



# TRAVESÍA

## EMPRENDEDORA

**9** No. 1  
Volumen

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**

Res. MEN 1362 del 3 de febrero de 1983



Editorial  
**Unimar**



### **Travesía EMPRENDEDORA**

traves. emprend.

#### **Entidad Editora:**

Unidad de Emprendimiento

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Colombia. Vol. 9 No. 1

Enero – junio de 2025

ISSN Electrónico: 2539-0376

DOI: <https://doi.org/10.31948/travesiaemprendedora>

Periodicidad: semestral

Número de páginas: 177

Formato: digital

#### **Universidad Mariana**

#### **Equipo Editorial**

##### **Coordinadora editorial**

Magíster **Luz Elida Vera Hernández**

Editorial Unimar

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

##### **Editores**

Magíster **German Alfredo Gómez Achicanoy**

Editor

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

Magíster **Jorge Arturo Dorado Goyes**

Editor

Universidad Mariana

San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

Volumen **9** No. **1**

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376



**Ana Cristina Chávez López**

Corrección de Estilo  
Editorial Unimar  
Universidad Mariana  
San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

**Johan Esteban Botina Portillo**

Diseño Gráfico y Diagramación  
Editorial Unimar  
Universidad Mariana  
San Juan de Pasto, Nariño, Colombia

**Depósito Digital**

Biblioteca Nacional de Colombia, Grupo  
de Procesos Técnicos, Calle 24 No. 5 – 60  
Bogotá D. C.

Volumen **9**  
No. **1**

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376



Las opiniones contenidas en los artículos de la revista *Travesía EMPRENDEDORA* no comprometen a la Editorial Unimar ni a la Universidad Mariana, puesto que son responsabilidad única y exclusiva de los autores. Se autoriza la reproducción total o parcial de los artículos aquí consignados, sin fines comerciales, siempre y cuando se cite la fuente. Los artículos se encuentran en texto completo en la dirección electrónica: <http://editorial.umariana.edu.co/revistas/index.php/travesiaemprendedora>



*Travesía EMPRENDEDORA* por Universidad Mariana se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.





***La gestión del talento humano, la clave del éxito empresarial*** 8

Luisa Fernanda Martínez Ortiz  
Johana Katherine Solarte Andrade

***Emprendimientos liderados por mujeres en Nariño*** 19

Alexa Liceth Chamorro Reyes  
Nathalia Estefanía Ortega  
Nicol Adriana Chalacán Yampuezán

***Kamaq Warmis: un enfoque estratégico para la producción artesanal sostenible*** 27

Johana Carolina Miramag Igua

***DALUAN Tours y el turismo personalizado en Colombia*** 35

Daniel Felipe Guancha Pabón  
Luisa Fernanda Martínez Ortiz  
Ana María Obando Sánchez

***El trabajo remoto en las empresas multinacionales*** 42

Juliana López Ocampo  
Laura Sofia Londoño Guerrero

<b><i>Sector inmobiliario como fuente de inversión en Nariño: claves para el crecimiento económico</i></b>	49
Juan Fernando Guerra Martínez Diego Felipe Revelo Aza	
<b><i>Teku Artesanías: tradición, sostenibilidad e innovación en la industria textil colombiana</i></b>	54
Ángela Grisel Bucheli David Salvador Ojeda Daniel Alejandro Revelo	
<b><i>Emprendimiento como herramienta en el Trabajo Social</i></b>	63
Luisa Fernanda Córdoba Cruz Gabriela Alejandra Cuastumal Morales	
<b><i>Emprendimiento local desde la pedagogía social: una herramienta de transformación social</i></b>	72
Eliana Yulitza Burbano Narvárez Paola Nathaly Morán Ortega María Camila Guerrero Riascos	
<b><i>El secreto del emprendimiento en Trabajo social</i></b>	82
Karol Nikoll Arteaga Ruano Diana Elizabeth Chavez Romo Diana Victoria Martínez Duarte	
<b><i>Apicultura, un bioemprendimiento femenino en las comunidades rurales</i></b>	90
Mayela del Rayo Lechuga-Nevárez	
<b><i>Construyendo futuro: emprendimiento y generación de oportunidades para jóvenes</i></b>	99
Luna Alexandra Beltrán Escobar Leidy Fernanda Eraso Vásquez	

<b><i>La inteligencia artificial como motor de crecimiento empresarial</i></b>	110
Juan José Portilla Martínez Samuel Felipe Quintero Riobamba Víctor Felipe Rosas Burbano	
<b><i>Blockchain, un futuro en las transacciones y registros de las empresas</i></b>	117
Germán Alejandro Marcillo Martínez Juan David Moncayo López Marian Alejandra Pabón Caicedo	
<b><i>Patrimonio cultural arqueológico de Berruecos Nariño y turismo sostenible</i></b>	126
Natalie Julieta Benavides Meza Cristian Santiago Martínez Córdoba	
<b><i>El poder transformador del emprendimiento. Más allá de los negocios</i></b>	132
Juan Diego Botina Realpe Julián David Rosales Portilla Cristian David Landázuri Mambuscay	
<b><i>¿Qué es la intención emprendedora?</i></b>	139
Edwin Tarapuez-Chamorro Mario Hidalgo-Villota Stefany Gómez-Gómez	
<b><i>Emprendiendo 'Home Solutions': directrices desde el espíritu innovador y creativo</i></b>	150
Frank Ángel Lemoine Quintero Neyda María Morales Veliz María Yadira Moreira Valencia Mayerly Lisbeth Pin Peña	
<b><i>Análisis de la regulación jurídica de las NFT en Colombia</i></b>	166
Yashir Jurado Rodríguez Alejandra Zuleta Medina Adriana Lagos Mora	



Volumen **9** No. 1

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# La gestión del talento humano, la clave del éxito empresarial

**Luisa Fernanda Martinez Ortiz**

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[lufemartinez123@umariana.edu.co](mailto:lufemartinez123@umariana.edu.co)

**Johana Katherine Solarte Andrade**

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[jokasolarte123@umariana.edu.co](mailto:jokasolarte123@umariana.edu.co)

## Introducción

‘Cacharrería Mina de Oro’ es una empresa nariñense, ubicada en la ciudad de Pasto, dedicada a la comercialización al por mayor y por menor de productos de distintas líneas, tales como: artículos de hogar y cocina, ferretería básica, papelería, juguetería, mascotas, piñatería, electrónica y accesorios, entre otros. Con 16 años de experiencia en el mercado, se ha reconocido por ser un establecimiento con productos de alta calidad, que satisfacen las necesidades de quienes acuden a ella.

En el presente artículo se busca dar a conocer los aspectos relevantes del área de talento humano en la empresa, con el fin de identificar sus aspectos positivos y negativos y, reconocer su importancia en la gestión de una empresa.

## Desarrollo

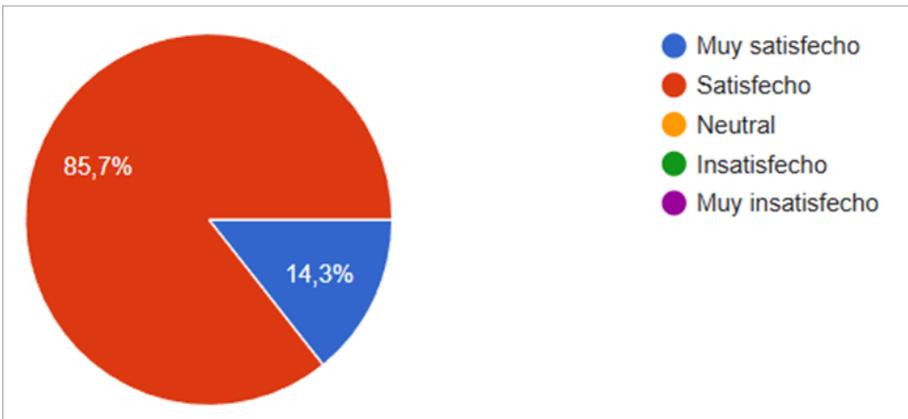
El desarrollo del trabajo se realizó con información de la microempresa Cacharrería Mina de Oro, establecimiento de tipo comercial ubicado en la ciudad de Pasto, Nariño.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizaron instrumentos de recolección de información, como encuestas realizadas a siete colaboradores, quienes ocupan cargos de: vendedores, bodeguero y cajero. Se indagó sobre el clima laboral, valores y comunicación, motivación y crecimiento, resolución de conflictos y liderazgo, obteniendo los siguientes resultados:

Pregunta 1: ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con el ambiente de trabajo que se presenta dentro de la empresa?

**Figura 1**

*Nivel de satisfacción de los empleados de la cacharrería Mina de Oro*

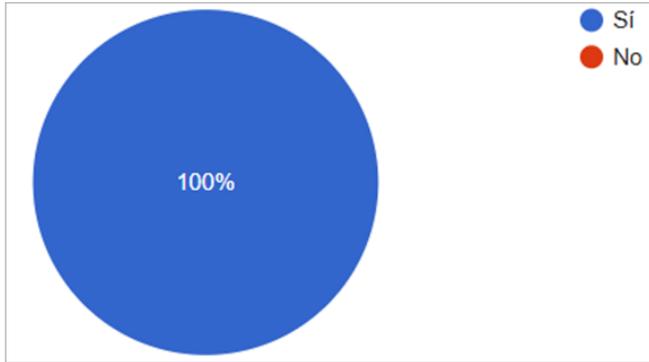


**Análisis:** el 85,7 % de los empleados se siente muy satisfecho con el ambiente laboral dentro de la cacharrería, lo que indica que la mayoría percibe un entorno positivo y adecuado para desempeñar sus funciones. Por otro lado, el 14,3 % se siente satisfecho, lo que refleja que, aunque la percepción general es buena, aún hay margen para mejorar y generar un ambiente aún más motivador. Es importante destacar que ningún empleado expresó insatisfacción, lo que es un punto a favor para la cacharrería, ya que demuestra que no hay problemas graves en este aspecto.

Pregunta 2: ¿Le gustaría a usted contar con más oportunidades de desarrollo personal y laboral en la empresa?

### Figura 2

Porcentaje de empleados que consideran importante contar con más oportunidades de desarrollo en la empresa

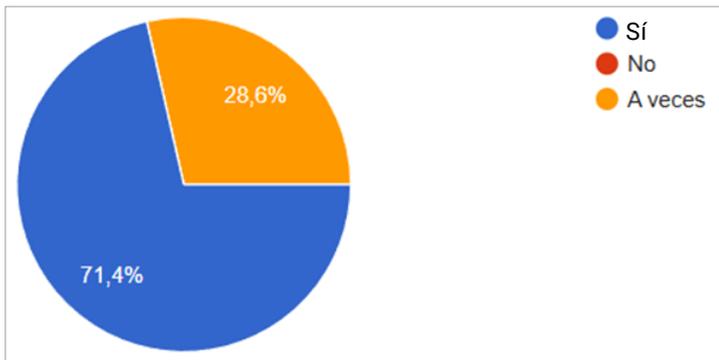


**Análisis:** el 100 % de los encuestados expresó que le gustaría contar con más oportunidades de desarrollo personal y laboral en la empresa, lo que indica un fuerte deseo de crecimiento y mejora dentro del entorno laboral. Esto sugiere que los empleados buscan más recursos, formación y oportunidades que les permitan avanzar en sus carreras y fortalecer sus habilidades. La respuesta unánime señala que la empresa podría beneficiarse al implementar más programas de desarrollo profesional, ya que esto podría aumentar la satisfacción y motivación de los empleados.

Pregunta 3: ¿Se siente usted involucrado en la toma de decisiones importantes de la organización?

### Figura 3

Percepción de los empleados sobre la inclusión en la toma de decisiones empresariales



**Análisis:** la mayoría de los encuestados (71,4 %) siente que está involucrado en la toma de decisiones importantes dentro de la organización, lo que refleja una cultura participativa y una buena integración de los empleados en los procesos estratégicos. Sin embargo, el 28,6 % respondió que solo a veces se siente involucrado, lo que sugiere que algunos trabajadores pueden percibir falta de inclusión en ciertas decisiones o áreas específicas. Es positivo que no haya respuestas negativas, lo que indica que la empresa no excluye activamente a sus colaboradores.

Adicionalmente, se realizó una entrevista a la señora Margot Ortiz Navia, gerente de la empresa, con 14 años de experiencia en el cargo, quien proporcionó información relevante como:

Pregunta 1: ¿Considera que el clima laboral fomentado por la empresa es el adecuado para que los empleados desempeñen sus tareas de la mejor manera?

Respuesta:

Una buena convivencia, tener buena comunicación y estar siempre pendientes de lo que se les puede ayudar a las personas es algo indispensable, porque así ellos se sienten cómodos trabajando y no se generan esos espacios malucos, si no que todos se colaboran entre todos y se lleva un ambiente agradable; y, si ellos están bien emocionalmente, pues todo marcha bien; además, se busca la forma de que las personas se sientan bien y en confianza de expresar sus opiniones y así puedan percibir el valor que tienen para la empresa.

**Análisis:** la entrevistada expresa que el ambiente de la empresa sí es el adecuado, ya que se basa en la comunicación asertiva, la buena convivencia y la empatía y, considera que son los aspectos fundamentales para que las personas se sientan cómodas laborando en la empresa.

Pregunta 2: ¿Los empleados tienen oportunidades de crecimiento dentro de la empresa?

Respuesta: “Nosotros, principalmente, cuando ellos necesitan algunas cosas, les hacemos pedir para que les llegue al precio de costo y lo puedan ir pagando poco a poco; creo que eso es algo bueno porque, pues, uno los motiva para que ellos vayan teniendo sus cositas”.

**Análisis:** si bien desde la empresa no se brinda oportunidades de crecimiento personal o profesional, se hace uso de beneficios materiales que pueden motivar a los empleados. Hasta cierto grado, sería importante implementar algunas oportunidades que, para la empresa, podrían resultar de gran beneficio en cuanto a mejorar su compromiso con los empleados en la organización.

Pregunta 3: ¿Considera que la opinión de los empleados es importante en la toma de decisiones de la empresa?

Respuesta:

Claro, es muy importante, porque los empleados son los que tienen la conexión con el cliente; ellos saben lo que el cliente quiere y ellos lo dicen; es muy necesario que estén involucrados en las decisiones, porque todos tienen ideas que son valiosas y que tal vez uno solo no puede tener.

**Análisis:** se habla de lo valiosa que es la opinión de los trabajadores, teniendo en cuenta que pueden generar ideas innovadoras, ya que todos tienen distintas formas de pensar; y, además, son quienes tienen una conexión directa con los clientes; por lo tanto, pueden llegar a ofrecer información relevante en la toma de decisiones en la empresa.

#### Figura 4

*Entrevista realizada a la señora Margoth Ortiz Navia, gerente de la Cacharrería Mina de Oro*



Nota. Entrevista realizada el día 14 de febrero de 2025.

A partir de la información suministrada por la empresa, es posible realizar las siguientes teorías con base en las distintas hipótesis.

- **Hi1:** el proceso de selección del personal basado en la evaluación del desempeño que brinda la oportunidad de aprender, permite una selección del personal justa y adecuada dentro de la empresa.

**Análisis:** la hipótesis investigativa plantea que la evaluación del desempeño en el proceso de selección de personal contribuye a una selección más justa y adecuada dentro de la empresa, lo que se respalda en diversas investigaciones. Por ejemplo, el estudio de [Leal et al. \(2023\)](#) analizó la relación entre la consistencia en la gestión del desempeño y el compromiso laboral, mediada por la justicia organizacional. Los resultados indicaron que la consistencia en la evaluación del desempeño y la percepción de justicia organizacional son factores clave para fortalecer el compromiso de los empleados

- **Hi2:** el liderazgo empático y basado en el diálogo que se presenta en la empresa, mejora el compromiso del equipo de trabajo dentro de la misma.

**Análisis:** la hipótesis investigativa propone que el liderazgo empático y basado en el diálogo mejora el compromiso de las personas en la empresa. Esto se puede afirmar con fundamento en el artículo presentado por [Basile \(2024\)](#), en el que expresa que la responsabilidad del compromiso de los trabajadores en una organización se debe, en gran parte, al liderazgo de la misma, recalcado así que su responsabilidad con ello es aproximadamente del 70 % y, su efectividad depende del liderazgo que se implemente en cada empresa, el cual puede variar entre unas y otras, ya que cada una tiene necesidades específicas; por lo tanto, se puede decir que el liderazgo que existe en la Cacharrería Mina de Oro puede ser responsable del compromiso que han adquirido los colaboradores.

- **Hi3:** los empleados de la Cacharrería Mina de Oro se sienten cómodos en la empresa, debido al buen ambiente laboral que se presenta en ella.
- **Ha3:** los empleados se sienten cómodos en la empresa por el salario que reciben.

**Análisis:** la [Cámara de Comercio de España \(s.f.\)](#) dio a conocer en el observatorio de competitividad empresarial, aquellos factores que mejoran

la productividad de los empleados debido al compromiso y bienestar que tienen en la organización; entre esos factores, se destacan el ambiente laboral y el salario, aspectos mencionados en la hipótesis investigativa y alternativa sobre la comodidad de los empleados en la Cacharrería Mina de Oro; por lo tanto, se puede decir que ambas hipótesis son respaldadas por fuentes secundarias; sin embargo, atendiendo los resultados obtenidos a partir de los colaboradores de la empresa, se puede afirmar que el factor determinante es el salario.

- **Hi4:** la distribución de tareas en el equipo de trabajo es percibida como equitativa y genera un ambiente de trabajo cómodo.
- **Ha4:** la libertad para expresar opiniones dentro de la empresa crea un ambiente laboral cómodo.

**Análisis:** a través de la hipótesis investigativa y alternativa se deduce que en la empresa existe un clima laboral cómodo y adecuado debido a la distribución equitativa de tareas y, a la libre expresión de opinión, respectivamente, lo que se respalda con algunas fuentes de información que expresan que la distribución de tareas eficiente puede llegar a mejorar la calidad de trabajo, la productividad y, por ende, la convivencia. No obstante, [Cavero \(2024\)](#) afirma que la libre expresión laboral forja una cultura laboral sana que inicia de manera individual en cada empleado. Teniendo en cuenta la realidad que se está investigando en la empresa, se evidenció que el mayor peso en su ambiente laboral se da por la distribución de tareas ecuanímes, más que por la libertad de expresión, ya que con este aspecto aún no están completamente satisfechos.

- **Hi5:** los empleados se sienten valorados por la empresa y sus compañeros, debido a la oportunidad que tienen para expresarse libremente.

**Análisis:** la hipótesis planteada sugiere que la percepción de valoración por parte de los empleados está influenciada por las oportunidades que tienen para expresarse libremente en el entorno laboral. Diversos estudios y análisis respaldan la idea de que la libertad de expresión en el trabajo contribuye a crear ambientes laborales más seguros y saludables, lo que puede incrementar la satisfacción y el sentido de valoración entre los empleados, como demostró Cavero, quien destaca que la libertad de expresión fomenta entornos de trabajo cómodos y promueve una cultura organizacional basada en el respeto. Esto apoya la hipótesis investigativa.

- **Hi6:** el liderazgo presentado en la empresa motiva a los colaboradores.

**Análisis:** el liderazgo efectivo tiene un impacto positivo en la motivación de los empleados. Un líder que comunica eficazmente, que apoya y reconoce el trabajo de su equipo, puede incrementar la satisfacción y el compromiso laboral. Según [Global Human Consultants \(s.f.\)](#), los empleados bajo un liderazgo que fomenta la comunicación y el reconocimiento, tienden a ser más productivos y motivados. Desde la empresa Mina de Oro se puede ver cómo el liderazgo se basa en dar una voz de aliento a sus empleados, con el fin de que se sientan como en familia.

- **Hi7:** los programas de capacitación y crecimiento son un aspecto de valor en la empresa.

**Análisis:** la hipótesis investigativa plantea que los programas de capacitación y crecimiento son esenciales para el valor organizacional, contribuyendo al desarrollo del talento y al mejoramiento del desempeño. [Burbano et al. \(2023\)](#) respaldan esta idea y resaltan cómo los programas de formación no solo fomentan el desarrollo profesional, sino que aumentan la satisfacción y la productividad de los empleados, beneficiando a la empresa en su conjunto.

- **Ha8:** la ausencia de capacitaciones en la empresa provoca que la adaptabilidad a los cambios sea muy lenta.

**Análisis:** la hipótesis alternativa plantea que la falta de capacitaciones en las empresas limita la capacidad de adaptación a los cambios. Esto se respalda en diversas investigaciones que destacan la importancia de la formación continua y la mentalidad abierta al cambio como factores críticos para la adaptabilidad organizacional en un entorno empresarial en constante evolución. El estudio de [Human Factor Consulting \(2024\)](#) enfatiza que las empresas que invierten en el desarrollo de sus empleados son más capaces de enfrentar los desafíos del mercado y de innovar de manera efectiva.

- **Hi9:** el liderazgo implementado en la empresa hace que los colaboradores estén alineados con los objetivos y los valores empresariales.

**Análisis:** la hipótesis investigativa sugiere que un liderazgo efectivo en las organizaciones no solo alinea a los colaboradores con los objetivos y los valores empresariales, sino que potencia su productividad y compromiso.

Esto se respalda en diversas investigaciones que destacan la importancia de un liderazgo claro y orientado a resultados, como se observa en el caso de Google, donde la implementación de OKR ha demostrado ser una estrategia exitosa para fomentar la alineación y el compromiso organizacional (Certiprof, s.f.).

- **Ho9:** el liderazgo implementado en la empresa no hace que los colaboradores estén alineados con los objetivos y valores de la empresa.

**Análisis:** la hipótesis opuesta plantea una visión donde el liderazgo ineficaz en las organizaciones puede llevar a una falta de alineación entre los colaboradores y los objetivos y valores de la empresa. Esto se corrobora con el estudio de Vorecol (2024a), que indica que la falta de claridad en la dirección y en la comunicación de las metas puede resultar en confusión y desmotivación entre los empleados, afectando negativamente tanto la productividad como el ambiente laboral.

- **Hi10:** la comunicación oral y personal que se implementa en la empresa hace que esta sea eficiente y asertiva entre el equipo de trabajo.

**Análisis:** la implementación de una comunicación oral y personal en las empresas contribuye a la eficiencia y asertividad en el trabajo en equipo, como sostiene Vorecol (2024b), que destaca la efectividad de la comunicación verbal en la construcción de confianza y en la resolución de conflictos, lo que puede, a su vez, mejorar el ambiente laboral y la productividad general del equipo. Manifestarse oralmente ayuda a generar confianza y confiabilidad. Sin duda, el proceso lingüístico de comunicación oral es más efectivo que un correo electrónico o un mensaje de texto. Para aquellas conversaciones importantes y delicadas como las negociaciones salariales y para la resolución de conflictos, se puede confiar en la comunicación oral para transmitir un punto de vista, evitar malos entendidos y, minimizar la confusión de ideas.

## Conclusiones

Aunque en la empresa aún existen algunos retos con la gestión del área de talento humano, esta tiene unas bases sólidas que permiten trabajar de la mejor manera y obtener buenos resultados a partir de la gestión del talento humano que se tiene en la organización, valorando este recurso como algo de gran importancia en sus actividades diarias.

Dentro del área de talento humano se busca garantizar el bienestar de todas las personas miembros de la empresa. Algunos aspectos que actualmente son de gran valor para los colaboradores, son las oportunidades de crecimiento que se brinda dentro de la organización, aspecto que también sirve como generador de motivación en ellos, para cumplir los objetivos que la organización desea.

Entre la buena gestión del talento humano en la Cacharrería Mina de Oro se puede destacar algunas herramientas que se consideran fundamentales por su efectividad en el desempeño, como la comunicación y el liderazgo empático basado en forjar relaciones buenas con los miembros de la organización. Estos elementos son considerados como los pilares, ya que son de gran influencia en el éxito de la organización, dado que fortalecen su funcionamiento interno, factor que se refleja al exterior y permite mostrarse como una empresa fuerte en muchos aspectos.

### Referencias

- Basile, A. (2024). ¿Qué impacto tienen los líderes sobre el compromiso laboral de los talentos? <https://hr.vismalatam.com/articulos/impacto-lideres-sobre-compromiso-laboral/>
- Burbano, M. B., Villacrés, P. E. y Rodríguez, M. L. (2023). El impacto de la formación continua en la productividad de empresas de servicios. *Polo del Conocimiento*, 8(11), 880-893. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i11.6243>
- Cavero, S. M. (2024). La libertad de expresión en el trabajo: una innovadora contribución a entornos laborales seguros y saludables. *Laborem*, 22(29), 19-38. <https://doi.org/10.56932/laborem.22.29.1>
- Cámara de Comercio de España. (s.f.). Observatorio de competitividad empresarial. <https://www.camara.es/funcion-consultiva/observatorio-de-competitividad-empresarial>
- Certiprof. (s.f.). Google y su éxito con la implementación de OKR: un modelo a seguir. [https://certiprof.com/es/blogs/news/okr-implementation-google?srsItd=AfmBOoqPv3xIJvfZMeFPFeogEhUN-3VOcKTJ\\_Oqv6g1dz-N4uoCM3Nns](https://certiprof.com/es/blogs/news/okr-implementation-google?srsItd=AfmBOoqPv3xIJvfZMeFPFeogEhUN-3VOcKTJ_Oqv6g1dz-N4uoCM3Nns)
- Global Human Consultants. (s.f.). Liderazgo. <https://globalhumancon.com/tag/liderazgo/page/4/>

Human Factor Consulting. (2024). ¿Qué tanto invierten en sus empleados, las empresas en capacitación en Colombia? <https://humanfactorconsulting.com/2024/09/09/que-tanto-invierten-en-sus-empleados-las-empresas-en-capacitacion-en-colombia/>

Leal, D. E., Sausen, C., da Silva, V. C., dos Santos, E. A., & Pimentel, R. (2023). Efectos de la justicia organizacional en la relación entre la consistencia en la gestión del desempeño y el compromiso laboral. *Estudios Gerenciales*, 39(168), 368-378. <https://doi.org/10.18046/j.estger.2023.167.5951>

Vorecol. (2024a). La relación entre la claridad de objetivos y la satisfacción laboral en entornos organizacionales. <https://blogs-es.vorecol.com/articulo-la-relacion-entre-la-claridad-de-objetivos-y-la-satisfaccion-laboral-en-entornos-organizacionales-188189>

Vorecol. (2024b). El papel de la comunicación efectiva en la resolución de conflictos. <https://blogs-es.vorecol.com/articulo-el-papel-de-la-comunicacion-efectiva-en-la-resolucion-de-conflictos-663>

### **Declaración uso de inteligencia artificial**

En la elaboración de este artículo, los autores utilizaron la herramienta 'Chat GPT' para ajustar la redacción, después de lo cual, revisaron y modificaron cuidadosamente el contenido; por lo tanto, asumen la responsabilidad total de la publicación.



Volumen **9** No. 1  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# Emprendimientos liderados por mujeres en Nariño

**Alexa Liceth Chamorro Reyes**

**Nathalia Estefanía Ortega**

**Nicol Adriana Chalacán Yampuezán**

Estudiantes de Administración de Negocios Internacionales  
Universidad Mariana

## Introducción

Este artículo presenta el desempeño de las mujeres en los emprendimientos en Nariño y, las diversas iniciativas que buscan promover la economía y el crecimiento de la región. Las mujeres han demostrado un notable espíritu emprendedor, enfrentando los diversos desafíos; en la región, no solo buscan generar ingresos para sus familias, sino contribuir al desarrollo comunitario y promover prácticas sostenibles. Además, su participación en el emprendimiento ha sido clave para fomentar la igualdad de género y empoderar a otras mujeres a seguir sus pasos.

El emprendimiento liderado por mujeres en Nariño representa el 38 % de los negocios registrados en el sector rural, según el [Departamento Administrativo Nacional de Estadística \(DANE, s.f.\)](#). Este artículo analiza cómo estas iniciativas, desde la agroindustria hasta la tecnología, han generado un impacto del 15 % en la reducción de la brecha de género laboral en la región ([ONU Mujeres, s.f.](#)). Se destacan casos como la Asociación Asmusca en Tumaco y el Gastrobar 1537 en Pasto, que combinan identidad cultural con modelos de negocio sostenibles.

En el departamento de Nariño, ubicado en el sur occidente de Colombia, región donde encontramos mucha diversidad cultural y social con combinaciones ancestrales tradicionales, surgen proyectos e iniciativas por mujeres, creando organizaciones más competitivas y responsables con su medio, contribuyendo positivamente en el desarrollo social y ambiental.

Las mujeres desempeñan un papel importante en el ámbito empresarial en Nariño; han demostrado las habilidades y conocimientos a través de sus emprendimientos. Esto contribuye no solo a su crecimiento personal, sino que aporta a la economía y al crecimiento de la región. Las mujeres asumen un papel en la creación de sus propios negocios, desafían las normas tradicionales y contribuyen a la construcción de comunidades más equitativas. Las mujeres han roto paradigmas: mientras en 2005 solo el 12 % de los créditos agropecuarios eran para ellas, hoy alcanzan el 34 % (Minagricultura, 2020). Este avance no es solo económico; el 68 % de las emprendedoras priorizan prácticas ambientales como el comercio justo y el reciclaje.

## Desarrollo

Las mujeres nariñenses se han desempeñado en emprendimientos de diferentes ámbitos como el comercial, el de la agricultura, el artesanal, gastronómico, en el de la nutrición y el bienestar, la estética y belleza, lo social y, muchos más sectores que destacan empresas exitosas lideradas por mujeres. El emprendimiento femenino estimula la productividad, impulsa economías más prósperas, favorece el crecimiento de la región; es una fuerza laboral impresionante y relevante en los últimos tiempos.

Las mujeres salen adelante y son exitosas a pesar de enfrentar desafíos como el no tener suficientes recursos y, ciertos estereotipos culturales que aún existen, referentes a que solo el género masculino lidera en diferentes ámbitos laborales. Al enfrentar obstáculos personales y laborales como el estar pendientes de un hogar, superar ciertas barreras y, tomar dominio propio, llenándose de confianza. Crean sus propias oportunidades y empoderan a más mujeres para que también lo hagan, no solo individualmente, sino también de manera colectiva.

Las mujeres son creativas, inspiradoras y resilientes con espíritu emprendedor, capaces de conseguir objetivos, adaptándose a los cambios de su entorno. Ellas están innovando constantemente. Colombia Productiva (2022) sostiene que los emprendimientos hechos por mujeres son negocios mucho más sostenibles, enfocados en un bienestar con más diversidad de beneficios, razón por la cual hoy en día hay más instituciones y entidades que las apoyan, brindando capacitaciones y acompañamientos.

Utilizar la tecnología a su favor en un mundo de constante cambio les ayuda a avanzar, ya que construyen una gran red de contactos para

comercializar y dar a conocer los productos de mujeres que crecen localmente y fuera del país. Gracias a estas mujeres que han forjado este camino de empoderamiento femenino empresarial, se posicionan como agentes de transformación en sus comunidades, aportando a sectores económicos, culturales, sociales, entre otros.

Existen varios ejemplos de emprendedoras nariñenses, en lugares como Ipiales, La Unión, Buesaco, San Juan de Pasto, Tumaco, que han ido creando su trayectoria, destacando siempre la cultura nariñense. Entidades como la Secretaría de Nariño, apoyan la agricultura en municipios cercanos alrededor de la capital de San Juan de Pasto.

Entre los emprendimientos de éxito resaltan: la gastronomía de Tumaco, como la comida de mar apoyada por la Entidad del Pacífico. En el municipio de Tangua, mujeres dedicadas a la crianza de cuyes, en una asociación llamada Cuyícula Agustín Agualongo, conformada por 36 personas. En La Unión, la entidad Contactar apoya una asociación de 33 mujeres que comercializan el plato típico de Nariño.

La Alcaldía de Pasto y Fenalco, con su plan llamado 'Pacto por Pasto', impulsa muchos emprendimientos femeninos. El SENA apoya muchas empresas enfocadas desde las zonas rurales y urbanas, como el emprendedor José Obando, asociado con muchas mujeres encargadas de distribuir empanadas vallecaucanas en Nariño. Fenalco apoya a 24 empresarias en diferentes ideas de negocios nariñenses y muchas más asociaciones que, unidas, apoyan muchos proyectos más.

Un ejemplo de mujeres emprendedoras en Nariño es María Eufemia Mina, madre cabeza de familia, un ejemplo inspirador de empoderamiento económico en Nariño. Gracias a la Asociación de Mujeres Asmusca, María se convirtió en una líder. Esta organización, conformada por más de 106 mujeres, posee una planta de transformación de cacao, que forma parte del Consejo Comunitario Bajo Mira y Frontera.

De esta iniciativa surge la marca 'Canasteando', que ofrece chocolate de mesa, chokolatinas y bombones rellenos, con auténticos sabores del pacífico nariñense, y cacao fino de sabor y aroma del distrito de Tumaco. Actualmente, Canasteando se encuentra fortaleciendo su capacidad administrativa y financiera, para expandir su marca en el mercado nacional, y ser reconocida por la calidad de sus productos y las historias que comparten a través del chocolate.

## Figura 1

Logo de ASMUSCA (Asociación de Mujeres Canasteando)



Nota. [Asmusca \(2025\)](#).

Ana Carolina Villota, diseñadora gráfica en Palmar, norte de Nariño, está dedicada en el municipio de Buesaco, a brindar un negocio sostenible a partir de la economía circular, relacionado con productos de limpieza amigables con el medio ambiente, productos que se degradan rápidamente en el agua, ayudando a disminuir el impacto negativo que se genera en las fuentes hídricas. Cuentan con ejes ambientales importantes como la compensación y mitigación que se da a través de la siembra de 300 árboles nativos, al igual que en el área de compostaje y tratamiento de agua residual que se da a través del manejo de plantas que se encargan de hacer la separación del agua y de la espuma, reutilizando los envases y el plástico, contribuyendo a disminuir el impacto que produce esto a nivel global. Lo hace comprando los envases usados de sus clientes, volviéndolos a utilizar. Motiva a jóvenes a emprender, indicando que, si bien no es fácil, es posible superar ciertos obstáculos que se encuentran en el camino. La perseverancia y la disciplina son el motor que impulsa a continuar ciertos proyectos, aportando siempre a un bienestar.

## Figura 2

*ProbioNar S.A.S*



Nota. [Probionar \(s.f.\)](#).

Danelli Prado es una mujer afro que buscó empoderarse para liderar y llevar un mensaje de empoderamiento a otras mujeres rurales. Forma parte de Afromuvaras, una organización de más de 580 mujeres pertenecientes al Consejo Comunitario Las Varas en Tumaco. Su enfoque está en la producción, compra y transformación del cacao, buscando el desarrollo socioeconómico y agroindustrial. Su esfuerzo y su pasión, junto a su equipo, la han llevado a ser merecedora de reconocimientos y a participar en el ‘Concurso Nacional Cacao de Oro 2023’ con su chocolate ‘Sueño de Mujer’, aspirando obtener el codiciado premio ‘Cacao de oro’ y, posicionar a Colombia como líder en la producción de cacao de calidad.

## Figura 3

*Afromuvaras*



Nota. [Afromuvaras. \(s.f.\)](#)

Lina Delgado, socia y líder del Gastrobar 1537 en Pasto, es una mujer apasionada por el emprendimiento; junto a sus socios, tiene un establecimiento que no solo se enfoca en ofrecer comida y entretenimiento, sino en brindar experiencias únicas al usuario. El establecimiento muestra una marca que no es solo un nombre; cuenta una historia y una cultura; un lugar que ofrece algo más o diferente a lo habitual a sus clientes.

Ha utilizado e implementado diferentes estrategias para atraer y fidelizar clientes, enfrentando retos y encontrando una solución. Está pendiente de los diferentes cambios y preferencias del usuario. El negocio beneficia a la economía, cultura, historia y crecimiento de la región y demuestra que en Nariño sí hay oportunidades de negocio y no hace falta salir de la región para crecer y emprender.

#### Figura 4

*Restaurante 1537*



Nota. Bar Restaurante 1537 (s.f.).

#### Conclusiones

Las mujeres nariñenses destacan empresarialmente con mucha relevancia, sacando emprendimientos potenciales que han abierto oportunidades

tanto para ellas mismas como para otras personas, gracias a su resiliencia y creatividad, enfrentando retos como las desigualdades económicas sociales. Si bien hay falta de capacitación especializada en muchas de ellas, han aprovechado los recursos locales y los han transformado en empresas innovadoras y mucho más sostenibles, que impulsan a muchas jóvenes y señoritas a emprender con dominio propio, tanto en la agroindustria como en el turismo, la gastronomía, lo comercial, destacando y marcando el camino del liderazgo femenino.

El cacao de Tumaco, cultivado por 580 mujeres de Afromuvaras, obtuvo la certificación 'Fine Flavour' de la ICCO en 2022, aumentando sus exportaciones en un 40 %.

La marca Canasteando genera 120 empleos directos: el 90 % para madres cabeza de hogar. La gastronomía como narrativa cultural en el Gastrobar 1537, fusiona platos tradicionales como el 'cuy asado', con realidad aumentada; los clientes escanean códigos QR en los platos, para ver historias de las productoras; utilizan tecnología y redes colaborativas.

La aplicación 'Mujer Emprende Nariño', lanzada en 2021 por la Gobernación, tiene 5.300 usuarias registradas que acceden a mercados virtuales para 212 productos artesanales, cursos en alianza con el SENA sobre finanzas digitales, alertas tempranas sobre violencia de género, acceso a tierras, que ha permitido que el 18 % de las emprendedoras rurales sean ahora propietarias legales.

En cuanto a la brecha digital, el 62 % usa WhatsApp como principal herramienta comercial, y un 9 % que usa páginas web.

Respecto a la resiliencia, el 89 % reinició sus negocios después de la pandemia, con trueques o, modelos 'delivery', modalidad que consiste en la prestación de servicios de entrega de productos, alimentos o servicios, directamente donde la persona lo solicita. Algunas instituciones como Contactar, financiaron 33 proyectos de mujeres en La Unión, con créditos a 0 % de interés. El Fondo Emprender, por su parte, capacitó a 524 nariñenses en márketing digital en 2023. El PNUD implementó doce huertas solares para emprendimientos agrícolas en Ipiales.

