

# El espíritu empresarial del estudiante emprendedor de la Universidad Pontificia Bolivariana – Palmira\*

## The entrepreneurial spirit of the enterprising student of the Universidad Pontificia Bolivariana – Palmira

## O espírito empreendedor do estudante empreendedor da Pontifícia Universidade Bolivariana - Palmira

**Henry Hurtado-Bolaños**

Docente investigador Universidad Pontificia Bolivariana, UPB, Palmira - Colombia  
[henry.hurtado@upb.edu.co](mailto:henry.hurtado@upb.edu.co) <https://orcid.org/0000-0002-7899-6771>

**Julio Cesar Montoya-Rendón**

Docente Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD, Bogotá – Colombia  
[julio.montoya@unad.edu.co](mailto:julio.montoya@unad.edu.co) <https://orcid.org/0000-0003-1170-9296>

---

### Resumen

Introducción: se consideró el problema de caracterizar a los empresarios que estudian en los pregrados de la Universidad y participan del Centro de Desarrollo Empresarial – CDE. Se estudiaron variables personales y gerenciales de esta muestra de empresarios. Objetivo: caracterizar a los empresarios que estudian en los pregrados de la Universidad y participan del CDE, y como objetivos específicos establecer asociaciones entre algunas variables que hacen parte de la caracterización del estudiante empresario. Metodología: Se trabajó con una población de 52 empresarios participantes de las actividades del CDE, se determinó una muestra de 42 empresarios, muestreo aleatorio simple, se calcularon frecuencias, tablas de contingencias y correlaciones. Estudio descriptivo, mixto, correlacional, se realizó en 2019, los datos se procesaron en SPSS. Resultados: El estudio mostró que los estudiantes empresarios participantes del CDE de la UPB, en su mayoría, son hombres que estudian Administración de Empresas, 20 a 29 años, solteros, estratos 2 y 3, líderes, innovadores, proactivos, competitivos, abiertos a los negocios, persuasivos, sociables, optimistas, cautelosos. Tienen limitaciones en el manejo de una segunda lengua, desconocimiento de la legislación internacional. Conclusiones: Es necesario impulsar más el emprendimiento con visión femenina, tecnológica y científica, saber enfrentar el riesgo, la resiliencia para superar las crisis y las quiebras económicas, desarrollar productos de exportación con la asistencia especializada del CDE, desarrollar las habilidades y el conocimiento de la tecnología de las comunicaciones y la información.

### Palabras clave

Espíritu Empresarial; Emprendedor; Empresario; Espíritu gerencial

F.R. 10/03/2022 F.A. 15/04/2022

\* **Como citar:** Hurtado-Bolaños, H., & Montoya-Rendón, J. C. (2022). El espíritu empresarial del estudiante emprendedor de la Universidad Pontificia Bolivariana–Palmira. Libre Empresa, 19(1),83-96.  
<https://doi.org/10.18041/1657-2815/libreempresa.2022v19n1.9670>

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



## Abstract

Introduction: the problem of characterizing the entrepreneurs who study in the undergraduate programs of the University and participate in the Center for Entrepreneurial Development - CDE was considered. Personal and managerial variables of this sample of entrepreneurs were studied. Objective: To characterize the entrepreneurs who study in the undergraduate programs of the University and participate in the CDE, and as specific objectives to establish associations between some variables that are part of the characterization of the student entrepreneur. Methodology: We worked with a population of 52 entrepreneurs participating in the CDE activities, a sample of 42 entrepreneurs was determined, simple random sampling, frequencies, contingency tables and correlations were calculated. Descriptive, mixed, correlational study, was conducted in 2019, data were processed in SPSS. Results: The study showed that the student entrepreneurs participating in the UPB CDE, for the most part, are men studying Business Administration, 20 to 29 years old, single, strata 2 and 3, leaders, innovative, proactive, competitive, open to business, persuasive, sociable, optimistic, cautious. They have limitations in handling a second language, lack of knowledge of international legislation. Conclusions: It is necessary to promote more entrepreneurship with a feminine, technological and scientific vision, to know how to face risk, resilience to overcome crises and economic bankruptcies, to develop export products with the specialized assistance of the CDE, to develop skills and knowledge of communications and information technology.

