

1-1-2016

El emprendimiento en las mallas curriculares de los programas de administración de empresas de Bogotá Colombia

Mariana Campos Riaño
Universidad de La Salle, Bogotá

Yesika Lorena Gómez Camelo
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

Campos Riaño, M., & Gómez Camelo, Y. L. (2016). El emprendimiento en las mallas curriculares de los programas de administración de empresas de Bogotá Colombia. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1391

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Ciencias Administrativas y Contables at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

El emprendimiento en las mallas curriculares de los programas de administración de empresas de Bogotá Colombia.

Mariana Campos Riaño*

Yesika Lorena Gómez Camelo**

Resumen

Este artículo estudia la relación entre el emprendimiento y la educación, con la finalidad de conocer las prácticas dentro de los sistemas educativos en las principales universidades de Bogotá que permiten el acercamiento al emprendimiento. En donde el estudio realizado a 12 instituciones educativas de alta calidad, que brindan la carrera de administración de empresas, muestra que cada una abre un espacio dedicado a incentivar el conocimiento y/o el interés del emprendimiento durante el proceso educativo, ofreciéndole herramientas al estudiante para enfrentar el mundo globalizado, mediante la exigencia educativa a los nuevos profesionales; las universidades junto con los estudiantes abren nuevos espacios con el fin de realizar acercamientos al tema, algunos de obligatoriedad durante la carrera y otros de libre elección por gusto e interés, lo que hace que no todos los profesionales puedan acceder a capacitaciones mediante materiales que les ofrecen sus mismas instituciones educativas.

Palabras claves

Emprendimiento, Universidad, Educación, Emprendedor

*Estudiante de Administración de empresas de la universidad de la sallé, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: mcampos43@unisalle.edu.co

**Estudiante de Administración de empresas de la universidad de la sallé, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: ygomez48@unisalle.edu.co

Abstract

This article studies the relationship between entrepreneurship and education, in order to know the practices within educational systems in major universities in Bogota that allow the approach to entrepreneurship. Where the study to 12 educational institutions of high quality, providing career business administration, shows that each opens a space dedicated to promote the knowledge and / or interest of entrepreneurship in the education process, offering tools to the student to face the globalized world through educational requirement for new professionals, universities with students open new spaces for approaches to the subject, some of obligation during the race and other freely chosen by taste and interest, which does not all professionals can access training through materials that offer their same educational institutions.

Key words

Entrepreneurship, University, Education, Entrepreneur

Introducción

Las universidades en la actualidad buscan permanentemente acciones que les permitan estar a la vanguardia de una educación eficiente y altamente competitiva dentro de cualquier mercado en el que se desarrollen; es por esto que el emprendimiento se convierte día a día en la oportunidad de cada institución de fomentar profesionales con mente abierta e ideales centrados a la fomentación de empleo e impacto positivo dentro de una sociedad. En este contexto este artículo pretende determinar la relación entre el emprendimiento y las universidades; reflejado en las mallas curriculares de 12 universidades de Bogotá, las cuales están debidamente acreditadas por el Consejo nacional de acreditación , para esto fue necesario dividir el artículo en 3 grandes etapas.

En atención a que se han realizado pocos estudios relacionados con la percepción de al emprendimiento en las mallas curriculares de los programas de administración de empresas, esta investigación podría considerarse de tipo descriptivo-exploratorio en la medida que se realizan estudios de tipo investigativo por medio de consultas bibliográficas e información publicada en cada institución, se logra obtener el primer

tipo de conocimiento científico acerca del tema objetivo y se puede familiarizar a los investigadores y a la comunidad con los fenómenos a investigar, así como, aclarar conceptos y establecer tendencias investigativas (Mendez, 2006, pág. 229); por otro lado, la investigación descriptiva reseña las características de un fenómeno existente como lo es el emprendimiento en relación con las instituciones de educación superior (..) (Salkind, 1999, pág. 11)

Siendo así, el artículo en la primera parte comienza haciendo una revisión de los conceptos teóricos de emprendimiento y emprendedor; para esta parte es necesario acudir a varios autores reconocidos del tema, intentando tener una definición más completa para entender el papel del emprendimiento; en la segunda parte se hace una relación entre emprendimiento y universidad, queriendo determinar que tanto una influye y depende de la otra, para esto se acude a varios escritos e investigaciones referentes a la universidad con el emprendimiento en una relación directa, y por último se hace la investigación de las 12 universidades seleccionadas, para allí determinar la influencia del emprendimiento en el currículo del programa de administración de empresas, para finalmente llegar a las conclusiones de la investigación, demostrando que el emprendimiento es un fenómeno que cada vez se hace más relevante e importante a la hora de impartir educación competitiva y de alta calidad, donde los estudiantes especialmente de la carrera de administración de empresas deben ser más capaces de enfrentar el mundo del emprendimiento de mano del aporte educativo

Aspectos conceptuales sobre el Emprendimiento

La palabra emprendimiento, también conocida como “*entrepreneurship* se origina del francés *entreprendre* y del alemán *unternehmen*, que significa emprender” esto según Veeraraghavan, citado en (Torres, 2010, pág. 45). Un concepto más amplio de este término lo da Richard Cantillon (1732) quien lo definió como “la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa” (Minniti, 2012, pág. 6). De esta manera se entiende que el emprendimiento no es impuesto, no tiene relaciones de obligatoriedad, es una iniciativa que toma el sujeto incurriendo en un riesgo bajo sus propias decisiones en donde “Un emprendedor se caracteriza por encontrar problemas y resolverlos, se fija objetivos, controla su destino, busca prestigio y reconocimiento, aunque no siempre

su fin último es la obtención de beneficio económico” (Bravo & Gàmez, 2011, pág. 131).

Así mismo, para Arias & Castillo, (2011) el emprendimiento es una capacidad humana que puede aprenderse, desarrollarse y mejorarse de manera continua a través de procesos de formación integrales; y para ello, la teoría es esencial para su aplicación con sentido en la práctica, que debe orientarse al desarrollo de competencias que le permitan al individuo adquirir una visión empresarial y tomar decisiones responsables para su proyecto de vida.

Desde un punto de vista normativo en Colombia en la ley 1014 de 2006 se definió emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Congreso de Colombia, 2006).

Por otro lado, un autor como Ramírez, (2009) La mentalidad empresarial crea el imaginario, la ideología, la representación y el pensamiento colectivo en las organizaciones, lo cual genera identidad, soberanía y diferenciación en la empresa. Luego, la toma de decisiones se fortalece en la identidad, el liderazgo y la diferenciación en la relación con su entorno o medioambiente, durante el acto de emprendimiento.

Es allí donde el Espíritu emprendedor permite tener la iniciativa de estructurar una nueva forma de negocio, desarrollando de una manera óptima una idea en un escenario competitivo esperado tener un protagonismo en el mercado, al colocar en marcha una ideología que puede ser colectiva e individual, así mismo permitiendo fortalecer el trabajo en equipo.

