apreciar una relación directa con la propuesta de (San Martín, 2014), en la cual vela por el papel que juegan las instituciones desde las funciones de la docencia e investigación, para reforzar las propuestas innovadoras de los estudiantes y promover el emprendimiento.

En resumen, la visión de emprendimiento de la IES A, apunta a un mirada empresarial y aplicable a negocios locales, nacionales e internacionales, con posibilidades de innovación, las cuales dependerán del estudiante, su conocimiento respecto al tema y al alcance que quiera lograr con el desarrollo de su proyecto.

IES B

En lo referente con la información encontrada en esta IES, se tiene en primer lugar que el objetivo de la feria realizada consistía en la generación de capacidades emprendedoras en los campos tanto empresarial como social, proyectando los diferentes tipos de ideas, hechos y productos que tuvieran los estudiantes. El objetivo planteado fue coherente con el proceso que se llevó a cabo en la feria, dado que los estudiantes estuvieron comprometidos con sus proyectos y las ideas que presentaron se ubicaron en distintos campos empresariales y la mayoría enfocados a dar una solución a un problema social común, el cual era la salud y seguridad ocupacional.

En lo relacionado con los términos de innovación, al momento de entrevistar los docentes, mencionaron que en la IES B se maneja un modelo de innovación que consta de tres modalidades: 1) la creación de un producto nuevo, 2) la mejora incremental de un producto, y 3) la mejora del proceso de un producto. Al comprobar el modelo mencionado en la práctica, con los proyectos de los estudiantes, se evidenció que solo algunas de dichas modalidades son asimiladas por estos,

principalmente la de mejora y actualización de producto o servicio, denotando básicamente una concepción de innovación sustentada en los nuevos desarrollos y la actualización, llegando así a un grado de innovación incremental.

De esta forma se pudo encontrar que la IES B, da importancia a la innovación dentro de los procesos de emprendimiento, y por tal motivo hace necesario dejar unas bases teóricas en sus estudiantes, que sustenten este aspecto y les sirva como herramienta para el desarrollo de sus ideas, enfocándolas no solo en procesos empresariales, como aquellos orientados a algún producto o servicio, sino también dedicados a lograr un impacto a nivel social, observando así una apropiación de los planteamientos de San Martín (2014) y Vesga (2008) respecto a la importancia de la educación y al énfasis de la innovación en los procesos educativos del estudiante.

IES C

Al considerar el impacto de esta IES, se evidencian los diferentes campos a nivel de innovación, partiendo de las ideas de los estudiantes junto con la ayuda que les ofrecen los docentes para hacer posible los temas que se quieren tratar.

Con respecto al término de innovación, en esta IES se le da un nivel de importancia considerable, teniendo en cuenta que se busca fomentar la creatividad en los estudiantes, con el fin de que en el desarrollo de sus proyectos surjan ideas únicas y que presenten una solución a un problema. Dicho proceso se evidencia con la cantidad de proyectos presentados con grados de innovación a nivel técnico y tecnológico, de ideas que buscaban soluciones prácticas a problemas cotidianos. Cabe denotar igualmente que favorece la orientación académica hacia las ciencias exactas de la mayoría de programas, con lo cual, los estudiantes tienen bases para la invención y desarrollo de nuevos productos.

El apoyo con el que cuentan los estudiantes es gratificante, al punto en el que realizan juntas, en las cuales, los docentes escuchan las ideas que los estudiantes proponen, realizando un consenso para justificar el acuerdo, logrando un tema y

ejecutándolo entre estudiantes y docentes; aunque el apoyo económico no fue posible evidenciarlo por parte de esta IES, los mismos docentes hacen posible la proyección de dichas investigaciones ofreciendo todo su apoyo, considerando al estudiante como un ser seguro y capaz de emprender en cualquier área; lo cual hace crecer en los estudiantes la creatividad. De tal manera que en las muestras no solo se considera el producto o servicio sino el mercadeo y la promoción y difusión que hagan de la idea.

Para concluir esta IES realiza investigaciones con el fin, de que todos los estudiantes den a conocer sus propuestas y cómo es posible emprender desde un supuesto, logrando hacer de los estudiantes, personas capaces de desarrollar una propuesta, que llegue a participar en eventos externos con reconocimientos tanto en mención como económicos.