## Referencias

- Afromuvaras. (s.f.). Afromuvaras. <https://www.facebook.com/share/16CZMBtzne/>
- Asmusca. (2025). Asociación de mujeres canasteando. <https://ayudaenaccion.org.co/testimonial/asmusca/>
- Bar Restaurante 1537. (s.f.). Descubre 1537. <https://www.1537cs.com/>
- Colombia Productiva. (2022). Empresas lideradas por mujeres son más productivas, tienen mayor calidad y son más sostenibles. <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-comunica/noticias/informe-productividad-mujeres#:~:text=En%20general%2C%20a%20que%20las,y%20servicios%2C%20y%20sostenibilidad%20ambiental>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (s.f.). Situación de las mujeres rurales en Colombia. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/notas-estadisticas/oct-estadisticas-mujer-rural.pdf>
- Minagricultura. (2020). Estado de la inclusión financiera de las mujeres rurales en Colombia. [https://www.minagricultura.gov.co/Documents/Inclusi%C3%B3n%20Financiera%20Mujeres%20Rurales%20en%20Colombia%20\(15-02-21\).pdf](https://www.minagricultura.gov.co/Documents/Inclusi%C3%B3n%20Financiera%20Mujeres%20Rurales%20en%20Colombia%20(15-02-21).pdf)
- ONU Mujeres. (s.f.). Mujeres rurales. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/economic-empowerment/rural-women>
- Probionar. (s.f.). Actuar verde es comprar verde siempre. <https://www.facebook.com/share/15JJQrjGA2/>

## Declaración uso de inteligencia artificial

En la elaboración de este artículo, las autoras utilizaron la herramienta Chat GPT para ajustar la redacción y el análisis de datos. Después, revisaron y modificaron cuidadosamente el contenido; por lo tanto, asumen la responsabilidad total de la publicación.



Volumen **9** No. 1  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# Kamaq Warmis: un enfoque estratégico para la producción artesanal sostenible

**Johana Carolina Miramag Igua**

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[jocamiramag123@umariana.edu.co](mailto:jocamiramag123@umariana.edu.co)

## Introducción

En un contexto global donde la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial adquieren cada vez mayor relevancia, se identifica empresas que combinan producción artesanal con prácticas sostenibles, fuertes compromisos sociales y que, además, se posicionan como actores clave en la modificación del mercado. En América Latina, las fibras vegetales han sido históricamente pilares de la producción artesanal, vinculadas a la identidad cultural y la sostenibilidad, y su uso no solo genera valor agregado a los productos, sino que también rescata técnicas ancestrales y fortalece la identidad cultural de las comunidades. En Colombia, el fique, la paja tetera, el cáñamo, destacan por su versatilidad y bajo impacto ambiental. Nariño es una región clave en su cultivo y transformación.

Este artículo se propone analizar a ‘Kamaq Warmis’ desde una perspectiva con carácter multidisciplinario en los que se combina datos sobre el perfil de los consumidores, con el objetivo de comprender el impacto de este proyecto en la región de Nariño y, proponer estrategias para su crecimiento y consolidación.

## Fibras vegetales: el alma de las artesanías sostenibles

Desde tiempos ancestrales, las fibras vegetales han sido bases fundamentales de las artesanías en América Latina. En Colombia, regiones como el departamento de Nariño se distinguen por el cultivo de estas materias primas y su transformación; se resaltan para este caso, fibras tales

como: el fique, la paja tetera, el cáñamo, el yute, etc., que son apreciados por su versatilidad y el reducido impacto ambiental que implican. Estas fibras, en contraste con las sintéticas, llevan consigo un compromiso inherente con la sostenibilidad, por ser renovables, biodegradables, además de requerir menos energía en su producción (Suarez et al., 2017).

‘Kamaq Warmis’ ha abrazado este legado, en la implementación de estas fibras vegetales como materia prima esencial en la creación de sus productos. Al hacerlo, no solo honra las técnicas y conocimientos que se transmiten de generación en generación, sino que contribuye a la preservación de la identidad cultural que existe en la región.

Se debe resaltar a los artesanos del departamento de Nariño, quienes desde muchos años atrás hacen uso de estas materias primas, en la elaboración de artesanías, accesorios y demás. Su labor fue la inspiración que llevó a ‘Kamaq Warmis’ a adoptar esta perspectiva de negocio, e implementarla en la creación de accesorios que complementen el estilo de cada consumidor de una manera única, exclusiva y pro del medio ambiente.

### **El desempleo, el camino de las mujeres hacia el empoderamiento y el emprendimiento**

Según las fuentes oficiales del [Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas \(DANE, 2025\)](#), el desempleo en Colombia se convirtió en uno de los factores principales en la creación de emprendimientos en el país. Para el caso de la mujer, se nota la brecha tan significativa que existe en la diferencia de empleo; para el trimestre móvil noviembre 2024 - enero 2025, la tasa de desocupación para las mujeres fue del 12,7 % en comparación con la de los hombres: 7,4 % lo cual identifica la desigualdad en las oportunidades de empleo. La tasa global de participación que provee esta fuente de información es significativa, lo que implica que las mujeres en edad de trabajar no están participando activamente en el mercado laboral; esto podría deberse a barreras como: responsabilidades familiares, falta de oportunidades adecuadas, estereotipo de género, entre otras. Esta marcada situación muestra la poca representación de las mujeres en la fuerza laboral.

La misión que pretende ‘Kamaq Warmis’ se encuentra en el empoderamiento de las mujeres, reconociendo su papel fundamental como portadoras de tradición y motivo de cambio en sus comunidades y la región. Por medio de la capacitación, el acceso a mercados justos y el fomento de una economía autónoma, esta organización brinda las

herramientas necesarias para construir un futuro mejor para sí mismas y sus familias, en el intento de mitigar esa brecha tan diferenciada que existe en el mercado laboral para la mujer.

## Figura 1

### *Producción de la mano artesanal femenina*



Nota. Creada con Gemini (2025).

### **¿Cómo nació?**

La idea de 'Kamaq Warmis' nació a finales del año 2023, en las aulas de la Universidad Mariana, producto de la lluvia de ideas innovadoras de negocio generadas por dos estudiantes, dada la diferencia tan marcada en el mercado laboral hacia la mujer, con la idea de no solo enfocarse en producir y comercializar, sino en la sostenibilidad, el impacto con el medio ambiente y el enfoque social tan arraigado al empoderamiento y autonomía femenina con relación a la sociedad y el enfoque económico. Desde entonces, la idea de negocios se ha venido desarrollando y mejorando, gracias a la formación académica y el crecimiento profesional que van adquiriendo sus creadoras, estableciéndose como una idea cada vez más sólida e innovadora.

### **¿De qué trata el proyecto?**

Para hablar del proyecto, es fundamental iniciar por su nombre: 'Kamaq Warmis' que, en quechua significa 'Dulces mamás'. Esta denotación

ejemplifica el cariño y la dedicación con la que nuestras madres elaboran cada actividad a la que se dedican, y la ternura que imprimen en sus hijos. Se desea que su propósito se vea reflejado en el producto que se desarrolla por parte del agente laboral femenino. Inicialmente, es esencial mencionar que las fibras vegetales que pretende utilizar 'Kamaq Warmis' buscan reemplazar en gran medida a las fibras animales como la lana de oveja, en un proceso de dar descanso a estos animalitos, después de años de utilización de su pelaje. Para la creación de accesorios y demás complementos, muchas de estas fibras nacen de los desperdicios de otros productos como, por ejemplo, el cáñamo o el cuero de mango, por los cuales se logra obtener productos únicos que generan valor al consumidor. En este caso, lo que se quiere es reconocer el uso de fibras vegetales para la creación de productos por medio de la mano de obra artesanal. Cabe aclarar que este proyecto de investigación aun está siendo fundamentado bajo la cátedra universitaria, como parte de la investigación particular de las estudiantes.

### Figura 1

Logo de 'Kamaq Warmis'



Nota. Autoras del proyecto.

### Propuesta de valor

Se centra en la creación de accesorios artesanales que fusionan tradición y cultura con la sostenibilidad ambiental y el empoderamiento social. En este sentido, seleccionar fibras naturales como materia prima fundamental, cobra una relevancia estratégica que se ve alineada a los valores de la organización, la sostenibilidad, el impacto social, la identidad cultural y la diferenciación, acumulando un número significativo de fortalezas y oportunidades que la organización debe aprovechar en su relación con el medio ambiente, la conservación de los recursos, el desarrollo económico, la preservación del patrimonio cultural y, finalmente, la diferenciación con la competencia, al ofrecer productos únicos y de alta calidad.

En el proceso de cimentar el proyecto aún más, se ha desarrollado una metodología mixta para la recolección de información, como la encuesta, que revela información muy valiosa para la idea de negocio sobre el mercado de productos artesanales, preferencias, motivaciones de compra y percepción sobre la sostenibilidad y el valor cultural de los productos que pretende ofrecer 'Kamaq Warmis', además de una revisión literaria científica exhaustiva sobre el uso de fibras naturales, el emprendimiento social y el desarrollo sostenible, con el fin de dar contexto al proyecto y analizar su impacto potencial.

Finalmente, se realiza el análisis de datos de la encuesta en la que se utiliza herramientas analíticas para poder identificar patrones y tendencias relevantes. Los resultados arrojados fueron interpretados a la luz de una literatura revisada, con el propósito de hacer propuestas o recomendaciones estratégicas para la organización.

## Resultados

- **Perfil del consumidor:** el interés de los productos artesanales está cimentado en el público femenino joven, pero atrae también a adultos mayores, con estratos socioeconómicos medios o ingresos limitados, que, además, arrojan resultados en los que se valora la calidad, la personalización y el diseño culturalmente significativo de los productos.
- **Preferencias y motivaciones:** los consumidores prefieren realizar la compra de los productos por medio de puntos físicos y ferias, además de buscar información sobre la sostenibilidad y el cuidado de los mismos. La calidad que trasmite el producto es el principal motivo de compra en los consumidores, lo que implica una gran oportunidad para que 'Kamaq Warmis' entre en el mercado, porque su propósito está en dar exclusividad y personalización a cada producto, en la medida de lo posible, generando una conexión con el consumidor y el accesorio o producto adquirido.
- **Análisis de fibras naturales:** las fibras naturales que pretende utilizar 'Kamaq Warmis' presentan propiedades físicas y mecánicas que las hacen aptas en la producción de artesanías. El tratamiento alcalino de estas fibras mejora su adhesión a la matriz polimérica y, como resultado, aumenta la durabilidad y resistencia a los productos (Suarez et al., 2017).

**Tabla 1**

*Propiedades mecánicas de fibras naturales seleccionadas*

<b>Fibra vegetal</b>	<b>Resistencia a la tensión (mpa)</b>
Yute	393-773
Fique	511-635

Nota. [Kengkhetkit y Amornsakchai \(2012\)](#); [Chand y Fahim \(2008\)](#).

Los resultados del estudio ratifican el potencial que posee ‘Kamaq Warmis’ como modelo de emprendimiento social sostenible. El proyecto responde a las necesidades y preferencias de un segmento de consumidores que cada vez más resaltan la importancia de la sostenibilidad y el valor agregado de los productos que consumen.

Además, las fibras naturales que utiliza ‘Kamaq Warmis’ ofrecen una alternativa viable a los materiales generados por fibras animales o sintéticas, sufragando la reducción de la contaminación ambiental y la conservación de recursos naturales ([Suarez et al., 2017](#)).

Para este caso, la organización puede fortalecer su propuesta de valor con la investigación continua en la implementación de las fibras mencionadas, en productos con técnicas e ideas innovadoras, complementadas con la importancia de generar en el consumidor, conciencia sobre el impacto ambiental actual y los beneficios con el medio, fomentando un consumo responsable.

## **Recomendaciones**

En virtud de los hallazgos de este estudio, se propone lo siguiente:

- Fomentar la participación de los consumidores con la utilización de productos de carácter sostenible, por medio de la educación al consumidor, resaltando el impacto de un producto sostenible y uno sintético, demostrando la percepción errónea que se tiene del precio de un producto artesanal, recalcando el enfoque empírico que se maneja y la exclusividad y calidad en cada producto.
- Continuar con la idea de empoderar a las mujeres artesanas en la búsqueda de fortalecer su autonomía económica y social, demostrando que la fuerza laboral femenina es preponderante y de gran valor.

- Seguir en constante actualización e investigación acerca de las fibras vegetales, su implementación en el mercado productivo y, su aprovechamiento en los distintos sectores económicos, para que sirvan de base y fortalecer el proceso de 'Kamaq Warmis' en el mercado competitivo, logrando diferenciación y posicionamiento en la marca.

### Conclusiones

Referente a la sostenibilidad y la cultura que se entrelazan, 'Kamaq Warmis' demuestra que las fibras vegetales como el fique, el cáñamo, el yute o la paja tetera, no son solamente materias primas ecológicas, sino que además portan identidad cultural nariñense. Por medio de la preservación de técnicas ancestrales, se busca reducir la huella ambiental, fortaleciendo la economía circular. Por tanto, la organización presenta un ejemplo de éxito como emprendimiento social, generando valor económico social y ambiental, que puede consolidar su posición en el mercado y ampliar su impacto social y ambiental hasta convertirse en un referente hacia otros emprendimientos que están en la búsqueda de construir un futuro más sostenible.

Al resaltar el valor cultural y la historia detrás de cada producto, se logra fortalecer la conexión emocional del consumidor con el producto, además de ofrecer la exclusividad en el diseño y la calidad, por lo cual se genera expectativas altas que fomenten tanto la fidelización de la marca, como el fortalecimiento educativo de la organización al consumidor sobre los beneficios que estos productos generan y el impacto a través de sus compras. Si bien 'Kamaq Warmis' tiene desafíos significativos, tiene al mismo tiempo grandes ventajas que sirven de fortaleza para poder mitigar su impacto hasta consolidar la marca con el reconocimiento y el trasfondo social que se pretende alcanzar.

Finalmente, se puede decir que la idea que tiene 'Kamaq Warmis' para poder empoderar al género femenino es crucial en su crecimiento como empresa. Al darle oportunidad a esta fuerza laboral, no solo fomenta la responsabilidad social corporativa, sino que además crea en la mente de las mujeres, autonomía económica y emprendedora, fuente de una fuerte disciplina en aprendizajes y colaboración continua para el desarrollo de un sector laboral mucho más inclusivo y participativo de empresas que desean marcar la diferencia en este ambiente productivo y de sostenibilidad.

## Referencias

- Chand, N., & Fahim, M. (2008). *Tribology of natural fiber polymer composites*. Woodhead Publishing Ltd.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE). (2025). Mercado laboral según sexo. Históricos. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/segun-sexo>
- Kengkhetkit, N. y Amornsakchai, T. (2012). Utilisation of pineapple leaf waste for plastic reinforcement: 1. A novel extraction method for short pineapple leaf fiber. *Industrial Crops and Products*, 40, 55-61. <https://doi.org/10.1016/j.indcrop.2012.02.037>
- Suarez, J. L., Restrepo, J. W., Quinchía, A., Quinchía, A. y Mercado, F. A. (2017). Fibras vegetales colombianas como refuerzo en compuestos de matriz polimérica. *Tecnura*, 21(51), 57-66. <https://doi.org/10.14483/udistrital.jour.tecnura.2017.1.a04>

## Declaración uso inteligencia artificial

En la elaboración de este artículo, la autora utilizó las herramientas como textcortex y Gemini, inteligencias artificiales que están desarrolladas para ajustar la redacción, traducción, análisis de datos y/o ajuste de brillos, contrastes y balances de color en tablas o figuras y traducción. Después del uso de la IA textcortex y Gemini, la autora modificó cuidadosamente el contenido; por lo tanto, asume la responsabilidad de la publicación.



Volumen **9** No. 1

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# DALUAN Tours y el turismo personalizado en Colombia

**Daniel Felipe Guancha Pabón**

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[dafeguancha123@umariana.edu.co](mailto:dafeguancha123@umariana.edu.co)

**Luisa Fernanda Martínez Ortiz**

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[lufemartinez123@umariana.edu.co](mailto:lufemartinez123@umariana.edu.co)

**Ana María Obando Sánchez**

Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[anmaobando123@umariana.edu.co](mailto:anmaobando123@umariana.edu.co)

## Introducción

DALUAN Tours es una idea de empresa turística que se dedicará a ofrecer experiencias de viaje innovadoras y personalizadas para cada viajero; busca revolucionar el sector turístico enfocándose en la satisfacción del cliente e incorporando la sostenibilidad y el respeto por el medio ambiente a través de prácticas transparentes.

El objetivo principal de DALUAN Tours será brindar una experiencia cómoda que se ajuste a los intereses, gustos y preferencias de cada persona, a través de la personalización de cada detalle del viaje para que los clientes se sientan completamente satisfechos y que superen sus expectativas en cuanto al servicio y los aspectos que lo acompañan.

## Un enfoque basado en la investigación para comprender al turista

DALUAN Tours, como idea de negocio, reconoce la importancia de comprender de manera exhaustiva las preferencias de los turistas, para adaptar su modelo de negocio y cumplir con las expectativas del mercado. Para ello, se realizó una encuesta para recopilar información relevante del mercado actual sobre aspectos sociodemográficos, motivaciones, factores económicos, comportamientos y preferencias en cuanto a la personalización de los viajes y planes turísticos que se busca ofrecer. Los resultados proporcionaron información valiosa sobre las preferencias de los turistas:

- **Actividades preferidas.** Probar la gastronomía local y visitar lugares históricos son actividades muy populares, especialmente entre los jóvenes y los adultos mayores a 45 años.
- **Importancia de la sostenibilidad.** La sostenibilidad es un factor importante para los viajeros mayores y para aquellos que prefieren las experiencias culturales.
- **Tipo de alojamiento.** Si bien los hoteles son la opción preferida por muchos, existe cierta inclinación por alojamiento de tipo Airbnb, especialmente entre los viajeros más jóvenes.
- **Preferencia por viajes personalizados.** La mayoría de los turistas prefiere que sus viajes sean personalizados, sobre todo en lo que se refiere a la comida y al alojamiento.
- **Disposición a pagar más por la personalización.** Algunos turistas están dispuestos a pagar más por experiencias que se adapten a sus gustos y necesidades individuales.
- **Estrato socioeconómico.** No se observó grandes diferencias en las preferencias basadas en el estrato, aunque aquellos que pertenecen a estratos más bajos, tienden a gastar menos.
- **Frecuencia de viaje.** Los viajeros más frecuentes tienden a preferir las experiencias urbanas o de playa.
- **Tipos de experiencia.** Las experiencias urbanas son populares entre todos los grupos de edad, pero las experiencias relacionadas con la naturaleza y la cultura también son muy valoradas.

- **Duración del viaje.** Los viajes más largos son preferidos por aquellos turistas que buscan disfrutar de experiencias en la naturaleza.
- **Uso de agencias de turismo.** Solo algunos turistas utilizan agencias de viajes; especialmente, aquellos que tienen ingresos más altos.
- **Variables sociodemográficas.** Las mujeres tienden a preferir experiencias culturales y en la naturaleza, mientras que los hombres prefieren el turismo urbano y de aventura.

Los jóvenes entre los 18 y 24 años prefieren viajes cortos y actividades como probar la comida local o vivir aventuras, mientras que los adultos entre 45 y 54 años prefieren experiencias culturales o en la naturaleza.

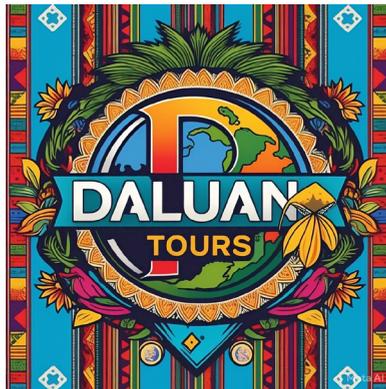
Los viajeros con ingresos mensuales más altos (entre tres y cuatro salarios mínimos) gastan más en sus viajes y prefieren hospedarse en hoteles.

### El modelo de experiencias personalizadas de DALUAN Tours

DALUAN Tours tiene como objetivo, ofrecer experiencias cómodas y adaptadas a los intereses, gustos y preferencias de cada uno de sus usuarios. La empresa se centra en personalizar hasta el último detalle de cada viaje para garantizar la satisfacción del cliente, buscando siempre superar las expectativas.

### Figura 1

*Logo propuesto para la idea de negocio*



*Nota.* Generado por Meta AI (2025).

Algunos elementos claves del modelo de negocio son:

- **Itinerarios personalizados:** el factor diferencial como empresa es crear planes de viaje que se adapten a las preferencias de cada persona, asegurando que cada viaje refleje sus intereses y deseos.
- **Prácticas sostenibles:** la integración de prácticas respetuosas con el medio ambiente en todas las actividades de la empresa, minimizando el impacto ecológico y promoviendo un turismo responsable, es fundamental para la misión de DALUAN.
- **Respeto por la cultura local:** se asegura que los viajes minimicen cualquier posible impacto negativo en la sociedad.
- **Preferencias de alojamiento:** se reconoce las diferentes preferencias de alojamiento de los viajeros, ofreciendo opciones que van desde hoteles hasta alquileres en Airbnb.
- **Turismo gastronómico:** Colombia se encuentra en el puesto 28 del ranquin de las 100 mejores cocinas del mundo. DALUAN Tours aprovecha estos factores y puede incluir experiencias de turismo culinario en sus ofertas.
- **Actividades:** se puede incluir actividades como: conocer la comida local y visitar sitios históricos, teniendo en cuenta que son muy populares.

Como ya se mencionó, Colombia ofrece una amplia gama de oportunidades para el turismo personalizado gracias a su diversidad geográfica, su rica cultura y su creciente infraestructura turística. Algunas de las experiencias personalizadas que DALUAN Tours puede ofrecer en el país incluyen:

- **Inmersión cultural en ciudades históricas:** recorridos personalizados por ciudades como Cartagena, Bogotá o Medellín, con visitas a museos, monumentos históricos y centros culturales, adaptando el ritmo y los contenidos a los intereses de cada viajero.
- **Ecoturismo en la Amazonía y el Eje Cafetero:** experiencias personalizadas de contacto con la naturaleza, como caminatas por la selva amazónica, avistamiento de aves en el Eje Cafetero o visitas a comunidades indígenas, adaptando el nivel de exigencia física y los temas de interés para cada persona.

- **Turismo de aventura en la costa pacífica y los Andes:** actividades como senderismo, escalada, canotaje o buceo en diferentes entornos naturales, adaptando el nivel de dificultad y el tipo de actividad a las preferencias y habilidades de cada viajero.
- **Turismo gastronómico en diferentes regiones:** rutas gastronómicas personalizadas que permiten descubrir los sabores y aromas de cada región de Colombia, visitando mercados locales, restaurantes tradicionales y participando en clases de cocina.
- **Experiencias de bienestar y relajación en spas y termales:** estancias personalizadas en balnearios y centros termales que ofrecen tratamientos y actividades diseñadas para el bienestar físico y mental, proporcionando espacios de relajación.

## Figura 2

*Imagen de referencia, posible destino turístico*



Nota. Generada por OpenAI (2025).

### Figura 3

*Imagen de referencia, comida colombiana*



*Nota. Generada por Meta AI (2025).*

Sin embargo, aunque el mercado presenta un interés por dicha idea presentada, el sector turístico en Colombia ha evolucionado de forma significativa a lo largo de los años, lo cual ha traído consecuencias tanto favorables como desfavorables. Algunos de los factores clave en esta evolución son el desarrollo del transporte, la protección de las reservas naturales, los avances tecnológicos, los nuevos medios de comunicación y las mejoras en la infraestructura. En el año 2023, Colombia recibió 5,86 millones de turistas internacionales, lo cual representa un aumento del 24,3 % en comparación con el año 2022, marcando un nuevo récord histórico.

Al respecto, se puede decir que, como idea de negocio, se debe pensar siempre en estar a la vanguardia de las tendencias que se presenten para lograr ingresar y mantenerse en el mercado a través de las experiencias que se brinde a las personas.

### Conclusiones

DALUAN Tours es una idea de negocio que promete revolucionar el mercado en el sector turístico debido a su preocupación por conocer las

preferencias e intereses de las personas demandantes. La idea de negocio destaca la importancia de satisfacer las necesidades de los clientes con responsabilidad social, sin causar impacto negativo al medio ambiente o a la sociedad.

Teniendo en cuenta la información recopilada, se puede decir que la idea de negocio tiene el potencial suficiente para implantarse en el mercado debido a la creciente demanda de experiencias de viaje personalizadas en Colombia. Al seguir priorizando la satisfacción del cliente, adoptando la sostenibilidad y aprovechando su enfoque basado en la investigación, DALUAN Tours puede consolidarse como líder en el mercado del turismo.

Existen situaciones específicas que DALUAN Tours debe abordar para garantizar su éxito y sostenibilidad a largo plazo; por lo tanto, debe ser consciente de estos retos y buscar minimizar los impactos negativos mientras maximiza los beneficios para las comunidades locales.

### **Declaración uso de inteligencia artificial**

En la elaboración de este artículo, los autores utilizaron la herramienta 'Text Cortex' para ajustar la redacción, 'Meta AI' y 'Chat GPT' para generar imágenes, después de lo cual revisaron y modificaron cuidadosamente el contenido; por lo tanto, asumen la responsabilidad total de la publicación.



Volumen 9 No. 1

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# El trabajo remoto en las empresas multinacionales

**Juliana López Ocampo**

Estudiante de Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[jullopez224@umariana.edu.co](mailto:jullopez224@umariana.edu.co)

**Laura Sofia Londoño Guerrero**

Estudiante de Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

[laulondono224@umariana.edu.co](mailto:laulondono224@umariana.edu.co)

## Introducción

El trabajo remoto o teletrabajo surgió en los años 70 en Estados Unidos, como respuesta a la crisis del petróleo del momento. El científico Jack Nilles fue el que propuso llevar el trabajo al trabajador, sin necesidad de que este se tenga que trasladar a su lugar de trabajo. También implementó una alternativa de trabajo híbrido, la cual consistía en que el trabajador podía alternar entre días laborales presenciales y días laborales de manera remota. El trabajo remoto es un entorno profesional en el que las personas empleadas por las empresas pueden trabajar desde sus casas o desde cualquier otro lugar fuera del área física de trabajo, aunque a menudo implica desarrollar las actividades asignadas desde casa. Trabajar de forma remota no solo se limita a eso y puede extenderse más allá de la vivienda. Un ejemplo de esto son las personas consideradas 'nómadas digitales', quienes trabajan mientras viajan a tiempo completo.

Este artículo aborda los aspectos positivos, las ventajas y los retos que genera el trabajo remoto tanto para las personas como para las empresas que lo practican, demostrando que tiene un futuro bastante prometedor en el que se podrá encontrar varias oportunidades de trabajo.

## Desarrollo

A través de los años el trabajo remoto se ha convertido en una parte importante de ingresos para las personas, dado que ofrece, además de oportunidad de generar entradas monetarias, la comodidad y accesibilidad

a este modelo de trabajo. Favorece la innovación de las empresas, pues con esta herramienta las habilidades de las personas no se limitan al entorno en el que se encuentran, sino que pueden reclutar a personas con muchas habilidades según sus requerimientos, sin que estén comprometidas a estar en un lugar específico, permitiendo que las intervenciones de aquellas personas estén llenas de nuevas perspectivas y, con la posibilidad de agregar un poco de los factores culturales propios de estas. Esto permite que, a la hora de tomar decisiones en la empresa, estas puedan ser más acertadas teniendo en cuenta los nuevos factores o influencias que generan las opiniones de estos trabajadores.

Aunque hay creencias de que el trabajo remoto no puede generar una cultura organizacional adecuada, hay personas que sí lo creen posible. Para tener una buena cultura organizacional no es obligatorio que todos los miembros de la organización estén conviviendo día a día en el mismo espacio físico; con el trabajo remoto es posible, siempre y cuando existan los espacios donde se hable de la cultura de manera familiar o distendida para que las conexiones o relaciones entre los miembros de la empresa se puedan fortalecer. Un aspecto clave en la mejora o buena práctica de la cultura organizacional es que, la misión y visión o valores de la empresa estén bien definidos y que se puedan conectar al tipo de actividad que realiza la persona que trabaja a distancia, para que todos se sientan parte del equipo.

Esta modalidad de trabajo está acompañada con algunas expectativas tanto de los empleados como de las empresas que los contratan. Las expectativas de los empleados respecto al trabajo remoto es mejorar su calidad de vida y también su desarrollo fuera del campo laboral. Respecto a las empresas, estas lo están implementando poco a poco, con el objetivo de obtener el mismo o un mayor desarrollo, desempeño y participación tanto de sus empleados remotos, como el de los presenciales. Actualmente, las empresas están desarrollando un modelo de trabajo híbrido, en el que la persona pueda trabajar de manera remota, pero, también, algunos días en que su presencia sea requerida. Esto depende del tipo de empresa y también de la disponibilidad de la persona al modelo híbrido.

Para ejercer esta modalidad de trabajo, no se puede ignorar las habilidades que se requiere. La mayoría de las personas piensa que para realizar trabajo remoto solamente se necesita tener acceso a internet y a un computador o tableta, cuando en realidad exige más experiencia de la que se cree. Hay dos habilidades primordiales que una persona debe poseer para poder desarrollarse de manera exitosa en este campo:

la primera es la comunicación y la segunda, el trabajo en equipo. Estos dos factores son bastante importantes en cualquier empresa, pero en este campo laboral se enfatiza, debido a que las personas involucradas deben estar conscientes de poder desenvolverse en escenarios negativos y positivos, porque eso permite que el equipo de trabajo pueda resolver cualquier obstáculo o aprovechar una oportunidad en el mercado con anticipación. Sin esas dos habilidades, por más talento y aptitudes positivas que tengan las personas, es muy seguro que se puede cometer errores respecto a sus trabajos en remoto.

Un factor bastante importante que influyó en el fortalecimiento del trabajo remoto fue la pandemia, debido al aislamiento para poder mantener la salud y seguridad de las personas, lo cual causó que algunas empresas cambiaran sus políticas sobre el trabajo a distancia, algo que mejoró la comunicación digital. La Figura 1 demuestra los cambios en el trabajo a distancia generados por la pandemia, tomando como referencia a la población estadounidense.

**Figura 1**

*Cambios en el trabajo a distancia de Estados Unidos*

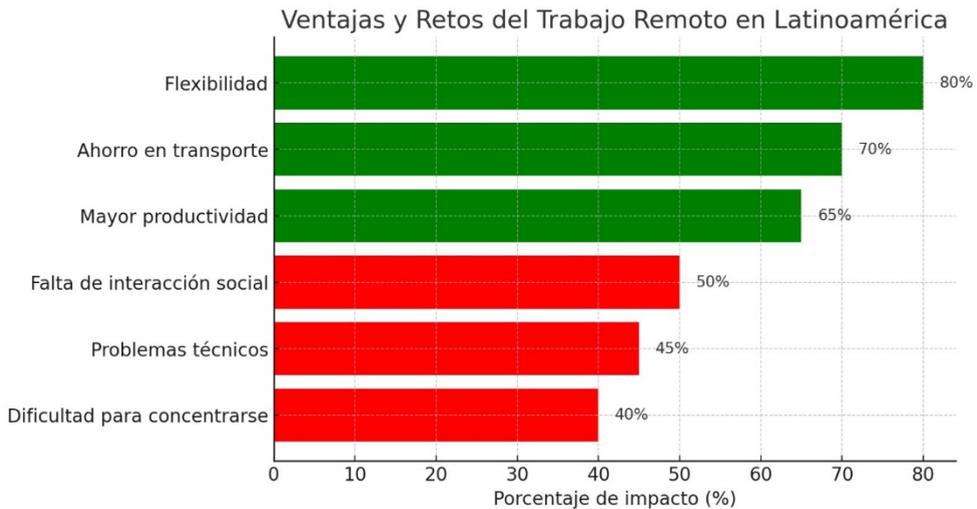


Nota. [Barrero et al. \(2021\)](#).

Junto con el tema del trabajo a distancia viene la duda sobre si las oficinas físicas desaparecerán o, solamente evolucionarán para adaptarse a esta modalidad. Bueno; lo cierto es que estos espacios han evolucionado y seguirán evolucionando de tal manera que inviten a los trabajadores a sentirse en un espacio agradable y a gusto para desempeñar su trabajo. Si bien las tendencias son cambiantes dependiendo del sector, hay empresas donde una correcta implementación ha permitido mantener este modelo y otras, donde los resultados no han sido los esperados y han tenido que recurrir a una reapertura y reorganización de sus lineamientos; por tanto, no nos encontramos realmente ante algo que vaya a terminar por completo el trabajo presencial, pero sí estamos delante de la oportunidad de ejecutarlo de una manera estratégica que permita beneficiar tanto a las empresas en sus gastos de oficina, como a los empleados en la mejora de sus condiciones y calidad de vida.

**Figura 2**

*Ventajas y retos del trabajo remoto en Latinoamérica*



Nota. <https://www.sortlist.es/datahub/reports/estadisticas-sobre-el-trabajo-remoto/>

Los efectos del trabajo remoto pueden ser bastante positivos respecto a la economía y la calidad de vida de las personas, pero, ¿cómo nos afectaría como sociedad? Está claro que el hombre es un ser que necesita relacionarse con otros; no se puede mantener en aislamiento mucho tiempo; por esta

razón, puede que el trabajo a distancia afecte negativamente desde el punto de vista asociativo dado que, no seguir unas pautas correctas de trabajo remoto puede llevar al encierro y a un estrés complicado de manejar. Si lo vemos desde el lado positivo, con un buen manejo de la cultura remota, cada vez se obtendrá empleados más entregados y contentos de realizar su trabajo dado que, por ejemplo, no deben gastar tiempo en transporte y, lo pueden aprovechar atendiendo a sus familias y compartiendo con sus seres queridos, mejorando de forma muy notable su calidad de vida y el ánimo con el que se desenvuelven en la cotidianidad.

En términos de productividad, el trabajo remoto tiene bastantes ventajas, porque se elimina, de cierta forma, todas aquellas cosas que al trabajar presencialmente pueden disminuir la objetividad del camino. Para explicarlo un poco más, normalmente se trabaja por objetivos; cuando se trabaja en remoto, al no tener distractores como, por ejemplo, ir por un café o charlar con el compañero de al lado, se puede estar más enfocado en cumplir esos objetivos. También se elimina el tema de ir al puesto de trabajo y solo mantenerse ahí como cumplimiento u obligación, sin considerar el estado de ánimo. Con una buena implementación de esta modalidad, es posible generar una sensación de adaptabilidad al trabajo, mucho más orgánica.

Las herramientas tecnológicas son clave para el desarrollo del trabajo a distancia; sin estas, no sería posible esta modalidad; por eso, desempeñan un papel esencial en la mejora de la productividad con la inclusión de, por ejemplo, la inteligencia artificial, donde es posible eliminar las tareas repetitivas y que demandan tiempo. Estamos delante de una nueva era que va a quedar marcada justamente por esa adopción de tecnologías emergentes que, además, se van a convertir en un factor diferencial de la eficiencia, eficacia y efectividad. Será muy notoria la diferencia entre las organizaciones que adopten dichas tecnologías y las que no. La Figura 3 demuestra cómo ha aumentado el número de nuevas patentes tecnológicas desde la pandemia, permitiendo el mejoramiento del trabajo a distancia, tomando como referencia la población estadounidense.

**Figura 3**

*Evolución de patentes tecnológicas en Estados Unidos*



Nota. Bloom et al. (2021).

### Conclusiones

El trabajo remoto en Latinoamérica y el mundo entero ha aumentado significativamente en los últimos años, impulsado principalmente por la pandemia. Pasó de ser una modalidad poco común, a una necesidad para muchas empresas y trabajadores.

Hoy en día, se ha vuelto una realidad para la vida cotidiana de muchas personas, de forma positiva, de cara a varios problemas sociales que disminuyeron gracias a esta modalidad. En 2020, el porcentaje de empresas que implementaron el trabajo remoto se disparó, pero en los últimos años ha habido una tendencia a la estabilización. Entre las ventajas, se destaca la flexibilidad, el ahorro en transporte y un aumento en la productividad. Algunas madres cabeza de hogar, debido a este modelo de trabajo han podido desempeñarse desde sus casas y, a la vez, tener el tiempo necesario para estar con sus hijos y hacer otro tipo de actividades necesarias en su día a día. Sin embargo, también hay retos importantes, como la falta de interacción social, los problemas técnicos y las dificultades para concentrarse, sin

mencionar algunas falencias que todavía no permiten asegurar que habrá una mayor competencia laboral a nivel internacional, ya que las empresas podrán contratar talento sin restricciones geográficas.

El trabajo remoto no es simplemente una moda temporal, sino una transformación profunda que está cambiando la manera como trabajamos, vivimos y nos relacionamos. Si bien presenta desafíos, su adecuada implementación tiene el potencial de mejorar.

### Referencias

Barrero, J. M., Bloom, N., & Davis, S. J. (2021). Why working from home will stick. *NBER Working Paper Series*, (28731). <http://www.nber.org/papers/w28731>

Bloom, N., Davis, S. J., & Zhestkova, Y. (2021). COVID-19 shifted patent applications toward technologies that support working from home. *AEA Papers and Proceedings*, 111, 263-266.

### Declaración uso inteligencia artificial

En la elaboración de este artículo, los autores no utilizaron ninguna herramienta o servicio de inteligencia artificial.



Volumen **9** No. **1**

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# Sector inmobiliario como fuente de inversión en Nariño: claves para el crecimiento económico

**Juan Fernando Guerra Martínez**

Estudiante de Administración de Negocios Internacionales  
Universidad Marina

[jufeguerra223@umariana.edu.co](mailto:jufeguerra223@umariana.edu.co)

**Diego Felipe Revelo Aza**

Estudiante de Administración de Negocios Internacionales  
Universidad Marina

[Diegorevelo@umariana.edu.co](mailto:Diegorevelo@umariana.edu.co)

## Introducción

En el suroccidente de Colombia se encuentra el departamento de Nariño, destacado por su riqueza natural, su diversidad productiva y su ubicación estratégica, por ser un punto clave de conexión entre Colombia y su frontera Ecuador, lo cual ha permitido un intercambio de diferentes factores tanto tecnológicos, como sociales y económicos. Sin embargo, a pesar de su potencial, la región ha enfrentado desafíos en materia de desarrollo económico y atracción de inversiones, ya que su limitada infraestructura, la falta de incentivos financieros y la inestabilidad social, han dificultado el crecimiento empresarial en algunos sectores. Estos obstáculos han limitado la llegada de capital extranjero y la consolidación de emprendimientos locales, afectando la actividad económica de la región. No obstante, Nariño ofrece grandes oportunidades para inversionistas interesados en mercados emergentes con alto potencial de crecimiento, especialmente en sectores estratégicos que puedan transformar su estructura económica y llevar al departamento a su máximo económico en materia de desarrollo.