Por otra parte se afirma que al hablar de la misión del emprendedor esta varía de acuerdo al tipo de emprendimiento que ejerza, es allí donde asegura la misión en el caso de la empresa de negocios estará focalizada en aspectos relacionados con la competitividad, la creación de valor económico y la rentabilidad a largo plazo. Por el

contrario, la misión del emprendimiento social estará centrada en la resolución de algún problema social. (Moyà, Revuelto, & Medina, 2012)

En síntesis, se puede afirmar tal como lo hace Sanabria J. (2010) que el emprendimiento es la actitud con la que el ser humano afronta las diferentes situaciones que se presentan en su vida; es la capacidad de ver nuevas oportunidades y de convertirlas en realidad. El fomento de ideas del emprendedor, se convertirán a futuro en la evolución y crecimiento del entorno en el que se rodea; empresarialmente, cada idea que genere un grado mayor de satisfacción se determinara como un impacto innovador y emprendedor haciendo más competitiva a la compañía.

Las anteriores definiciones y conceptualizaciones sobre el emprendimiento nos llevan a revisar también cuales son las características que debe tener un emprendedor. Dado lo anterior, para Urbano & Toledano (2008) “el emprendedor es aquella persona que tiene una especial sensibilidad para detectar oportunidades y para ponerlas en marcha, aun cuando no disponga de los recursos necesarios para ello” Adicionalmente un emprendedor tiene como función “reformular o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc” (Schumpeter, 1950). Esto con la finalidad de realizar aportes significativos en el modelo económico que se aplique dependiendo del país, en lo que convierte al emprendedor en un agente activo dentro de la economía.

Así mismo Schumpeter en su intento de explicar la importancia del emprendedor en el desarrollo de la economía hace un acercamiento en su primer libro *La teoría del desarrollo económico*, en 1912 donde manifiesta “Su argumento general fue que todos los cambios realmente importantes en la economía eran configurados por el emprendedor” (Swedberg, 2000, pág. 14). Por lo que se confirma el papel del emprendedor en el desarrollo de un país, generando cambios significativos que repercuten en la sociedad, aprovechando las oportunidades que este mismo le brinda. Pero “El problema que se observa en la economía mundial es que el tipo de emprendimiento que se promueve es el que persigue fundamentalmente la

maximización de beneficios, en coherencia con el paradigma competitivo” (Santos, Barroso, & Guzmán, 2013, pág. 193). Y la sociedad actual necesita más de los emprendedores sociales en busca de un bien colectivo, dado a los grandes cambios de la globalización que se presentan a diario y que no mira a quien hace el bien, si no como maximizar capital.

De esta manera un emprendedor debe tener en cuenta dos puntos importantes para tener protagonismo en su camino y generar aportes significativos en la economía.

1. Conocimiento: Ser emprendedor, requiere conocimiento en los temas que se van a desarrollar en los proyectos o actividades, sea cuales sean.
2. Cultura: En un sentido amplio, saberse adaptar a las diversas situaciones y saberse comportar ante las circunstancias (Universidad Autónoma de Tamaulipas, 2006, pág. 22).

Del mismo modo, Formichella, (2002) asegura que Mises identificó tres características esenciales para que un individuo se considere emprendedor: (i) Es un evaluador, calcula los costos y beneficios de forma numérica y con base en ellos toma decisiones. (ii) Es empresario, construye la decisión de cómo utilizar los factores para crear nuevos bienes y servicios, y (iii) Soporta la incertidumbre, actúa en función del futuro y no conoce las acciones de su competencia (Castiblanco, 2013, págs. 55-56). Pero esto no significa que todo emprendedor para lograr su objetivo y cumplir en su totalidad su proyecto deba tener estas tres características desarrolladas a cabalidad, ya que algunas se van adquiriendo o perfeccionando durante los años de experiencia, donde incluso un emprendedor podría llegar a adquirir más características de las aquí anteriormente nombradas.

Timmons describe al emprendedor como una persona que busca continuamente y con pasión oportunidades. Para que el emprendedor pueda aprovechar la oportunidad debe contar con los recursos necesarios y un equipo que le apoye en la obtención de dichos recursos y en la puesta en marcha de la iniciativa, para de esta manera establecer un equilibrio entre los tres elementos (Figarella & Trujillo, 2011, pág. 28). La actividad desarrollada por el emprendedor es llevada a cabo en diferentes sectores, con distintos propósitos y por diversos actores. Puede realizarse buscando incrementar la riqueza personal, solucionar un problema social o al interior de la

empresa para mejorar el portafolio de productos o servicios, o el desempeño de la firma (Guzmán & Trujillo, 2008, pág. 118).

De la misma manera Kundel, (1991) manifiesta “La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Formichella, 2004, pág. 3). Dada esta definición el emprendedor deberá convertirse en el equilibrio necesario entre sus habilidades y responsabilidades con el entorno organizacional detectando así las oportunidades que este le brinda, así como lo afirma el economista Jean Baptiste Say, “emprendedor es el agente de cambio que reúne y combina los medios de producción, los recursos naturales, humanos y financieros, para construir un ente productivo y encuentra el valor recibido de los productos, la recuperación del capital invertido, de los gastos que incurrió y de las utilidades que busca” (Carmen, Viveros, & otros, 1996, pág. 6)

Relación del emprendimiento y las universidades

La universidad, como organización que tiene entre sus actividades la generación, difusión y transferencia de conocimiento, se ha convertido en un actor fundamental en la nueva economía, que entiende el conocimiento como un factor estratégico que genera ventajas competitivas para permitir la diferenciación de las organizaciones y su sostenibilidad en el contexto (Sanabria, Morales, & Ortiz, 2015, pág. 114).

En los últimos años, se ha hecho evidente que las instituciones de educación superior (IES) han incorporado el tema del emprendimiento a sus procesos de formación, extensión e investigación, con diferentes énfasis, estrategias y acciones, debido a la importancia que se le ha dado en función del desarrollo económico y social. Los gobiernos también lo han vinculado dentro de sus agendas y han estructurado planes, programas y proyectos para fortalecerlo (Gibb & Hannon, 2007). Es decir, que no es un tema nuevo para las universidades e incluso para el gobierno, en donde ya entienden que promover el emprendimiento es un beneficio para toda la sociedad, siendo este un gran promotor del desarrollo en todos los campos económicos.