## Keywords

Entrepreneurship; Entrepreneur; Entrepreneurial; Entrepreneurial spirit; Managerial spirit

## Resumo

Introdução: foi considerado o problema de caracterizar os empresários que estudam cursos de graduação na Universidade e participam do Centro de Desenvolvimento Empresarial - CDE. As variáveis pessoais e gerenciais desta amostra de empresários foram estudadas. Objetivo: caracterizar os empresários que estudam cursos de graduação na Universidade e participam do CDE, e como objetivos específicos estabelecer associações entre algumas variáveis que fazem parte da caracterização do empresário estudante. Metodologia: Trabalhamos com uma população de 52 empresários participantes das atividades do CDE, foi determinada uma amostra de 42 empresários, foi calculada uma amostragem aleatória simples, frequências, tabelas de contingência e correlações. Estudo descritivo, misto, correlacional, realizado em 2019, os dados foram processados no SPSS. Resultados: O estudo mostrou que os empresários estudantes participantes do CDE da UPB, em sua maioria, são homens que estudam Administração de Empresas, de 20 a 29 anos, solteiros, estratos 2 e 3, líderes, inovadores, pró-ativos, competitivos, abertos aos negócios, persuasivos, sociáveis, otimistas, cautelosos. Eles têm limitações no manuseio de um segundo idioma, falta de conhecimento da legislação internacional. Conclusões: É necessário promover mais empreendedorismo com uma visão feminina, tecnológica e científica, saber enfrentar riscos, resiliência para superar crises e falências econômicas, desenvolver produtos de exportação com a assistência especializada do CDE, desenvolver habilidades e conhecimentos de comunicação e tecnologia da informação.

## Palavras-chave

Espírito empreendedor; Empreendedor; Empreendedorismo; Espírito gerencial

## 1. Introducción

La investigación consideró el problema de caracterizar el espíritu personal y gerencial de los empresarios que estudian en los pregrados de la Universidad Pontificia Bolivariana – Palmira - UPB. Se estudiaron variables empresariales, sociodemográficas, educativas, calidad del empleo, trayectoria laboral y personales del empresario - estudiante, con el fin de mostrar cuál es el espíritu empresarial de esta población. A la fecha de la investigación, no hay ningún estudio previo en la sede de la universidad en Palmira que identifique las características principales de las empresas formadas

por estudiantes de pregrado. Se estudiaron términos comunes a la práctica gerencial como negociante, comerciante, mercader, empresario, emprendedor y gerente. Las características de cada uno de estos términos se describieron para configurar teóricamente lo que Max Weber llamó en el siglo XIX el espíritu del capitalismo. La descripción del espíritu empresarial del estudiante permitió dar respuesta a la pregunta ¿Cuál es el espíritu empresarial de los estudiantes emprendedores de pregrado de la Universidad Pontificia Bolivariana - Seccional Palmira?

## 2. Marco teórico

Es menester definir algunos términos que se usan indistintamente en el mundo de los negocios: negociante, burgués, mercader, comerciante, empresario, emprendedor y gerente.

Según [Ordóñez \(1999\)](#), el negociante se ocupa de las actividades relacionadas con la distribución y comercialización de bienes y servicios, sin intervención directa en la producción. La etimología del término negocio, viene del latín Nec, en español no y de Olium que es ocio, nec olium, neg-olium, neg-ocio, negocio, según [Roque \(1985\)](#), significa no estar parado, que no está ocioso, que trabaja, que se mueve, que busca. Ser negociante es ser diligente. Quien no es activo, no es un verdadero negociante. Un ejemplo de negociante es el operador de bolsa o individuo que negocia con acciones en el mercado de valores, se destaca por su oportunismo, capacidad de reacción, no entrega el control de sus operaciones, no construye conjeturas, tiene una mente racional, es suspicaz, concentrado en lo que hace, se enfoca en el objetivo, es un conquistador, no se deja engañar o sorprender, su confianza en sí mismo es superlativa.

A comienzos del siglo XIX, se aludía al negociante como quien se distingue por el crédito moral, es el buen nombre adquirido por el cumplimiento de la palabra en los negocios y una conducta irreprochable en sus actividades ([Pita Pizarro, 1833](#)).

