

El emprendimiento y su desarrollo desde la perspectiva universitaria

Mayra García
mayra.garcia2684@utc.edu.ec

Ketty Hurtado
ketty.hurtado@utc.edu.ec

Rosa Torres
rosa.torres@utc.edu.ec

Pedro Díaz
pedro.diaz0606@utc.edu.ec

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
Universidad Técnica de Cotopaxi

Resumen

En el contexto actual, existe la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas que afectan a los diferentes sectores. Es así que los emprendimientos son importantes en el ámbito micro empresarial y académico, debido a su relevante impacto en el desarrollo económico y social de los países. Desafortunadamente, en este marco, se sufre el desconocimiento del perfil emprendedor en el estudiante universitario. Esto ocasiona que, los recursos económicos destinados a financiar el emprendimiento universitario, no se asignen eficientemente, además del desperdicio de esfuerzos que podrían generar nuevos negocios populares. Este trabajo se propone exponer algunos elementos del emprendimiento y su desarrollo desde la perspectiva universitaria en el cantón La Maná. Los emprendimientos, dentro de este cantón, necesitan de recursos para nuevos proyectos, nuevos retos innovadores que agreguen valor a sus productos. En este sentido, estos deben demostrar en el mercado capacidad para anticiparse a nuevas tendencias y prever posibles nichos económicos o socioculturales relacionados con su actividad. Los emprendimientos atacan los problemas que surgen de las necesidades de las comunidades en lo social, económico y cultural, permitiendo alcanzar mayores logros en beneficio de la colectividad. Se concluye que la formación de estudiantes universitarios con capacidad de crear empresas, involucrará sus conocimientos con el desarrollo económico de la región. Esto reflejará su aporte en la creación de empleos sostenibles en los sectores económicos del entorno. Es así que el emprendimiento tiene sus ventajas: primero, genera ingresos a los hogares y empleos en la comunidad; posteriormente, permite al individuo ser independiente y, por lo tanto, manejar su tiempo, espacio y tomar sus propias decisiones.

Palabra clave: emprendimiento, universidad, comunidad.

Abstract

In the current context, there is a need to overcome the constant and growing problems that affect different sectors. Thus, entrepreneurship is important in the micro business and academic fields, due to its relevant impact on the economic and social development of countries. Unfortunately, in this context, there is a lack of knowledge of the entrepreneurial profile of university students. This causes that the economic resources destined to finance university entrepreneurship are not efficiently allocated,

in addition to the waste of efforts that could generate new popular businesses. This work proposes to expose some elements of entrepreneurship and its development from the university perspective in the canton of La Maná. The enterprises, within this canton, need resources for new projects, new innovative challenges that add value to their products. In this sense, they must demonstrate in the market the capacity to anticipate new trends and foresee possible economic or socio-cultural niches related to their activity. Entrepreneurship addresses the problems that arise from the social, economic and cultural needs of the communities, allowing for greater achievements for the benefit of the community. It is concluded that the formation of university students with the capacity to create enterprises will involve their knowledge with the economic development of the region. This will reflect their contribution in the creation of sustainable jobs in the economic sectors of the environment. Thus, entrepreneurship has its advantages: first, it generates income for households and jobs in the community; second, it allows the individual to be independent and, therefore, to manage his or her time, space and make his or her own decisions.

Key words: entrepreneurship, university, community.

Introducción

Los cambios que se presentan en la sociedad y en el mundo deben ser tomados en cuenta por las universidades y no quedarse pasivas, si no participar de manera activa en ellos. En la actualidad, en la mayoría de los países desarrollados y en vía de desarrollo, la educación y la formación emprendedora está empezando a ser una de las piezas fundamentales en los planes de estudio. Esta formación es útil y facilita la incorporación de la creciente población estudiantil al mundo del trabajo, a través de la creación de nuevas empresas y al desarrollo personal del individuo, fomentando la creatividad y seguridad de la juventud en cualquier tema que quiera desarrollar.

Sin embargo, el proceso emprendedor aglutina disciplinas, con distinto grado de dificultad, a la hora de transmitirlos o enseñarlos. Por una parte, se encuentran las habilidades empresariales y las funciones de dirección que son relativamente fáciles de transmitir, y, por otro lado, se encuentran los aspectos creativos del emprendimiento, que son mucho más difíciles de enseñar (Drayton, 2002). En la práctica, cuando los estudiantes han concluido su formación profesional y se ven limitados en las posibilidades de acceso a un empleo, se enciende en ellos, como una llama, el emprendimiento generado por la necesidad.