Es necesario que la universidad, como agente formador y transformador, ayude a los individuos a participar de un proceso de “acción emprendedora”, reconociendo sus intenciones, pensamientos, expectativas y creencias personales, así como las limitaciones de su entorno (Osorio & Pereira, 2011). “En estudios recientes sobre el tema se ha enfatizado en que la existencia de programas en emprendimiento durante la formación profesional, aumenta en forma positiva y significativa la permanencia y éxito profesional en los programas de educación superior” (Castellanos, Chàvez, & Jimènez, 2003, pág. 19). Entonces, la universidad desempeña un papel fundamental en todo este proceso de formación comunitaria y empresarial, pues inicia una enseñanza hacia el cambio, que permita al estudiantado fortalecer y organizar su manera de pensar y actuar, tanto en lo social como en lo cultural, enriquecerá su conocimiento y le permitirá crear y analizar objetivamente su contexto actual (...) (Osorio L. , 2008, pág. 53).

(...) el emprendimiento para la universidad adquiere sentido, en virtud de que el este es la creación de nuevas organizaciones que aprovechan las oportunidades de la invención científica y técnica, organizan su trabajo para reducir los riesgos en la coordinación de recursos escasos y salen de la universidad en forma de spin-off o spinout para afrontar la incertidumbre en los mercados y ejecutar acciones productivas, que para nosotros, ofrecen posibilidades para crear valor social (Orozco & Chavarro, 2008, pág. 70).

Decía Toulouse,(1998) A través de la educación se desarrollan las características y habilidades de los emprendedores probablemente antes no identificadas y facilita la forma de ponerlas en práctica, la educación puede estimular el desarrollo de la conducta emprendedora de diferentes formas. Por una parte, la educación para el autoempleo puede incrementar los conocimientos sobre creación y gestión de empresas, y fomentar características personales asociadas con los emprendedores como la motivación de logro, el locus de control interno o la autoeficacia (Moriano, 2006, págs. 79-80).

Así mismo Vesper (1990) señala que “la educación formal hacia el autoempleo en la universidad facilita el proceso de creación de empresas porque permite concienciar a los estudiantes de la viabilidad que tiene el autoempleo como salida profesional” (Moriano, Palaci, & Morales, 2006, pág. 80). Con el fin de poder llevar a cabo lo dicho

anteriormente es necesaria de la capacitación permanente de la planta de docentes, que interacciona directamente con el estudiante, debido a que muchas de las habilidades necesarias para afrontar el emprendimiento son descubiertas e incluso desarrolladas en las instituciones educativas; El fortalecimiento de los temas de emprendimiento es prudente realizarlo, ya sea por medio de charlas con empresarios, visitas empresariales, foros, capacitaciones de las cámaras de comercio y los fondos emprendedores, entre otras opciones que las universidades son autónomas de escoger.

Los estudiantes colombianos se sienten capacitados para emprender, consideran poseer las capacidades y habilidades necesarias para iniciar y mantener un proyecto emprendedor, e igualmente para tener el control de las situaciones externas a ellos (Rodríguez & Prieto, 2009, pág. 82). Dado al gran esfuerzo que están haciendo las universidades junto con el gobierno por impulsar el crecimiento de emprendimiento en jóvenes, no solo con cátedras de emprendimiento si no también con semilleros, se puede llegar a afirmar lo nombrado anteriormente por Rodríguez & Prieto.

La educación empresarial debería centrarse en los conceptos clave de la iniciativa empresarial, así como en los vínculos fundamentales entre la dinámica de un sistema de mercado competitivo y de los conceptos y prácticas de la iniciativa empresarial (Ortiz, Duque, & Camargo, 2008, pág. 90). No basta con solo enseñar teoría de emprendimiento, o definir ¿Qué es?, ya que el mundo empresarial real exige a un emprendedor saber distinguir los mercados, detectar competencias, generar valor agregado y esto puede conocerlo desde su formación académica y reforzar en su práctica.

Así pues asegura (Álvarez & Rodríguez, 2015, pág. 17). Si se quiere caminar en esta dirección será fundamental promover programas de sensibilización presentando evidencias en las comunidades universitarias sobre la importancia del espíritu emprendedor en la gestión, la docencia y la investigación así como respaldar a grupos de investigación multidisciplinarios e interinstitucionales desde los que ideen, desarrollen y gestionen iniciativas innovadoras (...)

El emprendimiento en las mallas curriculares de los programas de administración de empresas

La educación tiene como misión formar al individuo de manera amplia, pertinente y con calidad en una sociedad. Es por ello que no sólo se debe pensar la educación con una visión única externa del proceso de enseñanza-aprendizaje, sino también como una condición interna del docente. Por lo tanto, la educación debe facilitar el desarrollo de nuevas habilidades personales, como la capacidad de innovar, encontrar soluciones creativas y adaptarse al cambio (Jaramillo, 2008, pág. 2).

De conformidad con la mirada humana de la Administración, el emprendimiento se considera una práctica social, susceptible de entenderse según la expresión de la conducta humana, razón por la cual se adopta una concepción más amplia y se acepta la contribución multidisciplinar de las Ciencias Sociales en este campo. Desde este punto de vista, se orienta el aprendizaje personal y organizacional, en el desarrollo de acciones transformadoras del contexto, en el cual el sujeto potencia sus dimensiones sociales, para emprender y construir tejido social (Orrego, 2009, pág. 23).

Contenido de la formación emprendedora: el contenido de la formación emprendedora está formado por el sistema de conocimiento, habilidades y valores bases para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio. Sistema de conocimiento: Desarrollo organizacional, de los campos de acción de la profesión. Enfoque complejo de la organización. Procesos de auto organización. Sistema de observación de la dinámica de la auto-identidad organizacional (Zorob, 2012, pág. 153). Estos son algunos conceptos enmarcados en una investigación donde resaltan algunas características relevantes que debe tener una educación emprendedora, donde se muestra que el contenido de formación académica debe ser de la mano con la del emprendedor y para esto se deben ver enmarcados en el plan de estudios.

Para entender de una mejor manera el papel de las universidades dentro de la formación de los emprendedores; iniciamos consultando dentro del Consejo nacional de acreditación (CNA), el boletín más reciente de instituciones con acreditación vigente en Colombia, encontrándonos con 34 universidades a 15 de Marzo de 2015; para profundizar la investigación tomamos las instituciones que se encuentran en la ciudad de Bogotá y que al mismo tiempo ofrecieron el programa de Administración de

empresas dentro de sus pregrados. Dado lo anterior realizamos el estudio en las siguientes 12 instituciones:

UNIVERSIDAD	AÑO DE ACREDITACION	ASIGNATURAS DEL PROGRAMA	ACTIVIDADES ADICIONALES	SEMESTRE
Universidad Nacional de Colombia	Resolución No. 2513 del 9 de abril de 2010 – Vigencia 10 años	Dentro del plan de estudios de administración de empresas no hay materias específicas relacionadas al emprendimiento	<p>Unidad de emprendimiento e innovación:</p> <p>Taller “Espíritu Empresarial, Ideas y Planes de negocio”</p> <p>Asesoría al Emprendedor</p> <p>Asesoría (Iniciativas – Mi pymes – evaluaciones)</p> <p>Acompañamiento</p> <p>Eventos</p> <p>Herramientas (Bases de datos)</p>	Durante toda la carrera
Universidad Santo Tomas	Resolución No. 9264 del 29 de enero de 2016, vigencia 4 años	Dentro del plan de estudios de administración de empresas no hay materias específicas relacionadas al emprendimiento	Proyecto empresarial	Opción de grado
Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario	Resolución 12229 de 27 de diciembre de 2011 – Vigencia 8 años	Dentro del plan de estudios de administración de empresas no hay materias específicas relacionadas al emprendimiento	<p>Núcleos de profundización (emprendimiento empresarial), 8 electivas:</p> <p>Contexto Social y Económico para Empezar</p> <p>Preparación para el Entorno Profesional</p>	Electivas últimos semestres

			Desarrollo Creativo	
			Habilidades para Emprender	
			Identificación de oportunidades para emprender	
			Creación de Empresa I	
			Creación de Empresa II	
			Creación de Empresa III	
Pontificia Universidad Javeriana	Resolución No.2333 del 06 de marzo de 2012 – vigencia 8 años	Dentro del plan de estudios de administración de empresas no hay materias específicas relacionadas al emprendimiento	Centro Javeriano de Competitividad:	Durante toda la carrera – Servicios de consultoría permanente
			Estrategia e innovación empresarial	
			Ciudades e industrias creativas	
			Innovación y emprendimiento social	
			Desarrollo regional y sectorial	
Universidad Externado de Colombia	Resolución No. 9902 del 22 de agosto de 2012, vigencia 8 años	Gerencia innovación empresarial (Sexto semestre)	Programa ubicación laboral	Durante toda la carrera
		Taller de emprendimiento (Séptimo semestre)	Creación de empresa	Opción de grado
		Énfasis en emprendimiento (Octavo semestre)	Práctica profesional	Opción de grado
Universidad de la Salle	Resolución No. 16517 del 14	Emprendimiento, creatividad e	emprendimiento con sentido social	Egresados

	de diciembre de 2012 – vigencia 6 años	innovación (Cuarto semestre) Opción de grado	Empresas y organizaciones (ofertas laborales)	Egresados
			Feria empresarial (muestra proyectos empresariales)	Estudiantes últimos semestres
Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano	Resolución No. 10688 del 13 de agosto de 2013 – vigencia 4 años	Creatividad e innovación (electiva interdisciplinaria I)	Unidad de Consultoría y emprendimiento :	Durante toda la carrera – Servicios de consultoría permanente
			Tutorías	
		Plan de negocio ((electiva interdisciplinaria II)	Consultorías	
			Talleres	
		Capacidad empresarial	Conferencias	
			Otros cursos	
Concursos – incubadoras de empresas				
Universidad EAN	Resolución No. 12773 del 19 de septiembre de 2013- vigencia 4 años	Cultura del Emprendimiento I (Segundo semestre)	Instituto de emprendimiento, liderazgo e innovación (IDELI) – Extensión, investigación, programas académicos (maestrías) – Fondo de capital semilla	Durante toda la carrera - Posgrado (Iniciativa empresarial)
		Cultura del Emprendimiento II (Cuarto semestre)		
		Cultura del Emprendimiento III (Quinto semestre)		
Escuela Colombiana de ingeniería Julio Garavito	Resolución No. 20273 del 27 de noviembre de 2014 – vigencia 4 años	Espíritu empresarial y creación de empresa (Primer semestre)	Feria laboral y práctica profesional	Estudiantes últimos semestres y egresados
		Plan de empresa (Séptimo semestre)	Sistema siempre (ofertas laborales)	Egresados
Universidad de los Andes	Resolución No. 582 del 09 de enero de 2015	Creación de empresas (sexto semestre)	Centro de estrategia y competitividad CEC –IESO:	Durante toda la carrera

	- Vigencia 10 años		Investigación	
			Consultoría y asesoría	
			Publicaciones	
			Foros	
Universidad Sergio Arboleda	Resolución No. 590 del 09 de Enero de 2015, vigencia 4 años	Dentro del plan de estudios de administración de empresas no hay materias específicas relacionadas al emprendimiento	Emprendimiento Femenino	Durante toda la carrera
			Sergio I+E	Durante toda la carrera
			Sergio Emprende	Electivas últimos semestres / opción de grado
			Sergio Innova	Durante toda la carrera
Universidad Militar Nueva Granada	Desde el 16 de Julio de 2015 – vigencia 4 años	Innovación y creatividad	No registra actividades	Octavo o Noveno semestre

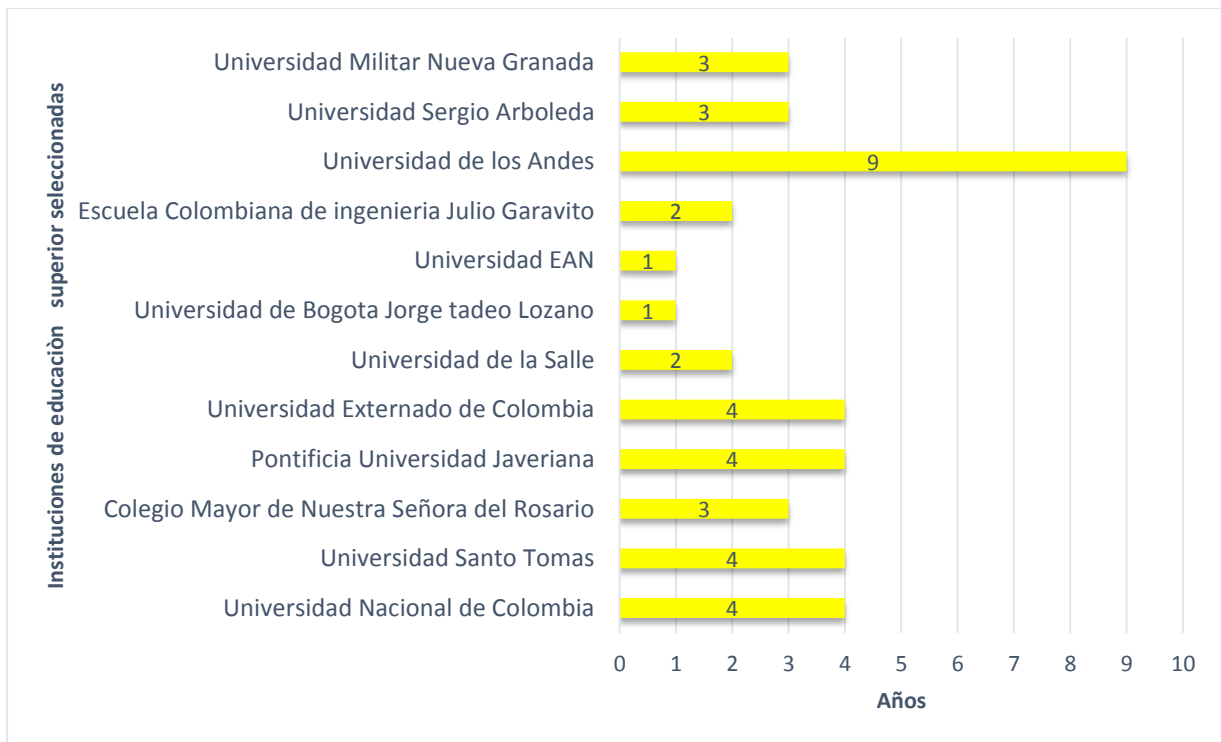
Fuente: http://www.cna.gov.co/1741/articles-322100_Boletin_marzo_2015.pdf
 Paginas oficiales universidades mencionadas