En el siglo XIX, Sombart relacionó las cuatro virtudes del burgués: afán de lucro, mentalidad calculadora, racionalidad económica y moral en los negocios ([Sombart, 1911](#)). El término mercader alude al arquetipo mercantil que define el temperamento del empresario como quien realiza un conjunto de actividades económicas amplias, complejas y riesgosas ([Ramos, 2001; Montañó y Nieto, 2018](#)).

En *El Mercader de Venecia* de William Shakespeare, siglo XVI en Venecia, puerto de mercaderes, los personajes principales de la obra son Antonio, mercader acaudalado, exitoso, generoso, quien ha hecho su fortuna con negocios mercantiles en lejanas tierras, pero a pesar de su éxito económico se encuentra prisionero de una tristeza que no comprende. Basanio, joven impetuoso, buena vida, impulsivo, en estado de quiebra financiera, no ha sabido cuidar, ni aumentar su fortuna. Basanio, amigo de Antonio, se distingue por su ostentación que le llevó a la ruina. Está enamorado de una joven con fortuna y para conquistarla le pide a Antonio que le preste dinero. Antonio no puede prestarle el dinero porque tiene su fortuna en el mar. Acude al viejo judío y agiotista Shylock quien le presta tres mil ducados, préstamo en el cual el fiador es el gran Antonio. Shylock aborrecía a Antonio, por prestar sin interés, práctica que arruinaba la costumbre de hacer riqueza con el dinero. Para perfeccionar legalmente el préstamo, obliga a Antonio a levantar un documento ante un escribano

como garantía de la obligación. Antonio, un hombre próspero, goza de la admiración de la gente de Venecia por ser adinerado y exitoso hombre de negocios. Shylock, también un hombre adinerado, pero tiene el repudio de la gente que le critica haber hecho dinero con el préstamo y la usura.

El concepto de comerciante se refiere a la persona natural que, de forma permanente, se ocupa en las actividades que la ley considera mercantiles. No toda persona que ejecute una transacción comercial es un comerciante, sólo es considerado como tal quien se dedica al comercio de forma habitual. Quien lo practica de manera ocasional o espontánea no es un negociante.

[Thomas Mun \(1571\)](#), definió al comerciante como:

Buen escribano, aritmético, contador, conoce los sistemas de medidas de todos los países con los que comercia, conoce las aduanas, tributos e impuestos sobre las mercancías que comercia, sabe las mercancías que abundan y que faltan en cada país, sabe qué mercancías están prohibidas en cada país, maneja los fletes y el aseguramiento de la mercancía en tránsito, competente en la navegación, habla varias lenguas y es un erudito, conocedor del mundo.

El rasgo principal del empresario es la innovación, la perseverancia, iniciativa, previsión, es un visionario, se enfrenta a los riesgos, es intuitivo, se financia con las deudas, es un líder que rompe con la tradición. Según [Hurtado \(2010\)](#), el término Capitalista se originó en el siglo XVII en Europa y se refería al poseedor de dinero líquido, dispuesto a invertir.

[Weber \(1979\)](#) define al capitalista como: "Un hombre educado en la dura escuela de la vida, prudente y arriesgado, sobrio y perseverante con concepciones burguesas de la vida".

Benjamín Franklin representa el prototipo del capitalista moderno: forjado en el trabajo, el esfuerzo, la dedicación, el sacrificio, la práctica capitalista era una forma de ascetismo ([Hurtado, 2010; Montaña, 2018](#)). [Sombart \(1982\)](#) define al empresario como un individuo agudo, perspicaz e ingenioso. Para la mentalidad capitalista, el tiempo es dinero, el crédito es dinero, el dinero es fértil y reproductivo. Según [Gil \(2017\)](#), el empresario que incursiona exitosamente en el emprendimiento internacional se caracteriza por el empuje, influencia, cumplimiento, conducta innovadora, proactiva, sin aversión al riesgo, capacidad de adecuarse a los cambios, constancia, competitivo, abierto, persuasivo, sociable, optimista, cauteloso, ordenado, premeditado.

