

PEDAGOGICAL STRATEGIES TO PROMOTE AN ENTREPRENEURIAL MINDSET IN VOCATIONAL EDUCATION AT THE NATIONAL LEARNING SERVICEMartha Cecilia Pachón¹E-mail: mcpachon@sena.edu.coORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7293-453X>¹ Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Colombia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Pachón, M. C. (2026). Estrategias pedagógicas para promover la mentalidad emprendedora en la formación profesional del Servicio Nacional de Aprendizaje. *Revista UGC*, 4(3), 132-139.

Fecha de presentación: 30/04/2026

Fecha de aceptación: 27/05/2026

Fecha de publicación: 01/07/2026

RESUMEN

El emprendimiento constituye una competencia fundamental para la formación de aprendices capaces de responder a las demandas económicas y sociales contemporáneas. El presente estudio tuvo como objetivo describir la estrategia pedagógica utilizada en el Centro de Servicios Financieros del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) para orientar el desarrollo de esta competencia. Se empleó un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos, con una muestra de 290 aprendices seleccionados mediante muestreo aleatorio simple. Los resultados evidenciaron que una proporción significativa de los participantes percibe las guías de aprendizaje como poco dinámicas y algunos materiales formativos como desactualizados. Asimismo, se identificó un limitado conocimiento sobre la Unidad de Emprendimiento, los servicios que ofrece y los casos de éxito de emprendedores beneficiados por programas institucionales de apoyo. Estos hallazgos ponen de manifiesto la necesidad de fortalecer la formación emprendedora mediante estrategias pedagógicas más innovadoras y contextualizadas. En este sentido, se propone el fortalecimiento curricular de la competencia de emprendimiento a partir de la lógica efectual, con el propósito de promover la mentalidad emprendedora, incrementar la autoeficacia percibida y potenciar la capacidad de los aprendices para identificar oportunidades, desarrollar iniciativas sostenibles y generar valor en diferentes contextos productivos. Se concluye que la actualización de los recursos didácticos, la incorporación de experiencias prácticas y el acercamiento a referentes reales del emprendimiento pueden contribuir significativamente al desarrollo de competencias emprendedoras y a la formación de futuros emprendedores comprometidos con el crecimiento económico y social.

Palabras Clave:

Emprendimiento, educación, motivación, desarrollo curricular.

ABSTRACT

Entrepreneurship is a fundamental competency for preparing learners to respond effectively to contemporary economic and social challenges. This study aimed to describe the pedagogical strategy used at the Financial Services Center of the National Learning Service (SENA) to develop entrepreneurship skills among learners. A mixed-methods approach was employed, integrating quantitative and qualitative techniques, with a sample of 290 learners selected through simple random sampling. The findings revealed that a significant proportion of participants perceived the learning guides as insufficiently dynamic and some instructional materials as outdated. In addition, limited awareness was identified regarding the Entrepreneurship Unit, the services it provides, and the success stories of entrepreneurs who have benefited from institutional support programs. These findings highlight the need to strengthen entrepreneurship education through more innovative and context-based pedagogical strategies. In this regard, the study proposes enhancing the entrepreneurship curriculum through the application of effectual logic, with the aim of fostering an entrepreneurial mindset, increasing perceived self-efficacy, and strengthening learners' ability to identify opportunities, develop sustainable initiatives, and create value in diverse productive contexts. It is concluded that updating educational resources, incorporating practical learning experiences, and exposing learners to real entrepreneurial role models can significantly contribute to the development of entrepreneurial competencies and the preparation of future entrepreneurs committed to economic and social development.

Keywords:

Entrepreneurship, education, motivation, curriculum development.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento en Colombia comenzó a fortalecerse como política pública y como estrategia para el desarrollo económico y social desde los primeros años del siglo XXI. Aunque la actividad empresarial ha estado presente históricamente en el país, fue con la promulgación de la Ley 1014 de 2006 cuando se establecieron lineamientos específicos para fomentar la cultura del emprendimiento en los diferentes niveles educativos y promover la formación de ciudadanos con capacidades para crear y gestionar iniciativas productivas (Congreso de Colombia, 2006). Este proceso se consolidó posteriormente mediante la Ley 2069 de 2020, orientada a impulsar el emprendimiento, fortalecer el ecosistema empresarial y facilitar la creación y sostenibilidad de nuevas organizaciones (Congreso de Colombia, 2020). Asimismo, el desarrollo de políticas dirigidas al emprendimiento social ha ampliado la visión del emprendimiento como mecanismo para generar soluciones innovadoras a problemáticas económicas y sociales (Congreso de Colombia, 2022).