**Figura 1**

*Mapa de Nariño*



*Nota.* [Wikipedia \(2016\).](#)

La inversión en Nariño no solo representa una oportunidad para el crecimiento económico, sino que, más bien, puede contribuir a la reducción de brechas sociales y al fortalecimiento de la productividad regional. Esto es posible de alcanzar a través de la llegada de capital extranjero y del desarrollo de infraestructura, ya que estos sectores generan gran volumen de empleos y permiten la circulación de la economía libremente, mejorando la calidad de vida de los habitantes y fortaleciendo el tejido empresarial local. En este artículo se explora los sectores estratégicos con mayor potencial de inversión, los incentivos que el gobierno ha implementado para atraer capital y, los desafíos que aún deben ser superados para consolidar a Nariño como un destino atractivo para los inversionistas.

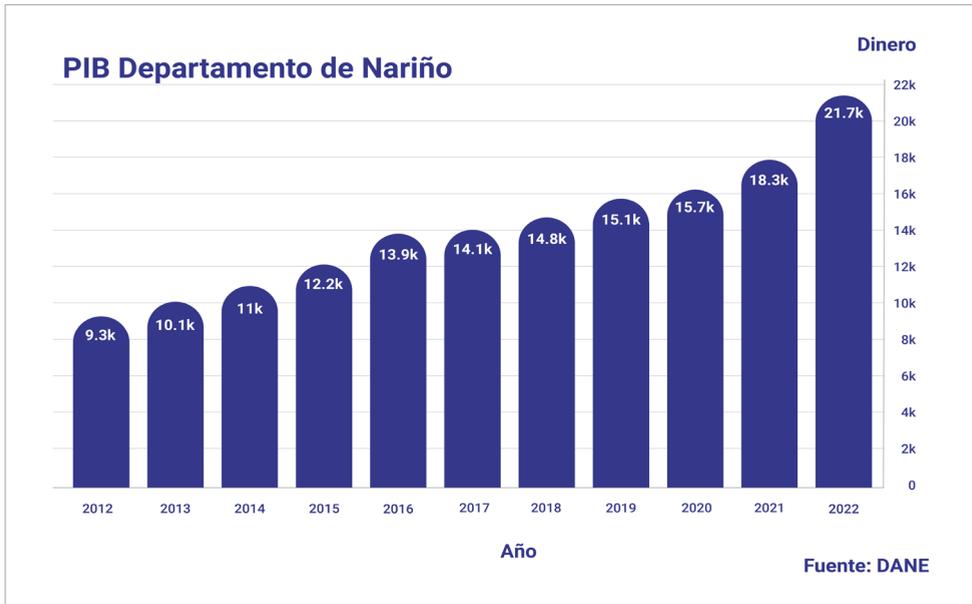
### **Desarrollo**

La inversión es un pilar fundamental para el crecimiento económico de cualquier región, pues ofrece una mejoría en la calidad de vida de las personas e impulsa el desarrollo económico, lo cual trae consigo el aumento de la capacidad de producción, mejores obras de tipo civil y mayor comunicación. Una región con alto índice de inversión logra ser más relevante en un país. En el caso de Nariño, su potencial de desarrollo está respaldado por diversos factores como su ubicación estratégica, la riqueza de sus recursos naturales y la creciente demanda en sectores clave como el inmobiliario. Sin embargo, para consolidar a Nariño como un destino atractivo para los inversionistas

y de alto índice de desarrollo, es necesario entender los incentivos que se ofrece, así como los desafíos que aún persisten en la región suroccidental.

## Figura 2

*Producto interno bruto del departamento de Nariño*



Nota. DANE (citado por la [Cámara de Comercio de Pasto, 2024, p. 5](#)).

En la Figura 2 se aprecia el PIB del departamento de Nariño y cómo ha venido avanzando a lo largo del tiempo, entendiendo que el PIB de una región representa el crecimiento y desempeño de la economía. En el caso de Nariño, en el año 2022 llegó a 21,7 billones de pesos, marcando uno de los máximos en su economía; si bien esto representa un desarrollo y un aumento de la misma, no se debe desconocer que podría llegar a ser mayor. Nariño ha mantenido este valor durante los años siguientes, con aumentos y bajas no tan significativas, pero que son indicadores que permiten ver que la región necesita entrar en un proceso de inversión mayor para llegar a un desarrollo mucho más alto en sus habitantes. Uno de los principales atractivos para los inversionistas son los beneficios tributarios y financieros implementados por el gobierno nacional y local, a través de programas como las zonas económicas especiales y las líneas de crédito preferenciales con las que se ha buscado reducir los costos iniciales para los emprendedores y empresarios que deseen establecerse en la región.

En sectores industriales como el inmobiliario, el crecimiento urbano de ciudades como Pasto ha generado una demanda constante de vivienda y espacios comerciales, impulsada por el aumento poblacional y la necesidad de modernización de infraestructuras ya existentes. Este hecho ha propiciado un auge en la construcción de proyectos de tipo urbano, desde desarrollos residenciales hasta la expansión de centros comerciales y zonas empresariales mucho más modernas. En este contexto de ideas, la construcción y modernización de zonas comerciales y residenciales representa oportunidades clave para los inversionistas en busca de proyectos de alto impacto y retorno financiero. La diversificación del sector inmobiliario, con iniciativas como la creación de zonas industriales y complejos turísticos puede reforzar el atractivo de la región como destino de inversión y de permanencia. Ahora bien, a pesar de estas oportunidades tan atractivas para nuevas ideas de negocios y futuras inversiones, el sector enfrenta importantes retos que limitan su pleno desarrollo; entre ellos, la infraestructura vial que sigue siendo un limitante muy latente para la región, ya que la conectividad eficiente es crucial para la expansión del desarrollo económico y, por supuesto, la atracción de nuevas empresas.

Otro obstáculo latente es la regularización de tierras que, actualmente, se ha convertido en un desafío muy complicado de superar, dada la falta de claridad en los procesos burocráticos, que puede desincentivar a los inversionistas. A esto es importante sumarle el acceso al financiamiento, pues en esta área de la economía los costos de deuda son bastante altos y se convierten en un factor determinante para la ejecución de nuevos proyectos. Las tasas de interés, los requisitos de crédito y la falta de incentivos para el sector dificultan el desarrollo de obras a gran escala.

De este modo, para superar estas barreras y fomentar un entorno más atractivo para la inversión inmobiliaria en Nariño, es fundamental implementar estrategias que aborden estos desafíos de manera más efectiva. Mejorar la infraestructura y la conectividad regional permitirá un mayor flujo comercial, convirtiendo a la región en un lugar mucho más atractivo para aquellos que están interesados en invertir en el departamento, facilitando la expansión de proyectos de alto impacto. Del mismo modo, el fortalecimiento de la seguridad es un aspecto clave para generar confianza entre empresarios y posibles inversionistas, creando un ambiente ideal para el crecimiento del sector. Por último, la simplificación de procesos administrativos y regulatorios puede ayudar a agilizar la ejecución de proyectos, de suerte que se logre reducir los tiempos de espera y la carga burocrática que actualmente dificulta el acceso a permisos de construcción y licencias comerciales. La vinculación

entre el sector público y privado resulta esencial en este proceso, ya que promueve políticas que incentiven la inversión y generen estabilidad en el departamento de Nariño.

### Conclusiones

Es posible analizar que el sector inmobiliario en Nariño es una de las áreas con mayor potencial en cuestión de crecimiento, pues el aumento de la demanda de viviendas puede ser una muy buena opción para que haya mayor flujo de inversionistas que traigan consigo nuevas ideas y oportunidades para los habitantes de la región, impulsando así a la modernización y al desarrollo sostenible.

Si bien es cierto que la región presenta muchos retos para alcanzar todas estas oportunidades, como la falta de infraestructura vial, el acceso a financiamiento y los largos procesos burocráticos que limitan el ritmo de crecimiento en el sector, para fortalecer estas oportunidades de inversión es preciso mejorar la planificación territorial, agilizar los trámites necesarios para la ejecución de proyectos y, promover políticas públicas que incentiven las inversiones en el área inmobiliaria, con un enfoque más sostenible y de eficiencia, ya que solo de este modo es posible consolidar un entorno atractivo para cualquier tipo de inversión en la región.

Por otro lado, la movilidad urbana y la conectividad con el resto del país representan un papel fundamental en la competitividad de la región, ya que un territorio bien conectado facilita el crecimiento de nuevos sectores comerciales que, a su vez, influyen en el crecimiento propio de la región.

Para finalizar, es importante considerar la formación de diferentes talentos que generen un impacto diferenciador en el resto de departamentos, ya que es esencial poder responder a los cambios del mercado que está en constante evolución.

### Referencias

Cámara de Comercio de Pasto. (2024). Informe de gestión 2023. <https://ccpasto.b-cdn.net/wp-content/uploads/2024/03/Presentacio%CC%81n-Informe-de-Gestio%CC%81n-2023-Camara-de-Comercio-Pasto.pdf>

Wikipedia. (2016). Subregiones del departamento de Nariño, Colombia. [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa\\_de\\_Nari%C3%B1o\\_\(subregiones\).svg](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Archivo:Mapa_de_Nari%C3%B1o_(subregiones).svg)



Volumen **9** No. 1  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# Teku Artesanías: tradición, sostenibilidad e innovación en la industria textil colombiana

**Ángela Grisel Bucheli**

**David Salvador Ojeda**

Estudiantes de Administración de Negocios Internacionales  
Universidad Mariana

**Daniel Alejandro Revelo**

Dirección Administración de Negocios Internacionales  
Universidad Mariana  
[adminegociosinternacionales@umariana.edu.co](mailto:adminegociosinternacionales@umariana.edu.co)

## Introducción

En el contexto de la creciente demanda de productos sostenibles y culturalmente significativos, surge la idea de negocio 'Teku Artesanías', una propuesta orientada a rescatar y promover la tradición textil artesanal colombiana. Esta iniciativa nace del interés por generar un impacto positivo tanto en el ámbito social como en el ambiental, articulando valores como la sostenibilidad, la inclusión y la identidad cultural.

'Teku Artesanías' aún no se ha constituido formalmente como empresa, pero se proyecta como un emprendimiento con gran potencial de crecimiento. Su propuesta se enfoca en articular la tradición de los tejidos manuales con innovaciones en comercialización digital, diseño y estrategias de mercado. El objetivo es crear una marca representativa que contribuya al desarrollo de comunidades artesanas, al tiempo que satisface las nuevas preferencias del consumidor contemporáneo, cada vez más consciente y comprometido con el origen de los productos que consume.

Esta idea de negocio se desarrolla en un entorno favorable, donde el interés por el consumo ético, el comercio justo y los productos hechos a mano

se ha incrementado notablemente. Este documento presenta un análisis detallado de la propuesta de 'Teku Artesanías', incluyendo su modelo de negocio, características del mercado objetivo, estrategias comerciales preliminares, proyecciones financieras iniciales y, lineamientos para un crecimiento sostenible.

## **Modelo de negocio y propuesta de valor**

'Teku Artesanías' se perfila como una iniciativa enfocada en la producción y comercialización de productos textiles artesanales, elaborados por comunidades locales que utilizan técnicas ancestrales. El modelo de negocio se basaría en la cooperación con artesanos de diferentes regiones del país, quienes serían parte activa en la creación y diseño de cada pieza.

Uno de los pilares de esta idea de negocio es su propuesta de valor: ofrecer productos únicos, hechos a mano, con una fuerte identidad cultural y un compromiso ambiental evidente. Los productos están elaborados con materiales naturales o reciclados, buscando minimizar el impacto ambiental de los procesos de producción.

La comercialización combinaría puntos físicos estratégicos (como ferias artesanales y tiendas colaborativas) con una plataforma de comercio electrónico que permita llegar a un público amplio, tanto en Colombia como en el exterior. A través de esta plataforma se podría contar las historias de los artesanos y los procesos de elaboración, generando una conexión emocional con el consumidor.

Asimismo, se contempla un enfoque participativo con las comunidades involucradas. La relación con los artesanos no sería solamente transaccional, sino colaborativa, garantizando una distribución equitativa de beneficios, inclusión en decisiones de diseño y, programas de formación y fortalecimiento de capacidades productivas.

## **Análisis de mercado**

La idea de 'Teku Artesanías' surge en un momento en que el mercado colombiano y global presentan condiciones propicias para este tipo de propuesta. Según investigaciones preliminares y análisis de tendencias, el consumidor actual —en especial los jóvenes entre 20 y 35 años— muestra una alta valoración por productos auténticos, sostenibles y con impacto social positivo.

El mercado objetivo primario serían mujeres jóvenes de estratos 1 y 2, interesadas en artículos diferenciados, con diseños únicos y responsables con el medio ambiente. También se contemplan nichos secundarios, como turistas extranjeros, consumidores con orientación ética y empresas interesadas en regalos corporativos sostenibles.

Los productos iniciales incluirían mochilas, bolsos, cojines, mantas y accesorios, con precios accesibles que oscilan entre 50.000 y 80.000 COP. Estos precios podrían ajustarse según la complejidad del diseño, el tamaño del producto y el tipo de material utilizado. Se identifica una demanda potencial más fuerte en temporadas de clima frío, festividades culturales y eventos turísticos.

### **Estrategias de márketing (Propuesta inicial)**

Para dar a conocer y posicionar la marca 'Teku Artesanías', se propone una estrategia de márketing multicanal con enfoque en lo digital. Las redes sociales como Instagram, Facebook y Pinterest serían fundamentales para visibilizar los productos y contar las historias que los acompañan, en un enfoque de *storytelling* que emocione y fidelice al consumidor.

También se contemplaría la participación en ferias de diseño, moda y artesanía, donde se pueda exponer el catálogo de productos y establecer contactos con distribuidores y compradores potenciales. Además, se desarrollarían alianzas con influenciadores alineados con los valores de la marca, que promuevan el mensaje de sostenibilidad y autenticidad de 'Teku Artesanías'.

Una característica clave sería la personalización: los clientes podrían elegir combinaciones de colores, tejidos y tamaños, con lo cual se reforzaría la exclusividad de cada pieza y se adaptaría la oferta a gustos diversos.

### **Proyecciones financieras (Escenario inicial)**

La idea de negocio parte con una proyección financiera conservadora. Se estima una inversión inicial aproximada de 10.000.000 COP, destinada a la compra de materias primas, pago a los artesanos, diseño de marca, montaje de una tienda virtual y estrategia de publicidad.

En el primer año se prevé una meta de ventas por 50.000.000 COP, con un margen de utilidad del 30 %, considerando una producción inicial de bajo volumen, pero con alto valor agregado. A partir del segundo año, se espera

un crecimiento progresivo del 20 % anual, a medida que se fortalezca la presencia de marca y se optimicen los procesos operativos.

El flujo de caja se gestionaría con herramientas sencillas de planificación financiera, buscando siempre mantener un equilibrio entre ingresos y egresos. En caso de expansión, se consideraría el acceso a líneas de crédito para emprendedores, programas de cooperación internacional o convocatorias de innovación social.

### **Desafíos y oportunidades**

Entre los desafíos más relevantes se encuentra la competencia con productos industrializados de bajo costo, lo cual obliga a 'Teku Artesanías' a diferenciarse claramente mediante calidad, diseño y relato cultural. Igualmente, se identifican retos logísticos, como el transporte desde zonas rurales o la formación digital de algunos artesanos.

No obstante, las oportunidades son significativas. El auge del comercio electrónico, la expansión del turismo en Colombia y, el creciente interés por el comercio justo, abren posibilidades para consolidar un modelo de negocio escalable. Además, existen mercados internacionales interesados en productos artesanales latinoamericanos, como Estados Unidos, Canadá, Francia y España.

### **Estrategias para el crecimiento sostenible**

#### **1. Diversificación de productos y líneas de negocio**

La diversificación permite adaptarse a las tendencias del mercado y reducir la dependencia de un solo tipo de producto. Inicialmente, 'Teku Artesanías' contempla mochilas, bolsos y cojines, pero en una segunda etapa se podría incluir:

- Ropa artesanal con tejidos tradicionales (blusas, ponchos, bufandas).
- Decoración para el hogar (tapices, mantas, caminos de mesa).
- Joyería étnica hecha con fibras naturales.
- Ediciones especiales o colaboraciones con diseñadores contemporáneos.

Esta diversificación contribuiría no solo al aumento del portafolio y los ingresos, sino también a una mayor visibilidad de las técnicas artesanales en diversos contextos de uso.

## 2. Capacitación continua para artesanos y colaboradores

Uno de los pilares del crecimiento sostenible es el fortalecimiento del talento humano. Para ello, se plantea la creación de programas permanentes de capacitación dirigidos a los artesanos aliados y al equipo de apoyo, con contenidos como:

- Diseño y tendencias del mercado artesanal.
- Gestión del tiempo y planificación de la producción.
- Técnicas innovadoras de tejido y acabado.
- Educación financiera y administración básica.
- Uso de herramientas digitales para la comunicación y comercialización.

Estas formaciones no solo mejorarán la calidad de los productos, sino que empoderarán a los artesanos, promoviendo su autonomía y participación activa en el desarrollo del negocio.

## 3. Alianzas estratégicas con entidades educativas, sociales y comerciales

Para ampliar su impacto, 'Teku Artesanías' podría establecer alianzas con diversas instituciones que compartan sus valores:

- **Universidades:** para desarrollar proyectos de innovación social, asesoría en diseño y máquetin, o pasantías en comunidades.
- **ONG y fundaciones** que trabajen con población vulnerable o indígena, facilitando el acceso a nuevas comunidades productoras.
- **Empresas del sector moda, turismo y decoración** con quienes se podría lanzar líneas colaborativas o desarrollar productos personalizados.

Estas alianzas permitirán acceder a nuevos recursos, conocimientos técnicos y canales de distribución, además de reforzar la legitimidad del proyecto ante sus clientes y beneficiarios.

## 4. Certificaciones de sostenibilidad y comercio justo

A medida que el emprendimiento crezca, será importante validar de forma externa su compromiso con el medio ambiente y la justicia social. Para ello, se plantea obtener certificaciones que respalden prácticas responsables, tales como:

- Certificación de Comercio justo (Fair Trade).
- Certificación de productos orgánicos o eco-amigables.
- Sello 'Hecho a mano' o, reconocimiento de saberes ancestrales.

Estas certificaciones serán clave para ingresar a mercados más exigentes, como el europeo o el norteamericano, donde los consumidores valoran mucho la transparencia en la cadena de valor.

## 5. Desarrollo tecnológico y digitalización progresiva

Aunque el valor de 'Teku Artesanías' está en lo manual y lo artesanal, la tecnología puede desempeñar un papel clave en la sostenibilidad del negocio. Se propone, en una etapa progresiva, incorporar herramientas como:

- **Plataforma e-commerce propia**, optimizada para ventas nacionales e internacionales.
- **Software de gestión comercial y financiera**, para controlar inventarios, pedidos y pagos.
- **Aplicaciones móviles** que permitan personalizar productos o conocer la historia detrás de cada prenda.
- **Sistemas de trazabilidad**, que documenten el origen de los materiales y el impacto social del producto.

Estas herramientas mejorarán la eficiencia operativa, ampliarán el alcance del negocio y generarán confianza en el cliente.

## 6. Gestión ambiental responsable

La sostenibilidad ambiental debe ser transversal en todo el modelo. Algunas medidas propuestas incluyen:

- Uso exclusivo de fibras naturales, recicladas o biodegradables.
- Eliminación de empaques plásticos y adopción de envoltorios reutilizables o compostables.
- Manejo adecuado de residuos textiles y reutilización de retazos para nuevos productos.
- Diseño de productos duraderos, con una vida útil prolongada y posibilidad de reparación.

Estas acciones no solo reducen el impacto ecológico, sino que diferencian la marca frente a productos industriales y masivos.

## 7. Consolidación de una comunidad y fidelización de clientes

El crecimiento sostenible también depende de construir una comunidad comprometida alrededor de la marca. Para ello, se propone:

- Crear una comunidad digital de compradores, artesanos y aliados, donde se comparta contenidos de valor (historias, talleres, lanzamientos).
- Implementar un programa de clientes embajadores, donde usuarios frecuentes puedan participar en el diseño o nombramiento de nuevas piezas.
- Desarrollar una estrategia de posventa y fidelización, basada en la atención personalizada, recompensas y acceso a colecciones exclusivas.

Esta conexión emocional con la marca garantiza no solo ventas recurrentes, sino una reputación positiva que puede visualizarse de manera orgánica.

### Figura 1

*Conjunto de productos textiles artesanales, incluyendo bolsos, cojines y pantalones con tejidos en tonos tierra y pastel*



Nota. Creada con Gemini (2025).

**Figura 2**

*Tela tejida de estilo artesanal con patrones geométricos en colores vivos como naranja, azul y negro*



Nota. Creada con Gemini (2025).

**Figura 3**

*Sombreros de paja de colores con detalles bordados florales, exhibidos sobre una canasta de mimbre*



Nota. Creada con Gemini (2025).

## Conclusiones

‘Teku Artesanías’ es más que una idea de negocio; es una visión de emprendimiento con propósito. A través de una combinación entre tradición e innovación, este proyecto busca generar oportunidades económicas para los artesanos, fortalecer la identidad cultural colombiana y satisfacer la demanda creciente de consumidores responsables.

Aunque aún no se ha formalizado como empresa, la propuesta muestra un alto potencial de impacto y escalabilidad. Su éxito dependerá de una planificación estratégica clara, una ejecución coherente con sus valores y, una adaptación constante a los cambios del mercado. ‘Teku Artesanías’ podría convertirse en un referente nacional e internacional del comercio justo y la moda ética hecha en Colombia.



Volumen **9** No. 1  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# Emprendimiento como herramienta en el Trabajo Social

**Luisa Fernanda Córdoba Cruz**

Estudiante de Trabajo Social  
Universidad Mariana

[luisa.fcordoba221@umariana.edu.co](mailto:luisa.fcordoba221@umariana.edu.co)

**Gabriela Alejandra Cuastumal Morales**

Estudiante de Trabajo Social  
Universidad Mariana

[gabrielaa.cuastumal221@umariana.edu.co](mailto:gabrielaa.cuastumal221@umariana.edu.co)

## Introducción

En el presente artículo se analiza cómo el trabajo social y el emprendimiento se relacionan y, al mismo tiempo, cómo realizan una contribución a la sociedad, desde una perspectiva que se denominó el Emprendimiento Social. Primero, debemos saber que la profesión de Trabajo social es la encargada de brindar a las personas, una calidad de vida diferente, especialmente a aquellas que se encuentran en estado de vulnerabilidad, por medio de estrategias o planes que se puede construir con la sociedad o, a nivel individual, beneficiando a los involucrados.

Por otro lado, también debemos saber que el concepto de emprendimiento, tema fundamental en este artículo, es el encargado de mirar cómo las personas se encuentran en la capacidad de desarrollar y brindar sus habilidades, para poder dar soluciones a los problemas que se presentan en su vida cotidiana, donde una mayoría se queda sin empleo, hecho que sucede a nivel nacional, todos los días, sin que nos demos cuenta.

Unir estos dos conceptos puede llevar a que las personas tengan la posibilidad de cambiar su estilo de vida, gracias al acompañamiento que se les hace cuando apenas empiezan a crear sus emprendimientos. Es

fundamental fomentar el liderazgo, pero, sobre todo, lograr que se apropien de su emprendimiento, para generar cambios en la sociedad y en su propia familia. En algunos casos, urge poder resolver los problemas sociales que más aquejan, como la desigualdad, la pobreza o la exclusión laboral que sufren las personas discapacitadas, quienes se sienten menos capaces de poder realizar un emprendimiento, porque piensan que no pueden aportar, que sus ideas no van a ser viables o, que nunca los van a tener en cuenta. De ahí la importancia de dar a conocer la utilidad del emprendimiento dado que, si en algún momento lo necesitan, lo van a poder crear y sacar adelante ante cualquier situación que se les presente. Es relevante considerar el impacto que se genera cuando se va dando el emprendimiento, ya sea a nivel individual o colectivo, donde todos podemos aportar para las próximas generaciones. Por último, podemos decir que los emprendimientos que se realicen también serán útiles para mejorar el medio ambiente con innovaciones que nos beneficien a todos y sentirnos más seguros de que estamos haciendo muy bien las cosas, no solo para el futuro, sino también en el presente.

### **Emprendimiento social**

Es un recurso esencial en trabajo social, dado que facilita abordar ciertas problemáticas colectivas por medio de la creación y de soluciones innovadoras para una transformación social, que sean sostenibles. Por medio de él, también es factible promover el desarrollo económico de comunidades vulnerables y de bajos recursos, brindando acceso a una mejor calidad de vida, impulsando la inclusión en sectores más olvidados o excluidos por el mercado laboral y financiero, lo cual podría promover espacios para conocer más sobre estos sectores, generando cambios radicales frente al contexto.

El trabajo social cuenta como objetivo principal y fundamental, la mediación comunitaria para potenciar las habilidades y mejoras en la calidad de vida de las comunidades. Desde esta perspectiva, el emprendimiento se evidencia como una estrategia que permite que las personas generen ingresos propios, significando una reducción a programas asistenciales o gubernamentales, proponiendo forjar potencialidades en beneficio de sus recursos y de los proyectos que tengan propuestos. De esta manera, se convierte en un gran beneficio, dado que el trabajo social puede brindar acompañamiento a diferentes personas que hacen parte de las comunidades que quieren salir adelante y tener un ingreso propio para

sostener a su familia y, al mismo tiempo, empezar a brindar trabajo a otras que lo necesitan. Esto repercute en el crecimiento económico en la zona en la que se encuentren, debido a que, en muchas ocasiones, las personas que empiezan a emprender, buscan ayudas externas como las microempresas o empresas gubernamentales, con las cuales se unen para brindar la ayuda que se requiere para empezar a emprender y así, las pioneras en el emprendimiento se sienten seguras y empoderadas.

Por otro lado, el emprendimiento social se convierte en una gran herramienta para enfrentar desafíos como la desigualdad de género, el acceso limitado a la educación y, la exclusión laboral. En muchas comunidades, mujeres, jóvenes y personas con discapacidad se topan con obstáculos importantes para ingresar al mercado laboral formal y, a través del emprendimiento, buscan un camino de ingresos para poder sostenerse; pero, al mismo tiempo, se unen a él para sentirse iguales a los demás y, capaces. Por tal motivo, recurren a iniciativas productivas que les ofrezcan autonomía financiera y les permitan participar activamente en la sociedad. Sin embargo, para que el emprendimiento sea realmente efectivo en el ámbito del trabajo social, es fundamental ofrecer capacitación y formación en habilidades empresariales. Muchas personas que se hallan en situación de vulnerabilidad, carecen de conocimientos en gestión de negocios, finanzas o márketing, de modo que necesitan programas de educación y asesoramiento que les ayuden a estructurar sus proyectos de manera sólida y sostenible; para eso precisan la ayuda de herramientas que sean fundamentales para dar inicio al emprendimiento, para que más adelante tengan un trabajo asegurado donde se puedan convertir en sus propios jefes, manejando el tiempo y el espacio a su disposición.

Muchos de los emprendimientos se convierten en familiares; eso es algo fundamental, porque se genera un cambio en la sociedad. Entre más apoyo, más posibilidades de que el emprendimiento crezca rápidamente. Los integrantes de la familia pueden aportar con ideas, para unificarlas e innovar, pero, especialmente, para hacer un cambio y beneficiar a la sociedad y a las distintas generaciones, con la ambición de convertirse en una gran empresa que se posicione de la mejor manera, venciendo los desafíos y retos que surgen en el camino, porque lo más importante es saber superarlos juntos, para que el resultado sea un éxito y las demás personas observen que, con unidad y responsabilidad, las cosas salen a flotar, sin importar cuán arduo es el camino. Por eso, el emprendimiento social debe posicionarse como un papel importante en la sociedad, e irlo inculcando

desde temprana edad en las instituciones educativas, para que se evidencie que todas las personas tienen la habilidad y la capacidad de aportar algo nuevo a la sociedad. Es fundamental tener en cuenta que el emprendimiento social puede brindarnos diversas ventajas según el emprendimiento que queremos realizar, como puede ser la sostenibilidad en el medio ambiente, ya que promueve modelos de negocio que cuidan nuestro planeta; muchas de estas iniciativas se centran en prácticas ecológicas como el reciclaje y el uso responsable de recursos naturales. Esto no solo impulsa la economía, sino que ayuda a proteger el medio ambiente y a fomentar actitudes responsables en la comunidad.

[Millán \(2020\)](#) analiza cómo el emprendimiento social puede servir como una vía para la inserción laboral en el contexto del trabajo social. A través de una revisión sistemática y un análisis cualitativo destaca que, aunque este podría parecer ajeno al trabajo social, en realidad comparte competencias fundamentales con esta disciplina. El autor brinda una reflexión en cuanto a la relación directa con el emprendimiento social, porque lo mira desde una perspectiva más amplia, para garantizar una estabilidad económica y laboral en las comunidades, como una vía factible para las personas, a quienes les va a servir para crear y sacar adelante su emprendimiento.

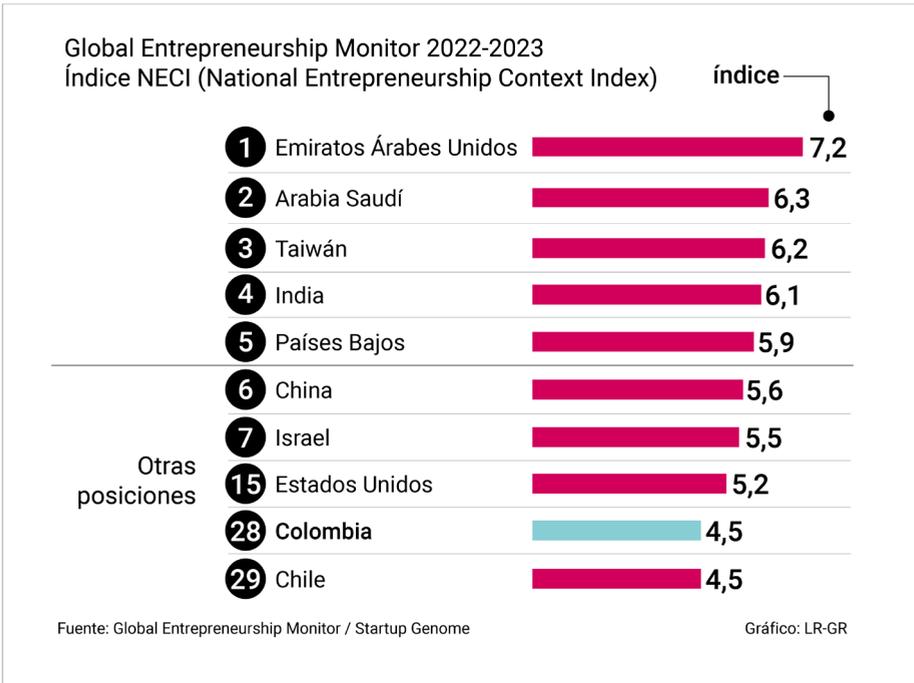
Por otro lado, es vital que se dé a conocer cómo el emprendimiento está relacionado con el trabajo social, porque en la actualidad y con frecuencia, las personas no saben que existe esta profesión ni las funciones de los trabajadores sociales. Esta profesión se encuentra muy relacionada con el emprendimiento; en conjunto, ayudan a mejorar la calidad de vida de las personas y, por otro lado, pueden generar soluciones más factibles en la comunidad y en la parte individual, generando seguridad y confianza para sacar adelante un proyecto. Una ayuda en el camino nunca sobra, porque impulsa a mejorar y emprender.

[Sánchez-Álvarez et al. \(2022\)](#) abordan los retos y oportunidades que el emprendimiento social representa para los profesionales del trabajo social en Colombia. Evidencian cómo el emprendimiento social emerge como un canal para abordar problemáticas sociales desde una perspectiva innovadora, permitiendo a los trabajadores sociales alcanzar resultados significativos en sus intervenciones, dando a conocer las problemáticas sociales dentro del contexto, desde una perspectiva innovadora que garantiza que las personas logren orientarse a ver más oportunidades que ayuden a superar retos y apoyar habilidades que merezcan una transformación social equitativa para aportar a las futuras generaciones, noten cómo el emprendimiento se posiciona con el transcurrir del tiempo, y se ha convertido en una alternativa

de trabajo. Como ejemplo, en la pandemia se pudo observar que muchas personas fueron despedidas y optaron por crear su propio emprendimiento para poder sostenerse y sostener a su familia.

**Figura 1**

*¿Cómo está Colombia en los índices globales de emprendimiento?*



Nota. [La República \(2023\)](#).

La Figura 1 da cuenta de que Colombia es uno de los países con menos emprendimientos, con un 4.5 a diferencia de los otros países, razón por la cual se debe reforzar el emprendimiento social en todos sus ámbitos, sin importar qué tan grande sea el reto que se deba cumplir, para lograr cambiar las expectativas y ver diferente el emprendimiento, donde cada uno pueda aportar algo al país.

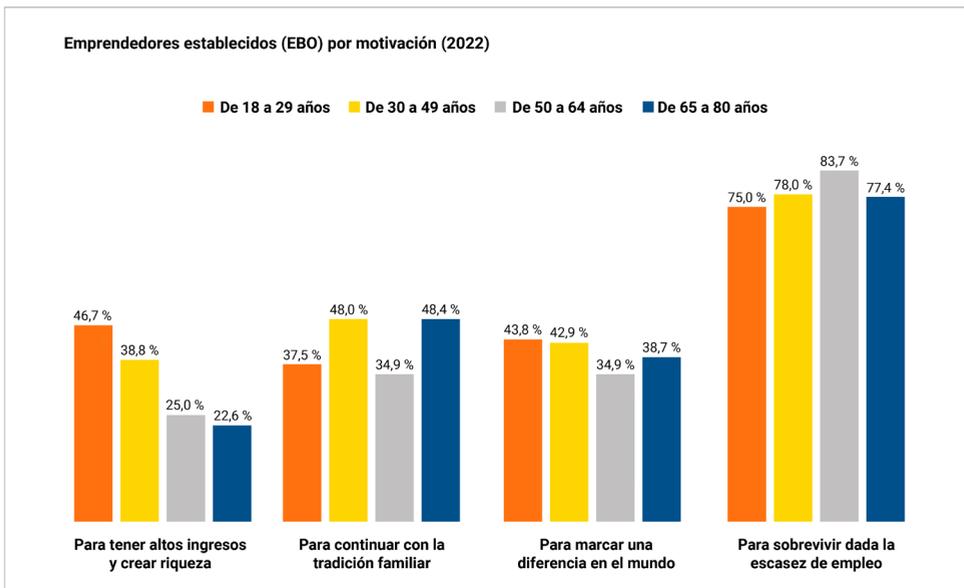
Por consiguiente, se puede afirmar que el emprendimiento social se debe convertir en algo que trascienda fronteras y empezar a divulgarlo a otras personas, a otras ciudades, lo cual enriquecerá tanto a la ciudad de origen como al país en general, porque se trata de cómo las personas dan a conocer cosas nuevas que van a beneficiar a todos y que, en algún momento se van

a convertir en una necesidad, para poder reemplazar las cosas que se van quedando en el camino, en el campo de la salud, de la educación, en el medio ambiente, en aras de ir evolucionando y cambiando el rumbo de la historia. Una sociedad no se puede quedar estancada en el mismo lugar, sin hacer y brindar cambios a los demás.

Pérez-Briceño et al. (2017) analizan el emprendimiento social como una herramienta para la formación de emprendedores sociales en la Universidad de La Guajira. A través de una metodología analítica y descriptiva, destacan cómo el emprendimiento puede mejorar el bienestar del entorno mediante ideas creativas e innovadoras que promueven el desarrollo social. Esto reafirma la importancia de educar de una manera significativa y, a la vez, de dar pautas para poner en práctica a medida que el emprendimiento se vaya estructurando con tranquilidad, paciencia, firmeza y amor, hasta llegar a todo el público en general.

## Figura 2

*Emprendimiento senior: potencial para el desarrollo económico de Colombia*



Nota. [Fundación Saldarriaga Concha \(2023\)](#).

La Figura 2 permite apreciar que, a pesar de que no todas las personas se encuentran en la misma edad, hay capacidad para realizar un emprendimiento,

debido al aporte de habilidades y esfuerzos, con el entendimiento necesario para alcanzar el cambio que se requiere en la actualidad.

### Conclusiones

El emprendimiento se desarrolla como un instrumento fundamental en el trabajo social, dado que refleja un método innovador y sustentable para afrontar problemáticas sociales en cuanto a fomentar o impulsar una mejor calidad de vida, incentivando a generar autonomía en las poblaciones en situación de vulnerabilidad. En la exploración de conocer saberes previos sobre el tema, pueden surgir expectativas en cuanto a que el emprendimiento social no únicamente aporta al desarrollo económico, sino que contribuye a crear repercusiones positivas hacia la inclusión social, la justicia, la igualdad y la reducción de la pobreza. De este modo, el trabajo social ejerce un papel primordial en el impulso de iniciativas emprendedoras que potencien la participación activa de una comunidad involucrada para una transformación social y, para mejorar las condiciones de vida.

Uno de los elementos más cruciales de la unificación del emprendimiento y trabajo social es su habilidad para sintetizar posibles soluciones a largo plazo. El emprendimiento posibilita que las personas logren desarrollar sus capacidades y habilidades y, que construyan un equilibrio económico que ayude a generar ingresos de manera autónoma. Así, las acciones innovadoras que se impulse desde trabajo social deben considerar no solo esa rentabilidad económica, sino el impacto social y ambiental que generan. Asimismo, es importante reconocer que el emprendimiento social se fundamenta en valores como la solidaridad, la cooperación y la justicia social. Estos factores están separados de los negocios tradicionales, cuyos objetivos principales suelen ser la rentabilidad financiera. Dentro de este ámbito, el trabajo social puede servir como estimulante para la creación de empresas sociales que satisfagan las necesidades específicas de cada sociedad y, que promuevan modelos de negocio que priorizan el desarrollo colectivo en comparación con los beneficios individuales.

Otro aspecto esencial es la prioridad de capacitar a los trabajadores sociales sobre las diferentes perspectivas del emprendimiento. Si bien el trabajo social ha estado vinculado de cierta manera desde la intervención directa con poblaciones vulnerables, la inclusión del conocimiento de los negocios, el financiamiento y el desarrollo de proyectos comerciales puede expandir significativamente las actividades sociales disponibles. La educación en estos aspectos permitirá a los profesionales del trabajo social desarrollar

estrategias más eficientes para fortalecer la sociedad y promover los recursos de forma integral.

Los desafíos también conducen a la implementación comercial como una estrategia en el trabajo social. Entre ellos están: la falta de acceso a proyectos de negocios sociales, resistencia a algunas empresas y, la necesidad de establecer alianzas estratégicas con el sector público y privado. Para superar estos obstáculos, la cooperación entre diferentes instituciones es fundamental, así como el desarrollo de políticas públicas que promuevan el emprendimiento social y su articulación con los programas de trabajo social.