Análisis

- Revisando los años de acreditación otorgados a las universidades estudiadas, se puede observar que este rango varia entre los 4 y 10 años; siendo los 4 años el tiempo predominante, dado que aplica para 6 de las 12 instituciones.
- También se puede prestar atención que son muy pocas las universidades que dentro de su currículo estudiantil, dan cabida a más de 1 materia relacionada con el tema de emprendimiento; más exactamente son solo 4 instituciones que tienen más de 2 materias relacionadas directamente con el tema.
- Dentro de la investigación, se percibe que las universidades tienen mayor interés en fomentar prácticas relacionadas al emprendimiento fuera de sus mallas curriculares.

- Tanto en las asignaturas asignadas y relacionadas con el emprendimiento como en las actividades adicionales, la creación de empresa y plan de negocio son actividades primordiales, permitiendo fomentar la formación adecuada para el estudiante emprendedor.
- Unas de las principales percepciones que podemos tener de las universidades estudiadas, es que la Universidad Nacional es la única institución educativa distrital perteneciente a este listado, y que presenta un idea de emprendimiento cultural diferente (Mi pymes) a los que otras instituciones podrían ofrecer.

Gráfica 1: Años restantes de acreditación

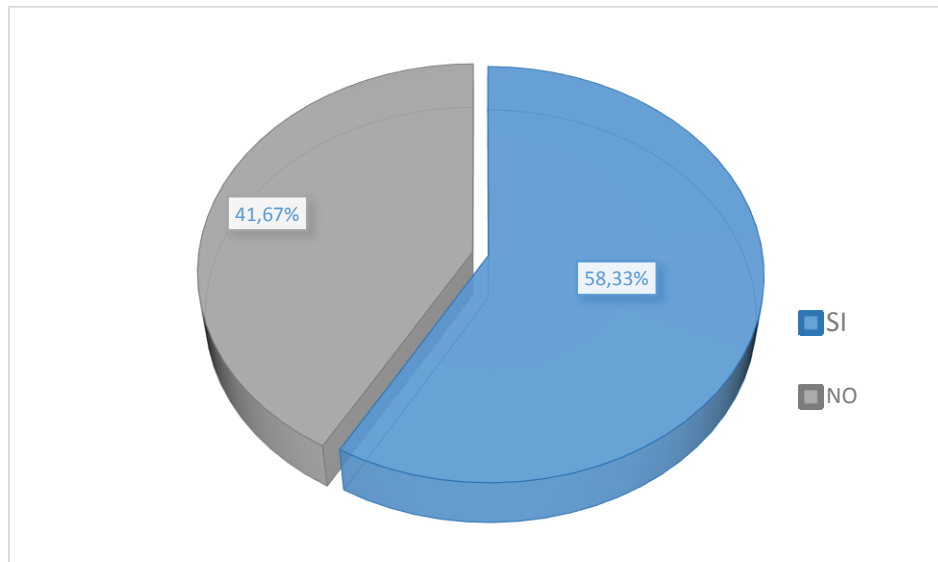


Fuente propia como resultado de investigación de las pagina http://www.cna.gov.co/1741/articles-322100_Boletin_marzo_2015.pdf y paginas oficiales universidades mencionadas.

La gráfica nos permite apreciar el rango de años que le queda a cada institución en cuanto a la vigencia de la acreditación, esto siendo al corte del año 2016, donde se puede apreciar de la universidad Nacional y la Universidad de Los Andes, poseen el mayor periodo otorgado por el CNA , dentro de las universidades estudiadas, según

las fechas establecidas para el vencimiento de las acreditaciones, la universidad EAN y la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano son las instituciones con mayor proximidad a vencer, quedándoles solo un año de vigencia.

Gráfica 2: ¿Hay materias de emprendimiento dentro del plan estudiantil?



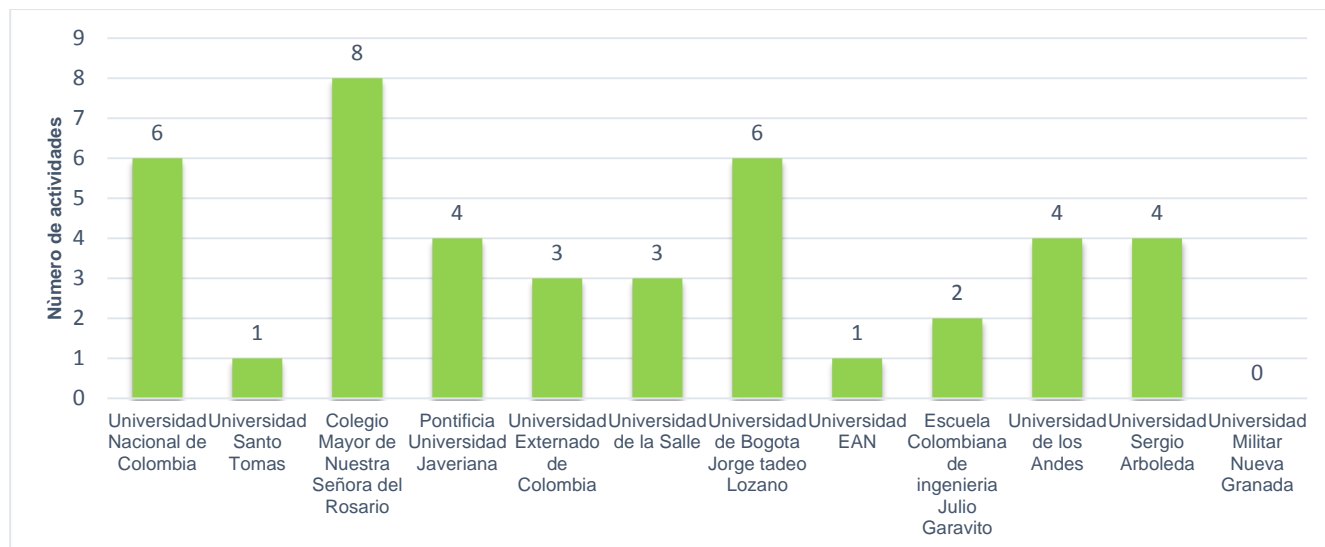
Fuente propia como resultado de investigación de las pagina http://www.cna.gov.co/1741/articles-322100_Boletin_marzo_2015.pdf y paginas oficiales universidades mencionadas.