6. Reflexiones finales

Una vez analizados los procesos y métodos empleados en las muestras de las IES anteriormente mencionadas, se pudo apreciar que en términos generales existe una relación directa entre lo que proponen los docentes respecto a emprendimiento e innovación y lo que muestran los estudiantes al final de dicho proceso con su proyecto terminado o su idea planteada, reforzando en gran medida lo planteado por Vesga (2008) y San Martín (2014), quienes resaltan el papel de la educación y la docencia en el desarrollo emprendedor e innovador del estudiante.

A partir de la teoría impartida en las aulas de clase y el acompañamiento por parte de los docentes en el proceso académico previo a las muestras, los estudiantes adquieren bases y fortalecen sus capacidades creativas para mejorar sus proyectos y presentar ideas con un mayor grado de innovación con el fin de dar una solución práctica a algún problema de la sociedad.

Observando los diversos modelos de emprendimiento universitario, se pudo evidenciar en la práctica que algunas de las IES buscaban construir en sus estudiantes las competencias necesarias para formarlos en emprendimiento y desarrollo de

procesos complejos, en especial en la IES C, donde estos procesos son desarrollados desde que el estudiante ingresa a la institución.

En la IES A, los proyectos de emprendimiento se enfocaron a buscar soluciones referentes principalmente al tema del agro y los negocios internacionales, tal como se pudo apreciar en los resultados, y a partir de dicho enfoque la innovación se orientó de forma específica para buscar las mejores soluciones en este aspecto, por tal motivo la mayoría de proyectos se centraron en innovar desde un nivel incremental y no tanto a nivel radical para ofrecer productos novedosos.

En la IES B, a pesar de contemplar un modelo de innovación en emprendimiento a partir de tres modalidades enfocadas en el producto, mejora del mismo y de su proceso, en la práctica se pudo observar que los estudiantes centraron sus proyectos en la mejora de un producto existente o en su defecto, ideas empresariales que aportaban a la sociedad, partiendo de que el enfoque de la feria era la Salud Ocupacional, y adicionalmente desarrollar un producto implica tener mayor conocimiento técnico y trabajo interdisciplinar, razón por la cual no alcanzan el concepto de empresario propuesto por Schumpeter (Montoya, 2004).

Los procesos académicos y de acompañamiento brindados por la IES C a sus estudiantes, fueron un factor decisivo para que en la feria los estudiantes presentaran sus proyectos con grados de innovación tanto incrementales como radicales, teniendo en cuenta que con dicho apoyo se lograba además un nivel más alto en conocimiento y apoyo en la interdisciplinariedad, llegando en este caso a alcanzar la idea de empresario innovador de Schumpeter (Montoya, 2004) donde este logra aplicar innovación radical a cualquier organización con los medios de producción disponibles.

Las muestras de emprendimiento, son espacios especiales para desarrollar y fomentar la creatividad en los estudiantes universitarios permitiendo así que éstos expresen sus ideas de manera abierta y puedan aportar a la sociedad con soluciones útiles y rentables a los problemas que esta pueda tener.

Al contrastar las IES, se encontró que cada una de ellas parte de enfoques distintos y estos a su vez, inciden en las propuestas de innovación, dado que

al considerar el alcance y el grado de innovación de sus proyectos, se ve necesario ajustar las propuestas de los mismos con el fin de suplir la necesidad deseada, encontrando así en la feria de la IES C un mayor grado de innovación que en las dos primeras.

Finalmente en todas las IES, se pudo apreciar que el tipo de innovación que se fomenta en los estudiantes radica principalmente en la innovación de un bien, producto o servicio, la cual deben sustentar los estudiantes de acuerdo a las necesidades del mercado, dejando así a un lado otros tipos de innovación como lo son la innovación en mercado o la innovación organizacional (OECD; Eurostat, 2005), creando de esta forma un sesgo en la innovación al considerarla solo desde el punto de vista tecnológico o actualización de un bien o servicio ofrecido.

Como recomendación, se puede mencionar que, si se buscan desarrollar espacios como las muestras empresariales, para fomentar en los estudiantes el pensamiento creativo e innovador, se debe contar con el apoyo necesario en recursos, conocimiento y tiempo por parte de los docentes y directivos de la respectiva institución, con el fin de brindarle al estudiante las herramientas necesarias y el apoyo constante para que pueda cumplir con sus propuestas.

