

## Inteligencias múltiples y su aporte en el desarrollo del espíritu emprendedor

Fecha de recepción: julio 2021

Fecha de aceptación: septiembre 2021

Versión final: noviembre 2021

Diana Marcela Taborda Cardona (\*)

**Resumen:** Este artículo, derivado de los primeros acercamientos a la tesis doctoral *Aporte de las inteligencias múltiples en la enseñanza del emprendimiento en las carreras universitarias con cátedra en creación de empresas*, busca trazar una primera ruta teórica sobre la hipótesis planteada: las inteligencias múltiples, al considerar otras habilidades, pueden influenciar el desarrollo de capacidades emprendedoras, y un estudio y aplicación de esta didáctica en el aula de clase, favorecerá la educación en torno a la creación de empresas que se constituyan como posibilidades de movilización de los mercados y la mejora de las economías que consideran al emprendimiento como emergentes, por lo que las universidades deberán participar en la construcción de cátedras que integren pedagógicamente asuntos relacionados con la administración, las habilidades emprendedoras o desarrollo de inteligencias y los componentes básicos del emprendimiento.

**Palabras clave:** Aprendizaje significativo - emprendimiento - inteligencias múltiples - método de enseñanza.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 273]

### Desarrollo

El emprendimiento es regularmente asociado a la capacidad de los sujetos para gestar ideas de negocio rentables y sostenibles en el mercado. Desde este punto de vista, su desarrollo se asocia a las posibilidades que tienen los emprendedores para administrar sus propios recursos y trabajar con ellos en la construcción de unidades de negocio que deben responder a necesidades del mercado. En ese sentido, el emprendimiento y la enseñanza del mismo, se ha asociado a competencias, pues se entiende el emprendimiento, así como las competencias que este activa, desde una doble vertiente susceptible de educación: como habilidad que puede formarse y como actitud que puede desarrollarse. Por lo tanto, educar desde la óptica del emprendimiento supone pensar en nuevos sujetos de aprendizaje y nuevas formas de vincularse con el conocimiento, con el mundo y consigo mismo. Así pues, supondrá formar personas con competencia emprendedora y, por lo tanto, desarrollar en el sujeto habilidades, capacidades y actitudes.

El espíritu emprendedor se ha reconocido como la motivación y la capacidad que tiene una persona, ya sea de forma independiente o dentro de una empresa u organización, para identificar una oportunidad y trabajar en su aprovechamiento, obligándose a llevar a cabo cambios y a reaccionar con intuición, flexibilidad y apertura.

El perfeccionamiento de ese espíritu emprendedor está asociado a diferentes capacidades, entre ellas la gestión de la incertidumbre y el desarrollo de una mentalidad práctica, ágil y estoica que le permitan al sujeto competir en ese ambiente asumiendo las altas posibilidad que existen de fallar, además aprendiendo a delegar, trabajar en equipo y tener pasión por el proyecto para soportar los momentos difíciles. Adicional a lo anterior un emprendedor percibe la oportunidad que ofrece el mercado y ello lo pone a conversar con su objeto de motivación y con la capacidad para movilizar recursos con el fin de apropiarse de dicha coyuntura; tiene confianza en sus ideas, sabe convencer y vender las mismas, pero sobre todo, tiene la capacidad de alcanzar resultados.

¿La Universidad si está preparada para formar estos espíritus? Ramos y Ruiz (2008) afirman que el emprendimiento tiene sus bases en una estructura intelectual basada en la investigación, en la cual convergen el estudio del comportamiento emprendedor en organizaciones ya existentes y su relación con el rendimiento de la organización, el enfoque sociocultural predominantemente, los rasgos o factores psicológicos de los emprendedores y el enfoque económico para explicar el papel del empresario en el crecimiento y desarrollo económico.