En este contexto, el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) ha desempeñado un papel relevante en la formación de competencias emprendedoras. A partir de la Ley 789 de 2002 se establecieron las bases para la creación del Fondo Emprender, instrumento administrado por el SENA para apoyar financieramente proyectos empresariales liderados por aprendices y egresados de la institución (Congreso de Colombia, 2002). Desde entonces, el emprendimiento se ha incorporado como un componente transversal de los programas técnicos, tecnológicos y de especialización tecnológica, con el propósito de fortalecer conocimientos, habilidades y actitudes que permitan a los aprendices generar valor tanto en organizaciones existentes como mediante la creación de sus propias empresas.

No obstante, los cambios tecnológicos, económicos y sociales de las últimas décadas han generado nuevos desafíos para la educación emprendedora. La transformación digital, la creciente incorporación de herramientas basadas en inteligencia artificial y las exigencias de mercados cada vez más dinámicos demandan la actualización permanente de las estrategias pedagógicas y de los recursos de aprendizaje. En consecuencia, resulta necesario fortalecer las guías de aprendizaje y los ambientes formativos mediante metodologías innovadoras que favorezcan la creatividad, la adaptación al cambio, la identificación de oportunidades y la resolución de problemas complejos.

La literatura reciente señala que la educación para el emprendimiento constituye una estrategia relevante para enfrentar el desempleo juvenil y promover el desarrollo económico; sin embargo, su efectividad depende de la capacidad de los programas formativos para responder a las características y necesidades de los contextos donde se implementan (Olutuase et al., 2023). Los programas descontextualizados pueden limitar el desarrollo de competencias emprendedoras, por lo que se requiere una formación que articule las necesidades del entorno productivo con las expectativas y motivaciones de los estudiantes.

Paralelamente, las transformaciones culturales contemporáneas han configurado nuevas formas de aprendizaje y de interacción social entre los jóvenes. La constante exposición a entornos digitales, la búsqueda de respuestas inmediatas y los cambios en las dinámicas laborales influyen en la construcción de sus proyectos de vida y en la manera en que perciben el emprendimiento. Estas circunstancias hacen necesario diseñar estrategias pedagógicas capaces de conectar con sus intereses, fortalecer la resiliencia y promover una visión del emprendimiento como alternativa de desarrollo personal, profesional y social.

Aunque el SENA ha realizado importantes esfuerzos para fortalecer la mentalidad emprendedora de sus aprendices, persisten desafíos relacionados con la articulación de los procesos formativos, el aprovechamiento de los recursos institucionales disponibles y la apropiación de los mecanismos de apoyo ofrecidos por el Fondo Emprender. Adicionalmente, los cambios en los tiempos de formación y las exigencias del entorno productivo hacen necesario revisar y fortalecer las estrategias pedagógicas utilizadas para orientar la competencia de emprendimiento. En este marco, surge la necesidad de analizar la estrategia pedagógica implementada en el Centro de Servicios Financieros del SENA, con el propósito de identificar oportunidades de mejora que contribuyan al fortalecimiento de la mentalidad emprendedora y al desarrollo de iniciativas empresariales sostenibles.

MATERIALES Y MÉTODOS

Para garantizar el rigor científico de este artículo, se llevó a cabo una búsqueda sistemática en Scopus, Web of Science y Google Académico. Haciendo énfasis en las palabras clave como modelo efectual, estrategia pedagógica y mentalidad emprendedora, lo cual permitió identificar literatura indexada en su gran mayoría en niveles Q1 a Q4 la cual contribuye a fundamentar sólidamente la metodología y justificación teórica (Tabla 1).

Tabla 1. Buscadores utilizados para la búsqueda de información.

BUSCADOR	ARTÍCULOS	SELECCIONADOS	PALABRAS CLAVE
Web of Science	42	10	Emprendimiento, motivación, educación
Scopus	277	25	Emprendimiento, motivación, educación,
Google Académico	120	5	Emprendimiento, motivación, educación, currículo, efectual
TOTAL	234	40	

Para efectuar una depuración de la información previamente establecida, se efectuó una selección de 40 artículos en las tres bases de datos, de acuerdo con su relevancia en el eje temático de emprendimiento, modelo efectuar, motivación mentalidad emprendedora y pedagogía emprendimiento, para la búsqueda se contempló un rango de tiempo para los artículos, entre 2022 y 2026, artículos de revisión, mayor número de citaciones, y cuartil.