Por último, el emprendimiento social se configura como una herramienta eficaz en el trabajo social, que permite cambios estructurales en la sociedad y mejoran la calidad de vida de la población desfavorable. La combinación de ambos enfoques permite soluciones innovadoras, sostenibles e involucradas que contribuyen al desarrollo integrado de la sociedad. Sin embargo, para que el emprendimiento social alcance el máximo potencial, es importante continuar fortaleciendo la educación del trabajo social, mejorar el acceso a los recursos financieros y, promover la cultura de cooperación sectorial mutua. Solo con un esfuerzo común y una visión transformadora se puede conseguir un motor de cambio eficiente y a largo plazo.

### Referencias

- Fundación Saldarriaga Concha. (2023). Emprendimiento senior: potencial para el desarrollo económico de Colombia. <https://www.saldarriagaconcha.org/emprendimiento-senior-potencial-desarrollo-para-el-desarrollo-economico-de-colombia/>
- La República. (2023). Colombia, país de emprendedores. <https://www.larepublica.co/especiales/colombia-pais-de-emprendedores/como-esta-colombia-en-los-indices-globales-de-emprendimiento-3720721>
- Millán, M. (2020). Emprendimiento y trabajo social: un análisis del estado de la cuestión. En *III Congreso Virtual Internacional sobre Economía Social y Desarrollo Local Sostenible* (pp. 182-189). <https://www.eumed.net/actas/20/economia-social/12-emprendimiento-y-trabajo-social-un-analisis-del-estado-de-la-cuestion.pdf>
- Pérez-Briceño, J. C., Jiménez-Pereira, S. E. y Gómez-Cabrera, O. A. (2017). Emprendimiento social: una aproximación teórica-práctica.

*Dominio de las Ciencias*, 3, 3-18. <http://dx.doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.mono1.ago.3-18>

Sánchez-Álvarez, C., Boada, C. S., Arévalo, L. D. y López, N. (2022). Emprendimiento Social y Trabajo Social Colombiano. Análisis de Caso. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(1), 118-134. <https://doi.org/10.22507/rli.v19n1a7>

### **Declaración uso inteligencia artificial**

En la elaboración de este artículo, las autoras no utilizaron ninguna herramienta o servicio de inteligencia artificial.



Volumen **9** No. 1

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# Emprendimiento local desde la pedagogía social: una herramienta de transformación social

**Eliana Yulitza Burbano Narváz**

Trabajo Social  
Universidad Mariana

[elianay.burbano221@umariana.edu.co](mailto:elianay.burbano221@umariana.edu.co)

**Paola Nathaly Morán Ortega**

Trabajo Social  
Universidad Mariana

[paolan.moran221@umariana.edu.co](mailto:paolan.moran221@umariana.edu.co)

**María Camila Guerrero Riascos**

Trabajo Social  
Universidad Mariana

[mariac.guerrero221@umariana.edu.co](mailto:mariac.guerrero221@umariana.edu.co)

## Introducción

El continente latinoamericano es muy diverso en cuanto a cultura, identidad, costumbres y significados, debido a la población que lo conforma. Sin embargo, desde el momento de la colonización se implantó un modelo económico capitalista que trajo consigo cambios estructurales, tanto en la forma de vida de los pueblos étnicos, como en la forma de sostener las necesidades básicas, haciendo que ese modelo basado en el buen vivir se redujera al hecho de convertir los contextos latinoamericanos en un modelo de centro periferia. Por otro lado, la revolución industrial concibió un cambio estructural a nivel mundial dado que, al empezar a generar maquinaria se dejó de lado el personal obrero, generando pobreza y crisis, principalmente en países subdesarrollados. Así, este modelo capitalista e industrializado

marca un antes y un después de las comunidades, arrebatando lo endógeno que permitía el desarrollo sostenible de las mismas, por un desarrollo encaminado hacia la imposición de nuevas formas de vida, perdiendo en cierta medida, su forma de subsistir amigable y equitativamente.

En consecuencia, el presente apartado enmarca la importancia de abordar el emprendimiento desde la pedagogía social, entendiendo cómo, desde el quehacer profesional de Trabajo Social se puede recuperar y resignificar aquella cultura, costumbres y particularidades de cada contexto, para transformarlo en un emprendimiento local, permitiendo el desarrollo económico de las comunidades y la sostenibilidad a través del tiempo. Consecuentemente, se abordan los diferentes tipos de emprendimiento y cómo en Colombia desde la pedagogía social, se ha empezado a generar procesos encaminados a mitigar la pobreza de las poblaciones que se encuentran en vulnerabilidad, así como, la búsqueda de la recuperación de saberes tradicionales y cómo, a partir de ellos se puede generar desarrollo económico local sostenible.

### **Pedagogía social y emprendimiento**

Actualmente, con el dinamismo del mundo globalizado y la creciente necesidad de mitigar la pobreza, resulta fundamental entender cómo, desde la resignificación y recuperación de aquella cultura transformada por la colonización, se puede generar formas de sostenimiento, a través del emprendimiento desde el fomento de la pedagogía social. Desde la perspectiva ontológica de Dether (2001, como se cita en [Orrego, 2008](#)), el emprendimiento marca un elemento fundamental para mejorar la calidad de vida de las personas, además de ser inherente a la esencia del ser humano, por la búsqueda de transformaciones sociales; por tanto, es necesario afianzarlo mediante la pedagogía social, la cual “permite no solo comprender los problemas que afectan a nuestra sociedad, sino también proponer soluciones creativas y prácticas para generar un cambio real” ([Gallardo, 2024, párr. 2](#)).

En el ámbito de la pedagogía social, el trabajo social se muestra fundamental, dado que permite generar procesos de intervención con individuos, grupos, familias y comunidades, que son los factores donde se generan las problemáticas y necesidades desde las interacciones humanas. La profesión en la problemática mundial de la pobreza y la búsqueda de resignificación de la identidad cultural propone la idea de recuperar estos saberes productivos que se han ido perdiendo a través del

tiempo, con el fin de generar sostenibilidad y desarrollo económico local para las comunidades. Así, desde la perspectiva de [Sánchez et al. \(2022\)](#), la comunidad hace parte del emprendimiento local, donde se abren procesos colaborativos y de participación, aprendiendo a reconocer los procesos de la organización social y su vinculación al contexto externo desde la utilización de herramientas pedagógicas participativas.

### Figura 1

*¿Qué es y cuál es la importancia del emprendimiento comunitario?*



Nota. [ConQuito \(2019\)](#).

Así pues, la pedagogía social dentro de la disciplina transversalizada, es la encargada del estudio y prácticas de procesos educativos que promueven la inclusión social, el desarrollo económico comunitario y el bienestar integral de cada persona o comunidad, caracterizada principalmente por enfocarse en la inclusión, la igualdad, los derechos, la participación social y el acceso a una vida digna, brindando herramientas para la construcción de la misma.

Es entonces cuando la búsqueda decolonial y el espíritu emprendedor emergen para Dussel (como se cita en [Bonilla, 2018](#)), bajo la pedagogía de la liberación, dado que las comunidades pueden dejar de lado ese sistema económico capitalista impuesto por la colonización y llegar a un punto de liberación donde retoman lo endógeno; es decir, sus propias formas de generar subsistencia y desarrollo económico para cubrir sus necesidades básicas, de suerte que el emprendimiento se muestra como una alternativa significativa para lograr esa liberación. La relación de la pedagogía social y el emprendimiento social que pueden generar transformaciones, permite

recuperar y resignificar aquellos procesos productivos rurales tradicionales, con el fin de generar economía local; esto no solo contribuye a la disposición de ingresos a las comunidades, sino que aporta frente a la identidad cultural, como mecanismo de recuperación y desarrollo económico sostenible.

## Tipos de emprendimiento desde la pedagogía social

### Figura 2

*34 ideas que pueden hacer grandes negocios*



*Nota.* Imagen generada con Adobe Firefly en Adobe InDesign (2025).

La pedagogía social busca, a través de la teoría de la liberación, sembrar en cada persona una semilla de curiosidad, sentido de pertenencia, recuperación y transmisión de lo propio; por ello, al relacionarla con el emprendimiento, se pretende fomentar en todas las generaciones, la capacidad de no abandonar sus recursos endógenos, sino de conservarlos con una mirada y una perspectiva diferente, que se acople a las nuevas necesidades que el mundo moderno desencadena, sin perder su esencia. La pedagogía social genera diferentes herramientas que aportan a nuevas maneras de transmitir conocimientos; una de ellas es la educación popular, centrada en quebrar aquellos estándares impuestos por una sociedad capitalista y moderna por medio de la cual se perdió o modificó lo propio de cada región y se implementó una realidad muy diferente. De este modo, la educación popular busca salir de aquellos parámetros que son catalogados como normales, e implementar herramientas de enseñanza diferentes, donde cada ser humano pueda ser él mismo y pueda ser libre de pensar y actuar diferente,

respetando su contexto, creencias, modos de vida, cultura y costumbres y, a partir de esa educación, crear productos maravillosos.

El emprendimiento se asemeja a dicha educación, porque por medio de este, el ser humano puede experimentar, pensar, crear, innovar, sin ningún tipo de reglas impuestas; por el contrario, puede ser él mismo, cuyo único límite son sus propios miedos e incertidumbres. Es aquí donde se habla de educación emprendedora, aquella que identifica los recursos valiosos que tienen los niños desde los primeros años de escolaridad, y la habilidad de adquirir conocimientos teóricos y prácticos de emprendimiento. En tal sentido, la utilizarán como una competencia transversal, pudiendo insertarla a su vida escolar, personal y social, afianzando la capacidad de comunicarse tanto en forma oral como escrita, para ser líderes, trabajar en equipo, desarrollar la inteligencia emocional, la eficiencia personal, el buen juicio para la toma de decisiones, la innovación y el espíritu emprendedor.

Además, mediante la educación emprendedora, se mitiga la mayoría de miedos y se crea en cada mente, un nuevo pensamiento: el de un emprendedor capaz de descubrir un problema o una necesidad y convertirlo en oportunidad de transformación y creación, que le servirán para posicionarse frente a un mercado y contribuir positivamente a su comunidad. Desde este enfoque, los emprendimientos buscan generar un impacto positivo en las personas y sus entornos, favoreciendo la participación activa y el empoderamiento colectivo.

Desde esta perspectiva, se identifican los diferentes tipos de emprendimiento asociados a la pedagogía social:

- **Emprendimiento comunitario:** cumple la finalidad de trabajar en equipo, donde un grupo de personas generan una idea, suman sus esfuerzos y la sacan adelante en pro de beneficiar a su contexto. A diferencia de la competencia individual, este tipo de emprendimiento busca fortalecer el tejido social y generar sentido de pertenencia. Como sostiene [Formichella, \(2004\)](#),

Los individuos y las familias que forman parte de un conglomerado social, se benefician de forma directa con este tipo de emprendimientos y tienden a fortalecer el desarrollo local de la comunidad y sus integrantes en varios y diferentes aspectos tal como lo estableció Amartya Sen, en la teoría de desarrollo local cuando menciona que el propósito de esta se enmarca en el hecho de que los individuos que forman parte de la organización, territorio

o comunidad aumenten sus libertades fundamentales incluyendo la posibilidad de desarrollar procesos productivos. (p. 7)

- **Emprendimiento social:** busca resolver problemas sociales mediante la creación, innovación e implementación de herramientas significativas que no se centran solamente en solventar o resolver la rentabilidad económica, sino en crear algo que genere impacto social. Estos emprendimientos están diseñados para mejorar la calidad de vida de las comunidades y generar un cambio en áreas como la salud, la educación, la integración social y el desarrollo económico, preservando lo endógeno de cada uno de ellos, disminuyendo las desigualdades y brechas de exclusión, pensamiento reforzado por Enrique Dussel (como se cita en [Bonilla, 2018](#)) a partir de su filosofía de la liberación, en donde empodera a las comunidades para dar un valor significativo a sus recursos locales disponibles.
- **Emprendimiento cultural:** se implementa desde lo ancestral; es decir, resignificando aquellos conocimientos, creaciones, ideas que dejaron los antepasados, para traerlas con una perspectiva un poco diferente, mediante la innovación a la actualidad. Como menciona Drucker (2014, como se cita en [Timarán et al., 2022](#)) el emprendimiento cultural

Reconoce los productos y servicios culturales como una posibilidad para obtener recursos de manera responsable en una relación armónica con las actividades humanas y su entorno. El mismo autor considera al emprendedor un empresario innovador y creativo, cualidades que la ICC entiende como el motor de los emprendedores culturales. (pp. 234-235)

- **Emprendimiento educativo:** bajo la perspectiva de educación popular, la cual le aporta a tener una conciencia crítica frente a las diferentes realidades y, por medio de esta, crear nuevas formas de observar el mundo, con una mirada y un pensamiento liberador, rompiendo los esquemas y apostándoles a la imaginación, la creación y la innovación.

## Ejemplos de emprendimientos desde la pedagogía social en Colombia

### 1. Fundación Tiempo de juego

Mediante el juego y el deporte, ejercen e implementan una herramienta de transformación comunitaria, con el propósito de promover e incentivar diversas capacidades en niños, niñas y jóvenes que se encuentran en

situaciones vulnerables. De este modo, el tiempo en el juego contribuye a un modelo sostenible de aprendizaje y formación, para ser agentes de cambio, transmitiendo valores y principios desde el trabajo en equipo, la resiliencia y la resolución de conflictos. Esto se logra a partir de espacios de liderazgo, mejorando las capacidades técnicas, pedagógicas y psicosociales, mediante actividades de tiempo libre que interceden en sus ámbitos personales, interpersonales y comunitarios.

Así, esta organización, desde la promoción de valores y principios del ser humano, quiere transformar una realidad que acecha en la actualidad en la compañía de personas que hacen parte de comunidades vulnerables o de las zonas urbanas. De esa manera, se convierten en grandes agentes de cambio y de personas que logran formar un futuro desde el trabajo comunitario, generando un sentido de pertenencia.

## **2. Corporación Mundial de la mujer Colombia**

Formándose como una organización sin ánimo de lucro, busca transformar la vida de emprendedores y microempresarios en Colombia, en compañía de herramientas, conocimientos y acompañamiento para incentivar sus negocios, su bienestar individual y su calidad de vida. Incentiva la formación de negocios sostenibles, además de empoderar a sus participantes y fortalecer las capacidades empresariales, mediante conocimientos de servicio de diseño, empresariales, socioemocionales, educación financiera y sostenibilidad empresarial; esto contribuye de manera significativa al desarrollo económico, social y ambiental de zonas que han sido víctimas de la violencia y la pobreza. Actualmente, se encuentra trabajando en 27 departamentos de Colombia, con más de 4.000 emprendedores en doce proyectos pactados y constituidos.

De este modo, se evidencia que a partir de la educación popular y la pedagogía social se quiere empoderar a los y las emprendedoras a que impulsen sus ideas mediante la creación de microempresas y cooperativas. Dentro de esta corporación se brinda ayudas educativas y herramientas que impulsan la creación de microempresas, para promover el desarrollo económico y social de estas comunidades.

## **3. Escuela de mujeres del bajo Putumayo**

Nace desde los constantes episodios de dolor que enfrentaron debido al conflicto armado, donde muchas madres, esposas, hijas y hermanas sufrieron las repercusiones de las agresiones a las que fueron sometidas o, sus seres queridos. Este espacio surge desde el querer prevalecer en

el fortalecimiento tanto personal como social; dentro de este contexto se busca potenciar rasgos de liderazgo de quienes participan y, la formación en temáticas sobre violencia de género, derechos humanos y memoria, con el fin de reflexionar y comprender el contexto, para establecer acciones de transformación social y política de la región. Desde el año 2012 esta escuela ha estado conformada por mujeres campesinas, indígenas, dirigentes comunales y líderes culturales y hombres que han acompañado y participado durante el proceso en representación de once organizaciones que buscan la protección y la defensa de los derechos humanos, la vida y el sentido de pertenencia con el territorio.

Así, se demuestra que a partir de las narrativas y de las metodologías de educación, se logra impartir un conocimiento desde las experiencias y se construye un conocimiento colectivo, reconociendo saberes de propios de la comunidad, lo que da paso al fortalecimiento de la identidad y la cultura de las diferentes comunidades que persisten en el territorio. Del mismo modo, impulsa la participación de mujeres en espacios de liderazgo mediante el diálogo, prorrogando la organización y la incidencia en las políticas locales. Gracias a las narrativas propias se logra formar emprendimientos culturales, demostrando sus creencias y costumbres. De esta manera esta escuela brinda herramientas y habilidades para crear emprendimientos desde los saberes y tradiciones de las comunidades rurales.

### Figura 3

*Escuela de mujeres del bajo Putumayo*



Nota. [Asociación Minga \(2017\)](#).

## Conclusiones

La pedagogía social es una de las herramientas de Trabajo Social que representa una mirada transformadora, dado que la profesión se enmarca en la importancia de identificar y retomar aquellas habilidades, capacidades y significados propios de una comunidad o contexto, para transformarlo en ideas innovadoras. En el presente caso, en retomar lo endógeno de los pueblos, para convertirlo en emprendimientos, no solo para recuperar la identidad cultural que se ha ido perdiendo con el paso del tiempo, sino para generar desarrollo económico y sostenible, liberándose del sistema capitalista en el que la mayoría de culturas latinoamericanas se encuentra inmersas.

El emprendimiento local, entendido desde la pedagogía social, se aborda con una mirada integral, puesto que retoma diferentes conocimientos, teoría y herramientas y las aplica bajo una perspectiva única, en donde no hay lineamientos rígidos o estructuras impuestas, sino que se experimenta un accionar basado en las ideas libres, ingeniosas e innovadoras en donde se apuesta a romper aquellos esquemas que limitan la mente de la población y se impulsa a crear desde lo autóctono de cada región.

De esta manera, en el contexto colombiano se reconoce que existen diferentes organizaciones y cooperativas que incitan y fomentan el espíritu emprendedor, brindando herramientas de transformación social, empoderamiento social y la inclusión de diferentes comunidades en estados de vulnerabilidad, potenciando habilidades de liderazgo y organización social para reconstruir un tejido colectivo. Esto refleja que la educación no solo se rige desde las aulas, sino que puede realizarse desde la memoria histórica y la cultura, y generar cambios desde el emprendimiento, para que sean ellos mismos partícipes de su propio desarrollo económico, social y cultural.

## Referencias

- Asociación Minga. (2017). Escuela de mujeres del bajo Putumayo [Imagen]. <https://asociacionminga.co/escuela-de-mujeres-del-bajo-putumayo/>
- Bonilla, P. I. (2018). *Proximidad a una pedagógica liberadora a través de la lectura de Enrique Dussel* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/21244>

ConQuito. (2019). ¡Charla gratuita para emprendedores! [Imagen]. Facebook. <https://lc.cx/Wn8s0k>

Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación el empleo y el desarrollo local. En *VII Congreso Nacional e internacional de Administración, y XI CONAMerco (Congreso de Administración del MERCOSUR)*. [https://www.researchgate.net/publication/281465619\\_El\\_concepto\\_de\\_emprendimiento\\_y\\_su\\_relacion\\_con\\_el\\_empleo\\_la\\_educacion\\_y\\_el\\_desarrollo\\_local](https://www.researchgate.net/publication/281465619_El_concepto_de_emprendimiento_y_su_relacion_con_el_empleo_la_educacion_y_el_desarrollo_local)

Gallardo, M. (2024). Pedagogía social: un compromiso con la transformación social y la educación crítica. *Udenar Periódico*. <https://www.udenar.edu.co/pedagogia-social-un-compromiso-con-la-transformacion-social-y-la-educacion-critica/>

Orrego, C. I. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 16(20), 225-235.

Sánchez, A., Boada, C., Arévalo, L. y López, N. (2022). Emprendimiento social y trabajo social colombiano. Análisis de caso. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(1), 118-134. <https://doi.org/10.22507/rli.v19n1a7>

Timarán, A. P., Ortega, R. y Ascuntar, M. C. (2022). El emprendimiento cultural y su relación con los nuevos escenarios económicos y sociales. *Tendencias*, 23(2), 220-245. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.207>

### **Declaración uso inteligencia artificial**

En la elaboración de este artículo, las autoras no utilizaron ninguna herramienta o servicio de inteligencia artificial.



Volumen **9** No. **1**

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# El secreto del emprendimiento en Trabajo social

**Karol Nikoll Arteaga Ruano**

Estudiante del Programa de Trabajo Social

Universidad Mariana

[karoln.artega221@umariana.edu.co](mailto:karoln.artega221@umariana.edu.co)

**Diana Elizabeth Chavez Romo**

Estudiante del Programa de Trabajo Social

Universidad Mariana

[dianae.chavez221@umariana.edu.co](mailto:dianae.chavez221@umariana.edu.co)

**Diana Victoria Martínez Duarte**

Estudiante del Programa de Trabajo Social

Universidad Mariana

[dianav.martinez221@umariana.edu.co](mailto:dianav.martinez221@umariana.edu.co)

## Introducción

En una sociedad donde existen necesidades básicas, tanto sociales como económicas, que están en continua evolución, los trabajadores sociales confrontan retos para encontrar diversas formas de dar con soluciones efectivas para abordar los problemas de los ciudadanos. Por ende, estos profesionales son aptos para transformar sus conocimientos en realidades positivas que logren buscar perspectivas que coordinen la emoción y el secreto a través de la justicia social, con la capacidad y disposición de generar soluciones innovadoras y sostenibles tanto para los negocios como para las empresas y mercados.

En este artículo daremos a conocer y explorar más allá de lo común, a través del secreto del emprendimiento en Trabajo social, basado en demostrar cómo se puede alcanzar y aplicar estos saberes a partir del conocimiento

y el enriquecimiento que adquiere una formación y la reconstrucción de cambios que conlleven generar aprendizajes diferentes en la vida cotidiana.

### Desarrollo

El emprendimiento es muy importante para el desarrollo tanto económico como social en los diferentes contextos porque, al tener una idea para crear nuevas empresas, se debe tener en cuenta que los emprendedores pueden llegar a generar diferentes empleos que hagan posible promover la innovación y, ayudar con el crecimiento económico, fortaleciendo cada uno de los mercados para forjar oportunidades de empleo en los distintos sectores de la población.

Por consiguiente, el emprendimiento ayuda a crear nuevas dinámicas en nuestra sociedad. No solo se trata de generar empleos, sino de transformar problemas que siempre han estado presentes, en soluciones innovadoras. A medida que surgen nuevas ideas y negocios, también se abren oportunidades para que las personas desarrollen habilidades y talentos que son esenciales en un mercado laboral que cada vez se vuelve más competitivo.

### Figura 1

#### *Emprendimiento*



Nota. [Compensar Fundación Universitaria](#) (s.f.).

Esto resulta muy interesante porque, además, se promueve la inclusión de personas que muchas veces han estado en desventaja, como aquellas con



importante, puesto que los emprendedores buscan desarrollar proyectos donde se pueda utilizar un enfoque social, con el fin de promover soluciones a diferentes problemáticas como la pobreza y la desigualdad. Aquí, el emprendimiento social busca mejorar la calidad de vida en las diferentes comunidades que se encuentran en vulnerabilidad, a través de iniciativas sostenibles que logren un impacto positivo.

### Figura 3

*El emprendimiento en beneficios personales*



Nota. Servín (2024).

Nieto (2020) refiere que:

Como profesionales del Trabajo Social podemos emprender y crear una empresa [cuyo] fin sea crear y vender este tipo de proyectos innovadores. Proyectos como, por ejemplo, la creación de unos centros intergeneracionales para el cuidado de niños y niñas junto con abuelos y abuelas. O, creando un proyecto como puede ser: el Kit para la vida adulta. (párr. 15)

Por otra parte, el contexto social se encuentra sumergido en una tecnología que ha tomado la gran importancia en la innovación, permitiendo tener diversas comunicaciones con productos y servicios que ofrecen una alta conectividad comercial, enfatizado en llegar a lugares desfavorecidos que poseen una diferencia en el país. Es de suma importancia revertir estas herramientas, ya que proveen el movimiento empresarial para mejorar el estatus económico.

**Figura 4**

*Contexto y tecnología social*



Nota. 2030Visión (citado por Iberdrola S. A., 2025).

No podemos olvidar el papel crucial que desempeñan las políticas públicas y el apoyo institucional en todo esto. Los gobiernos y las organizaciones

pueden ofrecer programas para ayudar a emprendedores a crear empresas que prioricen el bienestar social y ambiental (Ramírez et al., 2019). Las incubadoras de empresas o los programas de mentoría son ejemplos perfectos de cómo las instituciones pueden contribuir a expandir el emprendimiento social.

El Trabajo Social tiene una fuerte relación con el emprendimiento; a través de este se puede implementar diversos programas comunitarios e innovadores que pueden crear redes de apoyo que permitan fortalecer el tejido social a través de iniciativas como las cooperativas de trabajo y empresas para la comunidad, donde se pueda utilizar herramientas que permitan fortalecer la educación financiera y, desarrollar habilidades que contribuyan a la autonomía económica de los grupos que se encuentran en diferentes situaciones de vulnerabilidad.

A través del tiempo, esta mentalidad puede influir en cómo las personas ven la posibilidad de superar obstáculos y transformar su realidad. Así se crea un entorno donde valores como la innovación, la solidaridad y el compromiso social son fundamentales (Martínez, 2024).

Por lo tanto, el impacto del emprendimiento va más allá del ámbito económico; puede cambiar la mentalidad de toda una sociedad. Las personas que deciden emprender no solo transforman sus propias vidas; también inspiran a otros a hacer lo mismo. Esto promueve una cultura de autonomía, resiliencia y trabajo colaborativo (Díaz-Díaz et al., 2021).

## Figura 5

*Trabajo social con relación al emprendimiento*



Nota. Lacruz (s.f.).

Por ello, para fomentar la autonomía y el empoderamiento personal, es necesario que el emprendimiento afiance sus conocimientos dentro de la profesión y práctica de trabajo social, alcanzando un avance al diagnosticar, planear y evaluar los diferentes campos sociales, familiares, económicos, culturales y políticos, otorgando la escala de reconocimiento de la importancia del impacto de formar un bienestar productivo y colectivo, donde muchas personas toman la decisión de iniciar su propio negocio, con el propósito de aprovechar las oportunidades que les van a permitir mejorar su calidad de vida y la de sus familias, cumpliendo uno de sus grandes objetivos.

### Conclusiones

El emprendimiento con relación al Trabajo Social va más allá de una oportunidad laboral, de modo que lo que se busca es transformar la calidad de vida de las personas y, generar cambios en la sociedad. Por lo tanto, al realizar proyectos innovadores y sostenibles, los trabajadores sociales pueden ayudar a brindar soluciones a diferentes problemáticas como la desigualdad y la falta de oportunidades laborales. Así, emprender no solo se trata de un negocio, sino de mejorar el bienestar de las comunidades, lo cual se puede lograr al generar empleo.

El secreto del emprendimiento en trabajo social se encuentra en la transformación de combinar la justicia y la cohesión social con la capacidad de generar habilidades para crear diversas soluciones innovadoras tanto en el negocio, como en la empresa o el mercado, con el fin de establecer estrategias efectivas que aborden los problemas sociales. Cabe recalcar que el trabajo social se centra en entender las necesidades y problemáticas de las personas, para construir un cambio social de forma positiva, a través de la comprensión y el diálogo entre comunidades que puedan participar en la toma de decisiones y la mejora de sus condiciones de vida.

### Referencias

- Compensar Fundación Universitaria. (s.f.). Mentalidad y cultura. <https://ucompensar.edu.co/emprendimiento/>
- Comunicare. (2019). Empresas de marketing para pymes. <https://www.comunicare.es/empresas-de-marketing-para-pymes/>

- Díaz-Díaz, N., Fajardo, E. y Romero, H. (2021). Cultura y emprendimiento en Colombia: un estudio correlacional para el 2017. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 17(33), 2-16. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i33.3688>
- García-Viña, J. (2020). La situación del empleo de los jóvenes y una propuesta de políticas públicas para afrontar el desempleo juvenil. *Revista Latinoamericana de Derecho social*, (30), 65-94. <https://doi.org/10.22201/ijj.24487899e.2020.30.14072>
- Iberdrola S. A. (2025). El impacto social y medioambiental de la tecnología. <https://www.iberdrola.com/compromiso-social/tecnologia-social>
- Lacruz, C. (s.f.). Emprendimiento, individualismo y Trabajo Social. <https://www.lascuatropiedrasangulares.com/trabajo-social/emprendimiento-individualismo-y-trabajo-social/>
- Martínez, P. (2024). Cómo desarrollar una cultura de innovación en tu empresa. <https://powerplan.es/innovacion-y-valores-en-la-cultura-empresarial/>
- Navarro, M. M. y Trejos, S. I. (2023). *El posicionamiento de las pymes como generador de valor*. [Tesis de pregrado, Universidad de San Buenaventura]. <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/c7ee01ad-2691-4ce6-b23d-350072d0eee7/content>
- Nieto, V. (2020). 8 nuevos ámbitos del Trabajo Social. <https://victornieto.es/8-nuevos-ambitos-del-trabajo-social/>
- Ramírez, D. M., Rincón, C. y Gómez, M. A. (2019). Ideas sobre la justicia ambiental y el desarrollo social en Colombia: de la corte constitucional a las aulas de la universidad. *Revista Academia & Derecho*, 10(18), 79-104. <https://doi.org/10.18041/2215-8944/academia.18.5997>
- Servín, A. (2024). Beneficios personales, lo que más valoran los empleados para permanecer en una compañía. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/los-especiales/Beneficios-personales-lo-que-mas-valoran-los-empleados-para-permanecer-en-una-compania-20240922-0063.html>



Volumen 9 No. 1

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# Apicultura, un bioemprendimiento femenino en las comunidades rurales

**Mayela del Rayo Lechuga-Nevárez**

Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Durango  
Departamento de Sistemas y Computación  
[mlechuga@itdurango.edu.mx](mailto:mlechuga@itdurango.edu.mx)

## Introducción

La apicultura es una práctica basada en el entendimiento y manejo de las abejas melíferas en su hábitat. Hoy en día, la incorporación de tecnología ha transformado las prácticas en los diversos procesos de producción. Sin embargo, ha sido difícil adoptar nuevos enfoques a estos procesos, como identificar el origen botánico de las mieles y, el medio ambiente y tiempo de las plantas silvestres y cultivadas visitadas por las abejas. La apicultura tiene gran importancia socioeconómica y ecológica, por lo que es considerada como una de las principales actividades pecuarias generadoras de recursos económicos (Zavala et al., 2021).

La apicultura es el arte de criar abejas para la producción de miel y otros productos derivados, y ha sido una actividad esencial a lo largo de la historia. En los últimos años, el papel de la mujer en este campo ha cobrado mayor relevancia. A medida que se reconoce la importancia de la apicultura para la sostenibilidad y la biodiversidad, muchas mujeres han comenzado a involucrarse en esta práctica agrícola, aportando no solo su mano de obra, sino también su visión innovadora.

Las mujeres apicultoras en las localidades rurales del estado de Durango están rompiendo barreras con sus bioemprendimientos apícolas, en un sector tradicionalmente dominado por hombres, contribuyendo a la economía rural y promoviendo la conservación del medio ambiente. A través de su participación, están generando comunidades más inclusivas y desarrollando iniciativas que fomentan la educación sobre la importancia de las abejas en los ecosistemas.

Este fenómeno enriquece la apicultura con nuevas ideas y enfoques que pueden mejorar la producción y la gestión de colmenas. La intersección entre apicultura y género es un área de estudio creciente que destaca la necesidad de apoyo y recursos para las mujeres en este campo, asegurando un futuro sostenible tanto para las abejas como para las comunidades rurales que dependen de ellas.

En México, la apicultura se concentra principalmente en el sureste del país, en estados como Yucatán, Campeche, Quintana Roo y Chiapas. Actualmente, hay alrededor de 48 mil apicultores en todo el territorio nacional, organizados en 508 asociaciones ganaderas especializadas en apicultura (González, 2021). En la última década, la producción anual de miel ha sido de 59 mil toneladas. México ocupa el octavo lugar en producción mundial y es el tercer mayor exportador, después de China y Argentina (Inegi y Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (Sader), 2021).

El estado de Durango cuenta con, aproximadamente, 30 mil colmenas; 1,8 % del volumen nacional, según datos del Inegi (2023). Alrededor de 300 apicultores poseen ese número de colmenas, de los cuales el 10 % son mujeres apicultoras. De estos, el 70 % se encuentran ubicados en la región sur y sureste del estado (Rodarte et al., 2017).

La apicultura es un bioemprendimiento que se basa en la presencia de recursos naturales: abejas, plantas melíferas y poliníferas y, el agua. Es un proceso colaborativo; las abejas se alimentan de plantas y árboles para generar la miel; también, a partir de árboles nativos plantados; así, hay un cuidado para todos: los bosques, las abejas y los seres humanos; es un proceso de colaboración. Además, las abejas, al igual que los bosques, son necesarias para que la vida continúe sobre la tierra (ONU Mujeres, 2022).

### ¿Qué es un bioemprendimiento?

Es una alternativa para generar productos y/o servicios sostenibles que no agraven o afecten el medio ambiente. Estos emprendimientos suelen estar relacionados con áreas como la biotecnología, la agricultura sostenible, la salud y la conservación del medio ambiente. Su objetivo es generar un impacto positivo tanto en la economía como en la sociedad y el entorno, promoviendo la sostenibilidad y el uso responsable de los recursos naturales.

Actualmente, la incorporación de la mujer en los bioemprendimientos apícolas ha fortalecido su desarrollo y ha incrementado el número de ellos. Tradicionalmente, la mujer ha administrado los recursos materiales

y naturales en la búsqueda de satisfacer las necesidades primarias y el bienestar de la familia y, con ello, de contribuir al desarrollo económico rural.

Hoy en día, a partir de la consideración de este enfoque con perspectiva de género, la apicultura se ha convertido en un modo de vida para las mujeres rurales; esto ha dado lugar a que los diferentes productos derivados de la apicultura sean comercializados dentro de las comunidades rurales y locales en donde viven las apicultoras, lo cual ha marcado un antes y un después en esta actividad pecuaria, sumando al desarrollo regional.

La apicultura femenina en las localidades rurales del estado de Durango tiene una importancia significativa en aspectos tanto sociales como económicos y ambientales; ha permitido a las apicultoras generar ingresos de manera autónoma, contribuyendo a su independencia financiera y al desarrollo de sus comunidades. Al mismo tiempo, se ha fortalecido el cuidado del medio ambiente, aplicando prácticas sostenibles y sustentables y, promoviendo la biodiversidad y el equilibrio ecológico. La polinización que realizan las abejas es vital para muchos cultivos y ecosistemas.

La actividad apícola femenina ha contribuido en la salud y nutrición de los pobladores de las comunidades rurales a través de la producción de miel y otros productos apícolas como la cera y el propóleo, dando lugar a la seguridad alimentaria y nutricional y, proporcionando recursos naturales y saludables. En este sentido, las apicultoras rurales suelen ser portadoras de conocimientos tradicionales sobre prácticas apícolas y el uso de productos de la colmena, lo que enriquece la cultura local y contribuye a la conservación de la biodiversidad. Las mujeres dedicadas a la apicultura están desempeñando un papel clave en la educación ambiental, sensibilizando a sus comunidades sobre la importancia de las abejas y la conservación del medio ambiente.

El bioemprendimiento femenino apícola en las comunidades rurales de Durango es una oportunidad para el desarrollo económico y social en estas localidades. Este tipo de emprendimiento no solo se refiere a la producción de miel y otros productos derivados de las abejas, sino que fortalece a las mujeres como líderes empresariales en un sector tradicionalmente dominado por hombres. En el estado de Durango, las mujeres emprendedoras en la apicultura desempeñan un papel fundamental en la creación de proyectos sostenibles, generando no solo ingresos, sino contribuyendo al cuidado del medio ambiente, especialmente en la preservación de las abejas, esenciales para la biodiversidad y la producción agrícola. Entre sus productos no solo

se encuentra la miel, sino la cera, el propóleo, la jalea real, entre otros, ampliando el mercado y agregando valor a la actividad.

El liderazgo femenino en este sector ofrece múltiples beneficios para las comunidades rurales, ya que fomenta la equidad de género, mejora la calidad de vida de las familias y crea un modelo de negocio basado en la cooperación y el trabajo en equipo. Además, contribuye al empoderamiento de las mujeres, brindándoles una fuente de ingresos y autonomía en sus comunidades.

La apicultura como bioemprendimiento femenino en Durango no solo impulsa la economía local, sino que promueve la sostenibilidad ambiental, el liderazgo de las mujeres y el desarrollo comunitario, generando un impacto positivo y transformador en las zonas rurales.

Por otra parte, en las localidades rurales del estado de Durango, las apicultoras han formado cooperativas y redes de apoyo en la búsqueda de recursos para sus bioemprendimientos, fortaleciendo la cohesión social y la solidaridad de sus localidades.

Culturalmente, en Durango la inclusión de mujeres en la apicultura está rompiendo paradigmas y esto ayuda a cerrar la brecha de género en el acceso a recursos y oportunidades en la agricultura, fomentando la igualdad.

## Figura 1

*Apicultora trabajando*



*Nota.* Apicultora Silvia Betancourt Gómez en el municipio de Nuevo Ideal.

## ¿Cuáles son los productos de la colmena?

Miel, cera, propóleo, polen y jalea real. La miel es un líquido dulce producido por las abejas a partir del néctar de las flores. Hay aproximadamente 320 variedades diferentes de miel, las cuales difieren en color, aroma y sabor. Su composición principal es azúcar, junto con una mezcla de aminoácidos, vitaminas, minerales, hierro, zinc y antioxidantes. Además de ser un edulcorante natural, se utiliza por sus propiedades antiinflamatorias, antioxidantes y antibióticas. Muchas personas la consumen para aliviar la tos y, aplicada de forma tópica, ayuda a tratar quemaduras y a promover la cicatrización de heridas.

La cera es una sustancia sólida, suave, de color amarillento, que se funde fácilmente, producida por las abejas y algunos otros insectos ([Clínica dental Azuqueca de Henares, 2025](#)) para construir las celdas de los panales; se utiliza principalmente en la fabricación de velas.

### Figura 2

*Cera en una colmena*



Nota. Apicultora Silvia Betancourt Gómez en el municipio de Nuevo Ideal.