En el caso del Ecuador, esto se evidencia en las cifras del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM), donde una de las principales motivaciones de los emprendedores es la carencia de empleo y su necesidad de generarse un autoempleo (Dehter, 2002). Independientemente del modelo educativo aplicado para impulsar el emprendimiento, lo importante es que, a lo largo del proceso educativo, se dote al individuo de herramientas teórico-prácticas, para ser un emprendedor. Con base en el direccionamiento estratégico y una visión de sostenibilidad a largo plazo, el empresario debe comprender que el fin último de la empresa no es solo crear valor para los accionistas o dueños de la empresa, sino también aportar a la creación de valor para las partes interesadas, manteniendo equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental (Dehter, 2002).

Las perspectivas de la educación para el emprendimiento en el país son alentadoras. Existen planteles de secundaria y de educación superior, desarrollando competencias empresariales en sus estudiantes. Para esto, se aplican diversas herramientas como rondas de negociación y concursos para emprendimientos. El reto del país va más allá del emprendimiento. En una etapa inmediatamente posterior a éste, se tiene la necesidad de apoyar a la sostenibilidad a largo plazo de las nuevas empresas, es decir,

facilitar las condiciones para que éstas se desarrollen y perpetúen en el tiempo (Kantis, 2006).

El emprendimiento universitario está a la orden del día. Poco a poco, con muchas dudas, los alumnos toman la iniciativa y preguntan cómo pueden lanzarse a la aventura de emprender. Por otra parte, muchos estudiantes universitarios ya crean sus propios puestos de trabajo, debido a las pocas oportunidades laborales por cuenta ajena a medio plazo. En definitiva, son bienvenidas las acciones que conducen a la transformación del ecosistema universitario, para dar más peso a iniciativas que permiten a los alumnos poner en marcha sus propias ideas empresariales.

Desarrollo

La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio (Rasheed, 2000). “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson, 2000). Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor.

La palabra emprendedor tiene su origen en el francés empresario y, en un inicio, se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente, ese ingrediente, de actuar bajo incertidumbre, es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor. Si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos (Formichella, 2004).

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común, la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Él es un individuo que sabe, no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en este están ocultas. Él posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario, sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores (Peterman, & Kennedy, 2003). Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente y, de esa manera, generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita.

A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad. El emprendedor posee un espíritu especial, tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro; trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Él es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este último, es un punto para destacar, pues el emprendedor no piensa en su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro (Weber, 2009).

Muchos consideran que tener éxito al realizar una actividad es una cuestión de suerte, sin embargo, es importante tener claras cuáles son las verdaderas causas que provocan que un emprendimiento resulte

favorable, siendo imprescindible destacar que, en realidad, el éxito se relaciona estrechamente con la actitud de quién lleva adelante la tarea (Weber, 2009).

En este marco, considerando el término en un sentido estricto, haciendo referencia únicamente al emprendedor que persigue fines económicos, puede decirse que este es autónomo, que sabe vislumbrar la ganancia y que, a partir de recursos escasos, logra generar una propuesta. También, él respeta profundamente su idea, confía en la misma y está dispuesto a correr los riesgos que considere precisos. Es una persona que descubre la oportunidad que ofrece el mercado, y está estimulado para movilizar recursos con fin de llevar a cabo todo lo necesario para desarrollar esa oportunidad (Weber, 2009).

Como se mencionó anteriormente, un emprendimiento posee la característica de ser innovador. Innovar, significa introducir un cambio, que puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros. La innovación representa un camino mediante el que el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad (Weber, 2009). Drucker (1986) expresa en su libro “La innovación y el empresario innovador”: “el empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad”.

En las décadas de los años sesenta y setenta, en los países desarrollados, principalmente en Inglaterra y Estados Unidos, se implementa la educación para el trabajo, como un sistema de formación que comienza a desarrollarse mediante el impulso de la preparación de recursos humanos con parámetros de eficiencia y eficacia, en un contexto de competitividad empresarial nacional e internacional. En ese sentido, se elaboran algunos criterios, con el fin de implementar procesos de formación para el trabajo que dan lugar, en las décadas de los ochenta y noventa, al enfoque de las competencias laborales, bajo cuatro ejes interrelacionados: identificación, normalización, formación y certificación.

Actualmente, se están consolidando nuevos escenarios formativos, donde el reto es la implementación de programas de formación profesional de calidad (Tobon, 2005). Según Moriano, et al., (2001), la educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores, las especializaciones y se modifican los patrones de comportamiento. Sánchez, et al. (2004), manifiestan que la educación es el medio por el cual se logra modificar actitudes y comportamientos. Casi diría que hay una relación absoluta entre educación y emprendimiento; entonces, vale la pena pensar en educar a los emprendedores.

Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales. Según Sánchez, et al. (2004), la educación en emprendimiento puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Esta puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como auto confianza, autoestima, auto eficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en emprendimiento en los jóvenes, puede colaborar la no generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia.

Stevenson (2000) afirma que el entorno es importante y es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución. Lo expresado puede comprenderse aún más, si se analiza el proceso de socialización que atraviesan los individuos. Por otro lado, al considerar que la educación puede influir en la conducta emprendedora, cabe estudiar el rol que le compete al Estado en ese sentido.

La formación del emprendedor descansa en el pensamiento de diseño, análisis de casos, simulaciones y aprendizaje activo, para desarrollar las competencias requeridas por el arduo proceso de emprender. Conceptualmente, se desarrollan las competencias para: entender el ambiente externo de negocios, evaluar las capacidades y los recursos del emprendedor y su equipo, construir y analizar modelos de negocios para la nueva empresa, utilizando como referencia modelos de compañías similares y opuestas (Camacho, 2004). Los emprendedores deben aprender o dominar el pensamiento de diseño, porque este les permite compensar las limitaciones propias de los países latinoamericanos, como la escasez de fuentes de datos secundarios, la falta de disponibilidad de laboratorios y clases experienciales; además, saca el mayor provecho a la capacidad de sus potenciales emprendedores, incluyendo a personas de baja escolaridad. El propósito, es convertir los centros universitarios y de educación en laboratorios donde los estudiantes desarrollen su creatividad, su capacidad de innovación y su forma de pensar a través de ejercicios prácticos de creatividad (Camacho, 2004). Una educación de calidad les permite a las personas múltiples posibilidades de expandir sus capacidades, adquirir el acervo cultural y calórico de su sociedad, desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para desempeñarse adecuadamente en el mundo actual. El análisis de esos resultados permite concluir que el país tiene rendimientos educacionales muy inferiores a los que sería posible obtener por el actual nivel de ingresos (Callejón, 2003).

Una buena educación contribuye a la competitividad y al crecimiento económico del país, a través de dos vías: elevando la productividad de nuestra fuerza de trabajo y potenciando el desarrollo de áreas de mayor valor agregado. En esta última línea, hay una interacción entre capital humano y tecnología que no se puede soslayar. En esta evolución, ha jugado un papel primordial la escasez de capital humano que afecta a la región. Ciertamente, una fuerza de trabajo poco hábil no atrae tecnologías de punta. Entonces, sin niveles adecuados de capital humano, la llegada de tecnologías a la región no está completamente asegurada (Callejón, M., 2003).

Una buena educación también ayuda a construir una sociedad de mejores personas y puede ayudar a reducir las significativas desigualdades económicas que afectan al país. Más allá de las distintas demandas que se planteen, un sistema educacional no puede renunciar a satisfacer un estándar mínimo de calidad académica. Pero, la trayectoria precisa para alcanzarla no está delineada con precisión. De hecho, el país parece algo desorientado en el momento actual. Tantos recursos invertidos y sus resultados parecen mezquinos. En este marco, parece prudente detenerse a reflexionar, qué cabe hacer hacia adelante para obtener alguna esperanza de alcanzar los estándares educacionales deseados. Aquí aparece una conexión fundamental entre emprendimiento y educación. Así como interesa una educación para emprendedores, tal vez, es más fundamental abrir la educación a los emprendedores (Callejón, 2003).

Por otra parte, el estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) “Tendencias del empleo mundial para los jóvenes 2004”, reveló que los jóvenes representan el 25% de la población en edad laboral (de 15 a 64 años), pero representan el 47% del total de los 186 millones de desempleados en todo el mundo en 2003. En el mismo sentido, un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), concluyó que los jóvenes constituyen uno de los grupos con tasas de desempleo más alta en relación al promedio de la población económicamente activa, en muchas economías desarrolladas y en desarrollo (OCDE, 2001). Así, formarlos para la creación de nuevas empresas implica apoyar la creación de oportunidades laborales (Varela, 2001).

En la actualidad, las universidades enfrentan múltiples desafíos. Entre ellos, el de la respuesta a la propuesta mercantilizadora, es solo uno cuya resolución no puede desligarse de la de los grandes problemas que enfrentan las naciones, los estados y la humanidad en su conjunto. Por otra parte, la respuesta legítima y eficaz no puede ser la defensa corporativa de la universidad tradicional, sino que se requieren transformaciones fuertes y continuas en cuanto al sentido de conjunto de esta institución, a

sus funciones y a las fuentes de su legitimidad. También, esto se refiere a las condiciones de su viabilidad económica y a su estilo de gestión y gobierno, entre otros aspectos. Finalmente, influye en el alcance de su autonomía, respecto del poder económico y los mecanismos de mercado, del poder político y de las demandas de la sociedad (Corragio, 2002).

