

**CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD CUNDINAMARCA
SECCIONAL GIRARDOT**



Proyecto de Grado para optar el Título Administrador de Empresas

MAILY TATIANA ARANDA VELEZ

Cód.: 310213203

JORGE DANIEL BARRAGAN REYES

Cód.: 310213207

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT

2018

**CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD CUNDINAMARCA
SECCIONAL GIRARDOT**

Proyecto de Grado para optar el Título Administrador de Empresas

MAILY TATIANA ARANDA VELEZ

Cód.: 310213203

JORGE DANIEL BARRAGAN REYES

Cód.: 310213207

MARIA PATRICIA DIAZ CARDENAS

Directora de trabajo

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SECCIONAL GIRARDOT
2018

Nota de aceptación

Firma del Director

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Girardot, mayo 28 de 2018

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios antes que nada por permitirme culminar satisfactoriamente mi formación profesional, a mi familia por el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi vida especialmente a mi madre, a mis compañeros y docentes por ser parte de mi proceso de aprendizaje, a mis amigos por haber estado presentes en los momentos más difíciles y a mi tutor por el tiempo y las dedicaciones. Un agradecimiento especial a mi compañero de tesis por compartir conmigo esta gran experiencia.

Maily Tatiana Aranda Vélez

A Dios, quien nos brinda la vida y sus vivencias, dándonos en cada aliento la posibilidad de conocer personas y lugares que no habíamos imaginado, quien nos permite elegir nuestras oportunidades, bajo su guía y con su infinita sabiduría.

A mi familia que me brindó su apoyo incondicional durante este proceso de profesionalización. Un agradecimiento especial a mi compañera de tesis por compartir conmigo esta gran experiencia.

Jorge Daniel Barragán Reyes

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
AGRADECIMIENTOS	4
1. INTRODUCCION	8
2. PROBLEMA	9
2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	9
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:	11
3. OBJETIVOS	12
3.1. OBJETIVO GENERAL	12
3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
4. JUSTIFICACIÓN	13
5. MARCO REFERENCIAL	15
5.1. ANTECEDENTES	15
5.2. MARCO TEÓRICO ENFOQUES	16
5.2.1. Teoría Del Triangulo	16
5.2.2. Teoría De Schumpeter	17
5.2.3. Teoría de Rodrigo Valera	18
5.2.4. Michael Porter	19
5.2.5. Teoría De La Escuela Austriaca	21
5.2.6. Teoría De Allan Gibb	22
5.2.7. Estudios Recientes	23
5.3. MARCO CONCEPTUAL	27
5.3.1. Emprendimiento	27
5.4. MARCO LEGAL	28
5.4.1. Ley 1014 De Emprendimiento	28
6. DISEÑO METODOLOGICO	32
6.1. TIPO DE ESTUDIO	32
6.2. RECOLECCION DE INFORMACION	32
6.2.1. Fuentes de informaciones primarias y secundarias	32
6.3. DELIMITACION	32

6.3.1. Población	32
6.3.2. Muestra	33
6.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION	34
6.5. CARACTERIZACION DE LOS FACTORES HUMANOS	34
7. FACTORES HUMANOS EMPRENDEDORES DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA	35
7.1. FACTORES PERSONALES.	35
8. CAPACIDADES CONCEPTUALES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMACA	50
9. COMPETENCIAS LABORALES, EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMACA	54
9.1. COMPONENTES DEL PEP	54
9.1.1. PERFIL DEL ASPIRANTE	54
9.2. RASGO DISTINTIVO	55
9.3. EMPRENDIMIENTO EN EL PROGRAMA DE ADMINISRACION DE EMPRESAS	55
9.4. SENSIBILIDAD	55
9.4.1. Contextualización De La Realidad Socio-Económica Y Laboral	55
9.4.2. El Emprendimiento Como Proyecto De Vida.	56
9.4.3. Perfil Y Competencias Del Emprendedor	57
9.5. MENTALIDAD EMPRENDEDORA.....	58
9.6. IDEAS DE NEGOCIO	58
9.7. PLAN DE NEGOCIO	58
9.8. EJECUCIÓN DE IDEAS VIABLES.	59
10. ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMACA	60
11. CONCLUSIONES	64
12. RECOMENDACIONES	65
13. BIBLIOGRAFIAS	66