Para las 12 universidades de estudio solo se encuentra que el 58.33 % (7 universidades), cuentan con una o más materias de emprendimiento dentro del currículo estudiantil dado a sus estudiantes durante su carrera, a su vez acompañado de actividades relacionadas a fortalecer el tema, permitiendo a estas instituciones formar emprendedores más preparados; en cuanto al 41.67% restante de universidades que no cuentan con materias dentro de su currículo estudiantil, pero que si tienen actividades relacionadas, se podría concluir que estos estudiantes no conocen profundamente el emprendimiento, dentro de aulas o en su gran parte teórica, debido a que no cuentan con la misma intensidad y profundidad que si las que conjugan materias con actividades.

Estonces (...) proponer que uno de los objetivos de las universidades es ser universidades emprendedoras en las cuales se realicen programas y actividades donde se fomente el desarrollo de competencias emprendedoras por parte de sus estudiantes y ser formadora de individuos cualificados como futuros empresarios.

(Ruiz, Cabeza, & Briano, 2012, pág. 150) No es una idea descabellada, es más se podría decir que están trabajando para cumplir con esto.

Gràfica 3: ¿Quienes incentivan las actividades de emprendimiento?



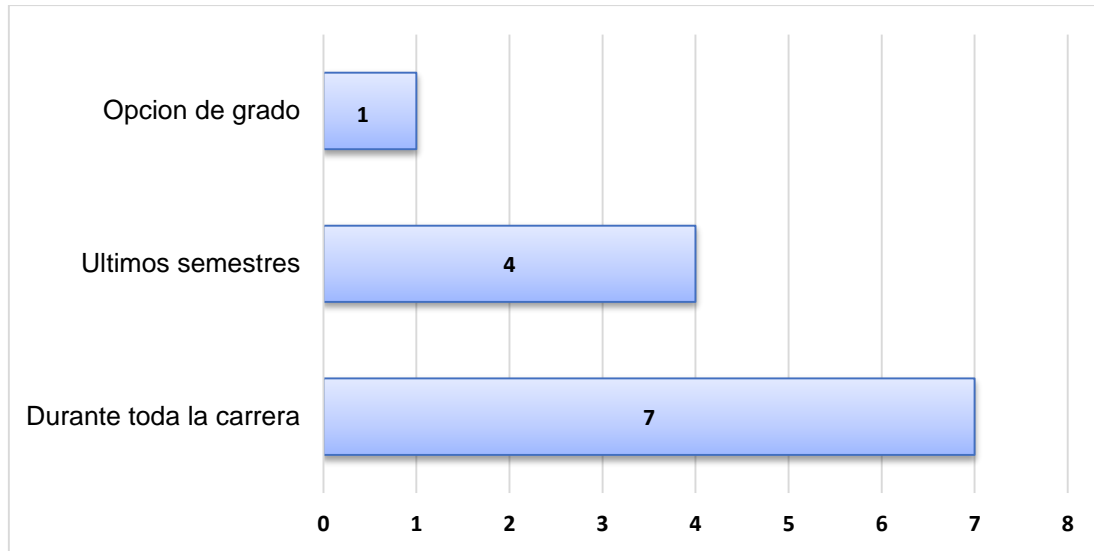
Fuente propia como resultado de investigación de las pagina http://www.cna.gov.co/1741/articles-322100_Boletin_marzo_2015.pdf y paginas oficiales universidades mencionadas.

La gráfica 3 permite evidenciar las universidades que cuentan con actividades para los alumnos de administración de empresas relacionadas con el emprendimiento, de las 12 universidades 8 cuentan con 3 o más actividades, es decir, un porcentaje bastante significativo, que permite ratificar que el emprendimiento si está tomando fuerza en las instituciones de educación de alta calidad; por el lado de las 4 universidades restantes solamente 1, la Universidad Militar Nueva Granda no cuenta con ninguna actividad relacionada directamente con el emprendimiento dentro del proceso formativo de la carrera, lo que permitiría pensar que los profesionales de esta universidad no tienen un conocimiento practico que le permita acercarse de una manera más real al tema.

El contar con actividades de emprendimiento motivando a los alumnos a (...) fomentar el espíritu y la cultura innovadora dentro de la comunidad universitaria, facilitando la implementación de aquellas ideas empresariales viables, fortaleciendo la relación entre emprendedores y entidades de apoyo a la actividad empresarial y promoviendo

el espíritu innovador en todos los ámbitos de la gestión empresarial. (Universia SA, 2016)

Gràfica 4: ¿Durante el proceso educativo en que momento hay acercamientos al emprendimiento?



Fuente propia como resultado de investigacion de las pagina http://www.cna.gov.co/1741/articles-322100_Boletin_marzo_2015.pdf y paginas oficiales universidades mencionadas.

En la gráfica 4, podemos apreciar el tiempo en que a los estudiantes activos de los programas de administración de empresas de las 12 universidades estudiadas, se les exige o se les da la posibilidad de tener acercamientos con el emprendimiento, ya sea por medio de actividades o materias, por lo que podemos concluir por la gráfica que más del 50 % tienen presencia en toda la carrera, de un total de la muestra de 12 hay solo 1 universidad que solo se acercan al emprendimiento en la etapa de opción de grado, es decir que no todos los estudiantes de esta universidad tienen conocimiento profundo del tema, ya que aquellos que no tomaron como opción de grado el emprendimiento nunca supieron realmente en que consistía o como se manejaba el tema dentro de la universidad, debido a que no tenían ni materias, ni actividades relacionadas.

Rodrigo Varela en 1998 sostiene que la educación empresarial requiere de tres componentes fundamentales: Cualidades personales, Valores, actitudes y habilidades

adaptativas y Conocimiento específico (Rodríguez L. , 2007, pág. 72). Donde “La cátedra se convierte en un proceso formativo, que hace parte de un proyecto educativo y social, en el cual se orientan las actitudes de emprendimiento hacia la percepción de oportunidades del entorno que se puedan convertir en potenciales empresas, lo cual implica un proceso pedagógico de formación empresarial, en donde actitudes, habilidades y conocimientos son importantes para producir el resultado final que es la creación y sostenimiento de una empresa” (Reinoso, 2010, pág. 33) Por lo que no basta solo ir a una buena universidad, o que la universidad se interese en fomentar cada vez más el emprendimiento en el alumno, ya sea con cátedra o con actividades, si este no tiene el interés ni las cualidades para desarrollarlo.