El propóleo, también denominado própolis, es definido por la [Real Academia Española \(RAE, 2024\)](#), como una sustancia cética con la que las abejas bañan las colmenas o vasos antes de empezar a obrar. El propóleo es una combinación de resinas que las abejas recolectan de árboles y otras plantas. Después de ser procesado, se utiliza en la construcción de la colmena, funcionando como sellante para huecos, aislante y protector contra parásitos e infecciones. Debido a su composición resinosa, el propóleo puede tener diferentes texturas y colores según la planta de origen. Sin embargo, el color más frecuente es el marrón oscuro, y se presenta tanto en forma sólida como líquida.

El polen es una partícula microscópica que puede ser transportada por el viento, por los insectos y otros animales, de una planta a otra. Su composición se da principalmente por proteínas, lípidos y carbohidratos, además de contener hierro, magnesio, cobalto, zinc y otros micronutrientes. Es el grano que las abejas llevan consigo durante el proceso de polinización; tiene la capacidad de dispersarse a largas distancias; significa que no solo beneficia a las especies locales, sino que también puede polinizar plantas situadas a varios kilómetros de distancia.

La jalea real es una sustancia viscosa de color amarillo pálido, con un sabor ácido y amargo, en lugar de dulce. Es secretada por las glándulas hipofaríngeas que producen una secreción clara y, por las glándulas mandibulares que generan una secreción blanco-lechosa de las abejas nodrizas, que tienen entre cinco y catorce días de edad. Esta secreción se produce cuando las abejas consumen polen, agua y miel. Este producto tiene un alto contenido proteico; se sintetiza durante la digestión del polen, aunque también se le añade miel. Es rica en nitrógeno, con un olor ligeramente picante.

### **Importancia del liderazgo de la mujer en la apicultura**

El liderazgo femenino en el bioemprendimiento de la apicultura tiene una gran importancia, ya que ofrece una perspectiva diversa y enriquecedora que puede impulsar la innovación, la sostenibilidad y la inclusión dentro de este sector. En la innovación, las mujeres emprendedoras pueden aportar nuevas ideas y enfoques para mejorar las prácticas tradicionales de la apicultura, como el manejo de las colmenas, el desarrollo de productos derivados de la miel o la mejora de la sostenibilidad del proceso. El empoderamiento y el liderazgo femenino en este campo pueden inspirar a otras mujeres a involucrarse en la apicultura y otros sectores agropecuarios

que, históricamente, han sido dominados por hombres. Esto contribuye a la creación de una mayor equidad de género en el sector agropecuario.

Por otra parte, las mujeres apicultoras, a menudo tienen un fuerte enfoque en la sostenibilidad ambiental y en el cuidado de las abejas, que son esenciales para la biodiversidad y la producción de alimentos. Su involucramiento puede contribuir a prácticas agrícolas más responsables. De esta forma, su participación activa en este campo ayuda a reducir la brecha de género en las industrias rurales y agropecuarias, promoviendo una economía más inclusiva y diversa. Los proyectos liderados por mujeres tienen con frecuencia un enfoque integral que considera no solo los beneficios económicos, sino también el bienestar social y familiar. Esto puede mejorar la calidad de vida en las comunidades rurales. Así, las mujeres tienden a crear redes de apoyo y colaboración más sólidas, lo que puede beneficiar a toda la comunidad apícola al compartir conocimientos, recursos y mejores prácticas.

### Figura 3

*Apicultoras revisando un apiario*



*Nota.* Apicultora Silvia Betancourt Gómez, municipio de Nuevo Ideal.

Así, el liderazgo femenino en la apicultura no solo promueve la equidad de género, sino que puede tener un impacto positivo en la innovación, sostenibilidad y fortalecimiento de las comunidades rurales.

## Conclusiones

La apicultura femenina es un bioemprendimiento que permite el progreso del sistema de vida no solo de las localidades rurales en donde se desarrolla, sino que propicia el desarrollo de diversos sectores de la sociedad, incluyendo vendedores urbanos y rurales, carpinteros que fabrican las colmenas y los bastidores para cera, sastres y costureras que confeccionan los velos, vestimentas, guantes o trajes especiales con características de protección para la apicultura, los que fabrican y venden los envases, los diseñadores y expertos en márquetin para la comercialización de los productos derivados de la apicultura, lo cual impacta en el desarrollo y bienestar de sus familias, propiciando la generación de empleos y, adicionalmente, el cuidado del medio ambiente, contribuyendo con ello al desarrollo regional sustentable.

Finalmente, la apicultura femenina como bioemprendimiento, no solo contribuye a la economía, sino que también empodera a las mujeres, fomenta la sostenibilidad y promueve la salud y la educación en las comunidades.

## Referencias

- Clínica dental Azuqueca de Henares. (2025). ¿Qué es la cera y para qué sirve? <https://www.clinicadentalazuquecadehenares.es/que-es-la-cera-y-para-que-sirve/>
- González, D. (2021). Sader e Inegi presentan Atlas Nacional de Abejas y derivados apícolas. <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/2021/autoridades-presentan-atlas-nacional-de-las-abejas-y-derivados-apicolas.html>
- Inegi y Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (Sader). (2021). Presentan Atlas Nacional de las abejas y derivados apícolas [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/especiales/AtlasN\\_abejas2021.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/especiales/AtlasN_abejas2021.pdf)
- Inegi. (2023). Censo 2022 Agropecuario. Resultados oportunos del estado de Durango. [https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/cagf/2022/doc/CA2022\\_RODGO.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/cagf/2022/doc/CA2022_RODGO.pdf)

- ONU Mujeres. (2022). Shiram Mashinkias: “La apicultura nos ha dado fuerza a las mujeres para cuidar nuestra tierra”. <https://ecuador.unwomen.org/es/stories/noticia/2022/03/shiram-mashinkias-la-apicultura-nos-ha-dado-fuerza-a-las-mujeres-para-cuidar-nuestra-tierra-0>
- Real Academia Española (RAE). (2024). Propóleos. En *Diccionario de la lengua española* (23.ª ed.) <https://dle.rae.es/propoleos>
- Rodarte, N. N., Pérez, G. y González, M. C. (2017). Situación actual de la apicultura en el estado de Durango. *Vid supra*, 9(1), 1-9.
- Zavala, J. I., López, M. A., Valdivia, R. y Montiel, B. M. (2021). Análisis de la rentabilidad apícola por estratos en Aguascalientes, México. *Revista Mexicana de Ciencias Pecuarias*, 12(2), 453-468. <https://doi.org/10.22319/rmcp.v12i2.5652>



Volumen **9** No. **1**  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# Construyendo futuro: emprendimiento y generación de oportunidades para jóvenes

**Luna Alexandra Beltrán Escobar**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[labeltran222@umariana.edu.co](mailto:labeltran222@umariana.edu.co)

**Leidy Fernanda Eraso Vásquez**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[lferaso222@umariana.edu.co](mailto:lferaso222@umariana.edu.co)

## Introducción

Desde tiempos antiguos, la humanidad ha prosperado gracias a la iniciativa de quienes se atreven a innovar. De eso parte lo que hoy conocemos como el emprendimiento, el cual se ha convertido en algo fundamental en la vida de aquellos que toman riesgos, pues es el proceso de identificar oportunidades y transformarlas en negocios sostenibles que se transforman en nuevas posibilidades laborales. Todo esto se debe a que la creatividad y la innovación impulsan el desarrollo de empresas que requieren talento humano para crecer y mantenerse en el mercado.

El emprendimiento no solo es una vía para el desarrollo personal, sino también un factor clave para estimular la economía. En la actualidad, este aspecto ha cobrado gran importancia debido a su impacto en el desarrollo económico y social y, en la solución de problemas estructurales como el desempleo. Podemos tomar como referente, el estudio de [Muñoz-Realpe y Valverde-Riascos \(2020\)](#), quienes proponen fortalecer la cultura del emprendimiento haciendo uso de la feria empresarial como estrategia didáctica en los estudiantes de grado séptimo de la Institución Educativa de Bachillerato de La Cruz, Nariño, con el objetivo de incentivar el espíritu

empresario en los jóvenes y niños, haciéndolos partícipes de una cultura basada en la creación de oportunidades.

Por otro lado, fomentar el emprendimiento desde una edad temprana es esencial para fortalecer habilidades como el liderazgo, la toma de decisiones y la resiliencia. Al respecto, [Borrayo et al. \(2019\)](#) argumentan que, el término ‘cultura emprendedora’ se refiere al conjunto de creencias, valores, cualidades, conocimientos y competencias necesarias para iniciar y llevar a cabo un proyecto o, definir un rumbo profesional. Esto sugiere que el emprendimiento no solo es un paso importante para la autosuficiencia, sino también una herramienta definitiva en la formación de nuevos talentos que respondan a las demandas del mundo laboral.

Por último, se puede decir que una de las contribuciones más significativas del emprendimiento es precisamente su capacidad para generar empleo y reducir el desempleo juvenil. En el caso de Colombia, donde los indicadores de desempleo entre los jóvenes son elevados y con posibilidades de crecer cada vez más, el emprendimiento se presenta como una alternativa clave para fortalecer la economía y otorgar diferentes sectores productivos. La consolidación de estos nuevos negocios no solo brinda oportunidades a quienes los crean, sino que también impulsa la generación de empleo formal, fortaleciendo así el tejido socioeconómico del país.

### **Beneficios del emprendimiento en jóvenes**

El emprendimiento juvenil no solo impulsa la innovación y el crecimiento económico, sino que contribuye al desarrollo personal y profesional de quienes deciden transitar en este camino, por lo que, entre los principales beneficios, se encuentran los siguientes aspectos, como los más destacados:

- **Desarrollo de habilidades clave:** la gestión de un emprendimiento exige liderazgo, trabajo en equipo, capacidad de resolución de problemas y creatividad, como sugieren [Borrayo et al. \(2019\)](#): “Cuando un estudiante decide iniciar una carrera profesional, ha iniciado el mejor emprendimiento que se puede realizar en la nueva sociedad de la información y el conocimiento” (p. 76). Es decir, cuando se cursa y finaliza una carrera profesional, se está aprendiendo las bases de las habilidades claves en el contexto del emprendimiento, competencias esenciales para el éxito empresarial, que resultan valiosas en cualquier ámbito profesional y personal.

- **Fomento de la independencia económica:** una de las diferencias de los empleos tradicionales es que el emprendimiento permite a los jóvenes generar sus propias oportunidades económicas, bien sea desde la creatividad e innovación o, en momentos a partir de sus sueños. Estas oportunidades económicas disminuyen su necesidad del mercado laboral convencional como empleados, fomentando así la autonomía financiera e individual. Una transformación de ideas puede llegar a convertirse en oportunidad; aprovecharla permite que los empleados se conviertan en empleadores o jefes. Según [CEPAL Naciones Unidas \(2016\)](#), el emprendimiento juvenil es una estrategia clave para disminuir la desigualdad y fomentar el crecimiento económico, ya que brinda a los jóvenes la posibilidad de acceder a nuevas fuentes de ingresos sin depender de los empleadores.

[Neri-Guzmán et al. \(2024\)](#) destacan que los jóvenes emprendedores logran una estabilidad económica y una contribución al desarrollo de su comunidad al generar empleo y fortalecer la innovación en sectores emergentes o con poco reconocimiento. Desde el análisis al caso de Colombia, el emprendimiento juvenil ha sido identificado como una solución efectiva frente al desempleo e incremento de habitantes de calle, permitiendo que los jóvenes desarrollen negocios sostenibles y adaptables a las dinámicas económicas cambiantes.

- **Mayor capacidad de adaptación:** la dinámica del emprendimiento necesita una adaptación constante a los cambios del entorno; las tecnologías permiten una innovación día a día para que las cosas mejoren y evolucionen; es por esto que se fortalece la resiliencia y la capacidad de afrontar desafíos en un mundo laboral cada vez más competitivo y en transformación, pues los beneficios de las tecnologías están al alcance de la mano para cualquiera que sepa aprovecharlos; por eso, se debe hacer frente a todas las nuevas capacidades tanto sociales como laborales de las personas. Según [CEPAL Naciones Unidas \(2016\)](#), los jóvenes desarrollan una mentalidad flexible y proactiva que les permite responder eficazmente a crisis económicas y cambios tecnológicos. Por eso se les llama, las generaciones de la tecnología.

[Neri-Guzmán et al. \(2024\)](#) señalan que el emprendimiento no solo impulsa la creatividad, sino que también fortalece la capacidad de adaptación, al guiar y compartir en los jóvenes que la toma de decisiones bajo incertidumbre y la búsqueda de soluciones innovadoras ante

problemas emergentes es una de las características que más resultados puede brindar. Si se habla en el contexto colombiano, [Meneses \(2023\)](#) destaca que el emprendimiento juvenil se ha convertido en un aspecto clave para enfrentar los desafíos económicos del país, pues se sabe que existen problemas que van desde la dificultad de enseñanza hasta el trabajo informal, por lo que el emprendimiento ha estado promoviendo una nueva generación de líderes capaces de innovar y ajustarse a un mercado en constante evolución.

- **Generación de empleo y desarrollo económico:** a medida que los jóvenes emprendedores refuerzan sus proyectos, se crean nuevas fuentes de empleo que contribuyen al crecimiento de la economía local y nacional. Cuando una de estas ideas sale a la luz, no es llevada a cabo solo por una persona, sino por un equipo; esto no solo favorece su desarrollo personal, sino que también genera un impacto positivo en sus respectivos entornos. La [Secretaría General Iberoamericana \(s.f.\)](#) sostiene que la creación de emprendimientos es una fuente significativa de crecimiento económico y social, ya que aporta en la generación de puestos de trabajo, cambiando el tejido productivo, trabajo en equipo e innovación.

Por otro lado, el [Banco Interamericano de Desarrollo \(BID, 2020\)](#), con su programa de emprendimiento juvenil en América Latina y el Caribe, ha brindado apoyo a jóvenes emprendedores vulnerables, tanto para la creación como para el desarrollo de negocios, dejando como resultado, la generación de nuevos empleos y fortaleciendo la economía local. En Colombia, una de las entidades con iniciativas es el SENA, donde se ofrece financiación y acompañamiento a proyectos empresariales de jóvenes, impulsando la creación de empresas sostenibles y la generación de empleo, apoyando al mismo tiempo, la mentalidad de emprendedores que cada persona posee.

## Emprendimiento y educación

La educación desempeña un papel fundamental a la hora de despertar el espíritu emprendedor entre los jóvenes, especialmente desde edades tempranas, en los ambientes escolares, hasta las situaciones que pueden surgir en ambientes de educación superior como las universidades, ya que se les proporciona las herramientas y el apoyo necesario para identificar oportunidades, gestionar riesgos y desarrollar ideas innovadoras que sean capaces de aportar significativamente en la vida de las personas.

Según el [Ministerio de Educación Nacional \(2020\)](#), integrar el emprendimiento en los planes de estudio permite fortalecer habilidades como el liderazgo, la creatividad y la resiliencia, esenciales para la formación de futuros empresarios o, de empleados. Un ejemplo que podemos destacar en Colombia es la Universidad Mariana, la cual ha generado la conocida Unidad de Emprendimiento, en la que se ofrece la 'Cátedra de Emprendimiento', diseñada para fomentar el espíritu emprendedor en los estudiantes de todas las facultades.

### ¿Cómo las escuelas y las universidades pueden fomentar el emprendimiento?

Las instituciones educativas como escuelas, colegios y universidades pueden adoptar diversas estrategias para incentivar el emprendimiento; podemos destacar la siguientes:

- **Incorporación en el currículo**, con el fin de integrar asignaturas específicas sobre emprendimiento y gestión empresarial en los planes de estudio. Por ejemplo, la Universidad del Rosario en Colombia ha lanzado la primera Facultad de Emprendimiento del país, ofreciendo una estructura curricular innovadora centrada en experiencias prácticas y conexiones con diversas industrias.
- **Aprendizaje experiencial**, con el propósito de fomentar metodologías que promuevan la creación de proyectos reales y estables, permitiendo a los estudiantes enfrentar desafíos prácticos y desarrollar soluciones innovadoras que, en un futuro, no serán una novedad sin conocimientos y prácticas. El Tecnológico de Monterrey en México implementó el Modelo Tec21, que transforma la organización del espacio y tiempo docente, para enfocarse en experiencias prácticas que brinden más beneficios a nivel personal y laboral.
- **Centros de emprendimiento**, en aras de establecer entornos dentro de las universidades, capaces de apoyar a los estudiantes en el desarrollo de sus ideas de negocio o emprendimiento, proporcionando recursos, asesoría y espacios de trabajo colaborativo, con profesionales y docentes idóneos para aterrizar las ideas. En Colombia, instituciones como la Universidad ICESI y la Pontificia Universidad Javeriana, han implementado prácticas innovadoras en emprendimiento, que fortalecen las competencias de los estudiantes.

## Retos y obstáculos para los jóvenes en el emprendimiento

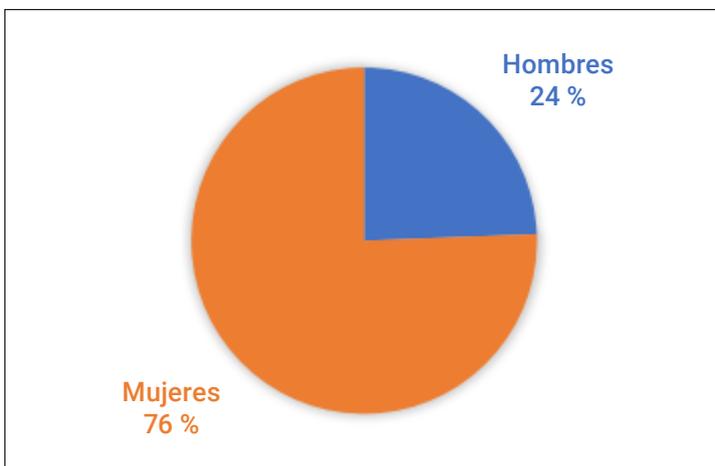
Según el informe de la [Organización Internacional del Trabajo \(OIT, 2025\)](#), los jóvenes que no trabajan, no estudian y no reciben capacitación profesional, se denominan 'ninis'. La recolección de datos realizada mostró que la tasa de jóvenes ninis ha aumentado en los últimos años. En 2024, en los países de bajos ingresos, se registraron 15,8 millones de hombres jóvenes (20,4 %) y 28,2 millones de mujeres jóvenes (37,0 %) en esta condición, lo que representa un incremento de 500.000 y 700.000, respectivamente, en comparación con 2023.

De la misma forma, a nivel global, el número de jóvenes ninis alcanzó 85,8 millones de hombres (13,1 %) y 173,3 millones de mujeres (28,2 %), con un aumento de un millón y 1,8 millones, respectivamente, en comparación con el año anterior.

Estos datos evidencian una problemática significativa: al no encontrar oportunidades de empleo formal, muchos jóvenes recurren al autoempleo o el emprendimiento para generar ingresos. Sin embargo, la desigualdad de género sigue siendo un factor determinante ya que, como se observa en la Figura 1, el porcentaje de mujeres en esta condición es considerablemente mayor que el de los hombres.

### Figura 1

*Distribución por sexo de jóvenes ninis en Colombia (2023)*



Nota. [Universidad Javeriana \(2024\)](#).

A pesar de esto, existen retos y obstáculos que los jóvenes deben enfrentar para emprender, como la falta de financiamiento, la inexperiencia laboral, la vulnerabilidad económica, la falta de apoyo, la carencia de conocimientos o estudios previos y, los obstáculos administrativos, factores que dificultan el éxito, ya que en la actualidad su interés no llega a ser suficiente para garantizar su éxito.

Por esto, uno de los obstáculos con más relevancia a la hora de emprender, es la falta de capital o financiamiento, ya que muchos jóvenes no cuentan con ahorros suficientes o con un historial crediticio que permita a las entidades financieras otorgarles préstamos para iniciar su negocio. A esto se suma la informalidad laboral, que deja a los emprendedores jóvenes en una situación de vulnerabilidad económica, al no contar con beneficios como la seguridad social, salud o pensión, lo que limita su crecimiento empresarial.

Otro problema frecuente en los jóvenes emprendedores es que algunos, al no tener sus estudios completos, tienden a cometer errores en la administración, contabilidad o estrategias de ventas, lo que puede llevar al fracaso de sus negocios. El estudio de [Serna-Gómez et al. \(2019\)](#) sobre inserción laboral en Colombia evidencia la necesidad de incentivar la formalización laboral y el empleo digno, por medio de programas de formación laboral con capacitaciones asertivas en gestión empresarial.

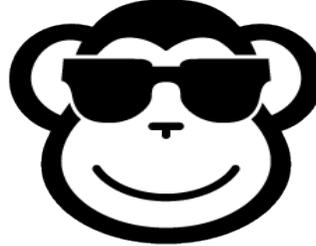
## Casos de éxito

El emprendimiento ha permitido que los jóvenes de hoy transformen sus ideas en grandes proyectos, generando ingresos, empleo y, en la mayoría de los casos, un impacto positivo en el medio ambiente. A continuación, se presentan casos de éxito de emprendimientos que demuestran la importancia del apoyo, innovación y sostenibilidad:

- **Sajú.** Fundada en 2016 por Juan Pablo Pradilla, Juan Manuel Agudelo y Santiago Puentes. Nació a partir de un suceso en la universidad, en donde se identificó una necesidad. La empresa inició con la fabricación y venta de 'cuelga-gafas'; con el paso del tiempo evolucionó hacia la producción de gafas de sol fabricadas con plástico reciclado, logrando posicionarse en el mercado colombiano y expandiéndose a otros países ([Py+, s.f.](#)). Este caso demuestra que la constancia y el compromiso son claves para lograr el éxito, siendo ejemplo de que la combinación del diseño, la responsabilidad ambiental y la aplicación de la tecnología crean un gran impacto en el mercado actual.

## Figura 2

Logo de la marca Sajú



Nota. <https://www.saju.co/pages/politica-de-privacidad>

**Errante Ecobags.** En Nariño, Yuber David López, con el apoyo del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA, dio origen a Ecobags Factory, que posteriormente se convertiría en Errante Ecobags, una empresa dedicada al diseño y fabricación de bolsos a partir de llantas y neumáticos reciclados. Según el [Servicio Nacional de Aprendizaje \(SENA, 2018\)](#), este emprendimiento nació con el objetivo de crear bolsos y accesorios utilizando como materia prima, llantas usadas para reducir el impacto ambiental. En este caso, el respaldo, asesoría y acompañamiento del SENA fueron esenciales para que el emprendimiento fuera exitoso, además de la creatividad y apoyo brindado, lo que permitió generar un impacto positivo en la sociedad.

## Figura 3

Logo de la marca Errante Ecobags



Nota. [Errante \(2025\)](#).

- **Andina de Conservas Ltda.** Este emprendimiento ha sido un gran referente en la transformación de frutas, legumbres y hortalizas andinas del departamento de Nariño. Andina de Conservas Ltda. nació en el año 2003, como un proyecto universitario de los estudiantes de Administración de Empresas e Ingeniería Agronómica, Diana Camila Narváez, Ronald Tupáz, Oscar Rosero, Seidy Fuertes e Iván

Darío Rosero (Ayala y Rosero, 2009); su propósito era fortalecer la economía y la producción local de alimentos, dando a entender que el emprendimiento juvenil tiene un papel fundamental en el crecimiento económico y agrícola regional y nacional.

#### Figura 4

Logo de la marca Andes, parte de Andina de Conservas Ltda.



Nota. Ayala y Rosero (2009 p. 14).

### Conclusiones

El emprendimiento es un factor clave en el desarrollo económico y social a nivel mundial, ya que permite generar fuentes de ingreso y empleo; por ello, es fundamental fomentar una cultura emprendedora en Nariño y en otras regiones, con el objetivo de reducir la informalidad laboral y brindar oportunidades a jóvenes para fortalecer el espíritu emprendedor. Para lograrlo, se debe impulsar por medio de iniciativas como programas de formación, ferias empresariales y otras estrategias, como una responsabilidad compartida entre el sistema educativo, el sector empresarial y los gobiernos.

A lo largo del artículo se han evidenciado los múltiples beneficios del emprendimiento y, los diversos retos y obstáculos que los jóvenes enfrentan; principalmente, la falta de capital para iniciar un negocio, lo que dificulta la viabilidad de sus proyectos. A pesar de ello, existen entidades de apoyo como el SENA, programas universitarios y gubernamentales, así como ferias empresariales que promueven el crecimiento de emprendedores jóvenes, a quienes les brindan herramientas para alcanzar su éxito. El emprendimiento se presenta como una alternativa clave para reducir la tasa de jóvenes ninis, generando empleo y reduciendo la precariedad laboral.

## Referencias

- Ayala, D. E. y Rosero, I. D. (2009). *Creación del manual de calidad para la empresa Andina de Conservas Ltda.* [Tesis de pregrado, Universidad de Nariño]. <https://sired.udenar.edu.co/5523/1/80542.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2020). El programa de emprendimiento juvenil en América Latina y el Caribe. <https://youthbusiness.org/wp-content/uploads/2023/12/YBI-YEP-Report-Spanish-Digital-Spreads.pdf>
- Borrayo, C. L., Valdez, A. y Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 25(3), 72-87. <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i3.27358>
- CEPAL Naciones Unidas. (2016). Latinoamérica necesita jóvenes formados y con mejores oportunidades de emprendimiento. <https://www.cepal.org/es/articulos/2016-latinoamerica-necesita-jovenes-formados-mejores-oportunidades-emprendimiento>
- Errante. (2025). Bolsos y accesorios elaborados con materiales usados y circulares. <https://errantebags.com/>
- Meneses, C. A. (2023). Emprendimiento juvenil: tendencias y desafíos. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 19(36), 1-21. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v19i36.3718>
- Ministerio de Educación Nacional. (2020). Guía 39. Emprendimiento. <https://www.mineducacion.gov.co/portal/men/Publicaciones/Guias/287822:Guia-39-emprendimiento-febrero-2014>
- Muñoz-Realpe, M. I. y Valverde-Riascos, Y. (2020). Feria empresarial: una estrategia didáctica para fortalecer la cultura del emprendimiento. *Revista Criterios*, 27(1), 189-216. <https://doi.org/10.31948/rev.criterios/27.1-art9>
- Neri-Guzmán, J. C., González, P. I., Becerra, M. E. y Domínguez, B. M. (2024). Infraestructura de emprendimiento y su relación con la intención emprendedora. *Sinéctica, Revista Electrónica de Educación*, (64), e1682. <https://doi.org/10.31391/GOLW4468>

- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2025). Perspectivas sociales y del empleo en el mundo: Tendencias 2025. [https://www.ilo.org/sites/default/files/2025-01/WESO25\\_Trends\\_ExecSum\\_ES.pdf](https://www.ilo.org/sites/default/files/2025-01/WESO25_Trends_ExecSum_ES.pdf)
- Py+. (s.f.). Caso de éxito: Sajú Gafas, un emprendimiento que pasó de innovador a sostenible. <https://www.pymas.com.co/ideas-para-crecer/crecimiento-empresarial/caso-exito-saju-gafas>
- Secretaría General Iberoamericana. (s.f.). Innovación, emprendimiento y transformación digital. <https://www.segib.org/cooperacion-iberoamericana/innovacion-emprendimiento-y-transformacion-digital/>
- Serna-Gómez, H. M., Alzate-Acevedo, J., Ramírez-Ospina, D. E. y Castro-Escobar, E. S. (2019). La inserción laboral de los jóvenes en Colombia. Retos y perspectivas. *Revista Jurídicas*, 16(1), 42-61. <https://doi.org/10.17151/jurid.2019.16.1.4>
- Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). (2018). El emprendimiento en Nariño va sobre ruedas. <https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=3666>
- Laboratorio de Economía de la Educación (LEE) de la Pontificia Universidad Javeriana. (2024). Sin trabajo ni educación: El desafío de los ninis y su repercusión en el futuro de la sociedad (2023). *Informe análisis estadístico LEE*, (99), 1-11. <https://www.javeriana.edu.co/recursosdb/5581483/11594517/INF-99.-NINIS-COLOMBIA-DATOS-2023-LEE2024.pdf>

### **Declaración uso inteligencia artificial**

En la elaboración de este artículo, los autores utilizaron la herramienta ChatGPT para ajustar la redacción y referencias. Después, revisaron y modificaron cuidadosamente el contenido; por lo tanto, asumen la responsabilidad total de la publicación.



Volumen **9** No. 1

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# La inteligencia artificial como motor de crecimiento empresarial

**Juan José Portilla Martínez**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas, Universidad Mariana  
[jjportilla222@umariana.edu.co](mailto:jjportilla222@umariana.edu.co)

**Samuel Felipe Quintero Riobamba**

Estudiante de Ingeniería de sistemas, Universidad Mariana  
[sfquintero222@umariana.edu.co](mailto:sfquintero222@umariana.edu.co)

**Víctor Felipe Rosas Burbano**

[vfrosas222@umariana.edu.co](mailto:vfrosas222@umariana.edu.co)

## Introducción

La inteligencia artificial (IA) ha sido una de las herramientas clave para la innovación, el crecimiento y la optimización de procesos en la dinámica empresarial actual. Su influencia se ha extendido a prácticamente todos los sectores de la economía, redefiniendo las reglas del juego y ofreciendo soluciones que potencian la productividad y la competitividad. La capacidad de la IA para analizar grandes volúmenes de datos, identificar patrones y automatizar tareas ha cambiado totalmente la ejecución de actividades que realizan las empresas y las organizaciones, alcanzando niveles de eficiencia y competitividad que antes eran impensables. Esta tecnología permite abordar problemas complejos con una velocidad y precisión sin precedentes, revolucionando la forma como las empresas operan y toman decisiones. Desde luego, la IA ya no es solo una vía para aprovechar la tecnología para distintos fines, sino que se ha vuelto un diferenciador fundamental para las empresas que intentan adaptarse no solo a las nuevas tendencias del mercado, sino también a aquellas que todavía no han sucedido. Las capacidades de predicción de la IA avanzada también les permiten tomar decisiones informadas en tiempo real, mejorando la experiencia del cliente y optimizando el uso de recursos, lo que se traduce en una mayor rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

La IA ha impulsado la aparición de nuevos modelos de negocio, transformado sectores tradicionales e introducido soluciones innovadoras que van desde la automatización en la manufactura hasta el desarrollo de asistentes virtuales en la atención al cliente. Sectores que antes dependían casi exclusivamente de la mano de obra humana, ahora están integrando sistemas inteligentes que optimizan la producción y mejoran la gestión de recursos. Su integración con tecnologías como el Internet de las Cosas (IoT) y la computación en la nube ha amplificado aún más su impacto, permitiendo una conectividad sin precedentes y optimizando la gestión de datos en múltiples industrias. Esta convergencia tecnológica no solo facilita el acceso a datos en tiempo real, sino que permite una mejor toma de decisiones basada en evidencia. En este contexto, el desafío para las empresas no es solo adoptar la IA, sino hacerlo de manera estratégica y ética, garantizando que su implementación sea transparente, segura y beneficiosa para todas las partes involucradas.

En el ámbito de la gestión empresarial, la IA no solo se ha convertido en una herramienta indispensable para mejorar la eficiencia operativa, sino que también ha redefinido la manera como las empresas interactúan con su entorno. La automatización inteligente ha reducido la carga de trabajo manual, permitiendo que los empleados se enfoquen en tareas estratégicas y creativas que aporten mayor valor. Este cambio no solo mejora su moral y compromiso, sino que aumenta la productividad general de la organización. De igual manera, el análisis predictivo ha revolucionado la planificación de las organizaciones, ayudándolas a anticiparse a cambios en la demanda, prever posibles crisis y, optimizar el uso de sus recursos de manera eficiente. Esto ha llevado a que muchas industrias reestructuren sus modelos de producción y distribución, incorporando soluciones inteligentes que minimicen el desperdicio de materiales y maximicen la rentabilidad. Las empresas que adoptan estas tecnologías reducen costos y, mejoran su agilidad y capacidad de respuesta ante los desafíos del mercado.

Otro aspecto fundamental de la IA en el mundo empresarial es su capacidad para transformar la relación con los clientes. Hoy en día, las empresas pueden aprovechar algoritmos avanzados para ofrecer experiencias personalizadas que aumenten la satisfacción y fidelización del consumidor. Los chatbots, los asistentes virtuales y los sistemas de recomendación son ejemplos de cómo la IA ha permitido una interacción más dinámica y efectiva, optimizando la atención al cliente y mejorando la percepción de marca. Esta capacidad de respuesta inmediata ha establecido nuevos estándares en la experiencia del usuario, haciendo que las empresas sean más accesibles

y eficientes. La retroalimentación en tiempo real también permite ajustar las estrategias comerciales de forma rápida y efectiva. Además, la IA ha permitido la creación de modelos de consumo más intuitivos y predictivos, lo que se traduce en la optimización de campañas de márketing y estrategias comerciales más efectivas.

Asimismo, la IA ha cambiado la manera como las empresas gestionan sus recursos y optimizan su cadena de suministro. La capacidad de analizar variables en tiempo real como el inventario, la demanda y los costos logísticos, ha permitido a las organizaciones implementar modelos más flexibles y resilientes. Estas herramientas permiten anticipar problemas antes de que ocurran y, ajustar las operaciones. Las empresas que han integrado IA en sus procesos de logística y distribución han logrado reducir desperdicios, minimizar tiempos de espera y mejorar su capacidad de respuesta ante fluctuaciones del mercado. Estas innovaciones han sido especialmente relevantes en sectores como el comercio electrónico, donde la rapidez y la eficiencia en la entrega son factores determinantes en la satisfacción del cliente. También han impactado en la producción industrial, en la que la optimización de los tiempos de fabricación y la reducción de errores han generado ahorros significativos en costos operativos.

Por otro lado, la IA también ha demostrado ser un factor clave en la toma de decisiones estratégicas. Los sistemas basados en inteligencia artificial permiten a los líderes empresariales acceder a información relevante en tiempo real, para evaluar distintos escenarios y tomar decisiones fundamentadas en datos concretos. Esta capacidad analítica no solo mejora la precisión de las estrategias empresariales, sino que reduce el margen de error y los riesgos asociados a la incertidumbre del mercado. Las empresas que logran implementar IA de manera efectiva pueden identificar oportunidades de crecimiento, evaluar posibles inversiones y anticiparse a tendencias emergentes con una mayor certeza. La automatización en la toma de decisiones ha permitido que las organizaciones reduzcan el tiempo necesario para la planificación estratégica, favoreciendo la agilidad en entornos altamente competitivos.

## Desarrollo

En el contexto actual donde la transformación digital es un factor determinante en la competitividad empresarial, la IA ha adquirido un papel central en la optimización de procesos y la toma de decisiones estratégicas. Gracias a su capacidad para procesar y analizar grandes volúmenes de

datos en tiempo real, las organizaciones pueden extraer información valiosa que les permite anticiparse a las tendencias del mercado, reducir costos operativos y mejorar la eficiencia en distintos niveles. La capacidad de la IA para interpretar datos estructurados y no estructurados les permite identificar oportunidades, detectar anomalías y, mejorar sus estrategias con base en información objetiva y en constante actualización.

Uno de los principales aportes de la IA en el ámbito empresarial es su capacidad de soporte a la toma de decisiones basada en datos. A través de técnicas avanzadas de *Machine Learning* y *Deep Learning*, los algoritmos pueden identificar patrones de consumo, prever la demanda y optimizar la gestión de inventarios. Esto no reduce únicamente las pérdidas y desperdicios; también permite a las empresas adaptar su producción y distribución a los cambios en el mercado de manera ágil y eficiente. La implementación de modelos predictivos ayuda a minimizar la incertidumbre en la formulación de estrategias de negocio, permitiendo decisiones más acertadas y reduciendo riesgos financieros y operativos.

### Figura 1

*La revolución de la inteligencia artificial en las finanzas*



Nota. [Bonales \(2024\)](#).

Asimismo, la personalización de la experiencia del cliente se ha convertido en un factor clave para la diferenciación en el mercado. A través del análisis avanzado de datos, las empresas pueden adaptar sus productos y servicios a las necesidades individuales de cada usuario, generando una mayor fidelización y tasas de conversión más elevadas. Ejemplos concretos de

esta aplicación incluyen los sistemas de recomendación empleados en plataformas de streaming y comercio electrónico, que ajustan su oferta de manera dinámica en función de las preferencias del consumidor. Esta capacidad de hiperpersonalización también se extiende al sector financiero, donde la IA permite diseñar ofertas crediticias personalizadas y detectar oportunidades de inversión alineadas con el perfil de cada cliente.

Más allá de la optimización de procesos, la IA ha impulsado el desarrollo de nuevos modelos de negocio. La aparición de plataformas de suscripción inteligente, cibermercados con algoritmos de recomendación y sistemas de producción bajo demanda, son evidencia de cómo la IA puede redefinir la forma como las empresas operan y generan valor. Estos enfoques innovadores no solo optimizan el uso de recursos, sino que permiten la creación de ventajas competitivas sostenibles en sectores como la manufactura, la logística y la salud. En la industria manufacturera, por ejemplo, los sistemas de IA permiten la automatización de líneas de producción, mejorando la precisión y reduciendo el margen de error humano. En la logística, la IA optimiza las rutas de entrega y la gestión de inventarios en tiempo real, reduciendo costos y tiempos de espera.

## Figura 2

*La IA en la fabricación*



Nota. Azumuta (2025).

Otro aspecto crucial en el que la IA ha demostrado su impacto es en la seguridad y la gestión de riesgos. En el sector financiero, por ejemplo, los sistemas inteligentes han permitido la detección temprana de fraudes mediante el análisis de patrones anómalos en transacciones. Del mismo

modo, las herramientas basadas en IA han mejorado la capacidad de las empresas para anticipar riesgos operativos y financieros, optimizando la asignación de recursos y reduciendo posibles pérdidas. Además, en el ámbito de la ciberseguridad, la IA desempeña un papel fundamental en la identificación y prevención de ataques informáticos, analizando continuamente el tráfico de red en busca de comportamientos sospechosos y automatizando respuestas en tiempo real para mitigar amenazas.

En definitiva, la IA no solo está transformando la manera como las empresas gestionan sus operaciones, sino que también está redefiniendo la competitividad en el entorno digital. Su implementación estratégica, combinada con un enfoque ético y responsable, representa una oportunidad clave para aquellas organizaciones que buscan consolidarse en el futuro del mercado global. La clave del éxito en esta nueva era radica en la capacidad de las empresas para integrar la IA de manera eficiente y alineada con sus objetivos, garantizando un uso responsable que maximice beneficios y minimice riesgos. Con una adopción inteligente y estratégica, la IA no solo representa una herramienta de optimización, sino también, un motor de innovación y crecimiento sostenible.

