

Tipo de artículo: investigación

Aproximación a empresas y emprendedores spin-off en el departamento del Valle del Cauca, Colombia

Approach to spin-off companies and entrepreneurs in the department of Valle Del Cauca – Colombia

Abordagem para empresas e empreendedores spin-off no departamento de Valle Del Cauca - Colômbia

Por: Alejandro Quiñonez-Mosquera¹
& Juan David Meza-Ocampo²

Revista En Contexto
Tecnológico de
Antioquia, Colombia
ISSN: 2346-3279
E-ISSN: 2711-0044
Periodicidad: Semestral
Julio - Diciembre 2025
encontexto@tdea.edu.co



Doi:
10.53995/23463279.1512
Recibido: 18/09/2023
Aprobado: 30/11/2024

Cómo citar

Quiñonez-Mosquera, A., & Meza-Ocampo, J. D. (2025). Aproximación a empresas y emprendedores spin-off en el departamento del Valle del Cauca, Colombia. *En Contexto*, 13(24), 39-65. <https://doi.org/10.53995/23463279.1512>



Resumen: Los resultados de investigación globales dan cuenta de que la manifestación de las *spin-offs* universitarias es reciente y su estudio aún más reciente. Colombia no ha avanzado, significativamente, en su comprensión. Esto justifica conocer los perfiles de los emprendedores *spin-offs* en el Valle del Cauca. La metodología de enfoque mixto, descriptivo y correlacional, con análisis de fuentes secundarias, permitió hacer un perfil de este tipo de empresas y emprendedores en el Valle del Cauca. Se

¹ Docente de la Universidad de los Llanos. Integrante del grupo de investigación Estudios en Sostenibilidad Urbana y Empresarial. Contacto: gquinonez@unillanos.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3996-657X>

² Egresado de la Universidad de los Llanos. Integrante del grupo de investigación Estudios en Sostenibilidad Urbana y Empresarial. Contacto: juan.meza@unillanos.edu.co Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2552-7215>

clasificaron y analizaron 67 empresas y perfiles de emprendedores. Identificando características socio-demográficas y realizando comparación con datos del Global Entrepreneurship Monitor, GEM.

Palabras clave: *Spin-offs* universitarias; Empresas relacionadas con investigación universitaria; Emprendimiento universitario; Perfil emprendedor; Valle del Cauca.

Abstract: The global research results show that the manifestation of university *spin-offs* is recent and their study is even more recent. Colombia has not advanced significantly in its understanding. This justifies knowing the profiles of Spin Offs entrepreneurs in Valle del Cauca. The methodology of mixed approach, descriptive and correlational, with analysis of secondary sources, which allowed profiling this type of companies and entrepreneurs in Valle del Cauca. Sixty-seven companies and profiles of entrepreneurs are classified and analyzed. Identifying sociodemographic characteristics and making comparisons with data from the Global Entrepreneurship Monitor.

Keywords: University Spin offs; Companies related whit university research; Academic entrepreneur; University entrepreneurship; Entrepreneur profile; Valle del Cauca.

Resumo: Os resultados da investigação global mostram que a manifestação das *spin-offs* universitárias é recente e o seu estudo é ainda mais recente. A Colômbia não avançou significativamente na sua compreensão. Isso justifica conhecer os perfis dos empreendedores de Spin Offs no Valle del Cauca. A metodologia de abordagem mista, descritiva e correlacional, com análise de fontes secundárias, que permitiu um perfil deste tipo de empresas e

empreendedores no Valle del Cauca. Sessenta e sete perfis de empresas e empreendedores foram classificados e analisados. Identificação das características sócio-demográficas e comparações com os dados do Global Entrepreneurship Monitor.

Palavras-chave: Spin Offs universitários, Empresas relacionadas com a investigação universitária, Empreendedorismo universitário, Perfil empreendedor, Valle del Cauca.

Códigos JEL: L26, M13, O32, I23.

Introducción

La presente investigación permite la identificación de diferentes elementos asociados con *spin-offs* universitarias (SOU), ecosistema emprendedor, emprendedores universitarios y la caracterización del departamento del Valle del Cauca. Partiendo del término *spin-off* dado por la normatividad (Ley 1838, 2017, art.1):

Aquella empresa basada en conocimiento y resultados de investigación, sobre todo aquellos protegidos por derechos de propiedad intelectual, gestados en el ámbito de las IES (Instituciones de Educación Superior) resultados de actividades de investigación y desarrollo realizadas bajo su respaldo, en sus laboratorios e instalaciones o por investigadores a ellas vinculadas, entre otras formas.

Vale la pena señalar que, en el contexto nacional, se están potenciando las capacidades de transferencia de conocimientos y resultados de investigación por parte de las IES, siendo un factor fundamental para el progreso académico y social de la comunidad, como también de las empresas tipo *spin-off*; por esta razón, “Colombia ha venido fortaleciendo a lo largo de estos últimos años sus políticas públicas, con el fin de potenciar la transferencia de conocimientos de los resultados de investigación de las universidades a la sociedad”. (Zapata, 2013, p. 89)

Adicionalmente, de acuerdo con Varela, “las universidades tienen la responsabilidad de ser fuente directa del proceso económico a través de la creación de nuevas empresas, nuevas tecnologías, nuevos productos, nuevos empresarios, nuevas formas administrativas, nuevas formas de capacitación al personal, nuevas formas de generación de valor agregado y de conocimiento (2005, p 2).

Por lo tanto, con el paso del tiempo tienden cada vez más a intervenir como actor principal en el desarrollo económico y empresarial, emergiendo la necesidad de generar aportes a la sociedad y contribuir en su desarrollo. Es así, como utilizan mecanismos que se encuentren relacionados con la creación de empresas de forma directa, corroborando con su papel como actores en el sistema de innovación.

Diversos investigadores plantean que se recomienda el desarrollo de SOU, como mecanismo de transferencia del conocimiento y de los resultados de investigación al mercado, respondiendo a la necesidad de desarrollar alternativas para la apropiación social y la transferencia y continuidad del conocimiento (Aceytuno y Cáceres, 2009; Caldera y Debande, 2010; Africano, 2011; Macho y Pérez, 2009; Monge *et al*, 2011).

De acuerdo con el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación, Minciencias, y la Corporación Tecnova, para el caso de Colombia, se formularon la política y la agenda Spin-off Colombia con la participación de un grupo de universidades. Si bien el estudio del fenómeno de las SOU es reciente en el mundo, en el país falta profundizar en la comprensión de este. Esto implica conocer cuáles son realmente las empresas SOU, los actores involucrados en su creación, su ciclo de vida y necesidades. Todo lo anterior, con el fin de generar procesos efectivos de fortalecimiento a esta forma de transferencia de resultados de investigación.