Es así como los términos mercader, negociante y comerciante que en un principio definieron a los individuos en la sociedad comercial, fueron evolucionando hasta tomar el nombre actual de emprendedor y empresario. El término emprendedor se relaciona con el vocablo francés entrepreneur o "persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua" ([Diccionario de Autoridades de 1732](#)). [Weber \(1904\)](#) utilizó en el siglo XIX el término espíritu como una categoría sui generis para referirse al capitalismo, en alemán Geist o espíritu corresponde a un conjunto de características generales que distinguen a un fenómeno, un hecho histórico o un grupo social. El término espíritu, se remonta a [Hegel y su Fenomenología del Espíritu \(1924\)](#), para Hegel el espíritu no permanece quieto, está en un movimiento incesante progresivo. El espíritu se forma lentamente,

en su transformación se desprende de rasgos sin alterar el todo, el espíritu es lo absoluto, es un concepto sublime, es la esencia, es el ser en sí mismo, el espíritu es la universalidad, lo fundamental.

Hegel se refiere al *Volksgeist* o espíritu del pueblo, término que a su vez fue tomado de los franceses del siglo XVIII particularmente de Voltaire y Montesquieu que se refirieron al *Sprit des nations*, de todos modos, el concepto de espíritu del pueblo fue desarrollado especialmente por los alemanes y se asemeja al *Zeitgeist* o espíritu de la época (Mora, 1979). Cuando Weber y Sombart se refieren al espíritu del capitalismo, configuran una época donde se involucra el pueblo con un todo, la sociedad capitalista, que está en un movimiento continuo, con características propias como el afán de lucro, la sed de oro, la racionalidad económica, la moral y la ética en los negocios (Sombart, 1913). A su vez Weber, describe al burgués proto capitalista como un individuo que vive una vida de ascetismo. El ascetismo casi religioso planteado por Weber (1904) se conecta con el estoicismo hegeliano, un individualismo que hace posible la mentalidad burguesa.

La actitud estoica de grandeza y fuerza forjan la libertad, la individualidad y el espíritu de empresa, que dio forma al empresario burgués, signado por la propiedad privada, un esclavo sin amo, que desarrolla un espíritu de conquista que, en el siglo XX, Schumpeter llamaría innovación. La sociedad capitalista y el espíritu de empresa se fundan sobre los preceptos del estoicismo, es decir sobre el conocimiento científico y la virtud. El estoicismo se remonta a filósofos helenos como Zenón, Cleantes y Crisipo, para los estoicos el fin de la vida humana es la felicidad, y la felicidad se consigue a través del conocimiento que hace al hombre sabio y virtuoso: el fin es vivir conforme a la virtud y la virtud es la excelencia. Según Diógenes Laercio, la virtud es la perfección, es la experticia en el manejo de la técnica y en el comportamiento ético. La excelencia llevada a su punto culminante hace al hombre virtuoso y por tanto feliz. A esto los estoicos le llaman vivir bien. El hombre sabio es virtuoso y por tanto feliz, posee la excelencia en el arte de vivir. (Cárdenas, 2011). Benjamín Franklin, siglo XVIII, recoge la filosofía estoica y plantea las bases del hombre burgués, del empresario capitalista, en su obra *Autobiografía de un hombre feliz*, hace énfasis en el trabajo, la virtud y la felicidad (1916). Franklin plantea un ascetismo estoico como forma de vida, a través de 13 virtudes y preceptos donde destaca la templanza, el silencio, el orden, la decisión, la frugalidad, la laboriosidad, la sinceridad, la justicia, la moderación, la limpieza, la tranquilidad, la castidad y la humildad.