Una de las actividades que tiene la Universidad del Rosario es el grupo de investigación en donde una de las ramas a investigar es la línea de emprendimiento e innovación. “Partiendo de esto, se desarrolla un interés particular por la innovación como capacidad de la organización y el emprendimiento como competencia del individuo, ambos problemas connaturales no solo al grupo de investigación, sino también, a la Escuela de Administración” (Molina, 2016) (...) la formación en emprendimiento se aborda en el 95% de las facultades de administración en Bogotá, esto permite ver claramente que es una temática que ya se insertó dentro de los currículos y hace parte de los procesos de formación, aunque con diferencias en cuanto a la intensidad, la profundidad y las metodologías trabajadas. Los resultados muestran que tanto a nivel de pregrado como de posgrado, el mayor porcentaje de actividad en el desarrollo de la cultura de emprendimiento se realiza bajo la modalidad de cátedra (Sanabria, Morales, & Ortiz, 2015, pág. 124).

Es importante anotar que algunas de las UE, así como las Incubadoras de Empresas, han surgido como resultado de la asociación entre las universidades, el SENA y el sector privado, demostrando de esta manera que el tema ha alcanzado gran trascendencia para el país, especialmente en el ámbito académico. Las universidades, y el mismo SENA, han introducido en sus currículos el emprendimiento como parte de la estrategia de formación del espíritu empresarial en sus estudiantes, permitiendo avizorar un futuro que promete avances substanciales en este campo (Rodríguez & Tarazona, 2015, pág. 151).

Recalcando lo mencionado por Veciana (1999) y Hisrich y Peters (1995) donde se expone la idea de que las universidades deben asumir el rol de incitadora de la intención emprendedora, despertando en los estudiantes inquietudes por crear el negocio propio, para que de esta manera el estudiante se apropie más de lo que está estudiando y se inscriba a convocatorias del Fondo Emprender o en cualquier otra la cual haga que el estudiante se motive (Beltrán, Gomez, & Figueroa, 2013, pág. 100). Considerando que la universidad brinda también acompañamiento a las ideas de negocio que tienen sus estudiantes, se puede afirmar que gran parte de los estudiantes que cuentan con la motivación y acompañamiento de su institución logran sacar adelante una nueva empresa.

La universidad como agente educativo y formador en la sociedad, en su gran labor busca fomentar y crear iniciativas para los estudiantes que les permitan forjar sus conocimientos a la creación de ideas innovadoras dentro de cualquier campo; pero es evidente que esta formación en cada una de las instituciones estudiadas dependerá única y exclusivamente del interés y capacidad investigativa de los estudiantes, cada una de las metodologías expuestas por las universidades requieren del esfuerzo y estudio dedicado por cada estudiante para lograr el objetivo deseado; se debe tener en claro el que el entorno está en constante cambio y desarrollo, por lo cual la investigación y estudio deben ir acorde a esta evolución.

Conclusiones

Algunas de las ideas que podemos concluir con el escrito, nos lleva a entender el papel del emprendedor como generador de ideas novedosas que van acompañadas de la producción de riqueza y bienestar tanto para él, como para la sociedad que lo rodea, y para lograr esto un emprendedor mínimo debe contar con un espíritu empresarial que le permita idear y afrontar el mundo competitivo y globalizado que se está desarrollando.

Así mismo al detenernos y ver la relación existente entre el emprendimiento y la universidad, que es la finalidad de este escrito, específicamente en las mallas curriculares de los programas de administración de empresas de 12 universidades de Colombia, se ha notado el interés que tienen cada día más las universidades con la

enseñanza y apoyo que se le da al tema, pues la educación que ofrecen debe estar de acorde a las necesidades del entorno, es por ello por lo que las universidades en Colombia están iniciando a darle más importancia al emprendimiento en la etapa formativa del estudiante, debido al crecimiento de emprendedores jóvenes que viendo los factores de dificultad para conseguir buenos empleos, han contribuido a generar innovación y por ende proyectos emprendedores.

Es allí donde se ve el esfuerzo de las universidades para obtener acercamientos efectivos más no obligatorios con el emprendimiento; ofreciéndole a los estudiantes herramientas que les permita desarrollar su espíritu empresarial e innovador; Sin embargo, y a pesar de los esfuerzos, la realidad es que la economía de la región existe aún muchos más retos para lograr un estado de protagonismo en el emprendimiento, pero estos regazos no son solo de incumbencia del área educativa, allí hay temas legislativos, de competitividad, financieros y tecnológicos que deben enfrentar los emprendedores.

La importancia que tienen las universidades en la formación del emprendedor es definitivamente relevante, debido a que si este conoce ampliamente el tema tanto desde el área teórica como práctica, ya sea por medio de proyectos académicos, actividades y materias ofrecidas por las instituciones, este sujeto está preparado para generar, plantear y poner en marcha proyectos emprendedores, permitiendo aplicar parte de los conocimientos adquiridos en el desarrollo de su carrera profesional, dando nuevas oportunidades de trabajo en la sociedad, y de allí surgen las apuestas que hacen las universidades, las fundaciones, fondos de desarrollo y el gobierno por apoyar las ideas innovadoras de jóvenes estudiantes.

Pero lo anteriormente nombrado no significa que la universidad es la responsable directa de que un emprendedor sea protagonista en el mercado en el que se piensa desenvolver, o por lo contrario no tenga buena presencia y duración en el mercado, es allí donde las instituciones entran a cumplir su función de enseñar; pero si el estudiante no le interesa el tema de emprendimiento o no desarrolla las características que debe tener un emprendedor, no es culpa de la universidad o sus docentes.

Desde allí damos nuestro punto de vista personal y como futuras administradoras de empresas, y habiendo sido parte de una de las instituciones revisadas, podemos afirmar que la experiencia del emprendimiento se vive en el día a día universitario, la

manera de fomentar un espíritu emprendedor se vuelve labor fundamental para los docentes y la institución, no solo dando bases conceptuales sino compartiendo enseñanzas y experiencias de toda su vida como emprendedores, e incluso incentivando a ferias innovadoras e invitando emprendedores de la vida real colombiana, indiscutiblemente es por esto que resaltamos en el escrito la importancia de la buena capacitación que deben tener los docentes y la disposición de la institución con la que se debe contar como apoyo al desarrollo del área.

Es evidente que el entorno actual, está rodeado de tecnologías, comunicación e información que permanentemente tenemos a la mano, con esto las industrias creativas formadas desde la academia se evidencian en el día a día académico dentro de las aulas estudiantiles; y esto se evidencia básicamente en la investigación, esta dinámica investigativa es la que permite tanto a docentes como a estudiantes conocer el entorno, estar abiertos a constantes cambios y reconocer las ideas potenciales dentro de la academia que ofrecen futuro para la sociedad en general.