Como lo expresa Varela, las universidades son quienes tienen la responsabilidad de fortalecer de manera directa el proceso económico con la generación de nuevas empresas, empresarios, tecnologías, productos y formas administrativas, de capacitación al personal, de generación de valor agregado y de conocimiento (Varela, 2005).

En particular, la economía del territorio vallecaucano “ha logrado desarrollar su capacidad productiva en diversos sectores de la actividad económica, especialmente el manufacturero, agroindustrial y de servicios” (Hurtado *et al*, 2014, 213). Como resultado ha alcanzado un liderazgo y competitividad departamental relevante, comparado con otros en Colombia; entre otros, por la articulación con un gran número de empresas multinacionales, considerando que varias de las más grandes de Colombia se encuentran en el Valle del Cauca.

Por lo anterior, las Instituciones de Educación Superior, IES, tienen un papel fundamental en el desarrollo empresarial y económico del Valle del Cauca, que parte de la premisa fundamental de lo que es la academia para la sociedad y así ofertar programas de grado profesionales en el departamento del Valle del Cauca y promover el emprendimiento como base de desarrollo social y económico; juntando esfuerzos mediante un rol articulador entre Estado y Empresa, formando la consecución y continuidad de cadenas productivas entre municipios o instituciones en el departamento (Innpulsa Colombia, 2018).

Continuando con las IES del Valle del Cauca, la cobertura a nivel departamental es de 52 instituciones catalogadas en el Ministerio de Educación Nacional, con una tasa de cobertura del 42,7% y los graduados en formación universitaria representan el 7,8% frente al total nacional. Cabe resaltar que las universidades del Valle y la ICESI, son las dos Instituciones de Educación Superior que cuentan con acreditación de Alta Calidad y tienen domicilio principal en el departamento (Ministerio de Educación Nacional Colombia, 2017).

El presente artículo es un acercamiento a la construcción de perfiles para los emprendedores de SOU en el Valle del Cauca. Busca ser base para futuras investigaciones en cuanto a los emprendedores relacionados con investigación universitaria y con las SOU.

De acuerdo con Obando, las SOU “deben contar con la participación de la comunidad educativa, ya sea docente, ya sea estudiante, siempre con el apoyo de investigadores” (2017, p. 65). Esto aporta al desarrollo y al beneficio común, a través de la transferencia de resultados de la investigación y el conocimiento desde la universidad; contribuyendo al fortalecimiento de empresas basadas en conocimiento e innovación. Según Rodeiro-Pazos, repercute positivamente en la sociedad a través de la creación de empresas gestadas sobre la base del conocimiento universitario, que demuestran de forma palpable e importante el papel de las universidades en la economía del conocimiento (Rodeiro-Pazos *et al*, 2010).

El análisis de la personalidad emprendedora ha evolucionado para incluir en las investigaciones las observaciones de los factores sociales y su interacción, como las características personales, con el fin de predecir y explicar el comportamiento emprendedor. Moriano señala desde el modelo de Sonnenfelt y Kotter (1982) que las variables psicosociales claves para definir un perfil emprendedor se agrupan en los ámbitos: personal, familiar y sociolaboral. Sobre ello, Páez y García indican que

las condiciones como los modelos familiares, la experiencia laboral, educación, apoyo social y el dimensionamiento de valores individualistas versus valores colectivistas, ya que, en el caso de los primeros, los sujetos tienden a valorar más la independencia y la autorrealización, mientras que los de valores colectivistas preferirían sobre todo la seguridad y la armonía de las relaciones interpersonales. (Páez y García, 2015, p. 56).

La presencia de SOU en el Valle del Cauca fortalece la relación académico-empresarial, mejorando la oferta y calidad laboral e impulsando la innovación. Puesto que, como lo indica Africano, las SOU son organizaciones que permiten dinamizar el desarrollo económico en las regiones que se crean, especialmente si estas tienen tradición industrial y tecnológica, por tener condiciones más favorables (Africano, 2011). Como es el caso del departamento.

Asimismo, la economía en este departamento ha tenido un crecimiento en los últimos tres años y con ello los sectores industria, agroindustria, comercio y demás aportan el 9,7% del Producto Interno bruto (PIB) del país. También, la

diversificación del tejido empresarial ha permitido el desarrollo e integración de empresas relacionadas con la moda, la belleza, la bioenergía, los *macro-naks*, entre otros, seguido del desenvolvimiento de la economía vallecaucana como parte del ámbito cultural que permite la creatividad y el dinamismo de las empresas (Dinero, 2017).

Finalmente, como los señala Obando, las SOU con una tendencia relativamente nueva en el ambiente de la universidad en Colombia, se articula como estrategia para el cumplimiento de la misión de la institución y de las acciones de apropiación, responsabilidad y extensión del conocimiento a la sociedad (Obando, 2017). Lo que lleva a una necesidad de identificación precisa de cada una de ellas, mediante los datos de registro mercantil, de actividad económica y de las instituciones de educación superior de origen.

Metodología

La metodología de la investigación es de tipo descriptivo-correlacional y de enfoque mixto. Se realizó un proceso de análisis de fuentes secundarias, con la información suministrada por Minciencias de las convocatorias a grupos de investigación de 2016 a 2018. Esto permitió obtener una base de datos de todas las SOU desarrolladas en el Valle del Cauca, con el fin de analizar las características e identificar los emprendedores a nivel departamental. Cabe resaltar que el seguimiento de los emprendimientos es resultado del trabajo del grupo de investigación en Sostenibilidad Urbana y Empresarial, los cuales se complementaron en esta investigación. Dentro del proceso metodológico se realizaron las siguientes acciones para el logro de los objetivos propuestos.

Al inicio fue necesario dividir los emprendimientos, resultado de la investigación, por departamentos; esta investigación tomó como objeto de estudio el departamento del Valle del Cauca.

Como primera medida, se realizó la validación de la existencia de la SOU por medio de la revisión de sus datos en el Registro Único Empresarial o Social, RUES. Esto permitió conocer con detalle las características de la SOU e identificar su actividad económica de acuerdo con el código de Clasificación de Actividades Económicas, CIIU; así como su principal actividad económica, ciudad de domicilio, tipo de sociedad y representante legal. Se investigaron diferentes plataformas sociales (páginas web, LinkedIn, Facebook y Twitter), donde los emprendedores suelen divulgar información relacionada con la empresa, lo cual es muy valioso

para conocer más a fondo estas empresas resultado de la investigación, para complementar la información de los emprendimientos en el Valle del Cauca. Esto generó una base de datos depurada y permitió un acercamiento al reconocimiento de cada SOU y del ecosistema emprendedor de ese departamento.