La información consultada proporciona información que permite justificar la propuesta desarrollada en la investigación, la cual busca que se fortalezca la actual estrategia de formación del emprendimiento, adoptando el modelo efectuar, el cual permite mayor practicidad en el ejercicio pedagógico con relación al tema de emprendimiento y cómo las diferentes actividades contribuyen a fortalecer la mentalidad emprendedora en los aprendices que abordan la temática.

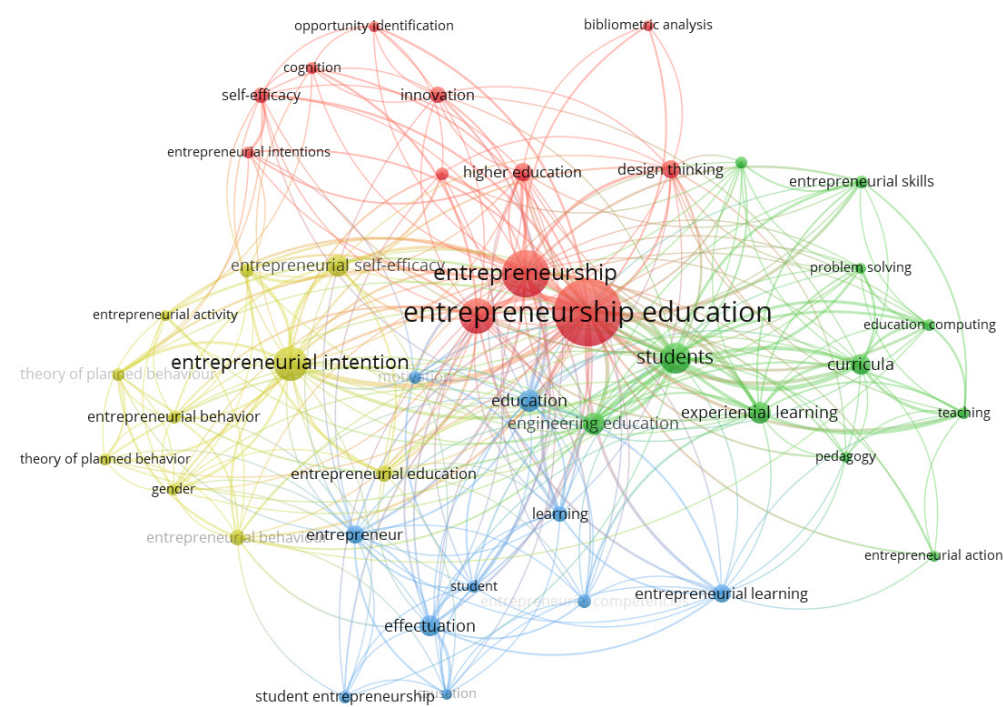


Figura 1. Mapa bibliométrico.

En la figura 1 puede evidenciarse 4 ejes temáticos: el color rojo representa el núcleo e innovación, enfoque del ecosistema educativo. Con palabras graves como: entrepreneurship education, higher education, innovation, opportunity identification. Representa la base institucional. La educación superior busca no solo enseñar, sino identificar oportunidades e impulsar la innovación mediante metodologías como el design thinking, por ejemplo.

El eje temático de representado por el color verde, enfocado en la dimensión pedagógica (habilidades), centrándose en cómo se enseña y el desarrollo de competencias prácticas. Con palabras clave: students, experiential learning, curricula, problem solving, entrepreneurial skills. Resaltando la importancia del aprendizaje experiencial. Donde se resalta que no debe ser sólo teoría pasiva, sino de que el estudiante pueda adquirir habilidades mediante la resolución de problemas y el diseño curricular activo.

El eje temático de color amarillo representa la dimensión psicológica y conductual. Donde se exploran factores internos que impulsan a una persona a emprender. Usando palabras clave como: entrepreneurial intention, theory of planned

behavior, self-efficacy, gender. Donde se han consultado teorías donde se resalta que la educación busca impactar la intención emprendedora trabajando la autoeficacia y entendiendo el comportamiento del individuo desde modelos psicológicos.