### 3. Metodología

Se trabajó con una población de 52 empresarios registrados en el Centro de Desarrollo Empresarial de la UPB Palmira, se calculó una muestra de 42 empresarios con un nivel de confianza de 95% correspondiente a un valor Z de 1,96, margen de error de 5%, probabilidad de ocurrencia de 0,9 y no ocurrencia de 0,1. La probabilidad de ocurrencia se calculó con prueba piloto de 10 empresarios a los cuales se les formuló una pregunta fundamental: ¿Quiere ser empresario?, 9 contestaron Si, 1 contestó, No. Los datos se recolectaron con una encuesta estructurada cuya confiabilidad con el índice de Alpha de Croanbach fue de 0,8. La información recolectada se procesó en SPSS. Para una muestra de  $N < 50$  se usó la prueba de normalidad de Shapiro Wilk, se observó que el valor T (Sig.) en todas las variables del estudio fue menor a 0,05, lo cual

permitió afirmar que la distribución de datos de la investigación fue la de una distribución asimétrica. La asimetría de la distribución de datos también se reflejó en el apuntamiento o curtosis. La asimetría fue en algunas variables leptocúrtica (apuntamiento mayor que 0) o platicúrtica (apuntamiento menor que 0). Todas las variables tuvieron asimetría mayor a 0 lo que indica una gráfica que no corresponde a la distribución normal. Puesto que la distribución es asimétrica se usaron pruebas estadísticas no paramétricas como la correlación de Spearman, medida de correlación equivalente a la de Pearson en distribuciones normales pero aplicadas a distribuciones asimétricas. En consonancia con el planteamiento teórico desarrollado en la presente investigación, se diseñó y aplicó un instrumento que permite establecer las condiciones personales y los rasgos gerenciales de la población objeto de estudio. Con la información obtenida, se realizó una tabla de contingencia de variables e identificar las correlaciones relevantes.

## 4. Resultados

### Tablas de frecuencia

Los estudiantes empresarios están matriculados mayoritariamente en el programa de Administración de Empresas donde adquieren el conocimiento y las habilidades propias del empresarismo (Ver Tabla 1).

Tabla 1.  
Frecuencia por programa académico.

	Fi	% Fi	Porcentaje válido	% Fi acumulado
Administración de Empresas	29	70,7	70,7	70,7
Ingeniería	2	4,9	4,9	75,6
Psicología	5	12,2	12,2	87,8
Publicidad	5	12,2	12,2	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Fuente: propia

Aunque la población universitaria es predominantemente femenina, según datos de Registro Académico, la población de empresarios es mayoritariamente masculina con un 73%, como se observa en la Tabla 2.

Tabla 2.  
Frecuencia por género

	Fi	% Fi	Porcentaje válido	% Fi acumulado
Femenino	11	26,8	26,8	26,8
Masculino	30	73,2	73,2	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Fuente: propia

Los empresarios estudiantes de la UPB de la ciudad de Palmira son muy jóvenes, el 63,4 % de ellos son menores de 25 años como se observa en la Tabla 3.

Tabla 3.  
Frecuencia por grupo etario

	Fi	% Fi	Porcentaje válido	% Fi acumulado
Menos de 20 años	5	12,2	12,2	12,2
20 a 24 años	21	51,2	51,2	63,4
25 a 29 años	5	12,2	12,2	75,6
Más de 29 años	9	22,0	22,0	97,6
No responde	1	2,4	2,4	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Fuente: propia

Los empresarios en estudio son solteros en un 73.2% según se observa en la Tabla 4, este estado civil es consistente con la edad de los estudiantes-empresarios que están en una etapa de formación.

Tabla 4.  
Frecuencia por Estado Civil

	Fi	% Fi	Porcentaje válido	% Fi acumulado
Soltero	30	73,2	73,2	73,2
Casado	7	17,1	17,1	90,2
Unión libre	4	9,8	9,8	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Fuente: propia

Los empresarios, en un 68.3%, pertenecen a los estratos dos y tres y un 29.3% al estrato cuatro, lo que indica la participación de estudiantes de las clases medias en el Centro de Desarrollo Empresarial (Ver Tabla 5). Se analizaron las características personales que corresponden al espíritu del empresario que incursiona exitosamente en el emprendimiento, según Gil (2017) son: cumplimiento, influencia, innovación, proactividad, adecuación al cambio, competitividad, apertura a los negocios, persuasión, sociabilidad, optimismo, cautela y orden. Los hallazgos se pueden observar en la Tabla 6.