Posteriormente, se verificó el listado de empresas resultado de la investigación; considerando los requisitos formales y teóricos para que estas empresas sean clasificadas como SOU y se diseñó un instrumento soportado en la teoría y en los datos disponibles sobre los perfiles de los emprendedores.

Después se realizó el envío del instrumento a las 74 EBTS identificadas, como actividad fundamental para desarrollar el primer objetivo específico, de identificar el emprendedor de empresas resultado de la investigación en el Valle del Cauca.

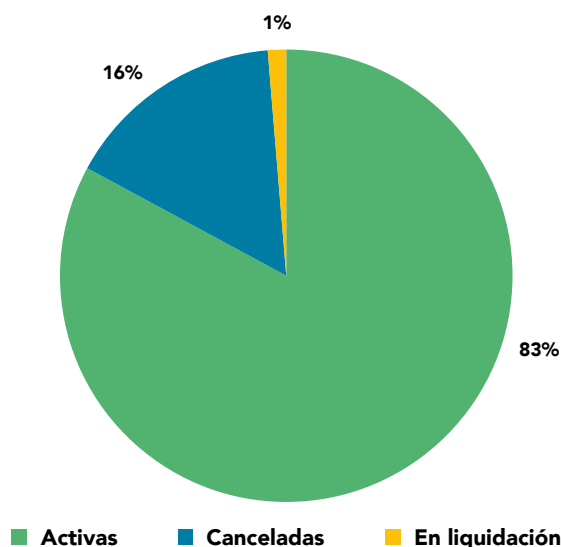
El instrumento fue respondido por 30 empresas. La información recopilada es la que se presenta en este artículo para caracterizar a los emprendedores SOU del Valle del Cauca. El tratamiento de la base de datos y la encuesta se realizó con apoyo en Excel y uso del programa de análisis estadístico SPSS, versión 22.

Resultados

Con el objetivo de establecer las diferencias entre los emprendedores SOU y el conjunto de emprendedores del Valle del Cauca, se tomó contacto con los empresarios reportados a Minciencias por los grupos de investigación de las universidades, como relacionados con empresas resultado de la investigación, a quienes se les aplicó el instrumento investigativo.

Empresas SOU en el Valle del Cauca

Como se indica en la metodología, para la identificación de las empresas SOU en el Valle del Cauca, con base en la información suministrada por Minciencias y a esta entidad por los grupos de investigación, se realizó una búsqueda de datos en el RUES, relacionado con cada una de las Empresas Reportadas, ER. Se identificó si las SOU se encontraban activas o canceladas, también su primer año de inscripción en Cámara de Comercio, el CIU, la ciudad de domicilio y tipo de organización.

Gráfico 1. Empresas resultado de la investigación

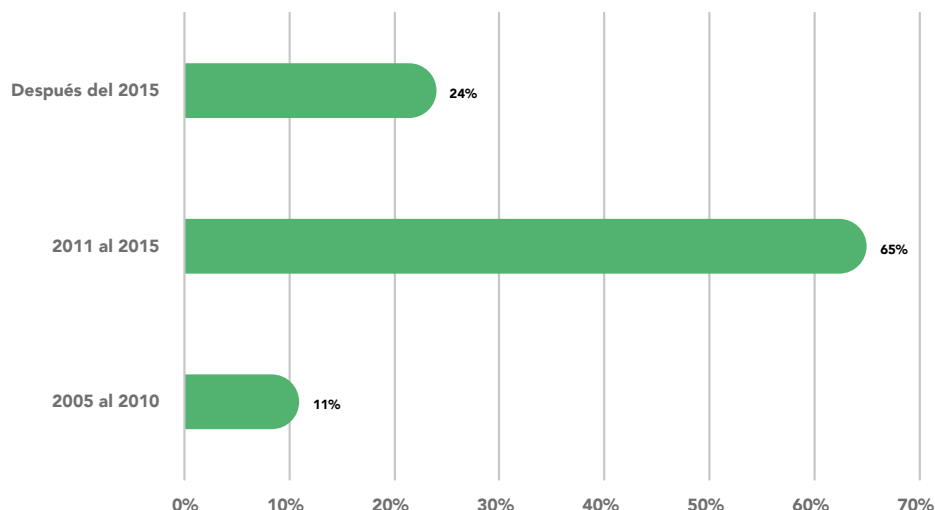
Fuente. Autores.

Se identificaron 441 empresas resultado de la investigación a nivel nacional, en el año de 2019; de las cuales, 74 tienen su domicilio principal en el departamento del Valle del Cauca. De estas, el 83% están activas, el 16% están canceladas y el 1% está en liquidación.

Periodo de fundación

Como se puede observar, los periodos de fundación predominantes son del 2011 al 2015 con el 65%, seguido por los emprendimientos fundados después del 2015, con el 24% y, por último, los emprendimientos fundados del año 2005 al año 2010, con el 11%.

Gráfico 2. Periodo de Fundación

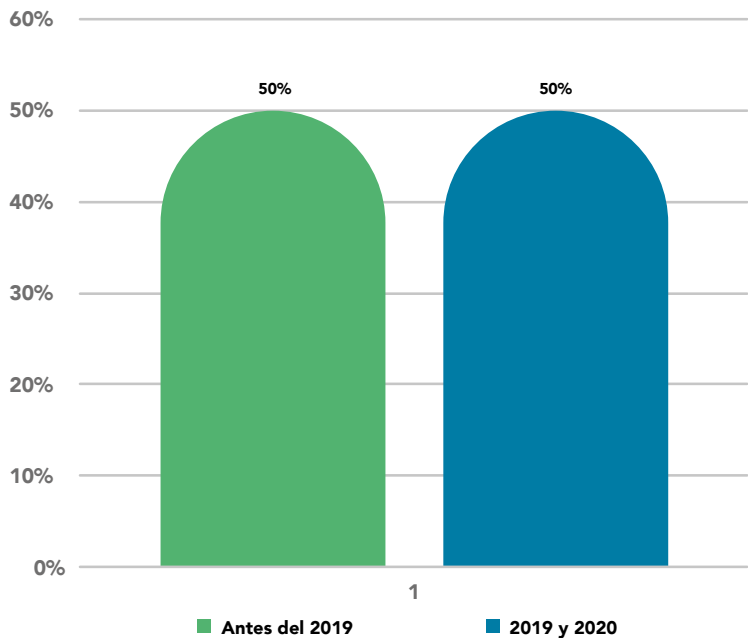


Fuente. Autores.