Las universidades no pueden hacerse cargo unilateralmente de todos esos problemas, por sus limitaciones como agente social, económico y político y porque ellas mismas son parte del problema. Además, se comprometen como parte de un proceso de cambio voluntario de sí mismas y de su contexto social, político, económico y cultural, siendo así reconocidas como un bien público, valioso e inalienable por sus sociedades; muy pocas podrán evitar ser fagocitadas por el mercado (Corragio, 2002). Es importante significar que, como institución al servicio del saber y del conocimiento, la universidad tiene un compromiso claro con la sociedad que la sustenta, que trasciende los límites físicos de los recintos académicos y que la involucra en la tarea de perseguir el progreso y el avance de su territorio de referencia (Littunen, 2000).

Siempre difundidos en cada país son los servicios que las universidades ofrecen a las comunidades locales: en la mayoría de los casos se trata de servicios de capacitación y formación, pero también se pueden encontrar otros tipos de servicios. La razón de la difusión es que las universidades quieren construir una relación fuerte con las comunidades que se sitúan alrededor del campus, porque al contrario de las empresas, en la mayoría de los casos, las universidades no quieren re-localizarse, sino establecerse en un territorio, reconociendo la importancia de apoyar su desarrollo y de esta manera fortalecer el desarrollo de la misma universidad.

Además, las universidades siendo localizadas por décadas en el mismo territorio, pueden brindar a las poblaciones locales asistencia basada en proyectos a largo plazo. Los estudiantes fortalecen sus competencias prácticas, brindando servicios a las comunidades. Por otro lado, el fomento del desarrollo local, en las capacidades emprendedoras y de innovación, son en el actual contexto de la universidad ecuatoriana. En este sentido, se vislumbran como factores fundamentales para el logro de objetivos sociales, trascendentes y potencialmente transformadores de la realidad del país.

El desarrollo local es una visión diferenciada del desarrollo que se centra en el progreso permanente de la región o localidad y de cada miembro de ella. Aunque se basa en el crecimiento económico, realmente tiene su expresión en el avance social e individual de la comunidad (Vargas y Arenas, 2012). Así, cualquier propuesta de desarrollo local pasa por el requerimiento de introducir cambios culturales profundos a nivel de la sociedad, de sus instituciones y de las organizaciones formadoras. La universidad se convierte en punto de referencia clave para fomentar y desarrollar estos cambios culturales.

Es importante significar, la participación de las instituciones de educación superior como entes transmisores de los valores sociales que fundan o construyen sociedad. Estas no pueden permanecer aisladas o desvinculadas de las necesidades del pueblo. La universidad posee la misión social de contribuir con el progreso de su entorno. De allí que, su participación en el desarrollo local y regional de las comunidades en las que está insertada, es un compromiso que no puede seguir pospuesto. Las universidades o instituciones de educación superior, deben ser portadoras de este tipo de capital social, como promotoras y formadoras de capacidades sociales de integración, cohesión y trabajo conjunto entre los pobladores y las instituciones que forman parte de las comunidades.

Además, la vinculación de la universidad es un ente altamente responsable del acontecer social, con los agentes sociales que comparten el territorio. Este, más que un proceso de fomentación de conductas y valores, es un encuentro intercultural que va en busca de saberes populares y de abrir las posibilidades

de aprender de estos; es un encuentro bidireccional para el aprendizaje entre iguales, donde el uno no imponga al otro sus acciones, sino que comparta vivencias el contenido axiológico que se posee.

Es menester destacar que la vinculación de la universidad con el territorio, debe basarse en un diálogo constructivo, de liderazgos persuasivos y respetuosos de la legitimidad de los actores sociales, que pueda hacer posible la construcción de nuevos actores, de nuevos proyectos de vida innovadores, emprendedores, cooperativos, entre otros. La universidad ecuatoriana debe hacerse cargo, de manera contundente, del desarrollo local de las comunidades y la formación de la cultura emprendedora y de innovación. Desde la universidad, esta es la alternativa más sólida, expedita y congruente que puede incidir en verdaderos cambios y transformaciones para el desarrollo social de los pueblos.

Conclusiones

La formación de estudiantes con la capacidad de crear empresas y empleos sostenibles, reflejará el involucramiento de la universidad con el desarrollo económico de la región y del país.