Bibliografía

- Álvarez, E., & Rodríguez, A. (2015). Inspirando el cambio en educación. Ecosistemas de formación para aprender a. *Estudios Pedagógicos*, 9-29.
- Arias, C., & Castillo, E. (2011). La educación para el emprendimiento y empresarismo virtual: potencialidades. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*(32), 1-8.
- Beltrán, N., Gomez, G., & Figueroa, J. (2013). El emprendimiento empresarial en los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de la Amazonia, en la creación del proyecto Empresa. *Revista FACCEA*, 91-101.
- Bravo, J., & Gámez, J. (2011). Hacia una caracterización del emprendedor rural en Cundinamarca, municipios de El Rosal y Subachoque. *Gestión y sociedad*, 4(1), 129-143.
- Carmen, C., Viveros, H., & otros, &. (1996). Los emprendedores evolucionan el concepto. *Grupo de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales. UNICATOLICA*, 1-22.
- Castellanos, O., Chàvez, R., & Jimènez, C. (2003). Propuesta de formación en liderazgo y emprendimiento liderazgo. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*(22), 145-156.
- Castiblanco, S. (2013). La contrucción de la categoría de emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 11(2), 53-66.
- CNA (Consejo Nacional de Acreditación). (2015). *Boletín estadístico*. Bogota.
- Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006*. Bogota: ISSN: 1657-6241.

- Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito. (13 de 05 de 2016). *Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito*. Obtenido de www.estudiaescuelaing.c
- Figarella, X., & Trujillo, E. (2011). Sobre el espíritu empresarial. *Cuadernos unimetanos*, 24-31.
- Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y desarrollo local. *Revista INTA*, 1-38.
- Gibb, A., & Hannon, P. (2007). Towards the Entrepreneurial University. *International Journal of Entrepreneurship*, 4, 73-110.
- Guzmán, A., & Trujillo, M. (2008). Emprendimiento social - revisión de literatura. *Estudios Gerenciales*, 24(109), 105-125.
- Jaramillo, L. (2008). Emprendimiento: Concepto básico en competencias. (7, Ed.) *Lumen*, 1-6.
- Mendez, C. A. (2006). *Metodología diseño y desarrollo del proceso del investigación*. Bogotá: Nomos S.A.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Revista economía Industrial*, 23-30.
- Molina, S. (2016). *Universidad del rosario*. Recuperado el 28 de 03 de 2016, de <http://www.urosario.edu.co/>
- Moriano, J. (10 de mayo de 2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Moriano, J., Palaci, F., & Morales, J. (mayo de 2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22(1), 75-99.
- Moyà, V., Revuelto, L., & Medina, A. (2012). La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación. *Estudios Gerenciales*, 28, 237-262.
- Orozco, L., & Chavarro, D. (2008). Universidad y emprendimiento. *Revista Hallazgos*(10), 64-97.
- Orrego, C. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 17(21), 20-31.
- Ortiz, C., Duque, Y., & Camargo, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 85-104.
- Osorio, F., & Pereira, F. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de Administración*, 24(43), 13-33.
- Osorio, L. (2008). La formación y el desarrollo del emprendimiento en el sector solidario. *Hallazgos*(9), 39-60.
- Pontificia Universidad Javeriana. (12 de 04 de 2016). *Pontificia Universidad Javeriana*. Obtenido de <http://www.javeriana.edu.co/>

- Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Revista Pensamiento & gestion*, 26, 96-119.
- Reinoso, J. (2010). El papel de la Universidad dentro de un ecosistema emprendedor . *Revista mundo economico y empresarial*, 29-36.
- Rodríguez, C., & Prieto, F. (2009). La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios. Estudio comparativo Colombia-Francia. *Innovar. Edición especial en educación* , 73-89.
- Rodríguez, G., & Tarazona, O. (2015). Unidades de emprendimiento bajo un estudio de eficiencia relativa. *Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 23(2), 149-162.
- Rodríguez, L. (2007). Emprendimiento y asociatividad como herramienta de desarrollo social para la educación media. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 3(4), 65-89.
- Ruiz, J., Cabeza, D., & Briano, G. (2012). Universidad y emprendimiento: Un caso de estudio en la facultad de ciencias económicas y empresariales de la URG. *RelDoCrea*, 144-157.
- Salkind, N. (1999). *Métodos de investigación*. Mexico: Prentice Hall.
- Sanabria, J. (2010). *Innovación y creatividad para la generación de la idea de negocios*. Bogotá: Uniminuto.
- Sanabria, P., Morales, M., & Ortiz, C. (2015). Interacción Universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educación y Educadores*, 18(1), 111-134.
- Santos, F., Barroso, M., & Guzmán, C. (2013). La economía global y los emprendimientos sociales. *Revista de Economía Mundial*(35), 177-196.
- Schumpeter, J. (1950). *Capitalism, Socialism and democracy 3rd*. New York: Harper y Brothers.
- Swedberg, R. (2000). The The Social Science View of Entrepreneurship. *En Entrepreneurship. The Social Science View*, 7-24.
- Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: Explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios gerencias*, 26(117), 41-60.
- Universia SA. (25 de 10 de 2016). *Universia*. Obtenido de www.universia.net
- Universidad Autónoma de Tamaulipas. (2006). Emprendimiento en la era del conocimiento. *CienciaUAT*, 1(2), 19-22.
- Universidad de Bogota Jorge Tadeo Lozano. (15 de 03 de 2016). *Universidad de Bogota Jorge Tadeo Lozano*. Obtenido de www.utadeo.edu.co
- Universidad de La Salle. (20 de 08 de 2015). *Universidad de La Salle*. Obtenido de <http://www.urosario.edu.co/>
- Universidad de Los Andes. (19 de 02 de 2016). *Universidad de Los Andes*. Obtenido de de <http://www.uniandes.edu.co/>

- Universidad del Rosario. (12 de 02 de 2016). *Universidad del Rosario*. Obtenido de <http://www.urosario.edu.co/>
- Universidad EAN. (15 de 03 de 2016). *Universidad EAN*. Obtenido de <http://ean.edu.co/>
- Universidad Externado de Colombia. (13 de 04 de 2016). *Universidad Externado de Colombia*. Obtenido de <http://portal.uexternado.edu.co>
- Universidad Militar Nueva Granada. (18 de 05 de 2016). *Universidad Militar Nueva Granada*. Obtenido de <http://www.umng.edu.co/>
- Universidad Nacional de Colombia. (15 de 03 de 2016). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de <http://unal.edu.co/>
- Universidad Santo Tomas. (22 de 03 de 2016). *Universidad Santo Tomas*. Obtenido de <http://www.usta.edu.co/>
- Universidad Sergio Arboleda. (25 de 03 de 2016). *Universidad Sergio Arboleda*. Obtenido de <http://www.usergioarboleda.edu.co/>
- Urbano, D., & Toledano, N. (2008). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona: Editorial UOC.
- Zorob, R. (2012). Estrategia curricular para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio en redes. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*(41), 149-161.