Último año de renovación

Respecto al año de renovación de la matrícula mercantil, se observa un balance equilibrado, en el que el 50% de los emprendedores aún siguen comprometidos con sacar adelante su empresa y tienen su matrícula mercantil renovada, mientras que el otro 50% muy seguramente desistió de su emprendimiento, ya que no tiene su matrícula mercantil al día.

Gráfico 3. *Último año de renovación*

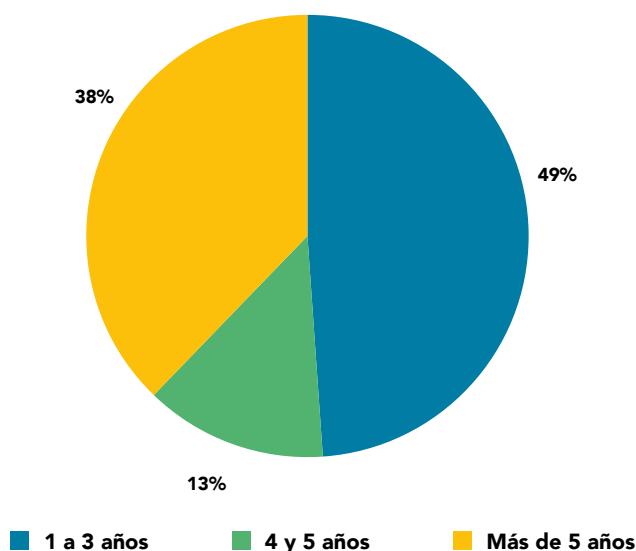


Fuente. Autores.

Operatividad empresarial

En cuanto al periodo de operatividad empresarial, se sabe que al iniciar un proyecto hay un periodo en el que aún son insolventes, donde los costos son mayores que los beneficios y se encuentran con un camino lleno de dificultades, pero también se sabe que los emprendedores *spin-off* son conscientes de todo esto y se esperaría que su durabilidad a lo largo del tiempo sea mucho mayor. Se observó que el 49% de las empresas tienen entre 1 y 3 años, seguido por las empresas que tienen más de 5 años con el 38% y, por último, las empresas que tienen entre 4 y 5 años con el 13%.

Gráfico 4. Operatividad



Fuente. Autores.

Emprendimientos clasificados por cuartiles

Después de analizar los datos obtenidos de las investigaciones, se procede a la elaboración del cuadro evaluador; seleccionando los emprendimientos uno por uno, para posteriormente evaluarlos y clasificarlos de acuerdo con los siguientes pasos:

1. Seleccionar el emprendimiento que se va a evaluar
2. Analizar el requerimiento con los datos recolectados del emprendimiento
3. Otorgar la nota del requerimiento en evaluación.

Después de finalizar la evaluación, se realiza un promedio de todas las calificaciones del emprendimiento, el resultado es la calificación final y es utilizada para posicionar el emprendimiento.

Posterior a esto, se aprecia los emprendimientos clasificados en las subdivisiones según la calificación final.

Subdivisiones

- Definitivamente son *spin-off* universitarias (Q4). Aquí se encuentran los emprendimientos con mayor calificación. Obtienen las calificaciones más altas, debido al estrecho vínculo o relación con los requisitos calificativos.
- Muy probablemente son *spin-off* universitarias (Q3). Son los emprendimientos que cuentan con características o similitudes con los requerimientos calificativos.
- Probablemente son *spin-off* universitarias (Q2). Estos emprendimientos poseen pocos datos y/o información para ser calificados bajo los requisitos calificativos.
- No parecen ser *spin-off* universitarias (Q1). Aquí se encuentran los emprendimientos que no son considerados *spin-off* universitaria.

Tabla 1. Definitivamente son *spin-off* universitarias (Q4)

Nombre	%
SAVIA “Cosmética Natural y Artesanal”	98,57
Biohidroingeniería SAS	98,57
Cali Buenas Noticias	97,14
Publigo,	96,43
Aplicate	94,29
Ecoinn-des SAS	93,57
Effi- Energía Eficiente	93,57
LM Energía Solar SAS	92,14

Fuente. Autores.

Tabla 2. Muy probablemente son *spin-off* universitarias (Q3)

Nombre	%
Diarmo SAS	91,43
Empresa Arte y Diseño del Pacífico SAS	90,71
Hype Ideas	90,71
Servicios Académicos, Científicos y Tecnológicos SAS	90,00
Cine Mulato	88,57
Guadua y Secado de Colombia SAS (Guaduasecol SAS)	88,57
La tahona gluten out	88,57
RAMI Colombia SAS	88,57

Bendita almendra	87,86
Rincón del Deporte SAS	87,86
Bonita Cosmetics	87,14
Proyman Oficial	86,43

Fuente. Autores.

Tabla 3. Probablemente son spin-off universitarias (Q2)

Nombre	%
Federico Rodallega y Asociados SAS	85,00
Alumitor de Colombia	84,29
Jhon Mina y Asociados SAS	83,57
Dynamix Consultores SAS	82,85
Sánchez Rendón y Montaña Consultores Asesores S.R.M. SAS	82,86
Paprik-a And Friends	82,14
Oshuri Store	82,14

Fuente. Autores.

Tabla 4. No cumplen criterios para considerarse spin-off universitarias (Q1)

Nombre	%
Heladería Siann	66,43
Luxury Saloon	63,57

Fuente. Autores.

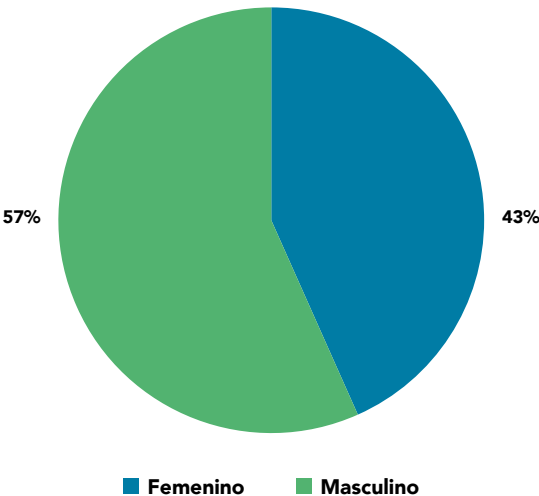
Perfil de los emprendedores de las SOU en el Valle del Cauca

Género de los representantes legales

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Cali, los emprendedores tradicionales son en su mayoría mujeres, el 64% de la población. Contrario a lo encontrado en los emprendedores innovadores, los cuales están representados en mayor proporción por hombres (66%), en el 2021.