En el contexto actual, donde la transformación digital es un factor determinante en la competitividad empresarial, la IA ha adquirido un papel central en la optimización de procesos y la toma de decisiones estratégicas. Gracias a su capacidad para procesar y analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real, las organizaciones pueden extraer información valiosa que les permite anticiparse a las tendencias del mercado y mejorar su eficiencia operativa.

Uno de los principales aportes de la IA en el ámbito empresarial es su capacidad de soporte a la toma de decisiones basada en datos. Los algoritmos de aprendizaje automático permiten identificar patrones de consumo, optimizar la gestión de inventarios y personalizar las estrategias comerciales de acuerdo con el comportamiento de los clientes. Esta capacidad predictiva no solo contribuye a la optimización de recursos, sino que minimiza la incertidumbre en la formulación de estrategias de negocio.

## Conclusiones

La IA se ha convertido en un elemento indispensable en el mundo empresarial, permitiendo a las organizaciones mejorar su eficiencia operativa, reducir costos y tomar decisiones basadas en datos precisos.

Su capacidad para predecir tendencias, personalizar la experiencia del cliente y optimizar la gestión de riesgos la posiciona como una tecnología clave para la transformación digital. Sin embargo, su implementación debe hacerse con responsabilidad, considerando aspectos éticos y garantizando la preparación del talento humano para trabajar en conjunto con estas innovaciones.

Además, es fundamental que las empresas inviertan en infraestructuras tecnológicas y capacitación para maximizar los beneficios de la IA. Aquellas organizaciones que adopten esta tecnología con una visión estratégica no solo mejorarán su competitividad, sino que también contribuirán a la evolución del mercado hacia modelos más eficientes y sostenibles. En este sentido, la IA no solo debe verse como una herramienta de automatización, sino como un catalizador para la innovación y el desarrollo empresarial.

En última instancia, el uso de la IA en los negocios debe estar alineado con regulaciones y principios éticos que garanticen la transparencia, la privacidad de los datos y la equidad en la toma de decisiones. Solo así podrá consolidarse como un factor clave en la transformación digital y en la construcción de un futuro empresarial más dinámico y responsable.

### Referencias

Azumuta. (2025). Cómo se utiliza la IA en la fabricación: Ejemplos, casos de uso y ventajas. <https://www.azumuta.com/es/blog/how-is-ai-used-in-manufacturing-examples-use-cases-and-benefits/>

Bonales, M. (2024). Desarrollando habilidades financieras para el futuro: un imperativo para las empresas modernas. <https://www.revista.imef.org.mx/articulo/desarrollando-habilidades-financieras-para-el-futuro-un-imperativo-para-las-empresas-modernas/>

### Declaración uso inteligencia artificial

En la elaboración de este artículo los autores utilizaron la Chatgpt y Perplexity para búsqueda de información, referencias y ayudas de redacción en algunas partes del artículo. Después de su uso, revisaron y modificaron cuidadosamente el contenido; por lo tanto, asumen la responsabilidad total de la publicación.



Volumen **9** No. 1  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# Blockchain, un futuro en las transacciones y registros de las empresas

**Germán Alejandro Marcillo Martínez**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[gmarcillo222@umariana.edu.co](mailto:gmarcillo222@umariana.edu.co)

**Juan David Moncayo López**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[jdmoncayo222@umariana.edu.co](mailto:jdmoncayo222@umariana.edu.co)

**Marian Alejandra Pabón Caicedo**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[mapabon222@umariana.edu.co](mailto:mapabon222@umariana.edu.co)

## Introducción

La blockchain como tecnología de seguridad y de autenticidad, en la vista de un emprendimiento o empresa, se puede ver relacionada con temas de criptomonedas, lo cual no es más que una convicción. Esta tecnología puede llegar a ser muy útil a nivel empresarial, principalmente en la autenticidad de los registros y transacciones que asegura, lo cual se demuestra por su uso por parte de grandes marcas, dado que, al ser aplicada puede lograr una reducción de los costos operativos y tener una seguridad casi impenetrable a cambio de menor eficiencia; es decir, apuesta más por la calidad que por la velocidad para almacenar los datos, ya sean de registros o transacciones. El artículo explica qué es y cómo funciona, cómo se mira en una perspectiva a nivel de empresa, cómo puede ser aplicada y cómo puede llegar a revolucionar el sistema financiero y contable dentro de un futuro próximo.

## Blockchain vista desde una perspectiva empresarial

La blockchain es una tecnología creada en 1991 con la finalidad transmitir y almacenar información de una forma segura e inmutable para garantizar su autenticidad de forma descentralizada; consiste en una cadena de bloques interconectados mediante identificadores únicos para cada bloque, denominados 'hash'. Además de que esta cadena es vigilada por una red de nodos y la creación o modificación de un bloque, va a pedir en realidad una prueba de trabajo para comprobar su autenticidad o ralentizar el intento de violar la seguridad de la cadena.

Los bloques pertenecientes a una blockchain se componen de los datos que, normalmente, son transacciones o registros, la marca del tiempo que indica la fecha de su creación, su propio *hash* que actúa como un identificador único y se vincula a los bloques posteriores y, un *hash* que enlaza el bloque al bloque previo. Los *hashes* se generan a partir de una función matemática que convierte los datos de su bloque en una cadena alfanumérica de longitud fija; a partir de ello, verifican que sea una información completamente auténtica, ya que son únicos y son asignados a un único bloque. Al verse una ligera modificación dentro de un bloque, el *hash* cambiará y alterará toda la cadena.

Además de la estructura de la cadena, al crear o modificar un bloque, la tecnología de la blockchain pide el '*proof of work*' o prueba de trabajo, estrategia que consiste en pedir problemas matemáticos complejos para validar bloques, lo que regula la creación de bloques para mantener un ritmo constante en su creación; previene que un registro o transacción se replique y, el posible intruso, además de resolver la prueba de trabajo, necesitará tiempo y energía para crear o alterar un bloque; y, si llega a tener éxito, deberá hacerlo con los bloques vinculados al alterado, lo que supondría mucho tiempo y mucha energía, lo que desanimaría intentos maliciosos; pero eso no es todo, ya que si se llegara a alterar la cadena de un nodo, la red de nodos se encargaría de negar la alteración, por lo que alterar la blockchain sería una labor muy ardua e, incluso, imposible.

La red de nodos es una red descentralizada de servidores o computadoras que almacenan una copia completa de la blockchain; estos nodos verifican activamente la integridad de la blockchain y la creación/modificación de bloques dentro de la cadena. Al verse afectado un nodo por una modificación o la creación de un bloque no autorizado, la red se encargará de negar la validez de esa cadena y restaurará la cadena original; al ser esta

red descentralizada, para que un jaqueo sea exitoso, se debería atacar a más de la mitad de los nodos que conforman la red; teniendo en cuenta la complejidad de alterar un único bloque de forma ilícita, la probabilidad de esto es prácticamente nula, como respaldan [Rennock et al. \(2018\)](#).

While no blockchain has been successfully hacked or manipulated, the companies and technology surrounding it have been. Security incidents have ranged from mundane service disruptions to more serious thefts of sensitive data and valuable cryptocurrencies, although the decentralized structure of blockchain networks makes them more resilient against network-wide attacks or tampering. (p. 36)

Si bien ha habido intentos de jaqueo contra la blockchain y algunos han tenido efecto en las empresas que las usan, nunca se ha logrado un jaqueo a la cadena completa. Se hace énfasis en que los nodos de la red descentralizada han sido de ayuda ante la respuesta en contra de esas acciones maliciosas.

### **Aplicando blockchain en las empresas ¿Es posible?**

Sí; es posible; claro, hay que ver muchísimo más allá de las criptomonedas; esta implementación de estrategia se puede ver en varios aspectos, principalmente en el sector financiero, donde la adopción de la blockchain en finanzas puede reducir o eliminar significativamente errores humanos en reconciliaciones tradicionales. De hecho, el fácil acceso a esta herramienta debido a la cantidad de información que se encuentra en internet, puede habilitar productos tokenizados que son, prácticamente, los activos reales representados de manera digital. En realidad, en Santander se implementó esta estrategia para pagos internacionales, reduciendo costos operativos en un 65 % y tiempos de liquidación de tres días a 24 horas. J.P. Morgan, con su plataforma One Pay FX procesa un aproximado de 20 millones de dólares mensuales, siendo un claro ejemplo de cómo esta implementación ha dejado de ser una promesa futurista, para convertirse en una realidad tangible. Según el último informe de [Business Wire, Inc. \(2025\)](#), el mercado de la tecnología alcanzará 306 billones de dólares para 2030, creciendo a una impresionante tasa del 58,3 %, siendo las soluciones de la blockchain híbridas las que liderarán esta expansión, donde este crecimiento exponencial se sustenta en aplicaciones concretas que están revolucionando sectores clave, ya que:

Internet of Things (IoT): Blockchain will be crucial for authenticating and authorizing IoT transactions. Companies like HYPR pioneer decentralized credential approaches, replacing centralized passwords with biometric and password-free solutions, enhancing IoT cybersecurity. (párr. 19)

Este mismo informe destaca específicamente cómo las implementaciones híbridas están transformando las cadenas de suministro globales, permitiendo integración con IoT para seguimiento en tiempo real, reduciendo así brechas de visibilidad en un 90 %. Otro tema a destacar es cómo la tokenización de activos representa una frontera disruptiva, donde gestores de archivos internacionales han lanzado fondos tokenizados que permiten la propiedad fraccionada de activos inmobiliarios y artísticos, democratizando el acceso a inversiones tradicionalmente elitistas, ampliando el mercado potencial en un 40 %.

A todo esto, ¿de qué va esta estrategia? Bueno, en el ámbito logístico, la blockchain está resolviendo problemas centenarios, donde un sistema conocido como TradeLens, desarrollado conjuntamente por Maersk e IBM, ha digitalizado completamente la documentación de envíos internacionales, conectado actualmente a más de 300 organizaciones portuarias, navieras y aduaneras en una red global. Es un hecho que, empresas grandes, desde alimenticias hasta del sector de salud, como Nestlé, que usa esta herramienta para rastrear la leche desde las granjas hasta los estantes, pueden reducir el desperdicio en un 30 %, ayudando a garantizar una precisión y, lo más importante, retirar productos potencialmente contaminados en cuestión de horas, en lugar de semanas. O, como Pfizer, que la utiliza para monitorear en tiempo real la cadena de frío de las vacunas, logrando efectividad en el mantenimiento de temperaturas óptimas.

**Tabla 1**

*Empresas reconocidas que hacen uso de blockchain*

<b>Compañía</b>	<b>Sector</b>	<b>Implementación</b>
Walmart	Venta al por menor	Utiliza la tecnología para rastrear el movimiento de productos de los agricultores a las tiendas.
Toyota	Industria automovilística	Planifican utilizar la tecnología para mejorar la tecnología de conducción autónoma.

Compañía	Sector	Implementación
Samsung	Tecnología	Intenta utilizar la tecnología para mejorar la gestión de la cadena de suministro cuando se trata de envíos de productos electrónicos.
Apple	Tecnología	Tecnología patentada para datos de marca temporal.

Como se puede observar en la Tabla 1, hay varias empresas conocidas, pero solo se menciona algunas, de cómo la blockchain está siendo implementada o se planifica para hacerlo, donde su adopción trasciende la mera optimización operativa, representando una redefinición fundamental de los modelos de negocios, como, por ejemplo, creando redes donde múltiples actores comparten datos, manteniendo información concreta sobre sus activos digitales, generando barreras de salida significativas o de migración a otra plataforma. De hecho, esta herramienta permite nuevos modelos donde las empresas pueden compartir y monetizar datos verificados sin ceder control, ya que da lugar a la existencia de los contratos inteligentes, que eliminan la necesidad de intermediarios en procesos complejos. En palabras más sencillas, esta tecnología se asemeja a una hoja de cálculo de Excel, solo que es duplicada miles o, incluso, millones de veces a través de una red de servidores y ordenadores. En todos ellos se aloja de forma simultánea, de modo que no existe una versión central. Esta es la razón por la que es prácticamente inmune a los ataques de los jâquers.

La adopción de la blockchain representa una decisión estratégica compleja que debe analizarse considerando los principios de la teoría de decisiones bajo incertidumbre (Gans et al., 2019) donde esta tecnología, como cualquier innovación, presenta características particulares que la convierten en una apuesta estratégica con riesgos y beneficios que deben ser ponderados cuidadosamente. Es importante saber que el núcleo del valor propositivo de la blockchain reside en su capacidad de descentralización, pero esta ventaja conlleva importantes *trade-offs* operativos; o, en otras palabras, situaciones ganancias-pérdidas, donde los sistemas centralizados tradicionales ofrecen eficiencia indiscutible como, por ejemplo, el procesamiento rápido, bajos costos operacionales y administración simplificada; sin embargo, como señala el análisis de Ernst y Young (2019, como se cita en Herrera, 2021), estos modelos generan vulnerabilidades críticas, como puntos únicos de fallo, necesidad de reconciliaciones constantes entre sistemas y, dependencia de la confianza en un operador central, siendo una total

ventaja competitiva sostenible, donde la clave reside en evitar la adopción tecnológica por moda y enfocarse en aplicaciones donde sus propiedades únicas resuelvan problemas empresariales concretos.

## **Beneficios futuros para las empresas**

La implementación de la tecnología blockchain para el futuro se extiende a una amplia gama de sectores empresariales, ofreciendo soluciones innovadoras para desafíos específicos de cada industria. En este aspecto, una de las ventajas más significativas se enfoca en proporcionar una seguridad reforzada y una transparencia. La inmutabilidad de los datos registrados en la blockchain garantiza que, una vez que se haga una transacción, esta se agregará a un libro de contabilidad que no se puede alterar, creando así un registro histórico verificable y a prueba de ataques que pretendan alterar el historial. Por eso, gracias a su arquitectura única y criptografía robusta, la integridad de los datos estará siempre protegida, siendo capaz de reducir el riesgo de fraudes y ciberataques, brindando una confianza a los clientes y socios en cuanto al panorama digital futuro, donde las violaciones de datos podrían tener consecuencias devastadoras. La seguridad mejorada que ofrece la tecnología blockchain se convertirá en un activo invaluable para proteger tanto la información de la empresa como la de sus clientes; también promete un incremento sustancial en la eficiencia operativa y una notable disminución de los costos para las empresas. Una de las innovaciones clave de esta tecnología permitirá automatizar procesos comerciales complejos mediante la codificación de reglas predefinidas para la ejecución de transacciones y la gestión de activos que se ejecutarán automáticamente cuando se cumpla unas condiciones específicas, eliminando la intervención humana y de terceros para verificar el cumplimiento de los términos acordados.

A medida que las empresas eliminan intermediarios tradicionales como bancos, compañías de seguros y proveedores de logística en diversos procesos en acciones como pagos, verificación de identidades y gestión de contratos, estos se ejecutarán sin necesidad de terceros, acelerando procesos y disminuyendo costos operativos significativamente. No solo se reducirán los costos de transacción y las tarifas asociadas a dichos intermediarios, sino que también se minimizarán los errores humanos inherentes a los procesos manuales, lo cual conducirá a una mayor productividad. Siendo así, las empresas tendrán un mayor control sobre sus transacciones y datos, permitiéndoles evitar las limitaciones y los costos asociados a las estructuras tradicionales.

La blockchain permitirá rastrear y verificar el origen y recorrido de los productos en tiempo real a lo largo de toda la cadena de suministro, posibilitando a las empresas, la identificación de problemas para dar soluciones mucho más rápido, previniendo robos y garantizando la autenticidad de los bienes. Además, les facilitará la demostración de prácticas de cadena de suministro sostenibles y respetuosas con el medio ambiente ante reguladores y consumidores, respondiendo a la creciente demanda de los productos éticos y responsables. Por consiguiente, las empresas no solo se beneficiarán en términos de eficiencia operativa y reducción de riesgos, sino que fortalecerán la confianza del consumidor al proporcionar información verificable sobre el origen y la autenticidad de los productos, protegiéndose y protegiendo a los consumidores de las pérdidas causadas por el aumento de productos falsificados.

El potencial de la tecnología blockchain se extiende a una amplia gama de sectores empresariales, ofreciendo soluciones innovadoras para desafíos específicos de cada industria; por ejemplo, en el sector financiero, tiene el potencial de revolucionar los pagos internacionales, haciéndolos mucho más rápidos y económicos, en cuanto a la eficiencia en la gestión de activos y en la liquidación y compensación de transacciones, además de crear nuevas oportunidades de financiación para pequeñas y medianas empresas (Pyme) y optimizar los procesos de 'Conozca a su cliente' (KYC) y antilavado de dinero (AML). La industria de la salud, al usar esta tecnología, se beneficiará a través del almacenamiento seguro y la gestión eficiente de registros médicos electrónicos, la mejora de la interoperabilidad y el intercambio de datos entre proveedores de atención médica, además de una mayor transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro de medicamentos.

Expertos de diversas firmas de análisis e investigación, como Gartner, Deloitte y PwC, coinciden en el potencial transformador de la tecnología blockchain para las empresas en el futuro. Gartner predice que el valor comercial añadido por la blockchain crecerá significativamente, alcanzando los 176 mil millones de dólares en 2025, superando los 3.1 billones de dólares en 2030. Este crecimiento exponencial refleja la creciente adopción de blockchain en diversas industrias y su capacidad de resolver desafíos empresariales clave (Finyear, 2019).

Deloitte (2018) también destaca la evolución del comercio impulsada por blockchain, con empresas de todos los sectores, creando soluciones innovadoras para evitar los modelos de negocio tradicionales. Se espera que los modelos de negocio habilitados por blockchain generen un cambio

sísmico en la forma como se realizan los negocios, especialmente en la economía global cada vez más digital. PwC (2025), por su parte, dice que las tecnologías blockchain podrían impulsar la economía global en 1,76 billones de dólares para el año 2030, a través de la mejora en el seguimiento, la trazabilidad de productos, pagos y servicios financieros, gestión de identidad, su aplicación en contratos y la resolución de disputas y participación del cliente.

### Conclusiones

La tecnología blockchain ha demostrado ser extremadamente sólida para garantizar la seguridad de la información y la evidencia de manipulación; por lo tanto, no solo constituye una herramienta valiosa para las empresas que desean proteger sus operaciones y datos importantes contra modificaciones no autorizadas, gracias a su organización descentralizada, sino que reduce considerablemente los riesgos de fraude y ciberataques.

En un futuro cercano, la implementación de blockchain por parte de las empresas aumentará la eficiencia y reducirá los costos al automatizar, sin necesidad de intermediarios, diversas transacciones a través de contratos inteligentes, al igual que por su capacidad de rastrear y verificar la autenticidad y procedencia de los productos a lo largo de toda la cadena de suministros. Al mejorar la transparencia, se combatirá la falsificación y se fortalecerá la confianza del consumidor.

Blockchain es más que una simple tecnología; es un paradigma que redefine el funcionamiento y la competitividad de las empresas; su despliegue estratégico, lejos de ser una moda pasajera, es un paso esencial hacia la resiliencia empresarial en un mundo digital cada vez más complejo.

### Referencias

Business Wire, Inc. (2025). Blockchain Technology Market Report 2025-2030: Hybrid Blockchain Leads Market Expansion - Key Use Cases & Industry Trends to 2030. <https://www.marketwatch.com/press-release/blockchain-technology-market-report-2025-2030-hybrid-blockchain-leads-market-expansion-key-use-cases-industry-trends-to-2030-researchandmarkets-com-33afb823>

Deloitte. (2018). La revolución del blockchain. <https://www.deloitte.com/es/es/services/consulting/blogs/todo-tecnologia/revolucion-blockchain.html>

- Finyear. (2019). Gartner predicts 90% of current enterprise blockchain platform implementations will require replacement by 2021. [https://www.finyear.com/Gartner-Predicts-90-of-Current-Enterprise-Blockchain-Platform-Implementations-Will-Require-Replacement-by-2021\\_a41190.html](https://www.finyear.com/Gartner-Predicts-90-of-Current-Enterprise-Blockchain-Platform-Implementations-Will-Require-Replacement-by-2021_a41190.html)
- Gans, J. S., Stern, S., & Wu, J. (2019). Foundations of entrepreneurial strategy. *Strategic Management Journal*, 40(5), 736-756. <https://doi.org/10.1002/smj.3010>
- Herrera, J. A. (2021). Propuesta de un mecanismo de gestión de pagos públicos mediante cadena de bloques (blockchain). *Revista de derecho de la Hacienda Pública*, (17), 22-39.
- PwC. (2025). La tecnología Blockchain podría impulsar la economía mundial en 1,7 billones de dólares en 2030. <https://www.pwc.es/es/sala-prensa/notas-prensa/2020/blockchain-impulsar-economia-mundial-2030.html>
- Rennock, M., Cohn, A., & Butcher, J. R. (2018). Blockchain Technology and Regulatory Investigations. <https://www.stepto.com/a/web/171967/LITFebMar18-Feature-Blockchain.pdf>



Volumen **9** No. **1**

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# Patrimonio cultural arqueológico de Berruecos Nariño y turismo sostenible

**Natalie Julieta Benavides Meza**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[njbenavides222@umariana.edu.co](mailto:njbenavides222@umariana.edu.co)

**Cristian Santiago Martínez Córdoba**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[csmartinez222@umariana.edu.co](mailto:csmartinez222@umariana.edu.co)

## Introducción

El patrimonio cultural arqueológico de Berruecos, Nariño, representa un legado invaluable de las culturas ancestrales que habitaron esta región, dejando huellas tangibles a través del arte rupestre, las herramientas líticas, cerámicas y otros vestigios. Este patrimonio no solo es testimonio de la riqueza histórica y cultural de la zona, sino también un potencial motor para el desarrollo del turismo sostenible. En los últimos años, el Ministerio de Cultura de Colombia, a través del Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), ha implementado el Sistema Nacional de Áreas Arqueológicas Protegidas (AAP), destacando a Berruecos como una de las tres AAP en el departamento de Nariño ([Infobae, 2025](#)).

El propósito de este artículo es analizar la importancia del patrimonio arqueológico de Berruecos, su declaratoria como AAP y las estrategias para integrarlo en planes de turismo sostenible. A través de un diálogo con Felipe Martínez Córdoba, director de la Fundación Museo Arqueológico Berruecos, se explora las acciones emprendidas para su conservación y promoción. Además, se discute cómo articular este patrimonio con

iniciativas turísticas que beneficien a la comunidad local, respetando su valor histórico y cultural. El texto se estructura en tres secciones: Desarrollo, Conclusiones y Referencias, siguiendo las normas APA 7.ª edición, para garantizar rigor académico.

## **Arqueología y turismo en el AAB**

En el departamento de Nariño existe una interesante y diversa actividad turística en la cual se destaca, con gran preeminencia, el turismo religioso en el que se expone como patrimonio activo, el santuario de Nuestra Señora de Las Lajas, ubicado en el municipio de Ipiales; el santuario de Nuestra Señora de la Playa, ubicado en el municipio de San Pablo; la Ermita de María Magdalena en la parroquia de San Miguel Arcángel de Berruecos y, el conjunto de iglesias propias de las distintas congregaciones establecidas en la bellísima ciudad de Pasto. Seguidamente, encontramos el afamadísimo turismo cultural cuyo evento más representativo es el Carnaval de Negros y Blancos en el cual se exhibe imponentes carrosas, comparsas y disfraces, admiradas por propios y extranjeros. Igualmente, destaca el turismo arqueológico, que cuenta con importantes vestigios de las distintas culturas ancestrales que habitaron el territorio nariñense, como los Tumacos, Pastos, Quillasingas, Berruecos, Buesacos y Chibchas. Todas estas ofertas están asociadas al turismo gastronómico, al turismo rural y a las zonas ecológicas protegidas como los santuarios de flora y fauna como el del Galeras y La Corota, el Complejo Volcánico Doña Juana, la Reserva de la Planada, la Laguna Verde y la Laguna de La Cocha.

En este sentido, el presente artículo se enfoca de manera muy especial en conocer los aspectos relacionados con el Patrimonio Cultural Arqueológico, el cual en los últimos años está tomando una gran relevancia tanto en el contexto local como en el contexto global, gracias al accionar del Ministerio de Cultura de Colombia, quien a través del ICANH viene haciendo realidad el sistema nacional de AAP, logrando con esto que Colombia cuente con 24 AAP de las cuales tres se ubican en el departamento de Nariño, a saber: Área Arqueológica Protegida Nacional de Berruecos, AAP de Pupiales, APP Tramo Rumichaca – Pasto del Qhapaq Ñan. También, gracias al accionar de instituciones sin ánimo de lucro que se han consagrado al conocimiento, valoración y puesta en valor de dicho patrimonio, entre ellas la fundación Museo Arqueológico Berruecos, con su director Felipe Martínez Córdoba con quien dialogamos para conocer sus impresiones sobre los aspectos relacionados con el patrimonio de la región y las correspondientes

expectativas para la promoción sostenible del turismo cultural arqueológico en el municipio de Arboleda Berruecos.

### **Cuéntenos por qué la región de Berruecos fue declarada área arqueológica protegida de carácter nacional AAP**

La región de Berruecos fue la casa de una de las más importantes familias ancestrales, la cual desarrolló en un periodo amplísimo de tiempo, su actividad cultural, su producción de alimento y su interrelación con las familias vecinas, dejando sus huellas grabadas en la arqueología que consta del conjunto de arte rupestre esparcido por todo el territorio, con no menos de 20 piedras grabadas a bajo relieve, entre las que se destaca la Piedra de los Monos, la Piedra Grande y la Piedra del Mapa y también, la colección de museológica en la que se puede observar una importante muestra de estatuaria en piedra, cerámicas de todo tipo y tamaño, herramientas líticas y artefactos propios de la tejeduría.

### **¿Desde cuándo fue declarada AAP?**

Primeramente, el municipio de Arboleda en el año de 1771 fue declarado Monumento Nacional y Reserva Arqueológica; luego, con la promulgación de la Constitución de 1991, estas condiciones cambiaron y ya con las reformas dadas en el año de 2008, el Ministerio de Cultura vio la necesidad de definir una nueva categorización para los municipios que contaban con esta distinción, para garantizar unas mejores condiciones que permitan una efectiva conservación de los sitios arqueológicos y para esto creó el Sistema Nacional de Áreas Arqueológicas Protegidas de Colombia, logrando hasta el presente la consolidación de 24 AAP con su respectivo plan de manejo. El departamento de Nariño, en el momento, cuenta con tres AAP y en relación a la historia del proceso de declaración del área de Berruecos, puedo contar que en el año 2016 el ICANH inició la construcción colectiva y participativa del plan de manejo que concluyó en el año 2018 con la declaratoria del área protegida.

### **Desde la sociedad civil que usted encarna, ¿cuáles han sido las principales acciones para lograr los objetivos de conservación?**

Desde la década de los noventa he venido trabajando con dedicación y responsabilidad para lograr proteger muchos de estos vestigios arqueológicos pertenecientes a gran la familia de Berruecos, los cuales

consisten en una importante muestra de herramienta líticas, cerámicas de urnas funerarias, restos humanos y artefactos en madera, como el famoso telar de cintura, una colección que hoy en día está en proceso de registro ante el ICANH. La otra acción que vengo adelantando es la producción de un guion museológico que se constituye en la obra narrativa para la transferencia de la información a toda la ciudadanía, en especial a los educandos de las instituciones educativas del municipio y de toda la región norte de Nariño.

### **Y sobre el arte rupestre, ¿qué nos puede contar?**

El arte rupestre es la otra parte del AAP de Berruecos; lo integran cerca de 15 piedras distribuidas en todo el polígono, de estricta conservación, en donde se destaca: la Piedra de Los Monos, la Piedra Grande, la Piedra del Mapa y la Piedra del Alto del Chiriurku. Cada piedra está grabada en bajo relieve, dejando ver a través de este arte, toda la cosmovisión de las familias que habitaron esta región y su interrelación con los fenómenos naturales, en especial lo relacionado con el plano astral nocturno, representado en diversas constelaciones.

### **¿Cómo se podría articular el patrimonio cultural arqueológico con los planes de negocio asociados al turismo?**

La primera estrategia es hacer que la comunidad del municipio de Arboleda Berruecos conozca sobre el patrimonio con el que se cuenta; luego, hacer efectivo el plan de conservación; solo así se puede iniciar una fuerte campaña publicitaria para invitar a los amantes del turismo cultural. Paralelamente, se debe apoyar los planes de negocio que den respuesta a los cuatro interrogantes que exige el turismo: ¿Qué ver?, ¿Qué comer?, ¿Dónde dormir? Y, ¿Qué llevar? En cada uno de los planes de negocio se debe resaltar los principales atributos con los que cuenta el municipio, como su diversidad climática, los índices de seguridad que lo ubican como el municipio más seguro del país, su rica producción agrícola y pecuaria, los cerca de tres millones de kilos de café, frutales de clima frío y cálido, ganado de doble propósito, pollos de engorde y, algo muy importante: su excelente oferta hídrica.

**Tabla 1**

*Principales sitios arqueológicos de Berruecos y sus características*

<b>Nombre del sitio</b>	<b>Tipo de vestigio</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Importancia cultural</b>
Piedra de los Monos	Arte rupestre (bajo relieve)	Polígono de conservación	Representa constelaciones y cosmovisión ancestral
Piedra Grande	Arte rupestre (bajo relieve)	Polígono de conservación	Contiene grabados que ilustran la interacción con fenómenos naturales
Colección de cerámicas	Urnas funerarias y herramientas	Museo Arqueológico	Muestra técnicas de alfarería y ritos funerarios de la familia Berruecos.
Telar de cintura	Artefacto en madera	Museo Arqueológico	Evidencia de prácticas textiles ancestrales.

*Nota.* Datos resultantes de la entrevista a Felipe Martínez Córdoba.

**Tabla 2**

*Oferta turística potencial en Berruecos*

<b>Componente turístico</b>	<b>Atractivo principal</b>	<b>Beneficio para la comunidad</b>
Turismo cultural	Rutas arqueológicas y museo	Generación de empleo local y valorización del patrimonio.
Turismo gastronómico	Productos locales (café, frutas, ganadería)	Promoción de la economía campesina y agroindustria.
Turismo rural	Paisajes y reservas naturales	Desarrollo de alojamientos rurales y experiencias auténticas.
Turismo educativo	Talleres y visitas guiadas	Fortalecimiento de la identidad cultural en instituciones educativas.

*Nota.* Elaboración propia basada en datos del ICANH (2022).

## Conclusiones

Respecto al valor histórico y cultural, el patrimonio arqueológico de Berruecos, representado por su arte rupestre, cerámicas y herramientas líticas, es un testimonio único de las culturas ancestrales que habitaron la región. Su declaratoria como AAP en 2018 refleja su importancia nacional y la necesidad de preservarlo para las futuras generaciones.

En cuanto a la conservación y participación comunitaria, las acciones lideradas por la sociedad civil, como las que ha emprendido la Fundación Museo Arqueológico Berruecos, han sido fundamentales para proteger y difundir este patrimonio. La elaboración de un guion museológico y el registro de colecciones ante el ICANH son pasos clave para su valoración y educación pública.

El turismo sostenible como oportunidad, significa la articulación del patrimonio arqueológico con planes de turismo sostenible que requieren el conocimiento y la apropiación por parte de la comunidad local. Una vez garantizada la conservación, estrategias como la promoción de rutas arqueológicas, la oferta gastronómica basada en productos locales y la creación de infraestructura turística respetuosa con el entorno, se puede convertir a Berruecos en un destino cultural de referencia en Nariño.

## Referencias

(Infobae, 2025). Escapando a Berruecos, el pueblo histórico de Nariño lleno de magia y encanto. <https://www.infobae.com/colombia/2025/02/12/escapando-a-berruecos-el-pueblo-historico-de-narino-lleno-de-magia-y-encanto/>

## Declaración uso inteligencia artificial

En la elaboración de este artículo, los autores utilizaron la herramienta/servicio ChatGPT para ajustar la redacción. Después, revisaron y modificaron cuidadosamente el contenido; por lo tanto, asumen la responsabilidad total de la publicación.



Volumen **9** No. 1

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# El poder transformador del emprendimiento. Más allá de los negocios

**Juan Diego Botina Realpe**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[jdbotina222@umariana.edu.co](mailto:jdbotina222@umariana.edu.co)

**Julián David Rosales Portilla**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[julrosales@umariana.edu.co](mailto:julrosales@umariana.edu.co)

**Cristian David Landázuri Mambuscay**

Estudiante de Ingeniería de Sistemas  
Universidad Mariana  
[cdlandazuri222@umariana.edu.co](mailto:cdlandazuri222@umariana.edu.co)

## Introducción

El emprendimiento es un aspecto importante en la actualidad, no solo por la parte de la formación de empresas, sino porque se ha convertido en una forma de vivir que fomenta la innovación, la creatividad y el desarrollo personal. En la medida en que la sociedad va evolucionando y se enfrenta a retos constantes, el espíritu emprendedor surge como un factor esencial para adaptarse tanto a nivel individual como en comunidad.

Este abarca mucho más que la creación de negocios, pues también se relaciona con la capacidad de saber identificar oportunidades, asumir los riesgos que sean necesarios y gestionar recursos para poder transformar esas ideas en realidades. Su impacto se refleja en factores como la economía, la capacidad de solucionar problemas y la perseverancia.

Además, influye en otros campos como la formación de una mentalidad innovadora o la generación de valor social, convirtiéndose en una herramienta necesaria para el progreso. Se puede capacitar a las generaciones futuras para que aborden y se fortalezcan en un mundo moderno, abrazando una mentalidad emprendedora. Con este artículo se pretende discutir el significado de ser un emprendedor más allá del negocio. Esto incluye puntos de vista positivos y negativos, el impacto social en todo el mundo y, la capacidad de fomentar la actitud emprendedora de los niños en un entorno que cambia rápidamente. Sin esta mentalidad, no se puede cosechar los frutos de un futuro lleno de oportunidades y éxito.

## **El emprendimiento: motor de innovación y desarrollo**

### **¿Qué es el emprendimiento?**

Es la capacidad que se tiene para idear, desarrollar y gestionar proyectos, ya sea en beneficio propio o con un impacto común, identificando una necesidad, controlando recursos, asumiendo riesgos calculados y persistiendo frente a momentos de incertidumbre. Más que solo una actividad económica, se trata de un motor para la innovación y el crecimiento, que impulsa a las personas a crear oportunidades en los desafíos que se les presentan.

La mayor parte de los emprendedores estará de acuerdo en que el éxito no es cuestión de suerte, sino del resultado del esfuerzo, la disciplina y la capacidad de adaptarse a un entorno que, por naturaleza, está en constante cambio.

### **¿Qué es el proceso emprendedor?**

El proceso emprendedor está conformado por varias etapas fundamentales, comenzando con la generación de una idea, luego la planificación y validación del proyecto, para después dar paso al lanzamiento y crecimiento de la iniciativa. Cada una de las fases nombradas requiere análisis, estrategia y resiliencia para superar las adversidades y lograr un impacto significativo.

**Figura 1**

*Etapas del proceso emprendedor*



*Nota.* Aebia Tecnología y Servicios (s.f).

**Tipos de emprendimiento**

El emprendimiento no es un concepto homogéneo. Existen enfoques distintos con impactos diversos, como se puede apreciar en la Tabla 1:

**Tabla 1**

*Comparación entre emprendimiento tradicional y emprendimiento social*

Característica	Emprendimiento tradicional	Emprendimiento social
Objetivo	Generar ganancias	Crear impacto social
Enfoque	Desarrollo de productos/ servicios	Solución de problemas sociales
Éxito medido en:	Beneficios económicos	Cambio social y sostenibilidad

*Nota.* Con base en datos de análisis teórico.

## Beneficios del emprendimiento en la vida de las personas

Los beneficios que aporta el emprendimiento pueden ser agrupados en tres ramas principales: el desarrollo de habilidades transferibles, a la cual le siguen el aumento de la confianza y la creación de valor social.

- **Desarrollo de habilidades transferibles:** en el proceso de emprender se requiere de competencias que se pueden ampliar en diversos campos de la vida; por ejemplo, las habilidades de planificación, comunicación y liderazgo, que son de vital importancia para el manejo de un negocio y, para el buen desempeño profesional y personal. Según el estudio de [Neck y Greene \(2011\)](#), el emprendimiento fortalece la capacidad de resolver problemas, la toma de decisiones estratégicas y la gestión del riesgo, habilidades clave en cualquier entorno laboral.
- **Aumento de la confianza:** emprender conlleva enfrentar desafíos y superar obstáculos, fomentando la autoconfianza y la resiliencia. La materialización de ideas y la superación de fracasos permite que las personas tengan más seguridad en ellas, dado que promueve una mejor mentalidad.
- **Generación de valor social:** más allá del beneficio individual, el emprendimiento impulsa la innovación y crea oportunidades de empleo. Según un informe del [Global Entrepreneurship Monitor \(GEM, s.f.\)](#), los emprendimientos contribuyen significativamente a la generación de empleo y a la transformación de comunidades, particularmente en economías emergentes. En el caso del emprendimiento social, su impacto se traduce en soluciones sostenibles para problemas sociales y ambientales, lo que refuerza la cohesión social y el desarrollo equitativo.

Bajo este escenario, se logra observar la importancia de emprender en la vida de las personas, tanto a nivel individual como colectivo, resaltando la mejora en las habilidades necesarias para vivir de buena manera, generando aportes significativos a la sociedad, aprendiendo a soñar, pero también a trabajar duro, consistentemente para hacer que se logre lo que se quiere.

**Tabla 2**

*Habilidades clave del emprendimiento y su aplicación*

<b>Habilidad</b>	<b>Aplicación en la vida cotidiana</b>
Planificación	Organización de proyectos personales y laborales
Comunicación	Mejora en negociación y trabajo en equipo
Resiliencia	Capacidad para enfrentar desafíos
Toma de decisiones	Evaluación de opciones y consecuencias

*Nota.* Con base en datos tomados de observaciones generales.

**Cómo promover el espíritu empresarial en niños**

Promover el emprendimiento en los niños requiere el uso de diversas estrategias que estimulen su desarrollo integral. Una de las más importantes es fomentar la curiosidad y la exploración, animándolos a investigar y experimentar para ampliar su capacidad de asombro. Esta actitud les permite desarrollar un pensamiento crítico y una disposición natural hacia la innovación.

También son importantes la creatividad y la imaginación, las cuales se pueden mejorar a través del juego y la resolución de problemas, haciendo que los niños aprendan a pensar fuera de lo normal y a encontrar soluciones no tan comunes a diferentes situaciones. De igual forma, se debe empezar enseñándoles habilidades básicas para solucionar problemas, guiándolos en la identificación de obstáculos y en buscar alternativas para superarlos.