Tabla 5.  
Frecuencia por estrato

	Fi	% Fi	Porcentaje válido	% Fi acumulado
Dos	6	14,6	14,6	14,6
Tres	22	53,7	53,7	68,3
Cuatro	12	29,3	29,3	97,6
Cinco	1	2,4	2,4	100,0
Total	41	100,0	100,0	

Fuente: propia

Tabla 6.  
Características personales del empresario

		Fi	%	Porcentaje válido	Fi Ac.
Es cumplido	Si	32	78	78	78
	No	9	22	22	100
	Total	41	100	100	
Ejerce influencia sobre los demás	Si	37	90,2	90,2	90,2
	No	4	9,8	9,8	100
	Total	41	100	100	
Es innovador	Si	38	92,7	92,7	92,7
	No	3	7,3	7,3	100
	Total	41	100	100	
Es proactivo	Si	40	97,6	97,6	97,6
	No	1	2,4	2,4	100
	Total	41	100	100	
Se adecua al cambio	Si	40	97,6	97,6	97,6
	No	1	2,4	2,4	100
	Total	41	100	100	
Es competitivo	Si	39	95,1	95,1	95,1
	No	2	4,9	4,9	100
	Total	41	100	100	
Es abierto a los negocios	Si	38	92,7	92,7	92,7
	No	3	7,3	7,3	100
	Total	41	100	100	
Es persuasivo	Si	38	92,7	92,7	92,7
	No	3	7,3	7,3	100
	Total	41	100	100	
Es sociable	Si	40	97,6	97,6	97,6
	No	1	2,4	2,4	100
	Total	41	100	100	
Es optimista	Si	39	95,1	95,1	95,1
	No	2	4,9	4,9	100
	Total	41	100	100	

Continúa en la página siguiente



		Fi	%	Porcentaje válido	Fi Ac.
Es cauteloso	Si	40	97,6	97,6	97,6
	No	1	2,4	2,4	100
	Total	41	100	100	
Es arriesgado	Si	27	65,9	65,9	65,9
	No	13	31,7	31,7	97,6
	No responde	1	2,4	2,4	100
	Total	41	100	100	0
Es organizado	Si	34	82,9	82,9	82,9
	No	7	17,1	17,1	100
	Total	41	100	100	

Fuente: propia

En la Tabla 6 se observa el espíritu del empresario de los estudiantes empresarios de la UPB que incursionan en el emprendimiento internacional, según Gil (2017), es el de un empresario cumplido (78%), influyente (90.2%), innovador (92.7%), proactivo (97.6%), se adecúa al cambio (97.6%), competitivo (95.1%), abierto a los negocios (92.7%), persuasivo (92.7%), sociable (97.6%), optimista (95.1%), cauteloso (97.6%), arriesgado (65.9%) y organizado (82.9%).

Se indagó sobre rasgos gerenciales que debe tener un empresario en un contexto global, tales como: el manejo de una segunda lengua, conocimiento de la legislación internacional, el tamaño de la empresa, la tenencia de un producto tipo exportación, si cuenta con recursos adecuados y sobre la contratación del talento humano. En la Tabla 7 se muestran los hallazgos al respecto.

Tabla 7  
Rasgos gerenciales

		Fi	% Fi	Porcentaje válido	% Fi acumulado
<b>Maneja una segunda lengua</b>	Si	8	19,5	19,5	19,5
	Medianamente	17	41,5	41,5	61
	No	16	39	39	100
	Total	41	100	100	
<b>Conoce la legislación internacional</b>	Si	7	17,1	17,1	17,1
	Medianamente	13	31,7	31,7	48,8
	No	21	51,2	51,2	100
	Total	41	100	100	

		Fi	% Fi	Porcentaje válido	% Fi acumulado
<b>Tamaño de la empresa</b>	Micro	40	97,6	97,6	97,6
	Pyme	1	2,4	2,4	100
	Total	41	100	100	
<b>Tiene un producto de exportación</b>	Si	15	36,6	36,6	36,6
	En desarrollo	7	17,1	17,1	53,7
	No	19	46,3	46,3	100
	Total	41	100	100	
<b>Cuenta con recursos adecuados</b>	Si	6	14,6	14,6	14,6
	No	35	85,4	85,4	100
	Total	41	100	100	
<b>Cuenta con talento humano bien contratado</b>	Si	29	70,7	70,7	70,7
	No	12	29,2	29,2	100
	Total	41	100	100	

Fuente. propia

## Tablas de contingencia

El estudio arrojó que los empresarios de la UPB no manejan una segunda lengua (39%), la mitad no conoce la legislación internacional, son micros y pequeñas empresas (97.6%), no tienen un producto de exportación (46.3%), no cuentan con recursos propios para participar de mercados internacionales (85.4%) pero cuentan con un talento humano bien contratado (70.7%).