Las universidades pueden llegar a ejercer un papel crucial en el desarrollo de las funciones anteriormente citadas, considerando que en la generación de ideas de negocios deben intervenir asuntos como la creación (investigación), la adquisición de conocimientos (formación) y la rapidez de reacción en las respuestas a competidores y clientes, es decir análisis del entorno y del mercado.

Así mismo, es importante considerar que, para el caso de la enseñanza del emprendimiento, se hace importante potenciar habilidades que no se ajustan a las áreas disciplinares enseñadas en los pregrados universitarios, lo que implicaría que la metodología y el currículo se ajustaran no solo a los saberes propios de la administración, que se relacionan con la creación de empresas, sino también al desarrollo de otras inteligencias que posibiliten el desarrollo de habilidades propios del espíritu emprendedor. Es decir, desde el sistema educativo se puede fomentar el espíritu emprendedor, ya que las capacidades empresariales no son innatas, sino que se aprenden (Kirby, 2004) y se establece así, un vínculo con los pilares fundamentales de la teoría de inteligencias múltiples de Gardner (1983), no solo cuando asocia inteligencias a capacidades, sino también, cuando se refiere a la influencia de las características genéticas de las personas para ser emprendedoras.

Si se requiere fomentar las habilidades en los individuos para que aporten beneficio a la sociedad, también deben establecerse modelos que permitan aumentar el desarrollo de las personas favoreciendo la adquisición y

desarrollo de conocimientos, habilidades y valores que puedan ayudar al impulso de acciones emprendedoras utilizando como base las particularidades de los individuos, sus inteligencias y su entorno.

La mayoría de personas se verán beneficiadas si adquieren este conocimiento, o un entrenamiento para desarrollar la aptitud y la actitud necesarios para llevar una vida de emprendedores. Esta nueva orientación de la educación tiene como objetivo inyectar un nuevo núcleo de disciplinas emprendedoras. No se puede enseñar el impulso, ni el ingenio, ni la capacidad para trabajar en equipo. Tampoco se puede enseñar la forma en que trabaja la mente o una personalidad. Pero se puede estimular el espíritu creativo e innovador como atributo indispensable de un empresario.

No solo el conocimiento real, nivel y tipo de estudios que tiene un individuo, son determinantes para realizar una iniciativa emprendedora; la percepción que este tenga de los conocimientos y habilidades que posee también resultan ser claves. Es acá donde cobra sentido el autonocimiento y el desarrollo de las inteligencias y de las dimensiones del espíritu emprendedor, que son ampliamente reconocidas en la literatura sobre el tema:

1. la autoconfianza
2. el comportamiento innovador
3. la motivación de logro
4. la autoeficacia emocional
5. el liderazgo
6. la proactividad
7. la tolerancia a la incertidumbre.

Estos siete principios pueden ser equiparables con las inteligencias: La autoconfianza se refiere a la seguridad que el individuo tiene en sus capacidades como medio para conseguir un objetivo, propio también de la inteligencia intrapersonal; el comportamiento innovador es la habilidad de la persona para generar muchas alternativas, propio de la inteligencia espacial o visual; la motivación al logro es concebida como el deseo que tienen ciertas personas para mejorar el resultado de sus acciones y sentirse responsables de las mismas, rodeándose de los mejores equipos para perseguir y alcanzar objetivos en común así como lo hacen quienes desarrollan la inteligencia interpersonal; la autoeficacia emocional es el proceso que inicia, evita, inhibe, mantiene o modula la ocurrencia e intensidad o duración de los sentimientos, estados, emociones fisiológicas, procesos de atención, estados motivacionales y otros relacionados con la conducta y la emoción que permiten lograr la adaptación afectiva biológica o social, o el logro de metas individuales, propio del desarrollo de la inteligencia emocional la inteligencia corporal ayuda al logro de los objetivos de los buenos líderes, la inteligencia matemática los hace buenos empresarios y la lingüística los ayuda a comunicarse eficientemente.