Cuando se define la variable género, se presenta desde la autopercepción de los empresarios y los imaginarios de los roles que se asume deben desempeñar hombres y mujeres. Se observa que el género masculino predomina con el 57%, seguido por el género femenino con el 43%. En este sentido y con los resultados del estudio, se puede observar que los hombres emprenden en mayor proporción que las mujeres, tal como dice la investigación hecha por la Cámara de Comercio de Cali; no obstante, en la investigación, la proporción de mujeres es mayor a los resultados de diferentes autores.

Gráfico 5. Género



Fuente. Autores.

Edad al crear la empresa

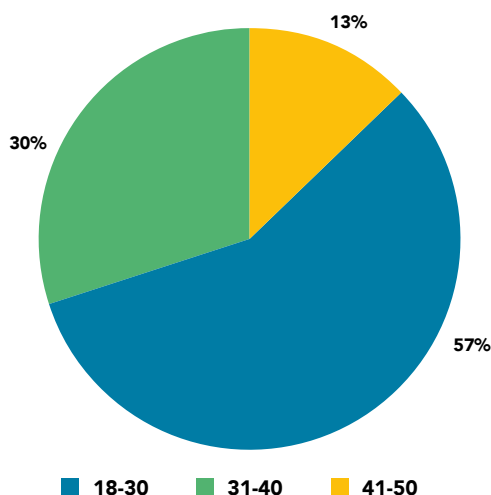
De acuerdo con López,

hay quienes ubican la edad perfecta para iniciar una empresa a partir de los 35 años, pensando en que a esa edad se cuenta con conocimientos, experiencia, paciencia y madurez suficiente para alcanzar el éxito. Sin embargo, eso no aplica para Mark Zuckerberg, Steve Jobs o Bill Gates, quienes fundaron sus compañías (Facebook, Apple y Microsoft, respectivamente) promediando 20 años. (López, 2013).

En cuanto al promedio de edad, al crear empresa tipo SOU en el departamento del Valle del Cauca, se identifica que en su mayoría se encuentran entre los 18 y los 30 años, con el 57%, luego los emprendedores de 31 a 40 años, con el 30% y, por último, los emprendedores de 41 a 50 años, esto deja ver una alta inclinación por arriesgarse y emprender jóvenes.

Gráfico 6. Promedio de edad al crear la empresa

Promedio de edad al crear la empresa



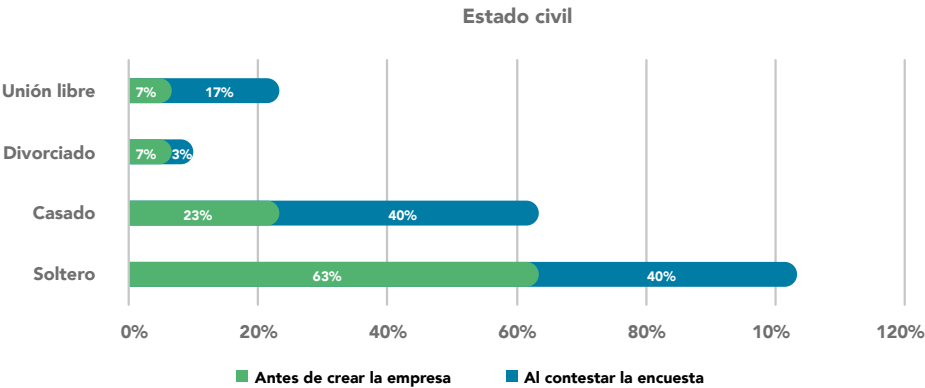
Fuente. Autores.

Estado civil del emprendedor

En esta gráfica se presenta una comparación de dos momentos del estado civil de los emprendedores como resultado de la investigación; se observa que, al momento de iniciar la empresa, el 63% de los emprendedores se encontraban solteros, mientras que al momento de contestar la encuesta ese dato disminuyó al 40%. Se ve un aumento en el estado de casado y unión libre con el 40% y 17%, respectivamente, contrario a una investigación hecha en Ibagué (Tolima) acerca de los factores distintivos de los emprendedores en dicho municipio que propiciaron el éxito; donde dice que “se encontró que el 30% de los emprendedores son casados; el 30% se encuentran en unión libre; el 30% son divorciados y el 10% solteros. (Parra Alvis , Rubio Guerrero , & Lopez Posada, 2017) Se

puede ver claramente cómo los emprendedores varían de acuerdo a cada región del país y aún más el emprendedor *spin-off*.

Gráfico 7. Estado civil

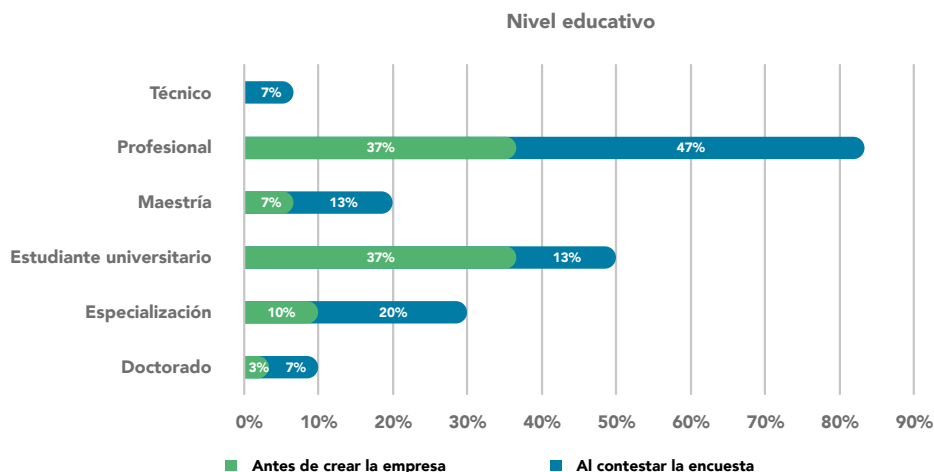


Fuente. Autores.

Nivel Educativo

En esta gráfica se observa que, al iniciar la empresa, las posibilidades de emprender y consolidar un negocio son menos entre más alto es el nivel educativo. Los que más decidieron emprender son los estudiantes universitarios y los profesionales, con el 37% cada uno, respectivamente; dando a entender que al no tener un nivel educativo alto no pueden alcanzar altos salarios, por lo que deciden autoemplearse y muestra que, cuando hay un nivel de estudio alto, ya tienen una vida laboral y económica estable, por lo que emprender no es una opción muy alta. Las personas con especialización emprendieron el 10% y los emprendedores con maestría, el 7%.