LISTADO DE GRAFICAS

	Pag.
Grafica No. 1, Variable _ Identificación De Oportunidades	33
Grafica No. 2, Variable _ Sentido Del Riesgo	34
Grafica No. 3, Variable _ Sentido Del Riesgo	35
Grafica No. 4, Variable _ Autoconfianza	36
Grafica No. 5, Variable _ Autoconfianza	37
Grafica No. 6, Variable _ Autoconfianza	38
Grafica No. 3, Variable _ Creatividad	39
Grafica No. 8, Variable _ Creatividad	40
Grafica No. 9, Variable _ Iniciativa	41
Grafica No. 10, Variable _ Constancia/Perseverancia.	42
Grafica No. 11, Variable _ Compromiso/Responsabilidad.	43
Grafica No. 12, Variable _ Motivación/Pasión	44
Grafica No. 13, Variable _ Creación de Empresas	45
Grafica No. 14, Variable _ Creación de Empresas	46
Grafica No. 15, Variable _ Conocimiento del Entorno	47
Grafica No. 17, Variable _ Planeamiento de Objetivos	48

1. INTRODUCCION

El emprendimiento es la opción que se está impulsando actualmente para que muchos jóvenes puedan desarrollar sus capacidades y construir su proyecto de vida apoyados en la innovación buscando distinguirse de los demás, por tanto ellos son capaces de idear propuestas y ejecutarlas, de esta manera convertirlas en empresas donde se genere empleo y aporte al desarrollo de una región. Se trata de observar y detectar necesidades y carencias convirtiéndolas en oportunidades de negocios.

La investigación tiene como propósito conocer las características de los estudiantes del programa de Administración de Empresas, buscando identificar los factores humanos emprendedores que tienen, establecer sus capacidades conceptuales y emprendedoras así mismo competencias y laborales, para luego proponer estrategias que fortalezcan e impulsen el emprendimiento en la universidad.

Al conocer que tanto están dispuestos a asumir riesgos e inclinarse por desarrollar proyectos innovadores la Universidad de Cundinamarca a través del programa de administración de empresas puede desarrollar estrategias que lo fortalezcan.

Si bien es cierto el programa de Administración de Empresas a través de algunos eventos ocasionales organizados por uno o dos docentes han realizado intentos para promover el emprendimiento, pero no pasan de actividades a las cuales no se les da seguimiento.

Es importante que la Universidad Cundinamarca prepare personas capaces de desarrollar programas o propuestas que contribuyan en buena manera al desarrollo del entorno, detectando las capacidades emprendedoras en sus estudiantes.

El emprendimiento contribuye en parte al mejoramiento de las condiciones de una región como puede ser la del municipio de Girardot, precisamente estas ideas de negocios nacen en su gran mayoría de las necesidades y carencias del entorno.

Contribuyendo así a su desarrollo y crecimiento en la sociedad y colocado en términos económicos, ampliando mercados y oportunidades de negocio, que dinamiza el estado mercantil de un territorio y al personal en cuanto a la cualificación de las habilidades del profesional en Administración de Empresas, dotándolo de habilidades y conocimientos transversal efectivos que otorgan un valor agregado.

2. PROBLEMA

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Para iniciar el estudio de impacto se plantea la necesidad de reconocer las características que tienen los jóvenes estudiantes de la Universidad de Cundinamarca sede Girardot, en cuanto al desarrollo de nuevas ideas de negocios y el emprendimiento empresarial.

El emprendimiento, entendido desde el punto de vista económico, concibe al hombre como un ser que persigue la maximización constante de sus utilidades o beneficios “homo economicus”, aquí el emprendedor es entonces un hombre dinamizador del desarrollo económico. Quien además permite sostener el principio de, que la existencia o falta de emprendimiento es aquello que define el nivel de desarrollo económico de una sociedad¹. Los jóvenes con potencial formados en las universidades no están desarrollando sus habilidades para detectar y emprender ideas de negocio debido a la falta de estímulo y contenidos demasiado teóricos de los núcleos temáticos, no existe una continuidad semestre a semestre donde puedan impulsar ideas transformadoras e innovadoras.

En el contexto empresarial, “emprendimiento” se refiere a las iniciativas empresariales concebidas libre y espontáneamente por cualquier persona. El componente diferenciador respecto a cualquier otro tipo de iniciativa es que el emprendedor aprovecha las oportunidades que se le presentan, las mismas que son asumidas como una opción superior de autorrealización y de generación de empleo e ingresos; es un “estilo de vida”². La falta de elementos en el plan de estudio que formen una mentalidad emprendedora evita la espontaneidad de las ideas, docentes no estimuladores en algunos casos que limitan y hasta llegan a castrar proyectos.