La propuesta de un nuevo escenario educativo que favorezca el emprendimiento, debe obedecer más que a una política pública y se debe trasladar a las aulas de clase para generar procesos de cambio de la mente de nuestros jóvenes para que entiendan la importancia de la in-

novación en el contexto político, económico y social de los nuevos territorios, que están permeados por grandes cambios industriales, de consumo de información y de conocimiento.

En ese sentido la escuela juega un papel de suma relevancia, toda vez que debe considerar en la formación universitaria la economía conductual o economía del comportamiento entendida como el estudio de aquellos factores psicológicos, sociales o cognitivos que afectan las decisiones económicas de los individuos, así como las inteligencias que al conocerlas y poder desarrollarlas se favorece en principio la motivación por la educación y posteriormente la formación para el emprendimiento, en consideración de la zona de desarrollo próximo que tal y como lo afirmaba Vigotzky es la distancia entre el nivel de desarrollo real (determinado por la resolución independiente de problemas) y potencial (determinado por la resolución de problemas bajo la guía de un adulto o en colaboración con compañeros más expertos).

A la par de las competencias, la actitud emprendedora está asociada también a los estilos emocionales y ello se configura como un elemento adicional a tener en cuenta a la hora de diseñar programas de formación en emprendimiento. Como lo afirman Merino y Vargas (2011) en todo plan de formación asociado al emprendimiento se debe considerar la interacción tanto de niveles individuales o psicológicos como institucionales y del entorno, pues todos influyen en la decisión de emprender.

El emprendedor es un innovador, un estratega, un creativo y alguien que cree en sus ideas para llevarlas a cabo de forma exitosa. Sin embargo, algunos factores de tipo emocional llegan a interponerse entre la actitud del emprendedor y finalmente el acto de emprender, los cuales podrían ser vitales para el diseño de la formación de futuros emprendedores. (Emilse Durán Aponte, 2016).

La enseñanza del emprendimiento se puede entonces basar en el desarrollo de las competencias emprendedoras utilizando estrategias que combinen metodologías adaptadas a los estilos de aprendizaje de las personas, bajo metodologías cercanas al hacer y a un aprendizaje natural, simple y cercano a la realidad; bajo la resolución de problemas y proyectos, integrando medios audiovisuales y tecnologías de la información y la comunicación. Pardo-Rojas (2011) afirma que aprender a través de las experiencias de la vida permite desarrollar competencias relacionadas con la resolución de problemas, con la capacidad para tomar decisiones, autodirigir nuestras acciones y analizar el impacto de estas.

El mercado actual exige a los jóvenes universitarios próximos a egresar, una interacción directa con diferentes saberes, buscando una preparación más adecuada en su desempeño profesional, desarrollando conocimientos que permitan una mejora en la práctica, bajo la generación de ideas novedosas, que bien aprovechadas suelen ser el origen del emprendimiento, forjando caminos originales que buscan dar solución a un problema social, como es la escasez de empleo y la movilización de la economía.

En el contexto colombiano, es importante advertir que algunos emprendimientos se dan por necesidad, pero otros nacen posterior a la formación universitaria. Por lo anterior las instituciones de educación superior debe dotar de nuevos conocimientos y procesos a los estudiantes, y considerar en el proceso de enseñanza y aprendizaje los cambios que exigen las sociedades: globalización, avances tecnológicos y las particularidades de las personas. Lo anterior conlleva a una transformación de ideas ingeniosas en el proceso formativo para estar a la par con lo que exige el entorno y buscar la calidad educativa.

Es necesario entonces desarrollar habilidades cognitivas y emocionales en cada nivel de la carrera universitaria. El estudio de las competencias esenciales para el emprendimiento, las inteligencias y el modo en que se cruzan con la tecnología, la experiencia, la habilidad y el conocimiento para formarlas, permite a estos componentes el aporte de materias y contenidos básicos, que den coherencia y sentido a las acciones formativas que acrecienten la creatividad.