7. Bibliografía

- Gómez, H., & Mitchel, D. (2014). *Innovación y emprendimiento en Colombia: Balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018*. Bogotá: Cuadernos de Fedesarrollo, 50.
- Julia, J. F. (2014). *Tribuna de opinión: emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV*. REVESCO : Revista de Estudios Cooperativos, 113, 7-27.
- Lagunes, L., Herrera, M., & González, L. (2014). *Modelo integral para el desarrollo de la actividad emprendedora. En Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano: guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación (pág. 91)*. Lima: Cladea, Red Latinoamericana de Innovación y Emprendimiento, Tecnológico de Monterrey, UDLAP.
- Lagunes, L., Solano, R., Herrera, M., San Martín, J., & González, L. (2014). *Innovación y emprendimiento a la luz*

del contexto latinoamericano: guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación. Lima: Cladea, Red Latinoamericana de Innovación y Emprendimiento, Tecnológico de Monterrey, UDLAP.

Leiva, J., Arroyo, R., Gutiérrez, E., & Masis, A. (2014). *La experiencia del instituto tecnológico de Costa Rica en el fomento de la actividad emprendedora*. En *Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano: guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación* (pág. 77). Cladea, Red Latinoamericana de Innovación y Emprendimiento, Tecnológico de Monterrey, UDLAP.

Ley No. 1014. *Diario Oficial No. 46.164, Congreso de la República de Colombia. De fomento a la cultura del emprendimiento*. Colombia, 27 de enero de 2006.

Montoya Suárez, O. (2004). *Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico*. *Scientia et Technica*, X(25), 209-213. Recuperado el 16 de Julio de 2017, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84911685037>

OECD; Eurostat. (2005). *Oslo Manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data*. Paris: OECD Publishing, third edition.

Rodríguez, S. (2014). *Modelo de emprendimiento* Fundación Univeritaria de Ciencias de la Salud FUCS. En

Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano: guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación (págs. 67-76). Lima: Cladea, Red Latinoamericana de Innovación y Emprendimiento, Tecnológico de Monterrey, UDLAP.

Salazar, M. C. (17 de junio de 2016). *Entrevista a organizadores de ferias empresariales universitarias: Corporación Tecnológica de Bogotá*. (A. Berdugo, & P. Plata, Entrevistadores)

San Martin, J. M. (2014). *Educación y centros de investigación en innovación y emprendimiento*. En *Innovación y emprendimiento a la luz del contexto latinoamericano: guía de mejores prácticas para el impulso de la actividad emprendedora basada en la innovación* (pág. 55). Lima: Cladea, Red Latinoamericana de Innovación y Emprendimiento, Tecnológico de Monterrey, UDLAP.

Vesga, R. (2008). *Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?* Bogotá: Observatorio de Competitividad del Centro de Estrategia y Competitividad, 3.

Vicens, L., & Grullón, S. (2011). *Innovación y emprendimiento: un modelo basado en el desarrollo del emprendedor*. V Foro de Competitividad de las Américas. Republica Dominicana: Compete Caribbean.

Anexos

Nombre del proyecto de emprendimiento

	SI	NO	Observaciones
Proyecto innovador			

¿Qué tipo de innovación está generando?

Producto			
Servicio			
Proceso			
Mercadeo			
Organización			
Social			

Grado de innovación

Radical			
Incremental			

De qué proceso académico hace parte este proyecto

Asignatura curricular			
Programa de emprendimiento extracurricular			
Convocatoria			
Otro			

Que incidencia tiene la innovación

Local			
Nacional			
Internacional			

Participantes

Otros estudiantes			
Docentes			
Administrativos			
Egresados			
Empresarios			
Otros ¿Quiénes?			

Origen de los recursos

Propios			
Financiación interna			
Financiación externa			

¿Cómo define innovación?

Innovación como cambio transformador			
innovación como fruto del conocimiento			
innovación como novedad tecnológica			
Innovación como estrategia para la competitividad			
Innovación como mejora de las capacidades			
innovación como cambio			
innovación como nuevos desarrollos			
innovación como calidad			
innovación como actualización (mejora)			

¿Qué aprendizajes obtienen del proceso de innovación?

--

¿Qué amenazas u obstáculos ha encontrado para idear emprendimientos innovadores?

--

Evaluó

Fecha