El estudio se enfoca en identificar las capacidades emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas. Se plantea entonces, investigar cuáles son las características conceptuales y humanas que poseen y están encaminadas al emprendimiento, si presentan tendencia o preferencia hacia la conformación de organizaciones, a partir de sus propias habilidades y del conocimiento adquirido durante su proceso de formación en la academia, también es importante saber cómo éstos pueden aprovechar todo aquello que les ofrece el mundo frente a tecnología, tendencias, innovación, oportunidades de internacionalización, fuentes de financiación para lograr conformar sus propias empresas.

Es importante además saber si los jóvenes que han logrado crear propuestas innovadoras convirtiéndolas en oportunidades de empresas, han contado con ayuda de terceros o son ellos mismos quienes han tenido que sobrellevar todos los

1 scholar.google.es. (2018). rodríguez ramírez alfonso - citas de google académico. [online] available at: <https://scholar.google.es/citations?user=6p14ejsaaaaj&hl=es>

2 sisbib.unmsm.edu.pe. (2018). [online] available at: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/administracion/v12_n23/pdf/07v13n23.pdf

obstáculos que implica el emprendimiento. Esto con el fin de saber si aquellos que alguna vez han tenido ideas innovadoras, han contado con apoyo para crear empresa.

Cada vez que una persona imagina y crea una idea innovadora que lo lleve a formar una empresa, no solo se enfrenta a sus temores, desconocimientos y miedos, además se enfrenta a un mercado competitivo, y una organización que acaba de surgir debe aprender a mantenerse, seguir innovando para garantizar su permanencia en el mercado.

Se debe conocer cómo desde el interior de la universidad puede lograrse motivar a los estudiantes emprendedores para que construyan propuestas innovadoras, y establecer el apoyo recibido de la institución, identificar si en verdad cuentan con el cuerpo docente e investigativo idóneo que posea las competencias adecuadas para guiarlos en el proceso de la creación y funcionamiento de su empresa. Para ello los docentes deben estar actualizados y conocer las nuevas estrategias para la permanencia en el mercado y todas las herramientas que les ofrece la web, el comercio electrónico.

Una de las funciones básicas de la universidad, además de transmitir el conocimiento, es el desarrollo de la investigación científica y tecnológica que sea soporte de la calidad de la enseñanza y a la vez fortaleza de los procesos de innovación que requiere la región. La educación debe ser agente de cambio y generador de nuevas ideas. Así, la universidad debe orientar el potencial de sus esfuerzos formativos, hacia el objetivo de que los estudiantes puedan construir, con solvencia, las fortalezas y destrezas necesarias que posibiliten con su puesta en práctica la generación de empleo, a través de la incorporación de la innovación como simiente productiva de corto y mediano plazo³.

La participación en los startup – start weekend y demás espacios o actividades que últimamente viene trabajando el docente de innovación y emprendimiento ayudan al fomento del emprendimiento pero los recursos destinados para ello son pocos, así como la continuidad y seguimiento a los resultados logrados en tales actividades.

Hoy en día surgen nuevos retos y necesidades haciendo cada vez más importante el compromiso de los jóvenes con mentalidad empresarial, ellos son los agentes efectivos de la innovación, del cambio técnico y del progreso económico. El espíritu empresarial se presenta sólo en personas que tienen las destrezas, la motivación, el rigor y la dedicación imprescindibles para materializar visiones y desarrollar oportunidades económicas que lleven a la producción de bienes y servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de los consumidores. En Colombia es indispensable crear ese espíritu y desarrollarlo donde no exista.

Con las anteriores consideraciones nos podremos preguntar: ¿cómo se crea una mentalidad emprendedora en los estudiantes? Se necesita que la Universidad

3 camacho, d. (2018). la importancia de formar jóvenes emprendedores. [online] revistas.uptc.edu.co. available at: <http://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/141/145>

participe a estudiantes y a la comunidad en general, no sólo con la transmisión de conocimientos y reflexiones teóricas propios de las ciencias y las diferentes disciplinas, sino que la enseñanza se complementa con la investigación y la extensión. Cuando un profesor desarrolla trabajos de investigación puede enriquecer la enseñanza con conocimientos nuevos resultados de la investigación. Igualmente, la extensión a la comunidad debe ser complementaria a la docencia⁴.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA:

¿Cuáles son las características emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Cundinamarca seccional Girardot?