El eje temático representado con el color azul representa la dimensión del proceso y el aprendizaje, enfocándose en la naturaleza del proceso emprendedor como un camino de aprendizaje continuo. Palabras clave: entrepreneurial learning, effectuation, entrepreneur, student entrepreneurship. Aquí destaca el concepto de efectución (tomar decisiones basadas en los recursos disponibles). Mostrando que el emprendimiento estudiantil es un proceso de aprendizaje dinámico.

Lambarri Villa et al. (2025) resaltan que los estudiantes, aunque valoran la competencia emprendedora, no la priorizan en su formación. Este fenómeno deriva de una cultura institucional débil y la escasa integración práctica en el currículo, limitando el desarrollo de habilidades clave para el futuro; Boldureanu et al. (2020) indican que la educación emprendedora en instituciones de educación superior puede fortalecerse gracias a la exposición de modelos emprendedores exitosos. La educación en emprendimiento desempeña un papel insustituible en la mejora de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios, la promoción del empleo y el emprendimiento estudiantil, y el impulso de la economía (Wu et al., 2022); Kumari & Sudha (2026) señalan que la educación, mediante el aprendizaje estructurado y práctico, fortalece las capacidades que definen el éxito emprendedor. Complementariamente, la teoría del comportamiento planificado ofrece una perspectiva clave sobre la intención de emprender.

Superar la educación tradicional basada en la memoria requiere nuevos enfoques curriculares y pedagógicos. Integrar la creatividad y la mentalidad emprendedora en el aprendizaje es fundamental para transformar estos modelos, exigiendo una reestructuración profunda que responda a los retos actuales (Hadley, 2026).

En este sentido los autores resaltan que la enseñanza del emprendimiento incrementa las intenciones y actitudes positivas en las personas para crear su propia empresa; sin embargo, es necesario que se fortalezcan acciones desde el ámbito académico y los diferentes actores que intervienen en el ecosistema emprendedor.

Por otra parte, manifiestan que la educación empresarial basada en modelos de conducta de emprendedores exitosos puede influir positivamente en las actitudes e intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Para De Sousa Filho et al. (2023), quienes tomaron como base la teoría del comportamiento planificado, así como la escasa literatura científica, rescatan en su investigación integran y evalúan el papel del miedo al fracaso como antecedente de la intención emprendedora (IE).

Aplicando la teoría del comportamiento planificado (TPB) y dada la escasez de literatura científica. Con base en una muestra de 979 estudiantes de educación superior de Brasil, Colombia, México y Perú, encontraron que el miedo al fracaso influye negativamente en la actitud y el control conductual percibido (PBC) para las muestras brasileña y mexicana; no es lo mismo para Perú y Colombia; sin embargo, para los cuatro países la intención emprendedora se ve afectada positivamente por la actitud.

La Teoría del Comportamiento Planificado (TPB) sostiene que la intención de actuar depende de las actitudes hacia la conducta, las normas sociales percibidas y el control conductual percibido, prediciendo comportamientos humanos en diversos contextos (Ajzen, 1991).

Asimismo, la aplicación de la lógica efectual permite al aprendiz reconocer que su identidad, conocimientos y redes de contacto constituyen recursos suficientes para la generación de valor, mitigando así el bloqueo por análisis que suelen provocar los planes de negocio tradicionales basados en la predicción. Esta "victoria temprana", cimentada en la praxis, reconfigura la percepción del riesgo y la incertidumbre, transformando el ambiente de formación en un laboratorio de experimentación activa. En este escenario, el aprendiz se empodera como gestor de su propio destino profesional; consecuentemente, si su propósito es la creación de su propia empresa, desarrollará una mayor resiliencia e interés por consolidar su meta, apalancándose estratégicamente en el acompañamiento de sus instructores y en los gestores de la unidad de emprendimiento del centro de formación.

Es aquí donde cobra importancia, por ejemplo, contar con el semillero de emprendimiento, desarrollar actividades donde el aprendiz fortalezca conocimiento y habilidades, las cuales serán de gran utilidad en su propósito de iniciar su camino como emprendedor, donde el apoyo que brinde la institución será fundamental.

Bajo esta perspectiva, el comportamiento proactivo del individuo actúa como catalizador en la apropiación del conocimiento. Una mayor disposición y motivación extrínseca hacia el aprendizaje incrementan la receptividad cognitiva del aprendiz, potenciando el reconocimiento de sus propias capacidades y la identificación de oportunidades estratégicas en el mercado.