Gráfico 8. Nivel educativo

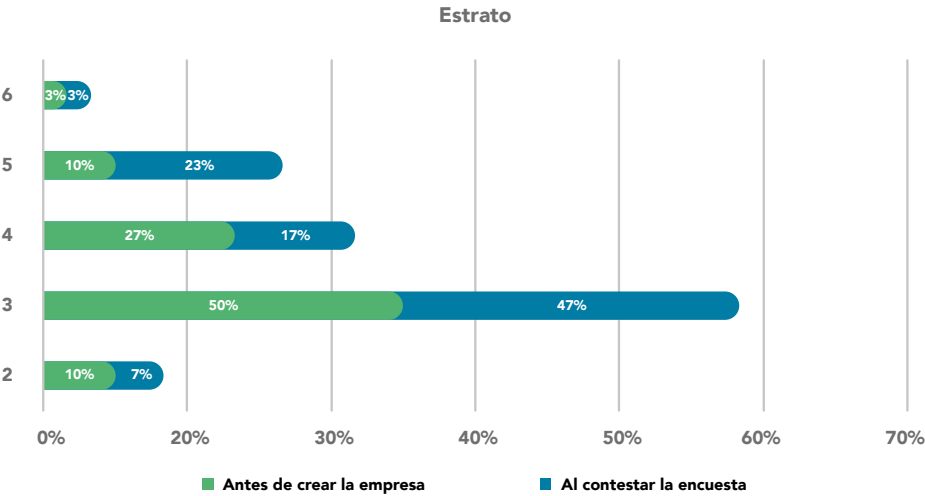


Fuente. Autores.

Estrato

La mayor proporción de los emprendedores resultado de la investigación al momento de iniciar la empresa se encuentran establecidos en el estrato 3, con el 50%, seguido por el estrato 4, con el 27%, luego el estrato 2 y 5 con el 10% cada uno y, por último, el estrato 6 con el 3%. Se observa que no ha habido cambios circunstanciales, a excepción del estrato 5, el cual tuvo un aumento del 13%.

Gráfico 9. Estrato

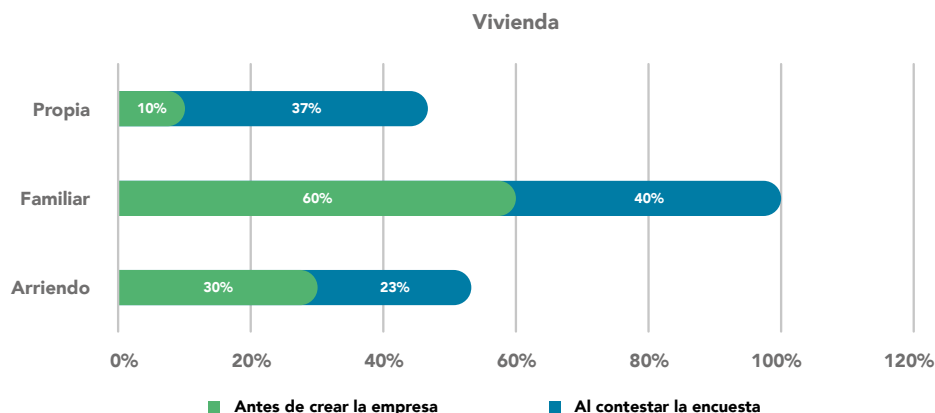


Fuente. Autores.

Vivienda

En cuanto al tipo de vivienda observamos que la mayoría, al momento de crear la empresa, se encontraban viviendo con su familia, el 60%; lo cual deja ver que, al tener un colchón económico como la vivienda, es más fácil emprender. Al momento de contestar la encuesta, se observa que la vivienda propia tuvo un aumento significativo, pasando de 10% a 37%, con lo cual se ve que los emprendimientos les ha permitido adquirir una vivienda propia.

Gráfico 10. *Vivienda*



Fuente. Autores.

Comparación entre el perfil de los emprendedores *spin-off* en el departamento del Valle del Cauca y el común de los emprendedores

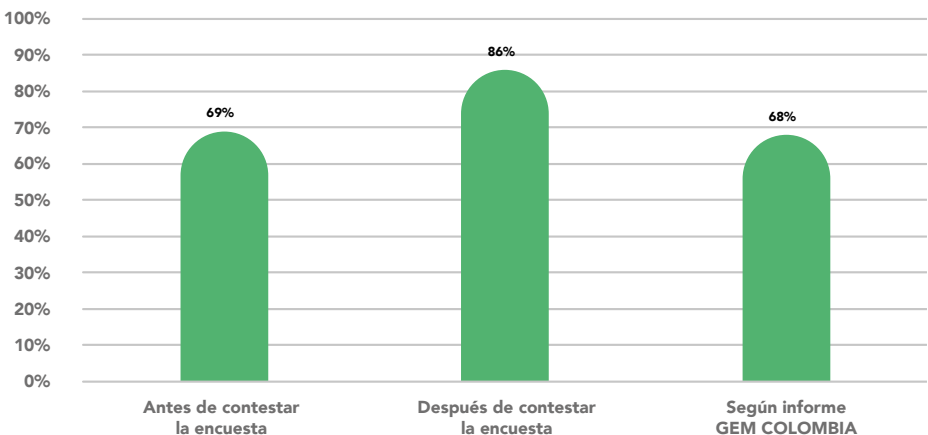
El informe GEM Colombia es un reporte investigativo realizado en el territorio nacional. Busca medir el impacto del emprendimiento en diversos sectores colombianos para contextualizar el diagnóstico del desarrollo, evolución y progreso del emprendimiento colombiano, comparándolo con otras economías internacionales. Además de medir el impacto del emprendimiento, el informe GEM documenta resultados obtenidos de los análisis de la actividad emprendedora de los principales implicados, los emprendedores; lo cual otorga un análisis detallado de características, motivaciones y coincidencias del emprendedor colombiano que fueron de gran utilidad para compararlo con el emprendedor resultado de la investigación de origen universitario y ayudar a encontrar diferencias, similitudes y coincidencias entre estos dos tipos de emprendedores. Los cuales, de acuerdo con su naturaleza, pueden ser diferentes. Para este último capítulo se compararon las preguntas de contexto del emprendedor en el tiempo de inicio del emprendimiento y el actual, con el agregado de una tercera variable que son los resultados del informe GEM Colombia.