Es así que la universidad de hoy busca generar confianza en los futuros profesionales, sobre sus pensamientos y sobre el camino que recorre, con la idea clara de alcanzar el objetivo que se han definido confiando en ponerse de pie cuantas veces sea necesario y tomando decisiones en pro de lograr ese objetivo muy a pesar que los demás le digan que esté equivocado. Es en ese proceso que surge el emprendimiento, en la exploración, en la necesidad de querer crear algo nuevo, original, buscando ver relaciones de causalidad que otros no ven y son estas relaciones que le dan la confianza de poder alcanzar el objetivo siguiendo un camino diferente al que el resto toma. (Zamora, 2014, pág. 15)

Educar desde la óptica del emprendimiento supone pensar en nuevos sujetos de aprendizaje y nuevas formas de vincularse con el conocimiento, con el mundo y consigo mismo. Así pues, supondrá formar a personas con competencia emprendedora y, por lo tanto, desarrollar en el sujeto habilidades, capacidades y actitudes.

### Bibliografía

- Carmen Estela Carlos Ornelas, L. E. (2015). El Espíritu Emprendedor y un Factor que Influencia su Desarrollo Temprano. *Conciencia Tecnológica*, 46-51.
- Durán-Aponte, E. & -G. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Gestión de la educación*, 83-102.
- Emilse Durán Aponte, D. A. (2016). Actitud emprendedora y estilos emocionales. Contribuciones para el diseño de la formación de futuros emprendedores. *Revista Gestión de la Educación*, 83-102.
- Kirby, D. A. (2004). Entrepreneurship education: can business school meet the challenge? *Education + Training*, 510-519.
- Malagón, F. A. (2003). ¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas? *Revista escuela de administración de negocios*, 72-81.
- María Merino, D. V. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 38-54.
- Merino, M. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 38-54.
- Pardo-Rojas, A. (2011). Autoaprendizaje experiencial y cine: el caso de la película "Paraíso Travel". *Arte, Individuo Y Sociedad*, 55-67.
- Piña, M. I. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos. *Cuaderno de Gestión*, 11-24.
- Ramos Rodríguez, A. R. (2008). Base intelectual de la investigación en creación de empresas: un estudio bibliométrico. *Revista Europea de Dirección y Economía de la*, 17 (1), 13-3.
- Zamora, M. J. (2014). La Creatividad y el Emprendimiento en la Enseñanza Universitaria de Hoy. *Escenarios*, 64-75.

---

**Abstract:** Make design in real time. The subject Communication and Multimedia Design II is located within the central axis of the Graphic Design career. This subject allows the development of a High Complexity Visual Identity System in real time, operating the course of the subject as a current Design Study. The visual system developed has various themes: cultural centers, wineries, alfajores, provinces, cities, multimedia, transportation. The integration of the student's theoretical-practical knowledge is sought during the career to respond to a professional project.

**Keywords:** Communication - multimedia design - graphic design - corporate identity.

**Resumo:** Faça design em tempo real. A disciplina de Comunicação e Design Multimídia II insere-se no eixo central da carreira do Design Gráfico. Esta disciplina permite o desenvolvimento de um Sistema de Identidade Visual de Alta Complexidade em tempo real, operacionalizando o curso da disciplina como um Estudo de Design atual. O sistema visual desenvolvido tem vários temas: centros culturais, vinícolas, alfajores, províncias, cidades, multimídia, transporte. A integração dos saberes teórico-práticos do aluno é buscada ao longo da carreira para responder a um projeto profissional.

**Palavras chave:** Comunicação - design multimídia - design gráfico - identidade corporativa.

(\*) **Diana Marcela Taborda Cardona.** Comunicadora Social - Periodista de la Universidad de Antioquia, Especialista en Mercadeo, Magister en Comunicación Educativa y Candidata a Doctora en Educación. Actualmente Jefe de Extensión de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia y docente de Emprendimiento y Gerencia de proyectos de la misma unidad académica.