Se cruzaron los factores claves identificados y se encontró que el 36.5% de los empresarios no manejan una segunda lengua, ni conocen la legislación internacional; el 34.1% de los empresarios no manejan una segunda lengua y no tienen un producto de exportación; el 39.02% de los empresarios no manejan una segunda lengua y no cuentan con recursos propios para participar de mercados internacionales; el 46.3% de las empresas son micro empresas y no tienen un producto de exportación; el 39.02% de los empresarios no conocen la legislación internacional y no tienen un producto de exportación. La Tabla 8 sustenta el anterior análisis.

Tabla 7.

Rasgos gerenciales

		Maneja una segunda lengua - Conoce la legislación internacional			
		Si	Más o menos	No	Total
Maneja una segunda lengua	Si	3	5	0	8
	Medianamente	4	7	6	17
	No	0	1	15	16
Total		7	13	21	41

Maneja una segunda lengua - Tiene un producto de exportación					
		Si	Más o menos	No	Total
Maneja una segunda lengua	Si	6	1	1	8
	Medianamente	8	5	4	17
	No	1	1	14	16
Total		15	7	19	41

  

Maneja una segunda lengua - Cuenta con recursos adecuados				
		Más o menos	No	Total
Maneja una segunda lengua	Si	3	5	8
	Medianamente	3	14	17
	No	0	16	16
Total		6	35	41

  

Tamaño de la empresa - Tiene un producto de exportación					
		Si	Más o menos	No	Total
Tamaño de la empresa	Micro	15	6	19	40
	Pyme	0	1	0	1
Total		15	7	19	41

  

Conoce la legislación internacional - Tiene un producto de exportación					
		Si	Más o menos	No	Total
Conoce la legislación internacional	Si	3	3	1	7
	Medianamente	9	2	2	13
	No	3	2	16	21
Total		15	7	19	41

Fuente: propia

## Correlaciones

La correlación entre las variables conocimiento de la legislación internacional y la tenencia de un producto de exportación de 0,541 (ver Tabla 9), corresponde a una correlación positiva y moderada entre las variables.

La correlación entre el tamaño de la empresa y la tenencia de un producto de exportación de -0,29 (ver Tabla 10), mostró una relación negativa baja entre las variables.

La correlación entre el conocimiento de la legislación internacional y la tenencia de recursos adecuados de 0,269 (ver Tabla 11) mostró una relación directa y baja entre las variables.

La correlación entre el tamaño de la empresa y el manejo de una segunda lengua de -0,58 (ver Tabla 12) mostró una correlación negativa entre las variables.

Tabla 9.

Correlación\_ Conoce legislación internacional - Tiene un producto de exportación

			Conoce la legislación internacional	Tiene un producto de exportación
Rho de Spearman	Conoce la legislación internacional	Coefficiente de correlación	1,000	,541**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	41	41
	Tiene un producto de exportación	Coefficiente de correlación	,541**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	41	41

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Propia

Tabla 10.

Correlación: Tamaño de la empresa - Tiene un producto de exportación

			Tamaño de la empresa	Tiene un producto de exportación
Rho de Spearman	Tamaño de la empresa	Coefficiente de correlación	1,000	-,029
		Sig. (bilateral)	.	,857
		N	41	41
	Tiene un producto de exportación	Coefficiente de correlación	-,029	1,000
		Sig. (bilateral)	,857	.
		N	41	41

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Propia

Tabla 11.

Correlación: Conoce la legislación internacional - Cuenta con recursos adecuados

			Conoce la legislación internacional	Cuenta con recursos adecuados
Rho de Spearman	Tamaño de la empresa	Coefficiente de correlación	1,000	,269
		Sig. (bilateral)	.	,089
		N	41	41
	Tiene un producto de exportación	Coefficiente de correlación	,269	1,000
		Sig. (bilateral)	,089	.
		N	41	41

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Propia

Tabla 12.