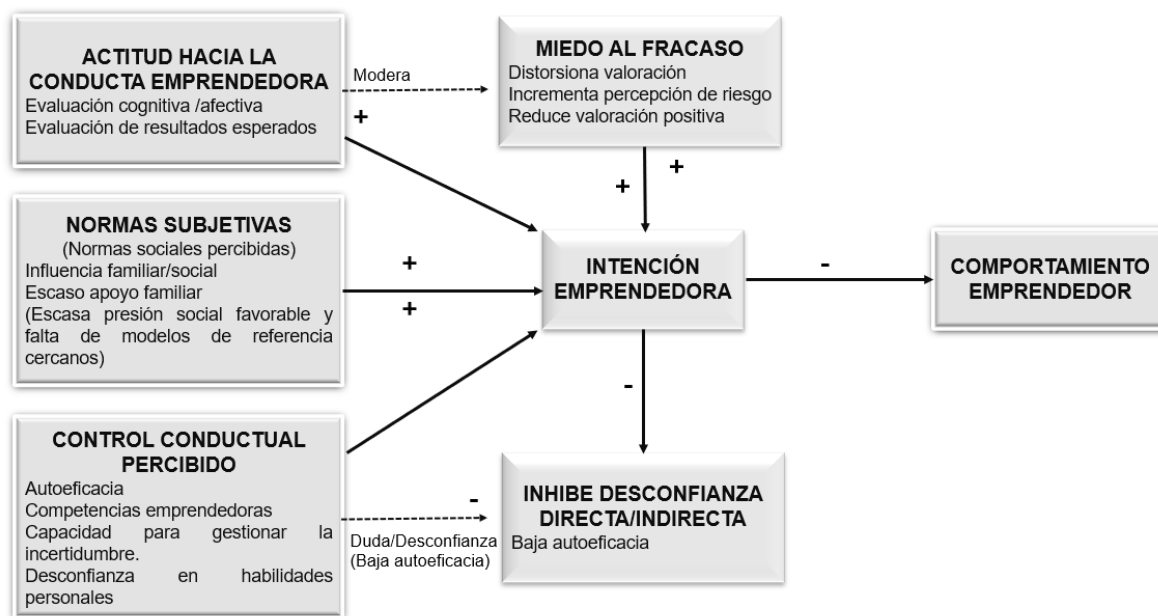


Figura 2. Modelo interpretativo Teoría del Comportamiento Planificado.

Fuente: Elaboración propia a partir de Icek (1991).

En la Figura 2 se presenta un modelo adaptado de la Teoría del Comportamiento Planificado propuesta por Ajzen (1991), el cual integra tres determinantes cognitivos fundamentales: la actitud hacia el emprendimiento, las normas sociales percibidas y el control conductual percibido. Estos factores influyen directamente en la intención emprendedora, considerada como la variable mediadora que antecede al comportamiento emprendedor. Asimismo, el modelo incorpora el miedo al fracaso como un elemento que afecta negativamente la actitud y la percepción de control, reduciendo consecuentemente la intención de emprender.

La investigación desarrollada destaca que los emprendedores poseen determinadas habilidades y rasgos asociados con la necesidad de logro, la tolerancia al riesgo y la capacidad de adaptación. No obstante, mientras los rasgos de personalidad suelen ser relativamente estables y difíciles de modificar, las habilidades pueden fortalecerse significativamente mediante procesos formativos y experiencias prácticas en contextos productivos. En este sentido, se identifican tres habilidades fundamentales para quienes inician su trayectoria emprendedora: la capacidad de ideación, la pasión por el emprendimiento y el optimismo frente a los desafíos propios de la actividad empresarial.

Por otra parte, Sørensen & Trolle Gronemann (2025) sostienen que la educación emprendedora debe trascender el objetivo exclusivo de la creación de empresas y priorizar el fortalecimiento de la mentalidad emprendedora, los valores sostenibles y el desarrollo humano integral. Según estos autores, el fortalecimiento de capacidades personales previas permite a los individuos enfrentar desafíos

complejos y contribuir a la construcción de soluciones responsables y sostenibles para la sociedad.

En el contexto del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), específicamente en el Centro de Servicios Financieros, la competencia de emprendimiento dispone de una intensidad horaria limitada de 48 horas, distribuidas entre trabajo directo con el instructor y trabajo autónomo. Esta restricción temporal dificulta la consolidación de creencias positivas hacia el emprendimiento, el fortalecimiento de la autoeficacia y la motivación emprendedora de los aprendices. Como consecuencia, pueden persistir barreras motivacionales, cognitivas y sociales que limitan el desarrollo de la intención emprendedora y la disposición para asumir proyectos empresariales propios.