Actitudes hacia el emprendimiento

Emprendimiento como opción de carrera deseable

De acuerdo con el informe GEM Colombia, en el caso colombiano, ser empresario se ha convertido en una alternativa de carrera profesional valiosa (GEM, 2018). Los emprendedores universitarios encuestados, antes de crear la empresa, consideraban el emprendimiento como opción de carrera deseable (69%) y al momento de crear la empresa, aumentó esta percepción con una valoración del 86%. Al comparar los resultados con el informe GEM Colombia, se evidencia una tendencia al alza en cuanto a la percepción del emprendimiento como una opción de carrera y el deseo de ser empresarios.

Gráfico 11. *Emprendimiento como opción de carrera deseable*

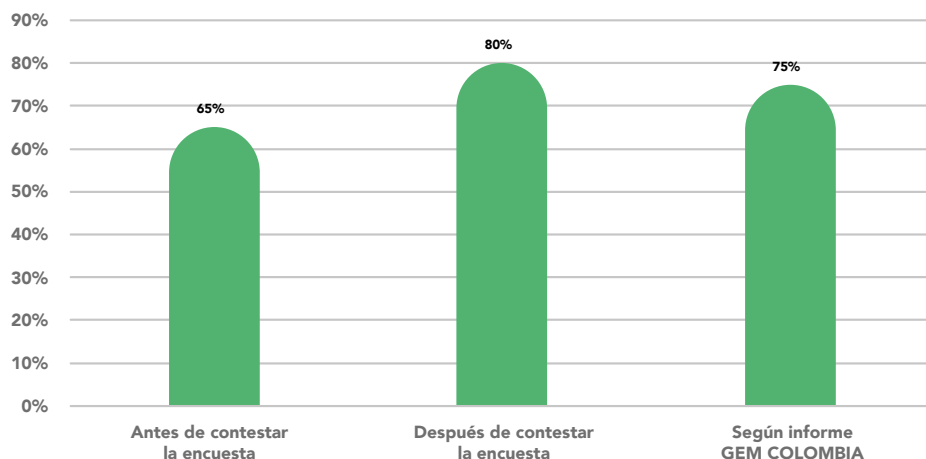


Fuente. Autores.

Estatus de los emprendedores

El 75% de la población colombiana considera que tienen mayor estatus social quienes tienen éxito al poner en marcha un negocio o empresa. Esto hace referencia al respeto y estatus del que gozan los emprendedores exitosos. En el caso de los emprendedores SOU antes de crear la empresa consideraban, el 65%, que tener un negocio da mayor estatus social y al momento de contestar la encuesta este aumentó 15 puntos, ubicándose en el 80%, lo que evidencia que el emprendedor ejerciendo su labor de empresario sea visto de tal forma por la comunidad.

Gráfico 12. Estatus social de los emprendedores



Fuente. Autores.

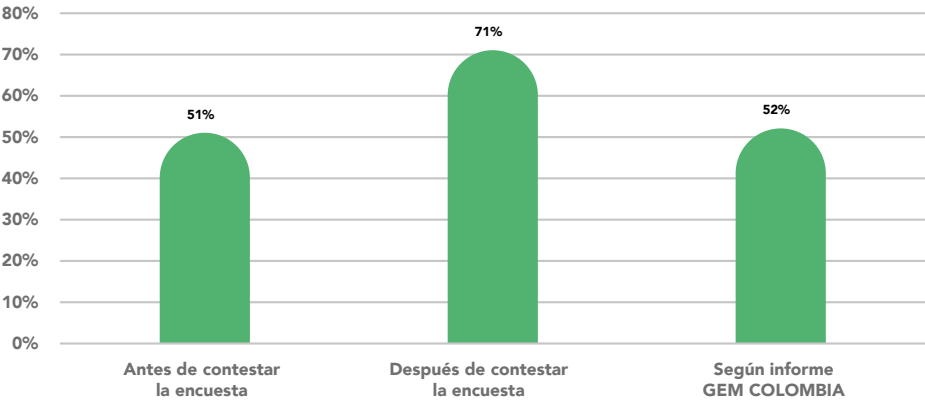
Cobertura de los medios de comunicación

De acuerdo con el informe GEM Colombia

Aunque la percepción de los colombianos sobre la difusión de noticias acerca de emprendedores exitosos ha disminuido en los últimos cuatro años (en el 2017 fue del 52%), esta tendencia no muestra una incidencia significativa en la percepción del emprendimiento, actitudes hacia el emprendimiento como una opción de carrera deseable y del estatus de los empresarios. Esto parece evidenciar la existencia de convicciones y creencias positivas hacia el emprendimiento ya arraigadas. (GEM, 2018)

El emprendedor universitario antes de comenzar la empresa no tenía una buena percepción de que los medios de comunicación dieran reconocimiento a los emprendedores, 51%, esta percepción cambia una vez contestada la encuesta y aumenta al 71%.

Gráfico 13. Reconocimiento por los medios de comunicación



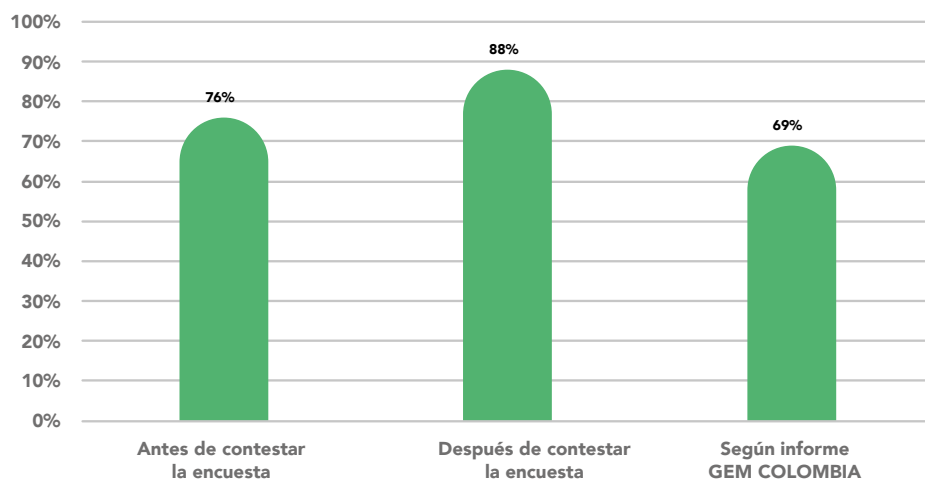
Fuente. Autores.