Además, se debe fomentar la autonomía en la toma de sus decisiones, permitiéndoles asumir pequeñas responsabilidades y, ayudándoles a desarrollar confianza en sí mismos y a entender la importancia de las decisiones que toman. Igualmente, fortaleciendo su resiliencia y tolerancia al fracaso para que aprendan a manejar sus errores y los vean como oportunidades para aprender, en lugar de fracasos absolutos.

El trabajo en equipo y la colaboración se deben incentivar participando en proyectos grupales y actividades en las que tengan que ayudarse mutuamente, para que desarrollen habilidades sociales, aprender a negociar y a mirar las situaciones desde distintas perspectivas. Para poder potenciar

estas competencias se puede usar metodologías como el Aprendizaje Basado en Proyectos, el Aprendizaje Basado en Servicios y el Aprendizaje Basado en Retos. Además, herramientas que sirven directamente para el desarrollo de creatividad como el *Design Thinking* para formar una mentalidad emprendedora.

Por último, exponer a los niños a modelos emprendedores, resulta una estrategia poderosa. Compartir historias de emprendedores exitosos y experiencias reales les permite visualizar el impacto positivo del emprendimiento y a motivarse para desarrollar sus propias ideas.

Todas estas prácticas no solo les ayudan a fortalecer competencias como la creatividad, la organización y la resiliencia, sino que también los preparan para enfrentar los desafíos de su vida cotidiana y profesional de manera efectiva (Gacimartín, 2023).

## Figura 2

### *Actitud emprendedora*



Nota. Freepik (2025).

## Conclusiones

Más allá de la creación de negocios, el emprendimiento fomenta la innovación, el desarrollo personal y la capacidad de adaptación en un mundo en constante evolución. Su impacto se extiende tanto a la economía como al ámbito social, convirtiéndose en una herramienta clave para la solución de problemas y la generación de nuevas oportunidades.

Desarrollar una mentalidad emprendedora desde edades tempranas permite fortalecer habilidades como la creatividad, la resiliencia y la autonomía. La implementación de metodologías innovadoras y el aprendizaje basado en la práctica puede preparar a las nuevas generaciones para enfrentar los desafíos del futuro con mayor seguridad y eficacia.

Aunque el emprendimiento tradicional busca la rentabilidad, el emprendimiento social prioriza el impacto positivo en la sociedad. Ambos enfoques son fundamentales para el desarrollo sostenible, y demuestran que el éxito puede manifestarse tanto en el crecimiento económico como en el bienestar social.

### Referencias

- Aebia Tecnología y Servicios. (s.f.). ¿En qué fase de emprendimiento te encuentras? <https://www.aebia.com/fase-de-emprendimiento/>
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (s.f.). The world's foremost study of entrepreneurship since 1999. <https://www.gemconsortium.org>
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Business Venturing*, 49(1), 55-70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>



Volumen **9** No. 1  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# ¿Qué es la intención emprendedora?

**Edwin Tarapuez-Chamorro**

Profesor de Contaduría Pública  
Universidad del Quindío  
[eitarapuez@uniquindio.edu.co](mailto:eitarapuez@uniquindio.edu.co)

**Mario Hidalgo-Villota**

Profesor del Departamento de Economía  
Universidad de Nariño  
[mariohidalgo@udenar.edu.co](mailto:mariohidalgo@udenar.edu.co)

**Stefany Gómez-Gómez**

Estudiante investigadora  
Universidad del Quindío  
[sgomezg\\_2@uqvirtual.edu.co](mailto:sgomezg_2@uqvirtual.edu.co)

## Resumen

En este artículo se aborda diferentes enfoques conceptuales utilizados en el estudio de la intención emprendedora por parte de diversos autores. El objetivo de este trabajo consiste en analizar los marcos conceptuales de los principales estudios de intención emprendedora; con este propósito se realizó el análisis de información con base en 35 de los documentos recopilados por el Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad del Quindío, para el desarrollo del proyecto de investigación titulado 'Intención emprendedora en empresarios quindianos que cerraron sus empresas por la crisis del COVID-19'. A partir de este análisis se concluye que, la mayor parte de los documentos analizados enfoca la definición conceptual de la intención emprendedora como un término que denota planes para crear nuevos negocios. El documento incluye una propuesta de definición de los autores con base en los conceptos estudiados.

## Introducción

Uno de los temas de mayor investigación en el área de emprendimiento a nivel global es el de intención emprendedora (IE); sin embargo, diferentes investigadores y grupos de investigación utilizan como sinónimos, otras expresiones similares; entre ellas, intención empresarial, intención para crear empresa e, intención de montar un negocio. En este sentido, en muchas investigaciones no se realiza la debida precisión semántica sobre los términos con los que se expresa o se elabora las construcciones lingüísticas alrededor del concepto de IE.

Posiblemente, hay una confusión frecuente que tiene que ver con la imprecisión semántica en los conceptos mencionados que, aunque pueden tener una estrecha relación, también pueden contar con significados diferentes o que no correspondan exactamente para ser usados como sinónimos.

Dado que el marco conceptual o teórico de las distintas investigaciones busca, entre otras cosas, aclarar la situación previa del trabajo que va a desarrollar, su función más importante consiste en ordenar la información y presentarla. En este sentido, carecer de una claridad conceptual, puede conllevar errores en los resultados de investigación y, desfases entre sus distintos componentes.

Para mejorar esta situación, se propone analizar los distintos marcos conceptuales que utilizan las investigaciones actuales sobre IE y clarificar los diferentes sinónimos que se ha venido utilizando, con el propósito de clarificar si en realidad lo son o, si hay que proponer algunos ajustes pertinentes.

## Metodología

El enfoque utilizado en este trabajo es de carácter cualitativo y se relaciona con el método inductivo, que consiste en tomar los casos particulares de definiciones sobre intención emprendedora, para generalizarlos en un solo concepto que abarque las definiciones estudiadas.

El enfoque cualitativo presenta, entre otras, las siguientes particularidades: planteamientos más abiertos que se va enfocando poco a poco; no se fundamenta en la estadística; es inductivo y no tiene una secuencia lineal. Entre las bondades de este enfoque, se encuentra: la profundidad de los significados, la amplitud y la riqueza interpretativa.

Para la recolección de información de la presente monografía se recurrió a 35 documentos científicos recopilados por parte del Grupo de Investigación en Gerencia y Emprendimiento de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad del Quindío para el desarrollo del proyecto de investigación 1032, titulado 'Intención emprendedora en empresarios quindianos que cerraron sus empresas por la crisis del COVID-19'.

## Discusión

En general, el emprendimiento es la capacidad para hacer las cosas por sí mismo, promover iniciativas e introducir nuevos productos al mercado (Durán y Arias, 2017); o, la creación, lanzamiento y operación de nuevas empresas de nueva creación, a pequeña escala y a nivel convencional (Al-edenat y Al-hawamdeh, 2021). El vínculo entre el emprendimiento y la IE es la clave para comprender el proceso empresarial, dado que es el paso inicial en el complejo camino de crear nuevas empresas (Miranda et al., 2017).

Si bien no existe una única definición de IE, el término se ha utilizado en estudios anteriores para aludir a la voluntad de poseer y empezar una empresa propia (Bae et al., 2014) y, aunque la IE puede no reflejar la realidad, es posible que el emprendedor en potencia esté planeando fundar una compañía con base en hipótesis y supuestos errados y que, luego de intentarlo, su IE se quede solo en esta etapa, sin que llegue a ser el creador o propietario de un negocio.

Algunos autores han asumido la IE como un eslabón en el camino que siguen las personas que planean crear una empresa y que buscan generar su propia ocupación. En este sentido, la IE denota los planes de un individuo para lograr la independencia económica; esta similitud muestra varios matices similares; para algunos corresponde a la acción de autoemplearse y ser autosuficiente (Gervase et al., 2020) o, procurarse un autoempleo a través de la creación de una empresa (Küttim et al., 2014), trabajar por cuenta propia (Bazan et al., 2020) o, el solo deseo de tener un negocio propio (Nuseir et al., 2020), sin entrar en detalle en las motivaciones que conllevaría esta situación, entre otros aspectos.

Otros autores toman esta misma semejanza conceptual desde un punto de vista más simple y la ubican simplemente como un paso previo a la conducta emprendedora. Por ejemplo, la IE para Bird (1988) corresponde a un proceso que se lleva a cabo con antelación a determinado suceso; es decir, es un paso anterior a la creación de un negocio; para Thompson (2009), es la

certeza reconocida de forma autónoma por parte de las personas, quienes tienen como propósito, la creación de una empresa, para lo cual realizan planificación constante para lograr sus objetivos.

Entre todos los modelos que han surgido, la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) de [Ajzen \(1991\)](#) es la más utilizada. Este enfoque trabaja con actitudes, normas sociales y variables de control que, en conjunto, definen la intención de crear una compañía por parte de ciertas personas. A pesar de lo anterior, sus alcances han sido interpretados como puntos de vista complementarios. Algunos consideran la creación de empresas como un acto planeado ([Gervase et al., 2020](#)), como un catalizador del comportamiento empresarial ([Kautonen et al., 2015](#)) que precede a cualquier conducta encaminada hacia la fundación de nuevos negocios ([Contreras et al., 2017](#)) o, como la disposición individual a expresar un comportamiento empresarial real ([So et al., 2017](#)), aspecto que además puede servir para predecir el proceder de un individuo hacia la creación de su propia compañía ([Shirokova et al., 2016](#)).

La planeación es un componente común e importante en la definición de la IE dado que, si esta se concreta, se podrá ver sus resultados a futuro. En muchos casos, este factor está implícito en la misma definición de la palabra intención, como se anotó en apartes anteriores. De esta manera, la IE puede ser considerada como una idea en el campo de iniciar una empresa comercial en tiempo futuro ([Zapkau, et al., 2015](#)), de modo que también incluye la convicción y la planificación consciente de crear un nuevo negocio en fechas posteriores ([Liñán y Fayolle, 2015](#)). La IE es la variable clave utilizada para predecir la actividad emprendedora ([Carsrud y Brännback, 2011](#)); es decir, la creación de nuevas empresas es un paso que se da después de que las personas tienen la intención de hacerlo. En este sentido, la IE es un predictor fiable del espíritu emprendedor ([Contreras et al., 2017; 2021](#)) y, del comportamiento emprendedor ([Huang et al., 2021](#)), que se traduce en la acción empresarial propiamente dicha, sin la cual no se puede dar más pasos en el desarrollo de la empresa ([Liñán y Fayolle, 2015; Teixeira et al., 2018; Akinwale et al., 2019](#)).

Igualmente, hay un componente común en las definiciones, que tiene que ver con la individualidad propiamente dicha de la IE; así, esta se define como el grado de compromiso individual, determinación y disposición para poner el esfuerzo necesario para iniciar un nuevo negocio ([Farooq y Radovic-Markovic, 2016](#)); pese a lo precedente, la creación y puesta en marcha del negocio propiamente dicho ya no es un tema de ejecución individual, sino que vincula a más agentes y requiere la interacción de varios

factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos (Shapero, 1985).

A pesar de las semejanzas encontradas, existen, en general, tres modelos clásicos de IE, en los que se propone que la determinación de crear compañías nuevas surge de los constructos enfocados en la deseabilidad, la factibilidad percibida del comportamiento y, la propensión para actuar (Soria-Barreto et al. 2016). Ajzen (1991) considera que la deseabilidad es un factor de suma importancia en el estudio de la IE.

Pese a que varios documentos incluyen el estado de ánimo en su definición de IE, una diferencia conceptual importante se relaciona con el paso posterior a la IE en sí misma. En general, se encontró tres vertientes del estado de ánimo: la primera, que dirige y guía las acciones de los individuos hacia el desarrollo e implementación de nuevos conceptos e ideas de negocios para la creación de empresa (Bazan et al., 2020); la segunda, como el estado de ánimo de una persona para hacer crecer una compañía (Rasli, 2013) y, la tercera, el estado de ánimo para detectar y aprovechar oportunidades en el mercado (Shapero, 1985).

De otro lado, varios autores incluyen el estado mental de las personas en la definición de IE. De este modo, algunos estudiosos del tema asumen ciertas diferencias acerca de que ese estado mental de los individuos los dirige hacia la creación de una nueva empresa (Contreras et al., 2017), los puede impulsar a desarrollar un nuevo concepto de negocio (Chhabra et al., 2020), puede dirigir la atención, la experiencia y la acción hacia dicho concepto propiamente dicho (Bazan et al., 2020) o, puede tomarse como el deseo que tiene una persona para iniciar su propia compañía o, comenzar una actividad empresarial propia (Masri et al., 2021).

En este mismo sentido, la IE también se interpreta como el estado subjetivo de la mente de empresarios potenciales (Thompson, 2009) que precede y motiva la acción y la dirige hacia el objetivo de establecer un nuevo negocio (Fayolle et al., 2014); otros asumen que la IE está enfocada en la orientación mental, el deseo y la espera que intervienen en una iniciativa empresarial concreta (Peng et al., 2012). A pesar de lo anterior, adicionalmente se evidencia otra diferencia de fondo, ya que algunos autores posiblemente confunden la IE con la acción emprendedora y la asumen como un tipo personal de esfuerzo para aventurarse en la creación de empresas (Fietze y Boyd, 2017), cuando en la etapa de la IE los futuros emprendedores aún no han decidido crear su empresa, sino que apenas están en una etapa de decisión.

De otro lado, las actitudes se originan de la interacción entre las expectativas de comportamiento y la valoración individual que realiza cada persona; sin embargo, [Blair y Shaver \(2019\)](#) plantean la importancia suprema de una actitud positiva hacia el emprendimiento por parte de las personas. De esta manera, las actitudes pueden ser definidas como, la orientación hacia la acción que tienen los individuos, teniendo en cuenta su experiencia previa y su comportamiento ([Muslim et al., 2020](#)). Algunos estudiosos del tema asumen que la IE no conduce constantemente a un comportamiento emprendedor ([Carsrud y Brännback, 2011](#)); es decir, no todas las personas que tienen IE logran concretar sus planes emprendedores en una empresa real.

La IE es la intención y disposición de los individuos para realizar o plantear un determinado comportamiento y, el proceso de encontrar información que pueda usarse para lograr el propósito de formar un negocio o convertirse en empresario ([Thompson, 2009](#)); es un elemento clave que motiva a las personas para llegar a ser emprendedores ([Contreras et al., 2017; 2021](#)), aunque también puede estar condicionada por ámbitos individuales como la motivación, la personalidad, la experiencia previa y algunos otros como el contexto social y el económico ([Bird, 1988](#)). [Green et al. \(1996\)](#), por su parte, afirman que las características individuales pueden determinar el éxito de un empresario en la gestión de su emprendimiento.

[Shapero \(1985\)](#) señala que el conjunto de experiencias que experimenta un individuo a lo largo de su vida representa los antecedentes de la IE; esto quiere decir que todas aquellas situaciones y eventos positivos que un emprendedor experimenta, son factores clave que pueden motivar la creación de empresas.

Como puede verse en este aparte, la mayor cantidad de estudios sobre IE relacionan este término con el hecho de crear nuevas empresas, más que con el de hacer que estas crezcan.

La siguiente es la propuesta conceptual de IE derivada de este trabajo: la IE es el eslabón inicial en la cadena de valor de la creación de empresas; esto es, un acto planificado consciente en forma individual, que corresponde a una situación mental subjetiva, que guía y motiva el deseo de ciertas personas hacia la acción específica de fundar una compañía propia para ser autosuficientes, a la vez que incluye convicción, determinación, compromiso y actitud individual para lograr tal propósito o, para impulsar el crecimiento de un negocio ya creado. No obstante, la intención de crear un negocio no

necesariamente desemboca en un acto propiamente emprendedor; es decir, no todos los individuos que cuentan con IE terminan fundando una empresa o promoviendo el desarrollo de otra. De esta manera, IE y comportamiento empresarial no necesariamente están vinculados de manera causal.

### Conclusiones

La definición de intención, en general, vincula elementos de carácter espiritual, psicológico, comportamental y de visión de futuro acerca de los planes de los individuos. En el caso específico de la IE, los diferentes autores analizados en este trabajo incluyen elementos adicionales en la definición de este término, que les permiten acotarlo; varios de estos factores buscan adecuar una definición específica de acuerdo con el enfoque y los objetivos de sus investigaciones.

A pesar de lo anterior, la mayoría de los documentos analizados enfocan su definición conceptual implícita de la IE como un término que denota el propósito de crear nuevos negocios; solo una pequeña porción de ellos asume que la IE se relaciona con el fortalecimiento de empresas ya creadas.

En la bibliografía revisada no se evidenció documentos que incluyan aspectos como el modelo de negocio o la capacidad de gestión como elementos que soportan la IE, aunque, factores como estos sí son especificados en algunas definiciones relacionadas con la IE cuando se trata específicamente con la creación y puesta en marcha de nuevos negocios.

El análisis realizado permite concluir que, aunque existe una semejanza entre los conceptos de intención emprendedora e intención empresarial, el primero tiene una connotación más amplia que podría incluir aspectos sociales, ambientales y filantrópicos, en tanto que el segundo concepto se enfoca más puntualmente hacia las variables propias del negocio en sí mismo y con ánimo de lucro.

Asimismo, el emprendimiento social se puede llevar a cabo como modelo de negocio por empresas innovadoras que enfocan las ventas en resolver problemas socioeconómicos o ambientales que existen en la comunidad, permitiendo que sus compañías sean autosustentables, escalables y generen utilidades para seguir invirtiendo en el emprendimiento; estas tienen como características principales, alcanzar el éxito económico, basarse en la responsabilidad social y, comprometerse con el medio ambiente.

## Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akinwale, Y., Ababtain, A., & Alaraif, A. (2019). Structural equation model analysis of factors influencing entrepreneurial interest among university students in Saudi Arabia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 22, 1-14.
- Al-edenat, M. & Al-hawamdeh, N. (2021). Revisiting the entrepreneurial ventures through the adoption of business incubators by higher education institutions. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100419. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100419>
- Bae, T., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). Effect of the university on the social entrepreneurial intention of students. *New England Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 3-24. <https://doi.org/10.1108/NEJE-05-2019-0026>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Blair, C. A. & Shaver, K. G. (2019). Of horses and jockeys: Perceptions by academic entrepreneurs. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(2), 1-21. <https://doi.org/10.1515/erj-2019-0011>
- Carsrud, A. & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Chhabra, S., Raghunathan, R., & Rao, N. (2020). The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 76-92. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0034>

- Contreras, F., Espinosa, J., Soria, K., Portalanza, A., Jáuregui, K. y Omaña, J. (2017). Exploring entrepreneurial intentions in Latin American university students. *International Journal of Psychological Research*, 10(2), 46-59. <https://doi.org/10.21500/20112084.2794>
- Contreras, N., Espinosa, J. F., Salazar, G., & Vega, A. (2021). Entrepreneurial intention: A gender study in business and economics students from Chile. *Sustainability*, 13(9), 4693. <https://doi.org/10.3390/su13094693>
- Durán, E. y Arias, D. (2017). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores, *Gestión de la Educación*, 6(2), 83-102. <https://doi.org/10.15517/rge.v1i2.25490>
- Farooq, M. S. & Radovic-Markovic, M. (2016). Modelling entrepreneurial education and entrepreneurial skills as antecedents of intention towards entrepreneurial behaviour in single mothers: a PLS-SEM approach [Ponencia] *Fifth International Conference, Employment, Education and Entrepreneurship: Types, Current Trends and Future Perspectives*, <https://acortar.link/YVDvoQ>
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679-689. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0306-7>
- Fietze, S. & Boyd, B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(4), 656-672. <https://doi.org/10.1108/IJEBR08-2016-0241>
- Gervase, C., Muresherwa, G., Nchu, R., & Eresia-Eke, C. (2020). University students' perception of entrepreneurship as a career option. *Academia*, (20-21), 177-201. <https://doi.org/10.26220/aca.3446>
- Green, R., David, J., Dent, M., & Tyshkovsky, A. (1996). The Russian entrepreneur: A study of psychological characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 2(1), 49-58. <https://doi.org/10.1108/13552559610110718>

- Huang, Y., An, L., Wang, J., Chen, Y., Wang, S., & Wang P. (2021) The role of entrepreneurship policy in college students' entrepreneurial intention: the intermediary role of entrepreneurial practice and entrepreneurial spirit. *Frontiers in Psychology*, 12, 585698. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.585698>
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink M., (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-647. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Küttim, M., Kallaste, M., Venesaar, U., & Kiis, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.910>
- Liñán, F. & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship Management Journal*, 11, 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Masri, N., Abdullah, A., Asimiran, S., & Zaremohzzabieh, Z. (2021). Relationship between engagement in learning entrepreneurship education and entrepreneurial intention among vocational college students. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 29(S1), 19-38. <https://doi.org/10.47836/pjssh.29.s1.02>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113-122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Muslim, A., Harun, A., Ismael, D., & Othman, B. (2020). Social media experience, attitude and behavioral intention towards umrah package among generation X and Y. *Management Science Letters*, 10(1), 1-12. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.020>
- Nuseir, T., Basheer, M., & Aljumah, A. (2020). Antecedents of entrepreneurial intentions in smart city of Neom Saudi Arabia: Does the entrepreneurial education on artificial intelligence matter? *Cogent Business & Management*, 7(1), 1825041. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1825041>

- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012), Entrepreneurial intentions and its influencing factors: A survey of the university students in Xi'an China. *Scientific Research*, 3(8B), 95-100. <https://doi.org/10.4236/ce.2012.38B021>
- Rasli, A. (2013). Factors affecting entrepreneurial intention among graduate students of Universiti Teknologi Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 182-188.
- Shapero, A. (1985). *The Entrepreneurial Event*. Ohio State University.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention-behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386-399. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- So, I. G., Ridwan, A., Simamora, B. H., & Aryanto, R. (2017). Confirming entrepreneurial orientation dimensions and linking it with entrepreneurial intention among business students in Indonesia. *International Journal of Economics and Management*, 11(2), pp. 277-299.
- Soria-Barreto, K., Zuniga-Jara, S. y Ruiz-Campo, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: un caso de estudio. *Formación Universitaria*, 9(1), 25-34. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>
- Teixeira, S., Lopes, C., Rodrigues, R., & Guerra, M. (2018). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries. *International Journal of Innovation Science*, 10(2), 22-42. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0062>
- Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639-653. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.007>



Volumen **9** No. **1**

traves. emprend.

Ene-jun 2025

e-ISSN: 2539-0376

# Emprendiendo 'Home Solutions': directrices desde el espíritu innovador y creativo

**Frank Ángel Lemoine Quintero**

Profesor

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador

[frank.lemoine@uleam.edu.ec](mailto:frank.lemoine@uleam.edu.ec)

**Neyda María Morales Veliz**

Estudiante de Mercadotecnia

Universidad Laica Eloy Alfaro, Manabí, Ecuador

[e1311609976@live.uleam.edu.ec](mailto:e1311609976@live.uleam.edu.ec)

**María Yadira Moreira Valencia**

Estudiante de Mercadotecnia

Universidad Laica Eloy Alfaro, Manabí, Ecuador

[e1351167950@live.uleam.edu.ec](mailto:e1351167950@live.uleam.edu.ec)

**Mayerly Lisbeth Pin Peña**

Estudiante de Mercadotecnia

Universidad Laica Eloy Alfaro, Manabí, Ecuador

[ge1315340032@live.uleam.edu.ec](mailto:ge1315340032@live.uleam.edu.ec)

## Introducción

El emprendimiento en Latinoamérica representa una fuerza transformadora que impulsa el desarrollo económico, la innovación y la creación de empleo en la región. En un contexto donde muchas economías enfrentan desafíos como el desempleo, la informalidad y la desigualdad, el emprendimiento se convierte en una herramienta clave para generar oportunidades de crecimiento inclusivo y, dar solución a los inconvenientes familiares que prevalecen tanto a nivel social como de comunidad y, Ecuador no está exento a esto.

Los emprendimientos, desde la perspectiva innovadora, promueven la resiliencia económica, diversificando las fuentes de ingreso y fomentando la creación de empresas que responden a las necesidades locales y globales. A nivel cultural, refuerzan un espíritu creativo y audaz, desafiando las barreras tradicionales y fortaleciendo la identidad local en el mercado global, donde Ecuador muestra sus potencialidades de emprendimiento a nivel de país.

Las pequeñas y medianas empresas (PYME) son fundamentales para el desarrollo económico de países como Ecuador, ya que impulsan la creación de empleo, la innovación y el crecimiento del ingreso per cápita, con una fuerte presencia en sectores como comercio, servicios e industria. Las PYME enfrentan desafíos significativos en su acceso a financiamiento, ya que los créditos y los apoyos estatales no son suficientes para cubrir sus necesidades. Aunque representan una parte considerable del número total de empresas exportadoras, su participación en el volumen total de exportaciones sigue siendo limitada, lo que refleja las dificultades para expandirse en mercados internacionales y, la necesidad de soluciones de financiamiento más adaptadas a su realidad económica (Mendoza et al., 2019).

Por otra parte, es importante reconocer el rol de la academia y la universidad, dado que ambas ejecutan un papel fundamental en la generación de emprendimiento, al ser centros de conocimiento, investigación e innovación. Zambrano-Zambrano et al. (2023), Farías et al. (2023) y Sabando y Saltos-Riera (2021) exponen que, los emprendimientos actúan como incubadoras de ideas al proporcionar a los estudiantes y docentes una plataforma para desarrollar habilidades emprendedoras, acceso a recursos técnicos y redes de apoyo. Además, fomentan una cultura emprendedora a través de programas educativos, talleres, competencias y asesorías especializadas que impulsan la creatividad y el pensamiento crítico.

Las universidades, desde su rol social, posibilitan el acceso a investigaciones de vanguardia y colaboraciones con la industria, como explican Catota-Mesías et al., (2024), facilitando a los emprendedores, identificar oportunidades de negocio basadas en necesidades reales del mercado y, desde proyectos de vinculación, buscar oportunidades a nivel comunitario, como sostienen Cedeño et al. (2022) y, Joza y Bojorque (2023), respecto al emprendimiento y su incidencia en el financiamiento: al establecer vínculos con inversionistas, empresas y gobiernos, la academia se convierte en un eje dinamizador que conecta el conocimiento con el mundo empresarial, promoviendo la creación de empresas emergentes innovadoras y, el crecimiento de ecosistemas emprendedores locales y regionales.

Cabe resaltar que el Centro de Emprendimiento e Innovación Universitaria (CEIU) de la [Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí \(ULEAM, 2021\)](#) presenta una iniciativa esencial para conectar el conocimiento académico con las necesidades reales de distintos grupos de interés. La plataforma ofrece diversas propuestas para adentrarse en el mundo del emprendimiento, proporcionando las destrezas y herramientas necesarias para crear y fortalecer nuevas empresas. Además, se encuentra enmarcada en un ecosistema de innovación donde confluyen empresa, educación, Estado y sociedad.

Por consiguiente, desde su perspectiva, la ULEAM, como un actor clave del desarrollo profesional, social y humano, ofrece oportunidades concretas para mejorar la empleabilidad, especialmente en un contexto de alta tasa de desempleo. El enfoque en el fomento del emprendimiento a través del CEIU es una respuesta a esta realidad, basada en pilares fundamentales como el emprendimiento empresarial, académico y, la investigación y emprendimiento internacional. Estos pilares reflejan un enfoque integral que no solo promueve la creación de empresas y la capacitación emprendedora, sino que fomenta la colaboración con redes e instituciones internacionales, abriendo las perspectivas y oportunidades en un mundo globalizado ([Ramos, 2024](#)).

La dirección de vinculación y emprendimiento de la universidad, como una función esencial hacia la comunidad, asegurando el cumplimiento de las políticas nacionales y metas de desarrollo de Ecuador, ha direccionado acciones de mejoramiento y sostenibilidad a nivel comunitario. A través de programas y proyectos comunitarios, fomenta la integración de la universidad con las necesidades sociales, desarrollando en los estudiantes empatía, responsabilidad ambiental y habilidades para resolver problemas en los territorios intervenidos. Basada en la trilogía docencia-investigación-vinculación, promueve la transferencia de conocimientos y la colaboración entre comunidades e instituciones educativas. Actualmente, coordina 63 proyectos orientados a apoyar el desarrollo social, productivo y cultural en sectores urbanos, rurales y marginados mediante convenios de cooperación ([Ávalos, 2023](#)).

La extensión Bahía de Caráquez, como campus de la Uleam, implementa proyectos de vinculación con estrategias efectivas para fortalecer los emprendimientos comunitarios, fomentando la innovación y el emprendimiento a partir de las oportunidades detectadas. Desde la academia se promueve un espíritu transformador y creativo, al tiempo

que se desarrolla habilidades blandas esenciales para liderar los propios proyectos. Cabe indicar que se gestiona convenios con instituciones bancarias para ofrecer financiamiento accesible, permitiendo a los emprendedores utilizar indicadores clave como la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Retorno sobre la Inversión (ROI) para tomar decisiones informadas y optimizar la asignación de recursos, garantizando un crecimiento sostenible en el diseño de los emprendimientos.

La cátedra integradora de Neuromercadotecnia es fundamental para impulsar la generación de ideas emprendedoras y la creación de negocios en los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia. A través de su enfoque en la comprensión del comportamiento del consumidor y los procesos de toma de decisiones, permite a los jóvenes universitarios identificar oportunidades de mercado de manera más precisa y, desarrollar estrategias innovadoras que respondan efectivamente a las necesidades del público objetivo. Al integrar conocimientos de disciplinas como Dirección de Ventas, Mercadotecnia de Servicios, Geomarketing, Mercadotecnia Turística e Investigación de Mercado, fomenta la creatividad y la capacidad analítica en el diseño de propuestas de valor diferenciadas. Así, la cátedra no solo prepara a los estudiantes para enfrentar desafíos reales del entorno empresarial, sino que también les proporciona las herramientas necesarias para crear negocios sostenibles y exitosos, alineados con las demandas del mercado.

El principal problema identificado en la academia es la deficiente creación de emprendimientos sostenibles entre los jóvenes que estudian en la Extensión Bahía. Como objetivo, se ha propuesto realizar un diagnóstico sobre la percepción de los estudiantes respecto a la creación de emprendimientos en la zona de estudio, teniendo como caso de estudio, la carrera de Licenciatura en Mercadotecnia. Además, se busca analizar si la formación académica en emprendimiento responde a las necesidades del entorno. Finalmente, se pretende presentar una propuesta de emprendimiento que, desde su contexto, contribuye al desarrollo económico de la comunidad y a la generación de empleo por horas: 'Home Solutions'.

### **Fundamentación teórica que sustenta la investigación: Emprendimiento**

El emprendimiento es el proceso de aprovechar coyunturas no percibidas para crear un nuevo producto o proceso, siendo esencial para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía contemporánea. Farayibi (2015) afirma

que el emprendimiento es considerado el motor del crecimiento económico y una fuerza clave para la descentralización y la reestructuración económica.

Aunque [Ferrovial \(2025\)](#) especifica que el término *emprendimiento* hace referencia a la acción de emprender, el origen etimológico de esta palabra proviene del latín *prendēre*, es decir: atrapar, coger, tomar; sin embargo, [Rodríguez \(2025\)](#) considera que, es el esfuerzo que hace una persona o un grupo de personas para impulsar un proyecto, crear una empresa o, dar una solución innovadora. Por último, [Fayyaz et al. \(2009\)](#) lo definen como la capacidad de una persona para organizar y gestionar diversos factores de producción, para innovar, asumir riesgos y, enfrentar situaciones imprevistas.

Para [Calviño \(2022\)](#), el emprendimiento es el proceso de iniciar y llevar a término un proyecto de negocio por cuenta propia, cuya expresión se enmarca en una lógica acertada. [Quickbooks \(2024\)](#) direcciona su criterio en definirlo como un negocio que surge a partir de una persona o grupo de personas que tienen un espíritu inquieto, que buscan poner en juego su creatividad y ven la oportunidad de ofrecer una solución diferente a una necesidad existente, asumiendo diferentes riesgos. [Significados \(2024\)](#) explica que se refiere a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades.

El emprendimiento lo definimos como el proceso de identificar, desarrollar y llevar a cabo una idea innovadora, con el objetivo de crear valor, ya sea económico, social o cultural, de un bien. Este, a su vez, implica la capacidad de asumir riesgos, gestionar recursos y superar desafíos para transformar una oportunidad en un proyecto sostenible, como un negocio, una iniciativa social o un producto caracterizado por la creatividad, la proactividad y la orientación hacia el logro del objetivo trazado.

## Desarrollo

Los emprendimientos en el Ecuador han tenido una representatividad distinguida a nivel de Latinoamérica, donde se ha manifestado hacia actividades de comercio y a productos y servicios de forma general, y donde las universidades han desempeñado un papel protagónico. El presente estudio, desde una investigación cualitativa y cuantitativa, pretende demostrar que la Extensión Bahía forma profesionales capaces de aplicar los conocimientos adquiridos, en un emprendimiento efectivo y sostenible.

A través del método analítico explicativo se expone los resultados que se ha obtenido, para demostrar desde la oratoria, un bosquejo del emprendimiento 'Home Solutions'.

La población objeto estudio fueron estudiantes de la Extensión Bahía en el horario vespertino de la carrera de Mercadotecnia. A través de un muestreo aleatorio simple no probabilístico se tomó una muestra de 73 estudiantes en su totalidad. A través del software estadístico SPSS v. 26 se procesó el instrumento, con la finalidad de medir la fiabilidad del mismo y los respectivos análisis correlacionales de las variables objeto estudio.

Con la encuesta se pretendió medir la percepción de los estudiantes sobre su formación en emprendimiento en la Extensión Bahía. Se enfocó en tres áreas principales: la efectividad de las asignaturas para fomentar el emprendimiento, la alineación de estas con el mercado laboral, y los obstáculos percibidos para iniciar un negocio propio (Tabla 1).

**Tabla 1**

*Estadística de fiabilidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados</b>	<b>Núm. de elementos</b>
,508	,644	9

El análisis de la fiabilidad del cuestionario a través del Alfa de Cronbach indica que el valor obtenido de 0.508 refleja una consistencia interna moderadamente baja, lo que sugiere que los ítems no están midiendo de manera suficientemente coherente el constructo subyacente; en este caso, la percepción de la formación en emprendimiento. Idealmente, un Alfa de Cronbach aceptable debería ser de 0.7 o superior, por lo que los resultados actuales están por debajo de este umbral, indicando la necesidad de revisar los ítems del cuestionario.

Al evaluar el Alfa de Cronbach basado en elementos estandarizados, se observó un valor ligeramente superior de 0.644, lo que sugiere que la variabilidad en las escalas de los ítems podría estar afectando la consistencia interna general. Dado que el cuestionario consta de nueve ítems, es posible que algunos de ellos no estén alineados adecuadamente con el resto, reduciendo la coherencia de la medición, evaluando cada

resultado a través de la matriz de elemento de escala para eliminar los mayores valores asignados.

Al eliminar tres elementos del cuestionario original (sexo, carrera y cuál sería el mayor obstáculo para emprender), los resultados de las estadísticas de fiabilidad muestran una mejora significativa en la consistencia interna, con un Alfa de Cronbach de 0.642 y un Alfa basado en elementos estandarizados de 0.733. Estos nuevos valores indican que los ítems restantes están midiendo el constructo de forma más coherente y consistente, en comparación con la versión anterior del cuestionario, que arrojó un Alfa de 0.508. La eliminación de los elementos aparentemente no alineados refinó el cuestionario, excluyendo aquellos ítems que, posiblemente, introducían variabilidad no deseada y, afectaban la fiabilidad general.

El aumento del Alfa de Cronbach a 0.642, aunque aún por debajo del umbral ideal de 0.7, representa una mejora considerable, sugiriendo que los ítems restantes tienen una mayor correlación entre sí y una mayor capacidad para medir el constructo de interés de manera uniforme. El valor de 0.733 basado en elementos estandarizados, que supera el umbral de aceptabilidad de 0.7, refuerza la fiabilidad de los ítems restantes y sugiere que las respuestas están equilibradas y son más homogéneas cuando se consideran en una escala estandarizada, cuyo resultado se representa en la Tabla 2.

**Tabla 2**

*Estadística de fiabilidad para cinco elementos*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados</b>	<b>Núm. de elementos</b>
,642	,733	5

Con solo cinco ítems en la versión ajustada del cuestionario, la mejora en los valores del Alfa de Cronbach sugiere que estos elementos son suficientes para medir el constructo de manera efectiva, sin comprometer la consistencia interna. Sin embargo, es fundamental asegurar que esta reducción en el número de ítems no haya afectado la cobertura completa del constructo que se desea evaluar. Se recomienda realizar una revisión adicional de los cinco ítems para garantizar que continúan siendo representativos y que la eliminación de los otros elementos no ha resultado en la pérdida de información esencial. Un análisis adicional o un estudio piloto con esta

versión ajustada del cuestionario podría confirmar la efectividad de los cambios realizados y asegurar que la encuesta mide adecuadamente la percepción sobre la formación en emprendimiento en la Extensión Bahía.

Dados estos resultados, se expone los estudios de frecuencia descriptiva del interrogante: ¿En qué medida cree que las asignaturas relacionadas con el emprendimiento están alineadas con las demandas del mercado laboral actual? El resultado se expone a continuación, en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Similitud entre las asignaturas recibidas, con el emprendimiento*

	Parámetros	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nada alineadas	2	2,7	2,7	2,7
	Poco alineadas	1	1,4	1,4	4,1
	Moderadamente alineadas	25	34,2	34,2	38,4
	Muy alineadas	26	35,6	35,6	74,0
	Completamente alineadas	19	26,0	26,0	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Como se observa, la mayoría de los encuestados considera que existe una alineación significativa entre la formación académica y las necesidades del mercado laboral. De los 73 encuestados, el 34,2 % (25 estudiantes) calificó las asignaturas como 'Moderadamente alineadas' y, otro 34,2 % (25 estudiantes), como 'Muy alineadas', sumando un 68,4 % de respuestas positivas en cuanto a la adecuación de las asignaturas al mercado laboral. Además, un 26,0 % (19 estudiantes) consideró que las asignaturas están 'Completamente alineadas'. Estos resultados acumulados muestran que el 98,6 % de los estudiantes perciben, al menos, una moderada alineación de sus asignaturas con las demandas del mercado, reflejando una valoración favorable hacia la formación que están recibiendo.