La literatura reciente también resalta la importancia del papel del instructor en la efectividad de los programas de educación emprendedora. La pasión por enseñar emprendimiento constituye un factor que influye significativamente en la satisfacción, el aprendizaje y las aspiraciones empresariales de los estudiantes. En este sentido, Tavakoli et al. (2025) señalan que la pasión del docente por el emprendimiento y por la enseñanza se refleja en estudiantes más comprometidos, motivados e interesados en la creación de sus propias empresas. De manera complementaria, Machingambi & Iwu (2025) argumentan que la educación emprendedora debe ser impartida por académicos con experiencia, emprendedores y profesionales vinculados al sector productivo, privilegiando enfoques prácticos, la colaboración con incubadoras empresariales y metodologías experienciales como simulaciones, estudios de caso y proyectos desarrollados en conjunto con centros de innovación. Estas estrategias

favorecen aprendizajes significativos y fortalecen las competencias necesarias para afrontar los retos del emprendimiento contemporáneo.

En este sentido, resulta pertinente mencionar lo expuesto por Zulkifli et al. (2025), quienes enfatizan la necesidad de garantizar que la formación en emprendimiento prepare eficazmente a los futuros educadores para integrar principios emprendedores en sus prácticas docentes, fomentando la innovación, la creatividad y la autosuficiencia en las futuras generaciones.

El estudio, desarrollado en la Universidad Tecnológica de Malasia, destaca el papel fundamental del formador en la educación emprendedora; sin embargo, reconoce debilidades relacionadas con su experiencia práctica y su vinculación con el sector productivo. Esta situación también se observa en contextos como el colombiano, donde las limitadas oportunidades de transferencia de conocimiento, la escasez de giras técnicas y el reducido acercamiento a emprendedores con experiencia en el mercado restringen la capacidad de los docentes para incorporar situaciones reales del entorno empresarial en los ambientes de formación.

Por su parte, Hytti et al. (2025) señalan que los métodos de enseñanza activos, contextualizados y centrados en el estudiante fortalecen significativamente las competencias emprendedoras, superando las limitaciones de los enfoques tradicionales y promoviendo aprendizajes significativos en diversos escenarios educativos.

De igual manera, Wang et al. (2024) destacan que la autonomía docente favorece interacciones dinámicas entre contenidos, metodologías, currículo y evaluación, generando procesos continuos de innovación en la pedagogía del emprendimiento. Los autores comparan este proceso con una rueda en constante movimiento que fortalece los aprendizajes significativos y contribuye al desarrollo de competencias emprendedoras en la educación superior.

Lo anteriormente expuesto resulta viable cuando concurren dos condiciones fundamentales en el escenario formativo. En primer lugar, que las instituciones educativas proporcionen las herramientas necesarias para que los docentes desarrollen procesos de enseñanza de calidad, incluyendo acceso a tecnologías, alianzas con empresas del sector productivo, simuladores, programas de capacitación continua y espacios de construcción colaborativa de materiales y actividades de aprendizaje. Estas condiciones permiten que todos los actores involucrados compartan una visión común y contribuyan a una formación dinámica y pertinente. En segundo lugar, resulta indispensable contar con profesionales competentes y comprometidos con las políticas institucionales y con su rol como docentes o tutores, capaces de comprender que su función trasciende la simple orientación de contenidos e implica acompañar al estudiante desde una perspectiva humana, motivacional y formativa.

Para Clement (2025), la educación emprendedora fortalece directamente la conducta emprendedora. Además, opera mediante un proceso de mediación serial en el que las actitudes positivas favorecen la intención emprendedora, constituyéndose en pasos intermedios esenciales para transformar el aprendizaje en acciones concretas. En la misma línea, Tunstall & Neergaard (2021) sostienen que la educación emprendedora debe superar los enfoques tradicionales e individualistas para incorporar experiencias de aprendizaje contextualizadas socialmente y basadas en la práctica. Esta perspectiva promueve el aprendizaje experiencial como una estrategia efectiva para desarrollar competencias y mentalidades emprendedoras, especialmente ante la falta de consenso sobre herramientas pedagógicas específicas para la enseñanza del emprendimiento.