Habilidades necesarias para emprender

Según el informe GEM Colombia, al indagar sobre la percepción de la existencia de oportunidades para comenzar un negocio, y de contar con las capacidades necesarias para aprovechar dichas oportunidades, el 69% de los colombianos encuestados dicen contar con las habilidades necesarias para emprender. En este sentido, la mayor cantidad de personas que consideran tener capacidades para emprender puede estar asociada a mayores habilidades para identificar oportunidades de negocio.

La percepción de los emprendedores SOU, antes de crear la empresa, era del 76% y al momento de contestar la encuesta aumentó al 88%; esto basados en la experiencia e ir adquiriendo nuevos conocimientos al frente de sus negocios.

Gráfico 14. Cuenta con las habilidades necesarias para emprender



Fuente. Autores.

Conclusiones

El aumento de registros de SOU en la Cámara de Comercio de Cali en los últimos años, no es coherente con el proceso de seguimiento que hacen las instituciones de educación superior al proceso y su trazabilidad. Una mayor relación de la universidad con las empresas resultado de la investigación o SOU permite conocer sus retos, necesidades, desempeño y articular de mejor manera la transferencia permanente de conocimiento de la universidad a la empresa y de la empresa a la sociedad.

Para el caso de las SOU en el Valle del Cauca, en su mayoría reportan la participación de alianzas interinstitucionales entre universidades o de estas con empresas o el Estado, lo que evidencia una red de apoyo en el ecosistema y cómo esta articulación de cuádruple hélice facilita la creación de empresas como proceso de apropiación social del conocimiento. Como lo señala Africano Naranjo, las SOU han trascendido del plano académico al empresarial y estas mismas son permeables a su entorno; contribuyendo así a la base del desarrollo

tecnológico e investigativo como uno de los roles predominantes de las mismas universidades (2011). Asimismo, según Zúñiga, las universidades han tomado conciencia de que crear una empresa a partir de resultados de investigación supone un excelente análisis de la tecnología, el equipo emprendedor, las posibilidades de financiación y las implicaciones. (Zúñiga, 2016)

Las SOU participan en los cuatro sectores de la economía y se distribuyen en diversos municipios y departamentos de Colombia y en el exterior, lo que señala una dinámica empresarial sinérgica con el ecosistema de emprendimiento universitario y científico, que propende por resolver los problemas del entorno. Esto no solamente para las problemáticas, necesidades u oportunidades del Valle del Cauca, sino cualquier lugar del orbe.

La creación de las SOU debe ser basada en una buena dirección de las investigaciones y de los emprendimientos por parte de las IES, teniendo en cuenta que las diferentes actividades económicas de estas son incentivadas por el entorno y las capacidades que posee el departamento del Valle del Cauca. Es necesario continuar profundizando la investigación para que permita conocer más a fondo las habilidades personales necesarias para la creación de empresas. Resultado de Investigación Universitaria en las IES del departamento del Valle del Cauca.

Referencias

- Aceytuno Perez, M. T., & Caceres Carrasco, F. R. (2009). Elementos para la elaboración de un marco de analisis para el fenómeno de las Spin-Offs universitarias. *Revista de economia mundial*, 23-51. (23). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86612461002>
- Africano Naranjo, G., (2011). Spin-off académica en Colombia: estrategias para su desarrollo. *Multiciencias*, 11 (1), 35-43. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90418851005>
- Caldera, A., & Debande, O. (2010). Performance of Spanish universities in technology transfer: *An empirical analysis. research policy*, 39(9) 1160-1173. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.05.016>
- Cámara de Comercio de Cali. (2021, 25 de febrero). *Perfil emprendedor caleño consolidado*. Cámara de Comercio de Cali. https://www.ccc.org.co/file/2021/02/Perfil-emprendedor-calen%CC%83o-consolidado_.pdf

- Congreso de la República. (2017, 6 de julio). Ley 1838 de 2017: *Por la cual se dictan normas de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (Spin-offs) y se dictan otras disposiciones*. Diario Oficial No. 50.286. <http://es.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%201838%20DEL%2006%20DE%20JULIO%20DE%202017.pdf>
- Dinero. (2017). ¿Porque la economía del Valle del Cauca crece mas que la nacional? *Revista Dinero*. (Falta la fuente sin fuente no se puede referenciar)
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2018). *GEM Colombia 2017 Report*. Global Entrepreneurship Monitor. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report>
- Hurtado Escobar, P. A., Morales Cely, M. C., & Diaz Morales, D. C. (2014). Perfil de importaciones de Colombia desde Canadá. Recuperada el 19 de mayo de 2018, <https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/c35d2234-c603-48c1-b6e4-8d7be9917c21/content> Innpulsa Colombia. (27 de Abril de 2018). Innpulsa Colombia. Obtenido de https://www.innpulsa-colombia.com/sites/default/files/2.2_mapeo_e_infografia.pdf
- Lopez Loyola, J. E. (2013). *¿Cuál es la edad perfecta para emprender?* Forbes Mexico.
- Macho Stadler, I., & Perez Castrillo, D. (2009). Incentives in University Technology Transfers. *International Journal of Industrial Organization*, 28(4). 362-367. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2010.02.009>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia. (2017). *Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES)*. <https://www.mineduacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212352.html>
- Monge, M., Briones Peñalver, A., & Perez de Lema, D. G. (2011). Factores determinantes de la creacion de las Spin Offs academicas: caso del Instituto Tecnologico de Costa Rica. *Cuadernos de administración*, 27(46) 23-38. <https://doi.org/10.25100/cdea.v27i46.80>
- Obando, P. L. (2017). Surgimiento de empresas catalogadas como *spin-off* universitarias en Colombia, análisis desde la gerencia de proyectos (Fase I). *Revista EAN*, (82). 61-72. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1649>

- Parra Alvis , M., Rubio Guerrero , G., & Lopez Posada, L. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito, casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Revista de la division de ciencias administrativas de la universidad del norte*, (43) 89-12. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/9216>
- Rodeiro Pazos, D., Fernández López, S., Otero Gonzáles, L., & Rodríguez Sandiás, A. (2010). Factores determinantes de la creacion de *spin-offs* universitarias. *Revista Europea de Direccion y Economia de la Empresa*, 19(1), 67-68. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3118449>
- Valera Villegas, R., (2005). Hacia una universidad conespíritu empresarial. *Forum Empresarial*, 10(1), 70-84. <https://doi.org/10.33801/fe.v10i1.3793>
- Zuñiga Zapata, A. C. (2016). Las *spin-off* en el contexto universitario colombiano: consideraciones generales. *Journal of Engineering and Technology*, 19(1), 82-95. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3118449>