Referencias

- Callejón, M. (2003). Las relaciones universidad-empresa y la innovación regional. XXIX reunión de estudios regionales. Santander, 27 y 28 noviembre 2003. Departamento de política económica, Universidad de Barcelona.
- Camacho, D. (2004). El papel de la universidad en el desarrollo y la innovación tecnológica: la experiencia catalana (Relación Universidad-Empresa-Gobierno). Revista Apuntes del CENES, 24 (37): 137: 155.
- Corragio, J. 2002. Universidad y Desarrollo Local. Seminario Internacional de la Educación Superior y las nuevas tendencias, organizado por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP), UNESCO y el CIESPAL, Quito, 23-24 de julio 2002.
- Dehter, M. (2002). Problema conocido, no es más problema.
<http://www.justoahora.com/nws/v15.htm#1>.
- Drayton, W. (2002). The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business. California Management Review, 44(3): 120-32.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Bueno Aires, Argentina, 42p.
- Garzón, MA (2005). Propuesta de modelo intraemprendedor para la innovación en organizaciones perdurables. Revista Universidad y Empresa, 7 (9): 122- 138.
- Kantis, H. (2006). Emprendedores de origen humilde: ¿cómo incide la estructura social en la creación de empresas en américa latina?, 27p.
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality.

International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6(6), 295-309.

Moriano, J. Palací, F. & Morales, J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social del Trabajo y las Organizaciones*, 22(1): 75 - 99. OCDE (2001). "Entrepreneurship, Growth and Policy", OECD DSTI/IND.

Peterman, N. & Kennedy, J. (2003). Enterprising education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship: theory and practice*, 17: 129-144.

Sánchez, I., Benavides, M. & Luna, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, 30:34-48.

Stevenson H. (2000). Why the entrepreneurship has won. Harvard Universit, pp 1-8.

Tobon, S. (2005). Lineamientos generales para el diseño del currículo por competencias para la educación superior. Documento de apoyo propedéutico de la Universidad Complutense de Madrid.

Varela, R. (2001). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Editorial Prentice Hall, 420p.

Vargas, M., Arenas, M. (2012). Competencias emprendedoras en estudiantes de psicopedagogía de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(1): 25 – 30.

Vázquez, J. (2009). Desarrollo Endógeno y Universidad, España. Editorial: McGraw-Hill, 350p. Weber, R., Graevenitz, G. & Harhoff, D. (2009). The effects of entrepreneurship education, 269p.

Dictamen de pares académicos Rimana Editorial

La intención de la evaluación de pares busca proporcionar a los autores recomendaciones que les permitan mejorar las publicaciones. En tal sentido, se recomienda que las observaciones sean específicas.

Título del documento: El emprendimiento y su desarrollo desde la perspectiva universitaria

Nombre del evaluador: Milton Fernando Hidalgo Achig

Afiliación institucional o laboral: Instituto Superior Tecnológico Vicente León

Grado académico: PhD (c)

Campo del conocimiento: Ciencias Administrativas.

Fecha: 15 de abril de 2023.

1. Se considera que el documento es:

	Publicable sin modificaciones
X	Publicable con modificaciones menores.
	Un fuerte candidato para publicación si se realiza una revisión del manuscrito.
	Publicable, solo si se realizan revisiones de fondo.
	No publicable incluso si se realizan revisiones considerables.

2. **Análisis y observaciones generales:** Los párrafos deben sustentar una opinión más firme por parte de los autores; además, la conclusión debe generar un espacio para un análisis rápido del tema tratado, y, en lo posible, emitir alguna sugerencia para los lectores.



Milton Fernando Hidalgo Achig
C.C. 0502497480



Dictamen de pares académicos
Rimana Editorial

La intención de la evaluación de pares busca proporcionar a los autores recomendaciones que les permitan mejorar las publicaciones. En tal sentido, se recomienda que las observaciones sean específicas.

Título del documento: El emprendimiento y su desarrollo desde la perspectiva universitaria

Nombre del evaluador: Anyela Marianela Navia Pisco

Afiliación institucional o laboral: Gerente SOLUZIONINNOVATIVE S.A.S.

Grado académico: Ingeniera

Campo del conocimiento: Ciencias Administrativas.

Fecha: 15 de abril de 2023.

1. Se considera que el documento es:

	Publicable sin modificaciones
X	Publicable con modificaciones menores.
	Un fuerte candidato para publicación si se realiza una revisión del manuscrito.
	Publicable, solo si se realizan revisiones de fondo.
	No publicable incluso si se realizan revisiones considerables.

2. **Análisis y observaciones generales:** Los párrafos deben respaldar las fortalezas del escritor y la conclusión debe conducir a un análisis rápido del tema

Anyela Marianela Navia Pisco
C.C. 1205277898