Esta realidad se encuentra estrechamente vinculada con el propósito institucional del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), entidad líder en Colombia en la formación técnica y tecnológica. A través de la competencia de emprendimiento, la institución busca fortalecer la mentalidad emprendedora de sus aprendices y promover la generación de iniciativas empresariales sostenibles. Para alcanzar este objetivo, resulta necesario realizar esfuerzos que trasciendan el ambiente de formación e incluyan la preparación permanente de los instructores, garantizando que dispongan de las herramientas pedagógicas, metodológicas y técnicas necesarias para orientar procesos de aprendizaje efectivos. Más allá de las buenas intenciones, se requiere un trabajo colaborativo que permita incrementar el número de aprendices con intención de emprender y crear sus propias empresas, contribuyendo de esta manera al crecimiento económico y al desarrollo social del país.

CONCLUSIONES

El presente estudio permitió reconocer el papel estratégico que ha desempeñado el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) en el fortalecimiento de la cultura emprendedora en Colombia, especialmente a través de mecanismos como Fondo Emprender, el cual se ha consolidado como una de las principales herramientas de apoyo para la creación y fortalecimiento de unidades productivas lideradas por aprendices y egresados. Esta trayectoria evidencia el compromiso institucional con la generación de oportunidades para el desarrollo económico, la innovación y la empleabilidad.

Los hallazgos obtenidos permiten concluir que la competencia de emprendimiento constituye un espacio fundamental para el fortalecimiento de conocimientos, habilidades y actitudes emprendedoras. Más allá de la formulación de planes de negocio, esta competencia contribuye al desarrollo de capacidades relacionadas con la creatividad, la resolución de problemas, la identificación de oportunidades, la toma de decisiones y la

construcción de proyectos de vida. Para quienes desean crear su propia empresa, representa una oportunidad para adquirir herramientas que faciliten la materialización de sus ideas de negocio; mientras que, para quienes se vincularán al mercado laboral, favorece el desarrollo de competencias intraemprendedoras que agregan valor a las organizaciones donde desempeñan sus funciones.

Los resultados del estudio de campo evidencian una percepción favorable de los aprendices frente a las estrategias pedagógicas utilizadas por los instructores para orientar la competencia de emprendimiento. El 85,8 % de los encuestados manifestó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con que dichas estrategias influyen positivamente en su motivación para comenzar a estructurar propuestas de negocio susceptibles de acceder a fuentes de financiación. No obstante, la existencia de un grupo de aprendices que expresa percepciones neutrales o desfavorables pone de manifiesto la necesidad de continuar fortaleciendo las metodologías empleadas, incorporando enfoques más dinámicos, participativos y cercanos a la realidad empresarial.

En este contexto, la integración de la lógica efectual emerge como una alternativa pedagógica pertinente para complementar el taller de emprendimiento. Este enfoque permite que los aprendices partan de sus recursos actuales —quiénes son, qué saben y a quién conocen— para construir oportunidades de negocio de manera progresiva, reduciendo la incertidumbre asociada a los modelos tradicionales centrados exclusivamente en la planificación. De esta forma, el emprendimiento deja de percibirse como un proceso distante o complejo y se convierte en una experiencia práctica, accesible y alineada con las capacidades reales de cada aprendiz.

Asimismo, se concluye que el fortalecimiento de la competencia de emprendimiento requiere una articulación institucional más amplia entre instructores, coordinaciones académicas, la Unidad de Emprendimiento, Bienestar al Aprendiz y los diferentes actores que participan en el proceso formativo. La construcción de un lenguaje común y de objetivos compartidos favorece una mayor coherencia en las acciones desarrolladas y potencia el impacto de las estrategias implementadas en beneficio de la comunidad educativa.

De acuerdo con Gandhi & Mukherji (2023), la motivación constituye un elemento esencial en los procesos de aprendizaje, ya que influye directamente en la adquisición, retención y aplicación del conocimiento. En consecuencia, uno de los principales aportes de esta investigación consiste en destacar la importancia de fortalecer la motivación emprendedora como eje transversal de la formación, entendiendo que el aprendizaje significativo surge cuando el estudiante encuentra sentido y propósito en aquello que aprende.