Por otro lado, solo una pequeña fracción de los encuestados tiene una opinión negativa al respecto: el 2,7 % (dos estudiantes) considera que las asignaturas no están alineadas en absoluto ('Nada alineadas'), y el 1,4 %

(un estudiante) las calificó como 'Poco alineadas'. Esto indica que solo el 4,1 % de los estudiantes siente que la formación en emprendimiento no responde adecuadamente a las necesidades del mercado laboral actual. Estos resultados sugieren que la mayoría de los estudiantes perciben una buena alineación entre las asignaturas de emprendimiento y las demandas del mercado laboral actual, lo que podría indicar que las materias impartidas los están preparando efectivamente para enfrentar los desafíos profesionales en su campo. Esta percepción positiva puede ser un indicativo de la relevancia y actualización de los contenidos curriculares ofrecidos en la Extensión Bahía.

Sobre los resultados emitidos por los estudiantes, expusimos el siguiente interrogante: ¿Qué tan motivado se siente para emprender su propio negocio después de completar sus estudios en la carrera de Mercadotecnia? Los resultados aparecen en la Tabla 4.

**Tabla 4**

*Motivación para emprender su propio negocio*

	<b>Parámetros</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
	Poco motivado	1	1,4	1,4
	Neutral	11	15,1	16,4
Válido	Motivado	42	57,5	74,0
	Muy motivado	19	26,0	100,0
	Total	73	100,0	

Los resultados de la encuesta respecto a la motivación de los estudiantes para emprender su propio negocio tras completar sus estudios en la carrera de Mercadotecnia, expuestos en la Tabla 4, indican una tendencia mayoritariamente positiva. De los 73 encuestados, una amplia mayoría se mostró motivada para iniciar su propio emprendimiento; específicamente, el 57,5 % (42 estudiantes); y, un 26,0 % (19 estudiantes) indicó estar 'Muy motivado'. En conjunto, estas cifras reflejan que el 83,5 % de los encuestados tiene una inclinación positiva hacia el emprendimiento, lo que destaca un fuerte deseo de poner en práctica los conocimientos adquiridos en su formación académica.

Por otro lado, un 15,1 % (once estudiantes) mantuvo una postura 'Neutral' respecto a su motivación para emprender, lo que podría interpretarse como una reserva o una necesidad de mayor seguridad o recursos antes de tomar la decisión de iniciar un negocio propio. Solo un 1,4 % (un estudiante) reportó estar 'Poco motivado' para emprender, lo cual sugiere que, prácticamente, todos los estudiantes ven el emprendimiento como una opción viable, aunque algunos puedan requerir un impulso adicional o un entorno más favorable para consolidar su decisión. Este alto nivel de motivación general puede ser atribuido a la percepción positiva de los estudiantes sobre la formación en emprendimiento recibida durante su carrera, así como a la percepción de que las asignaturas están adecuadamente alineadas con las demandas del mercado laboral.

Se aprecia que, la motivación para emprender entre los estudiantes de Mercadotecnia de la Extensión Bahía es notablemente alta, lo cual es un indicio positivo del impacto que la formación académica está teniendo en su disposición para crear y liderar sus propios negocios. Sin embargo, el grupo de estudiantes con motivación neutral o baja podría beneficiarse de intervenciones adicionales, como mentorías, acceso a recursos financieros o, programas de desarrollo de habilidades prácticas que refuercen su confianza y capacidad para emprender exitosamente.

Que los obstáculos vigentes en la actualidad dificultan a los egresados a generar su propio emprendimiento, se manifiestan en el interrogante: ¿Cuál sería el mayor obstáculo que percibe para crear su propio emprendimiento?

**Tabla 5**

*Obstáculo que percibe para crear su propio emprendimiento*

	<b>Parámetros</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válido	Falta de acceso a financiamiento	41	56,2	56,2
	Insuficiente conocimiento práctico	5	6,8	63,0
	Escasa orientación académica	5	6,8	69,9

	Miedo al riesgo o al fracaso	16	21,9	91,8
Válido	Ausencia a redes de apoyo o mentores	1	1,4	93,2
	Limitado conocimiento del mercado	5	6,8	100,0
	Total	73	100,0	

El análisis de los resultados, referente a los obstáculos percibidos por los estudiantes para crear su propio emprendimiento, revela que el principal desafío e impedimento identificado es la 'Falta de acceso a financiamiento', con un 56,2 % (41 estudiantes). Este hallazgo subraya la importancia del acceso a recursos financieros como un factor crítico para los futuros emprendedores, evidenciando que, a pesar de la motivación y la formación académica, la disponibilidad de capital sigue siendo un obstáculo revelador que limita la capacidad de los egresados para iniciar sus propios negocios. Además de la falta de financiamiento, otros desafíos destacados incluyen el 'Miedo al riesgo o al fracaso', señalado por un 21,9 % (16 estudiantes). Este porcentaje expresa que una considerable proporción de estudiantes se siente vulnerable frente a la incertidumbre y los riesgos inherentes al emprendimiento, lo cual puede afectar su disposición a emprender, independientemente de su preparación académica.

Otros obstáculos mencionados, aunque en menor medida, incluyen: 'Insuficiente conocimiento práctico', 'Escasa orientación académica' y 'Limitado conocimiento del mercado', cada uno señalado por un 6,8 % (cinco estudiantes). Estas respuestas indican que, además del financiamiento, algunos estudiantes perciben que su preparación académica no cubre completamente las habilidades prácticas o los conocimientos específicos necesarios para enfrentar con éxito el emprendimiento. Esto resalta la necesidad de una educación más orientada a la práctica, con un enfoque en experiencias reales de mercado.

Un factor marginal, pero aún relevante, es la 'Ausencia de redes de apoyo o mentores', mencionado por un 1,4 % (un estudiante). Aunque es la menor de las preocupaciones, la falta de redes de apoyo puede representar una limitación significativa para aquellos que la enfrentan, ya que el acceso a mentores y redes de contactos puede proporcionar orientación crucial, apoyo moral y oportunidades que facilitan el camino emprendedor. A partir

de los análisis expuestos, no se puede ignorar las carreras que participaron en el presente estudio, por lo que a continuación se muestra, en la Tabla 6, los niveles de representatividad de estudiantes que, aunque no tienen todo un nivel de participación activa por múltiples razones, entre estas los horarios para aplicarla, se tomó como un estudio piloto para solo observar resultados previos pero que, a la vez, fueron relevantes.

**Tabla 6**
*Participación de estudiantes por carreras*

	Parámetros	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Enfermería	13	17,8	17,8
	Administración	4	5,5	23,3
	Auditoría	2	2,7	26,0
	Mercadotecnia	36	49,3	75,3
	Turismo	5	6,8	82,2
	Agronegocios	8	11,0	93,2
	Educación	5	6,8	100,0
	Total	73	100,0	

El análisis de la participación de estudiantes por carrera revela una distribución variada entre las diferentes áreas de estudio en la Extensión Bahía. Se destaca que la carrera de Mercadotecnia tuvo la mayor representación, con un 49,3 % (36 estudiantes) de los encuestados, lo que podría reflejar un mayor interés en temas de emprendimiento o, una mayor disponibilidad y acceso a la encuesta, debido a la alineación de sus horarios con la recolección de datos. La fuerte representación de esta carrera sugiere que los resultados del estudio podrían estar particularmente influenciados por sus percepciones y experiencias.

En contraste, otras carreras como Enfermería (17,8 %), Agronegocios (11,0 %), Turismo (6,8 %), y Educación (6,8 %) tuvieron una participación menor, lo cual podría deberse a limitaciones de horario, falta de interés específico en el tema del emprendimiento o, simplemente, por el horario en

el que fue aplicada. La carrera de Administración mostró una participación particularmente baja, con solo un 5,5 % (cuatro estudiantes). Auditoría fue la menos representada, con un 2,7 % (dos estudiantes). Esta baja participación podría limitar la generalización de los resultados a estas carreras, ya que las percepciones y desafíos específicos de los estudiantes en estas áreas podrían no estar suficientemente capturados en el análisis.

Es importante destacar que este estudio se realizó como piloto, con el objetivo de observar resultados preliminares que puedan guiar investigaciones futuras más exhaustivas y representativas. Aunque la muestra no es completamente representativa de todas las carreras, los resultados obtenidos aún proporcionan información valiosa sobre las percepciones generales de los estudiantes sobre su formación en emprendimiento y, los obstáculos que enfrentan para iniciar sus propios negocios. Los hallazgos señalan la necesidad de ajustar futuras encuestas para asegurar una mayor participación y representatividad de todas las carreras, lo cual permitirá obtener una visión más completa y precisa de las necesidades y desafíos específicos que enfrentan los estudiantes en sus trayectorias hacia el emprendimiento.

### **Propuesta de emprendimiento**

Desde la cátedra integradora de Mercadotecnia de Servicios de sexto semestre de Mercadotecnia y la actividad de práctica y pasantía, se observó diferentes comportamientos en servicios, imagen, entre otros, que provocan un deterioro de la actividad comercial y de servicios en los negocios ubicados en Leónidas Plazas y Bahía de Caráquez. Por consenso del grupo estudiantil, se determinó desarrollar una aplicación móvil que se adapte a las exigencias del mercado. Por ello surgió 'Home Solutions', una aplicación móvil diseñada para satisfacer las necesidades de los clientes potenciales mediante la oferta de diversos servicios, involucrando tanto la transferencia de bienes tangibles como intangibles. La producción y el consumo de estos servicios ocurren simultáneamente, y su calidad y características pueden variar; es por esto que la aplicación personaliza los servicios, adaptándose a las necesidades específicas de cada segmento de clientes, cuyo logo se muestra a continuación.

## Figura 1

Logo de 'Home Solutions'



Nota. Diseño realizado por estudiantes de Mercadotecnia (2024).

Se esclarece que este emprendimiento se está fomentando, en la medida que los estudiantes que lo integramos vamos avanzando con el aprendizaje de cátedras que se recibirá en los próximos semestres lectivos.

### Conclusiones

El estudio de literatura, artículos y trabajo de titulación facilitó reconocer que el emprendimiento es la opción que en la actualidad tienen los estudiantes universitarios para generar nuevas alternativas de negocios, crear nuevas fuentes de empleos y fomentar estrategias sólidas de sostenibilidad económica a través del espíritu innovador y creativo de los estudiantes.

La encuesta aplicada a estudiantes de siete carreras vigentes en la Extensión Bahía facilitó determinar que las principales causas de los estudiantes al emprender se relacionan con la falta de acceso a financiamiento, como el principal obstáculo percibido; 56,2 %, más de la mitad de los estudiantes, identificaron no contar con ayuda, generando como estrategias, la búsqueda de alianzas con instituciones gubernamentales que denoten interés por el emprendimiento.

A pesar de la alta percepción de alineación entre las asignaturas de emprendimiento y las demandas del mercado laboral, un 68,4 % considera

que las asignaturas relacionadas con el emprendimiento están, al menos, moderadamente alineadas con las necesidades del mercado laboral actual. Este hallazgo sugiere que la formación académica en la Extensión Bahía es percibida como relevante y útil, aunque podría beneficiarse de ajustes adicionales para aumentar aún más la percepción de su pertinencia, especialmente mediante la inclusión de experiencias más prácticas y adaptadas a las realidades del mercado.

### Referencias

- Ávalos, I. (2023). La ULEAM presentó 63 proyectos de vinculación y emprendimiento. <https://www.uleam.edu.ec/la-uleam-presento-63-proyectos-de-vinculacion-y-emprendimiento/>
- Calviño, F. (2022). ¿Qué es el emprendimiento y qué se necesita para triunfar? <https://www.shopify.com/es/blog/que-es-el-emprendimiento>
- Catota-Mesías, V. D., López-Moreno, J. L. y Catota-Mesías, E. I. (2024). Plan de negocios, el camino a fortalecer el emprendimiento desde la academia. *Revista de Investigación Sigma*, 11(1), 126-134. <https://doi.org/https://doi.org/10.24133/4dd98789>
- Cedeño, A. M., Morante, J. L. y Uvidia, J. S. (2022). Responsabilidad social empresarial: proyecto de vinculación con la sociedad uleam. *Journal Business Science*, 3(2), 21-31. <https://doi.org/https://doi.org/10.56124/jbs.v3i2.0003>
- Farayibi, A. (2015). Entrepreneurship as a driver of economic growth: Evidence from enterprise development in Nigeria. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/https://doi.org/10.2139/ssrn.2852865>
- Farías, M. Y., Rivadeneira, C. y Zambrano, A. (2023). La innovación y el emprendimiento en el sector agroindustrial del cantón Chone Manabí - Ecuador. *Journal Business Science*, 4(1), 46-64. <https://doi.org/https://doi.org/10.56124/jbs.v4i1.0004>
- Fayyaz, A., Mian, S., & Khan, J. (2009). State of entrepreneurship and globalisation in Pakistan. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(3). <https://doi.org/10.1504/IJBG.2009.023499>
- Ferrovial. (2025). Definición de emprendimiento. <https://www.ferrovial.com/es/recursos/definicion-de-emprendimiento/>

- Joza, A. X. y Bojorque, E. (2023). El financiamiento y su incidencia en los emprendimientos locales del sector 'La Revancha' de Manta 2022. *Revista Científica y Arbitrada de Ciencias Sociales y Trabajo Social*, 6(12), 42-61. <https://doi.org/https://doi.org/10.56124/tj.v6i12ep.0100>
- Mendoza, A., Ávila, P., Pinargote, H. y Fernández, L. (2019). Decisiones de financiamiento de las pymes ecuatorianas. *Suplemento CICA Multidisciplinario*, 3(8), 30-42.
- Quickbooks. (2024). ¿Qué es emprendimiento? Definición y Concepto. <https://quickbooks.intuit.com/global/resources/es/emprendimiento/que-es-emprendimiento/>
- Ramos, P. (2024). Uleam y universidades manabitas firmaron convenio con el MIES. <https://www.uleam.edu.ec/uleam-y-universidades-manabitas-firmaron-alianza-para-fortalecer-a-emprendedores/>
- Rodriguez, N. (2025). Emprendimiento: qué es, características, tipos y ejemplos. <https://blog.hubspot.es/sales/guia-emprendimiento#ejemplos>
- Sabando, E. R. y Saltos-Riera, J. I. (2021). Coworking: una alternativa para el emprendimiento sostenible. *Journal Business Science*, 2(2), 13-21.
- Significados. (2024). ¿Qué es un emprendimiento? <https://www.significados.com/emprendimiento/>
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM). (2021). Centro de Emprendimiento e Innovación Universitaria. <https://www.uleam.edu.ec/centro-de-emprendimiento-e-innovacion-universitaria/>
- Zambrano-Zambrano, M. T., Zambrano-Alcívar, K. G. y Chiriboga-Mendoza F. R. (2023). Resultados de investigación de la Maestría en Administración de Empresas: Mención en Innovación empresarial y emprendimiento. Cohorte I. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Chone. *Revista Científica de Educación Superior y Gobernanza Interuniversitaria*, 4(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.56124/aula24.v4i7.maestria-administracion-empresas>



Volumen **9** No. 1  
traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376

# Análisis de la regulación jurídica de las NFT en Colombia

**Yashir Jurado Rodríguez**

**Alejandra Zuleta Medina**

**Adriana Lagos Mora**

Investigadores

Universidad CESMAG y Escuela Normal Superior de Pasto

## Introducción

La elaboración del artículo se basó en la tecnología de los token no fungibles (TNF) y su impacto en el contexto en la regulación jurídica del comercio electrónico en Colombia, en especial en lo relacionado con el arte digital, que le ha dado infinitas posibilidades que, para el derecho, se traducen en inseguridad jurídica, partiendo de la base de que las obras digitales bajo esta tecnología son originales y auténticas, lo que conlleva un mayor atractivo para introducirlas en el comercio electrónico y, conseguir monetización a través de redes sociales de comunicación, lo que da un indicio de la falta de regulación en este campo del conocimiento socio jurídico actual, que requiere de una visión multidisciplinar e internacional, dado que las fronteras en el ciberespacio se desdibujan, pasando la regulación jurídica a ámbitos internacionales a través de instrumentos como los icoterms, dada la incursión del llamado e-commerce, y el uso de los smart contracts o contratos inteligentes, lo que genera la necesidad de que los abogados incursionen en el litigio ante estamentos externos a la nación, como lo es la Cámara de Comercio Internacional (CCI).

La metodología utilizada fue la investigación cualitativa, mediante el análisis documental, para lo cual se realizó un estudio hermenéutico y minería de datos, para obtener la información necesaria que permita analizar el tema planteado en la pregunta problema.

## ¿Qué son y cuál es el impacto de los NFT en el ordenamiento jurídico colombiano entre los años 2018 y 2022?

En cuanto a la sociedad electrónica, [Bunge \(2003\)](#) indica:

Hace pocos años, al empezar a popularizarse las computadoras electrónicas y, sobre todo, al introducirse Internet, nació una nueva utopía: la sociedad electrónica o virtual. Esta sería una sociedad en la que las relaciones cara a cara serían reemplazadas por comunicaciones a través de la pantalla. Todos viviríamos en el ciberespacio. (p. 209)

El ciberespacio se presta para infinidad de acciones; es un medio, pero el fin; depende de la persona que lo usa y de las finalidades que le motivan al uso de las redes sociales o medios de comunicación digital. Al respecto, [Bunge expresa \(2003\)](#): “La imaginación puede complementar la realidad, pero no sustituirla. Usémosla para mejorar la realidad; no para escapar de ella. Y no usemos el Internet si no tenemos nada interesante que decir” (p. 213).

[Cuesta et al. \(2021\)](#) refieren que

El arte digital, una subcategoría del llamado «Arte de los nuevos medios», presenta múltiples formas y está en continua evolución, paralela a los dispositivos que la posibilitan. [...] El éxito comercial de estas piezas se debe a que, junto con el archivo de la obra, incluyen un tipo de certificado criptográfico, los non-fungible-tokens o NFT, que recogen los datos de la obra y los inscriben en una cadena de bloques o blockchain, transformando una obra múltiple y difusa en un ítem digital único y rastreado, cuya propiedad puede transmitirse como se haría con cualquier otro objeto del mundo offline. (pp. 1-2)

[Mendoza et al. \(2022\)](#) mencionan que los NFT en el comercio electrónico tienen un gran impacto en la creatividad en el arte digital. [Lavanda y Gastañadú \(2022\)](#), por su parte, refieren que es preciso ampliar la perspectiva al respecto, dado que permiten la evolución del comercio electrónico, amplían las fronteras del derecho a través del uso de los contratos inteligentes, permiten profundizar en el tema de los derechos de autor en el ciberespacio, evolucionan el concepto de los NFT relacionados con obras digitales, como garantía para certificar la autoría de obras de arte originales y, significan un avance en cuanto a la identificación de la piratería.

## Metodología

La investigación se basa en el enfoque interpretativo de jurisprudencia, normas, doctrina, conceptos internacionales, incoterms, entre otros, lo cual requiere de un estudio documental tanto físico como de medios de información virtual como RefWorks – ProQuest, Cielo y Google Académico.

El procedimiento investigativo consistió en la revisión de documentos en físico y en plataformas electrónicas; el estudio fue de tipo descriptivo. La información obtenida se organizó de manera sistemática, depurando los documentos menos relevantes y las bases secundarias, esencialmente en búsqueda de fuentes primarias, con la meta de lograr unas conclusiones que permitieran responder la pregunta problema y, llevar a efecto los objetivos planteados.

Se efectuó un diagnóstico previo mediante la recolección de experiencias de los judicantes y/o egresados del programa de Derecho de la Universidad CESMAG, lo que permitió realizar el proceso de reflexión y caracterización previa que sirvió de insumo para identificar los actores del cambio esperado.

A continuación, se presenta los resultados de la investigación principal sobre competencias digitales de los profesionales del derecho, en un mundo globalizado.

## Resultados y Discusión

La contribución del proyecto de investigación radicó en evidenciar la necesidad de las ‘Competencias tecnológicas de los profesionales del derecho en un mundo globalizado’, que van desde el aporte de un marco legal internacional, nacional y local que sirva de directriz dentro del Estado colombiano, en cuanto al tema de los NFT que forman parte de las competencias tecnológicas del perfil actual en la carrera de derecho, estando en un contexto de tecnologías 4.0 o las superiores que están en curso; por ejemplo, en lo relacionado con la computación cuántica, entre otras, la inteligencia artificial, los desarrollos tecnológicos en las distintas profesiones y oficios como el caso del *desing thinking* y el *legaltech*, que permiten innovar la prestación del servicio del derecho.

Como lo indica [Lozano \(2022\)](#), el Código General del Proceso da la posibilidad a los administradores de justicia, de efectuar el decreto de medida cautelar innominada, de modo que por vía de jurisprudencia se ha logrado ordenar que se cree una billetera virtual de NFT, similar al manejo que se le da en

Estados Unidos, como un mecanismo de protección de los bienes de la parte demandante.

En cuanto al objetivo general, que consistió en el empoderamiento de los judicantes y/o egresados del programa de Derecho de la Universidad CESMAG de la ciudad de Pasto, Nariño, Colombia, frente a las competencias tecnológicas que les permitieran asumir los retos laborales del mundo globalizado, se logró generar concientización de la baja aplicación de las herramientas tecnológicas básicas y del conocimiento limitado respecto de los avances en ciencia, tecnología e innovación.

Con respecto a los objetivos específicos, se encontró que fue útil la caracterización de la población entre los estudiantes en proceso de grado que optaron por la judicatura y/o egresados, frente a las competencias laborales tecnológicas, dado que se pudo establecer que existía inicialmente una apatía general por este tipo de temáticas cuando inició la investigación docente, lo que cambió en el contexto de pandemia por COVID-19 y que fue en crecimiento luego de ese suceso mundial que obligó a todas las personas del mundo de las diversas ocupaciones, a abocarse prácticamente de forma obligada al mundo tecnológico, como un medio para sobrevivir a la pandemia, en términos relacionales con la familia, la sociedad, el estudio, el trabajo, la religión y, hasta el ocio. Así se vio materializado, con la expedición por parte del Decreto legislativo 806 de 2020, por medio del cual se tomaron medidas para implementar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en las actuaciones judiciales.

Respecto al segundo objetivo específico, que fue proponer una política institucional transversal para que el profesional del derecho adquiriera competencias laborales para asumir los retos del mundo tecnológico, se tomó el insumo de la caracterización resultante, para diseñar una política institucional transversal para que este profesional cuente con las competencias tecnológicas y de innovación aplicables al campo laboral, para asumir los retos del mundo tecnológico, con base en la [Ley 2213 de 2022](#), mediante la que se ordenó la vigencia permanente del Decreto Legislativo 806 de 2020, persiguiendo la finalidad de mantener el avance en materia de la alianza entre las TIC y la profesión del Derecho en Colombia, que habían resultado benéficas durante la pandemia y que lo seguirían siendo, como medio para el acceso a la justicia, la celeridad, flexibilización de trámites y atención a los ciudadanos.

Finalmente, es preciso anotar que la política institucional apunta a la adquisición de competencias tecnológicas digitales que preparen a los

profesionales del derecho para afrontar los retos laborales en la nueva realidad generada post Covid-19, por ser una situación mundial que trastocó el proyecto de investigación, lo que generó la necesidad de ajustes y una visión innovadora que se adhiera a las actuales circunstancias tanto de hecho como de normas.

### **Conclusiones**

El resultado final del análisis permitió determinar que los NFT forman parte del universo de acontecimientos coyunturales que van transformando día a día la realidad de las distintas profesiones, incluyendo el derecho.

En segundo término, para mayor claridad del lector, se puede decir sin temor a equivocarse, que los NFT parten de la palabra 'fungible', que es un término coloquial en el argot jurídico, el que ilustra los bienes que se puede sustituir o reemplazar; por ejemplo, el dinero, las criptomonedas, al ser bienes muebles, son susceptibles de consumirse.

Por su parte, los tokens no fungibles, al ser aquellos bienes que no pueden consumirse ni sustituirse, tienen la facultad de servir como títulos digitales, con la garantía de que son auténticos e irremplazables, constituyéndose por su naturaleza en un certificado de propiedad que permite la prevención del fraude. Es así como, en la actualidad, se ha pensado incluso en otorgar tarjetas profesionales o títulos académicos a través de NFT.

En el ámbito del derecho, los NFT son asumidos como activos en forma digital, que hacen las veces de una utilidad, en el comercio o en la actividad legal.

En Colombia, hasta el año 2022 no había una regulación en materia normativa para el caso de los NFT y las monedas virtuales, asumidos como activos digitales; sin embargo, la realidad imperante ha obligado a resolver conflictos por la vía de la jurisprudencia.

### **Recomendaciones**

El Estado colombiano requiere de manera urgente generar un cuerpo normativo acorde con los acuerdos y tratados internacionales, con los incoterms, dejando normas abiertas a los posibles cambios y la evolución normativa en materia del derecho de las nuevas tecnologías de la información, los desarrollos en todas las áreas del derecho existentes y disruptivas, la innovación, la inteligencia artificial y las comunicaciones.

De igual manera, es preciso unificar jurisprudencia para hacer frente a la regulación del comercio electrónico, la protección de activos digitales, los derechos humanos en conexión con los derechos digitales, la protección de la dignidad e integridad del ser humano frente a los avances de la ciencia, la tecnología y la innovación.

La labor de investigación permitió visibilizar que los profesionales del derecho, en especial los egresados y judicantes de la Universidad CESMAG, en la ciudad de Pasto, Nariño, Colombia, requieren mayor énfasis en las competencias tecnológicas digitales para afrontar los retos de innovación, avances tecnológicos y científicos a nivel global.

### Referencias

Bunge, M. (2003). *Cápsulas*. Editorial Gedisa.

Cuesta, S., Fernández, P. y Muñoz, S. (2021). *NFT y arte digital: nuevas posibilidades para el consumo, la difusión y preservación de obras de arte contemporáneo*. *Artnodes*, (28), 1-10.

Decreto 806 de 2020. (2020, 4 de junio). Presidencia de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=127580>

Lavanda, M. y Gastañadú, A. (2022). Desmitificando a los non fungible tokens: la tecnología que está revolucionando el arte digital. *ITA US ESTO*, (16), 27-53.

Ley 2213 de 2022. (2022, 13 de junio). Congreso de la República de Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=187626>

Lozano, J. S. (2022). Acerca del decreto de medidas cautelares a las carteras virtuales y NFTs: nuevas situaciones jurídico-procesales. <https://icdp.org.co/acerca-del-decreto-de-medidas-cautelares-a-las-carteras-virtuales-y-nfts-nuevas-situaciones-juridico-procesales/>

Mendoza, B. F., Izquierdo, L. F., Mendoza, A. C. (2022). Los NFT en el comercio electrónico y su impacto en el arte digital. *Revista de Investigación Multidisciplinaria*, 4(16), 31-34.



## Guía para los autores

### Travesía EMPRENDEDORA

La revista *Travesía EMPRENDEDORA* es un medio de divulgación del conocimiento que ofrece la Unidad de rendimiento de la Universidad Mariana, su objetivo principal es dar a conocer el trabajo realizado por estudiantes, egresados y docentes en relación a temas de emprendimiento e innovación que se desprende de la actividad académica y educativa; es una publicación semestral.

Los textos postulados para su publicación deberán seguir los lineamientos del Manual de Publicaciones de la *American Psychological Association* APA 7.ª edición. Los aportes serán presentados en el programa Microsoft Word ([descargar plantilla](#)), en hoja tamaño carta con las siguientes márgenes: superior 2,5 y derecho, izquierdo e inferior 2,0 cm, empleando como tipo de letra Roboto, con un interlineado sencillo (1,0) y una extensión mínima de 4 y máxima de 10 páginas incluyendo figuras y tablas.

El material a publicar debe ser enviado y deberá ser enviado a través del sistema Open Journal Systems (OJS) de la revista: <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprenedora/user/register>, una vez que se cumpla con la totalidad de los requisitos que se presentan a continuación:

**Título:** El título no deberá exceder las 10 palabras, asimismo, será claro, concreto y preciso.

**Autor/es:** Posterior al título deberá ir el nombre del autor/es, seguido desufiliación laboral programa al que pertenece y correo electrónico.

**Contenido o desarrollo:** El texto deberá ordenarse en coherencia con los objetivos comunicativos propuestos, en donde predomina contenido tipo ensayo. La estructura que se sugiere es la siguiente: introducción, desarrollo, conclusiones, referencias.

**Figuras y tablas:** Para el caso de las figuras (gráficas, diagramas, mapas, dibujos, fotografías e ilustraciones), deben ubicarse en el lugar respectivo dentro del texto, estarán numeradas y descritas con una leyenda en la parte superior izquierda que comience con la palabra "**Figura**", en donde se consigne brevemente el contenido del elemento allí dispuesto, en cursiva y sin punto final. Para el caso de las tablas, estas deberán contener –preferiblemente- la información cuantitativa que menciona el texto, se enumerarán y contarán con una leyenda descriptiva ubicada en la parte superior izquierda del elemento, la cual iniciará con la palabra "**Tabla**", su descripción debe ir en cursiva y sin punto final, nose aceptan tablas como imágenes, deberán estar insertadas en el archivo. Para todas las figuras y tablas se señalará la fuente de donde son tomadas; por favor, abstenerse de ubicar material que no cuente con el permiso escrito del autor y de los participantes (**adjuntar el consentimiento firmado**), así como la calidad y legibilidad. Emplear las figuras y tablas únicamente cuando sean necesarias, no debe redundar la información que expresan con el contenido textual, asimismo, serán autoexplicativas, sencillas y de fácil comprensión. Las figuras deben ser enviadas en archivos independientes con mínimo 300 dpi en formato JPG o PNG.

Todas las opiniones y afirmaciones presentes en esta publicación son responsabilidad exclusiva de los autores, por ello, declaran que los contenidos desarrollados son propios, y que la información tomada de otros autores y obras, artículos y documentos publicados está correctamente citada.

Para formalizar la recepción del artículo, el o los autores deberán enviar debidamente diligenciados los siguientes formatos:

Formato 1. [Declaración de condiciones.](#)

Formato 2. [Identificación de autore investigación.](#)

Formato 3. [Licencia de uso parcial.](#)

## Citas

Tipo de cita	Formato y ejemplo
Cita textual de menos de 40 palabras	<p><b>Con énfasis en la cita:</b> "Cita" (Autor, año, página)</p> <p>Una situación de variaciones "tanto un escenario en el que los elementos en escena cambian con el transcurso de tiempo" (Acosta, 2004, p. 112), como también aquellas circunstancias donde la modificación de estado se presenta relacionada...</p>
	<p><b>Con énfasis en el autor:</b> Autor (año, página) "cita"</p> <p>Una situación de variación según Acosta (2004, p. 112), es que "tanto un escenario en el que los elementos en escena cambian con el transcurso de tiempo "como también aquellas circunstancias donde la modificación de estado se presenta relacionada...</p>
Cita textual de más de 40 palabras	<p><b>Con énfasis en la cita:</b> "Cita" (Autor, año, página)</p> <p>Como el juicio tuvo lugar en ausencia del reo, el juez ordenó a un piquete de soldados reducir a prisión al señor Miño, pero él había emprendido viaje a Lima días atrás.</p> <p>El segundo jurado, llegado el momento de la calificación del delito, dijo: el jurado de la calificación declara al señor doctor Domingo Miño culpable del quebrantamiento del artículo 759 del Código Penal en primer grado. Acogió el juez el anterior veredicto y condeno al doctor Miño.(Ortiz,1975,p.213).</p>
	<p><b>Con énfasis en el autor:</b> Autor (año, página) "cita"</p> <p>Como el juicio tuvo lugar en ausencia del reo, el juez ordenó a un piquete de soldados reducir a prisión al señor Miño, pero él había emprendido viaje a Lima días atrás, en ese sentido y de acuerdo con Ortiz (1975):</p> <p>El segundo jurado, llegado el momento de la calificación del delito, dijo: el jurado de la calificación declara al señor doctor Domingo Miño culpable del quebrantamiento del artículo 759 del Código Penal en primer grado.Acogió el juez el anterior veredicto yc ondeno al doctor Miño.(p.213)</p>
Paráfrasis	<p><b>Con énfasis en la cita:</b> "Cita" (Autor, año, página)</p> <p>La información va tomando cada vez más relevancia, como activo para las empresas e instituciones, ya sean públicas o privadas; pero, estan o se obtiene ya 'elaborada', sino que se la consigue en forma de datos, los cuales deben ser registrados mediante sistemas transaccionales u hojas de cálculo y, posteriormente, analizados, para poder obtener información útil para la empresa o institución (Vargas, 2016).</p>
	<p><b>Con énfasis en el autor:</b> Autor (año, página) "cita"</p> <p>En ese sentido, para Vargas (2016), la información va tomando cada vez más relevancia, como activo para las empresas e instituciones, ya sean públicas o privadas; pero, esta nose obtiene ya 'elaborada', sino que se la consigue en forma de datos, los cuales deben ser registrados mediante sistemas transaccionales u hojas de cálculo y, posteriormente, analizados, para poder obtener información útil para la empresa o institución.</p>
Varios autores en una cita	<p>Cuando hay 2 autores siempre se citarán sus apellidos separados por "y" Rivera y Vera (2017) afirman que...</p>
	<p>Cuando hay 2 o más autores se cita el apellido del primero seguido de "et al." Hernández et al. (2022) afirman...</p>
	<p>Cuando se trata de un autor corporativo, la primera vez se cita el nombre de la organización y la sigla; la segunda solo se usa la sigla. Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022), afirma que...</p>

## Referencias

Es la última sección del manuscrito. Aquí deberán figurar todas las referencias citadas; su orden se establecerá de manera alfabética y siguiendo las disposiciones del *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association APA 7ª edición*. A continuación, se presenta los tipos de fuentes más empleados al momento de estructurar un manuscritocientífico, como también, el formato y ejemplo correspondiente para cada caso. Se recomienda incluir el DOI de aquellos artículos, libros o capítulos de libros que se encuentren disponibles en línea.

Tipo de fuente	Formato y ejemplo
<b>Libro impreso individual</b>	Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). <i>Título</i> . Editorial.
	Mora, J. (2013). <i>Los dilemas de la investigación</i> . UNIMAR.
<b>Libro impreso colaboración</b>	Primer apellido, Inicial del nombre.; Primer apellido, Inicial del nombre. y Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). <i>Título</i> . Editorial.
	Mora, J., Martínez, G. y Fernández, A. (2012). <i>Pensamiento creativo</i> . ECOE Ediciones.
<b>Capítulo de libro impreso</b>	Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). Título del capítulo. En Inicial del nombre, Apellido del editor (Ed.), <i>Título del libro</i> (pp. Inicial – final). Editorial.
	Mora, J. (2011). Pensamiento complejo. En L. Castrillón (Ed.), <i>La máquina humana</i> (pp.115-152). Ariel.
<b>Revista Impresa</b>	Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). Título del artículo. <i>Título de la revista</i> , volumen (número), pp. Inicial–final.
	Mora, J. (2011). Teoría y ciencia. <i>Revista Colombiana de Investigación</i> , 11(4), 98-115.
<b>Revista electrónica</b>	Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). Título del artículo. <i>Título de la revista</i> , volumen (número), pp. Inicial–final. DOI
	Mora, J. (2011). Teoría y ciencia. <i>Revista Colombiana de Investigación</i> , 11(4), 98-115. <a href="http://10.1007/978-3-642-1757">http://10.1007/978-3-642-1757</a>
<b>Documento web</b>	Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). Título. Dirección web.
	Mora, J. (2010). Reacciones y emociones en los juegos. <a href="http://www.reacciones-emocionales.com">http://www.reacciones-emocionales.com</a>
<b>Tesis en repositorios institucionales</b>	Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). <i>Título</i> [Tesis de nivel, Universidad o Institución]. Nombre del repositorio. URL de localización.
	Morán, A. (2011). <i>Competencia argumentativa oral</i> [Tesis de Maestría, Universidad Mariana]. Repositorio Dspace UNIMAR. <a href="http://recursosbiblioteca.uvalle.co/tesisdigitales/pdf.html">http://recursosbiblioteca.uvalle.co/tesisdigitales/pdf.html</a>
<b>Tesis en la web</b>	Primer apellido, Inicial del nombre. (Fecha de trabajo). <i>Título</i> [Tesis de nivel, Universidad o Institución]. Archivo digital. URL de localización.
	Morán, A. (2011). <i>Competencia argumentativa oral</i> [Tesis de Maestría, Universidad Mariana]. Archivo digital. <a href="http://recursosbiblioteca.uvalle.co/tesisdigitales/pdf.html">http://recursosbiblioteca.uvalle.co/tesisdigitales/pdf.html</a>

**Proceso de evaluación:** El Equipo Editorial de la revista *Travesía EMPRENDEDORA* realizará los ajustes pertinentes a los textos, con el propósito de dar mayor precisión, claridad, coherencia a la propuesta escritural postulante, por lo que se solicita a todos aquellos interesados en enviar sus aportes, escribir con toda la rigurosidad a la que haya lugar, de igual manera, emplear debidamente las reglas ortográficas y gramaticales de la escritura, estructurando el texto en general a través de párrafos claros, coherentes y objetivos. El Equipo Editorial decide sobre la aceptación o rechazo de los textos postulados, partiendo del cumplimiento de las políticas, criterios, disposiciones y condiciones que la publicación ha establecido para la aceptación inicial de los aportes escriturales, cabe mencionar que, tanto las disposiciones afirmativas como negativas serán comunicadas a los autores, quienes conocerán las razones por las que el manuscrito fue aceptado o rechazado. Paralelamente, el Editor de la publicación junto con el Equipo Editorial seleccionarán aquellos aportes que cumplen con las calidades exigidas por la publicación, clasificándolos posteriormente según su área y temática. Es preciso mencionar que se remitirá a los autores las pruebas galeras de los artículos previamente a la publicación, en donde se revisará la disposición del escrito en la publicación, cabe aclarar que en esta etapa no se aceptará nuevos párrafos, frases o secciones para agregar, ya que solo se limitará el proceso a las correcciones de posibles erratas de digitación.

**Convocatorias de escritura:** Al ser una publicación semestral, anualmente habrá dos cierres de convocatoria, los cuales serán programados y publicados previamente por parte del Editor de la revista.

**Contraprestaciones:** Aquellos autores que publiquen en la revista *Travesía EMPRENDEDORA* recibirán el link de acceso a la publicación, en donde podrá visitada.

La revista *Travesía EMPRENDEDORA* dispone de una [política de uso de la inteligencia artificial](#) que los autores deben conocer y aplicar de manera rigurosa. El desconocimiento de esta política puede ocasionar el rechazo de un manuscrito o la retractación de una publicación.

*Travesía EMPRENDEDORA* cuenta con su espacio web <https://revistas.umariana.edu.co/index.php/travesiaemprendedora> donde están consignadas las versiones anteriores.




TRAVESÍA  
EMPREDEDORA

9<sup>o</sup>  
Volumen No. 1

traves. emprend.  
Ene-jun 2025  
e-ISSN: 2539-0376



Universidad  
**Mariana**

Res. MEN 1362 del 3 de febrero de 1983