Correlación: Tamaño de la empresa - Maneja una segunda lengua

		Tamaño de la empresa	Maneja una segunda lengua
Rho de Spearman	Tamaño de la empresa	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	41
Maneja segunda lengua	Maneja segunda lengua	Coefficiente de correlación	-,058
		Sig. (bilateral)	,721
		N	41

\*\*. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Propia

## 5. Conclusiones

Es necesario impulsar más el emprendimiento con visión femenina, tecnológica y científica, promover el emprendimiento en todos los programas de la Universidad, continuar inculcando las virtudes del empresario capitalista, saber enfrentar el riesgo, la resiliencia para superar las crisis y las quiebras económicas, fortalecer iniciativas empresariales de orden global, impulsar el poliglottismo, conocer la legislación internacional y los procesos de exportación, desarrollar productos de exportación con la asistencia especializada del CDE, destacar la formalización de las empresas, desarrollar las habilidades y el conocimiento de la tecnología de las comunicaciones y la información en los empresarios, específicamente habilidades en el marketing digital, datos masivos, ciberseguridad, monedas digitales, proyectos, redes sociales, publicidad digital, entre otros.

Otras iniciativas empresariales como las ambientales, comunitarias, derechos humanos, defensa de la vida, prolongación de la calidad de la vida en el planeta son iniciativas que no suelen tenerse en cuenta y son necesarias en el futuro.

## Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

## Referencias bibliográficas

1. Cárdenas, J. D., (2011). El conocimiento como forma de vida: el caso de los estoicos. Hallazgos, 8(16),85-103.[fecha de Consulta 27 de Noviembre de 2022]. ISSN: 1794-3841. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413835206006>
2. Franklin, B. (1916). Autobiography of Benjamin Franklin. An electronic classics series Publication. The Pennsylvania State University.
3. Gil Gaytán, O. L., (2017). Asociación entre el perfil del empresario y el éxito en el emprendimiento internacional. Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad, (12), <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499054324003>

4. Hegel, G. (1924). *Vorlesungen über die Philosophie der Geschichte*.
5. Hurtado Bolaños, H. (2010). La noción de empresario: análisis de un grupo de empresarios Pyme universitarios, *Palmira*, 2011. *Libre Empresa*, 7(2), 89–100. Recuperado a partir de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/libreempresa/article/view/2947>
6. Montaña Hurtado, J. L., ; Nieto Gómez, L. E. (2018). Factores internos que afectan la competitividad internacional del puerto de Buenaventura, Colombia. *Libre Empresa*, 15(1), 103–118. <https://doi.org/10.18041/1657-2815/libreempresa.2018v15n1.3159>
7. Mun. T. (1571). *La riqueza de Inglaterra por el comercio exterior*.
8. Ordoñez Burbano, L. A. (1999). Los empresarios innovadores: originales o imitadores creativos. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, (38), 110–115. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/138>
9. Pita, P. (1833). *Lecciones generales de comercio, seguidas de una noción o rápida ojeada sobre la historia universal del mismo*. Madrid: Imprenta Real.
10. Ramos Medina, M. D. (2001). El origen de una élite negociante en Madrid : los mercaderes de lonja franceses en el siglo XVII. *Espacio Tiempo Y Forma. Serie IV, Historia Moderna*, (14). <https://doi.org/10.5944/etfiv.14.2001.3420>
11. Roque, D. (1865). *Filosofía de la Lengua Española: sinónimos castellanos*. Madrid: Tomo II.
12. Schumpeter J.A (1966). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Tomo I. Printer Industria Gráfica. Barcelona.
13. Schumpeter J.A (1978). *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de cultura económica. México.
14. Sombart (1913). *Der Bourgeois; zur Geistesgeschichte des modernen Wirtschaftsmenschen*.
15. Weber, M. (1904). *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*. *Archiv fur Sozialwissenschaften und Socialpolitik*.
16. Weber, M. (1972). *Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie*. Artibus: photomechanisch gedruckte Auflage