Finalmente, este estudio permite concluir que el éxito de la formación emprendedora no depende exclusivamente de los contenidos impartidos o de las herramientas institucionales disponibles, sino también de la capacidad de los instructores para inspirar, orientar y acompañar a los aprendices en la construcción de sus proyectos personales y profesionales. En un contexto caracterizado por rápidos cambios tecnológicos, económicos y sociales, el docente de emprendimiento asume un papel que trasciende la transmisión de conocimientos, convirtiéndose en un facilitador del aprendizaje, un orientador de oportunidades y un agente de motivación. Por ello, fortalecer las competencias pedagógicas, humanas y profesionales de los instructores constituye una condición indispensable para consolidar una cultura emprendedora sólida que contribuya al desarrollo económico y social del país.

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)
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Grigoruță, M. V. B., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. <https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Clement, T. (2025). Start something! Effectual action in the entrepreneurship classroom. *Management Teaching Review*, 11(2). <https://doi.org/10.1177/23792981241299764>
- Congreso de Colombia. (2020). *Ley 2069 de 2020, por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2069_2020.html
- Congreso de Colombia. (2022). *Ley 2234 de 2022, por medio de la cual se promueve el emprendimiento social en Colombia*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=189388>
- Congreso de la República de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento*. http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html
- De Sousa Filho, J. M., García-Salirrosas, E. E., Lessa, B., & Castro, J. L. (2023). El papel del miedo al fracaso en las intenciones emprendedoras de los estudiantes en América Latina. *The International Journal of Management Education*, 21(3), 100880. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100880>
- Gandhi, M. H., & Mukherji, P. (2023). *Learning theories*. StatPearls Publishing.

- Hadley, G. R. (2026). Embedded entrepreneurship pedagogy: Six key practices for an entrepreneurial classroom. *Thinking Skills and Creativity*, 59, 101993. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2025.101993>
- Hytti, U., Matthews, C. H., Ogilvie, D., Shelton, L. M., & Winkel, D. (2025). What I've learned about teaching entrepreneurship: Perspectives of five master educators. In *Annals of Entrepreneurship Education and Pedagogy 2025*. Edward Elgar Publishing.
- Kumari, S., & Sudha, S. (2026). Entrepreneurship education for management students: A framework-based review. *The International Journal of Management Education*, 24, 101311. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101311>
- Lambarri Villa, M., Gordon Isasi, J., & Arrondo Diez, E. (2025). Competencia emprendedora en la educación superior: Una evaluación de la importancia que le atribuyen los estudiantes de último año de pregrado. *World*, 6(3), 110. <https://doi.org/10.3390/world6030110>
- Machingambi, J., & Iwu, C. G. (2025). Teaching entrepreneurship in a South African university: Who should teach and which methods work best? *Administrative Sciences*, 15(8), 322. <https://doi.org/10.3390/adms-ci15080322>
- Olutuase, S. O., Brijlal, P., & Yan, B. (2023). Model for stimulating entrepreneurial skills through entrepreneurship education in an African context. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 35(2), 206–225. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1786645>
- Sørensen, K. B., & Trolle Gronemann, S. (2025). Broadening the entrepreneurial mindset to meet sustainable goals: Introducing the 4-foci mindset. *Industry and Higher Education*, 39(3), 261–275. <https://doi.org/10.1177/09504222241295651>
- Tavakoli, M., Radu Lefebvre, M., & Fayolle, A. (2025). The impact of the passion for teaching entrepreneurship: A conceptual model. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 54(3). <https://doi.org/10.1504/IJESB.2025.144224>
- Tunstall, R., & Neergaard, H. (2021). Flashmob: Una herramienta heurística para el aprendizaje social en la formación emprendedora. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(1), 31–48. <https://doi.org/10.1177/25151274211017547>
- Wang, C., Shi, Y. C., & Jiang, S. H. (2024). The early bird catches the flywheel: Pedagogical components of entrepreneurship education in American higher education institutions. *Education + Training*, 66(8), 1077–1095. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2023-0202>
- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions of College Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and the Moderating Role of Entrepreneurial Competition Experience. *Frontiers in psychology*, 12, 727826. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>

Conflictos de interés:

La autora declara no tener conflictos de interés.

Contribución de los autores:

Martha Cecilia Pachón: Concepción y diseño del estudio, adquisición de datos, análisis e interpretación, redacción del manuscrito, revisión crítica del contenido, análisis estadístico, supervisión general del estudio.

Declaración ética:

El estudio aborda temas relacionados con estudiantes/personas vulnerables, pero se realizó únicamente mediante revisión documental, análisis de información secundaria o bases de datos públicas. No implicó la participación directa de seres humanos ni el manejo de información personal identificable.