⁴ camacho, d. (2018). la importancia de formar jóvenes emprendedores. [online] revistas.uptc.edu.co. available at: <http://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/141/145>

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar las características emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Cundinamarca seccional Girardot con el fin de buscar su fortalecimiento.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar los factores humanos emprendedores que caracterizan a los estudiantes de Administración de empresas la Universidad de Cundinamarca.
- Establecer las capacidades conceptuales emprendedoras que tienen los estudiantes de Administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca.
- Conocer las competencias laborales emprendedoras que tienen los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca.
- Plantear estrategias que conduzcan al impulso del emprendimiento en los estudiantes objeto de estudio.

4. JUSTIFICACIÓN

El presente estudio de investigación, surge como una iniciativa que busca reconocer las características emprendedoras de los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Cundinamarca seccional Girardot e identificar cuáles son sus principales intereses con respecto a la creación de negocios y su experiencia como empresarios. Es importante recordar el concepto dado por Klinger, (2009) afirma: “El emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ha llegado”.

La universidad a través del proceso de formación impartido a los jóvenes estudiantes juega un papel fundamental para infundir esa cultura de emprendimiento, la cual está relacionada obviamente con la cultura empresarial de la sociedad donde está inmersa y de sus necesidades, de donde surgen los nuevos conceptos de negocio, las ideas innovadoras que generen impacto y atraigan compradores, movilizandando así el mercado. Pero esta labor debe ser constante pues se requiere de disciplina, lleva un buen tiempo para que se consolide y depende bastante de la economía, por ello se requiere de una buena planeación y orientación, la labor es ardua, requiere de continuidad, apoyo y buena asesoría, la clave está en tener buenos entrenadores y mentores de emprendimiento que den ejemplo, con buen talento y constancia para no dejar decaer a los emprendedores en su tarea.

Si una de las tareas más importantes de la universidad es contribuir a la solución de los problemas presentados en las provincias una manera de hacerlo es a través del fomento y fortalecimiento del emprendimiento, por ello las iniciativas estratégicas que apunten a esto deben implementarse y acompañarse para tener éxito, logrando de este modo aportar al desarrollo y competitividad de la región.

Se empieza entonces por conocer las características conceptuales y humanas que poseen y están encaminadas al emprendimiento, si presentan tendencia o preferencia hacia la conformación de organizaciones, cuáles son sus miedos o barreras que les impide avanzar con las ideas y proyectos de emprendimiento.

Actualmente, se considera que el desarrollo económico se logra por la vía de la creación de empresas, lo que se ha denominado tejido empresarial. “Un tejido empresarial de calidad es aquel en donde las empresas nacionales se fortalecen y pasan de ser buenas empresas, ya sean pequeñas o medianas, a ser empresas multinacionales aportando al PIB y a la generación de empleo y competitividad internacional del país”⁵. Ahora, la calidad del tejido empresarial de un país y la calidad de sus empresarios se logran con un sistema de creencias que privilegia el espíritu empresarial. ¿Cómo se logra desarrollar un sistema de creencias nuevo en

5 castillo, j. (2018). círculo virtuoso de la educación empresarial: una propuesta de modelo para el desarrollo de un tejido empresarial de calidad. [online] journal.ean.edu.co. available at: <http://journal.ean.edu.co/index.php/revista/article/view/439/433>

la población?, es decir, ¿cómo se logra despertar el espíritu empresarial en las personas? Lograr un tejido empresarial de calidad en el marco de una cultura empresarial es posible mediante la Educación Empresarial.

5. MARCO REFERENCIAL

5.1. ANTECEDENTES

El término emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que significa estar listo para tomar decisiones o iniciar algo. Es un término que a través del paso del tiempo ha tenido connotaciones muy similares, pero con aplicaciones que se sitúan en diferentes contextos. Entre los siglos XVII y XVIII se reconocía como emprendedor a personas dedicadas a la arquitectura o la ingeniería, que se “atrevían” a comenzar grandes construcciones. Los fisiócratas, cuyo principal representante fue Richard Cantillón (1680-1734), introducen un concepto moderno de *entrepreneur*, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, es decir, quienes no tenían un salario o paga fija como los comerciantes de la época. Años más tarde En el contexto de la escuela alemana se destaca en el emprendimiento el aporte de varios autores como J. H. Von Thunen (1783-1850), quien considera al hombre-empresario como un sujeto económico cuyo único objetivo es maximizar los beneficios, y es clara la relación entre el emprendedor y la descripción del beneficio, que se concibe sobre la base de lo complicado del riesgo y el ingenio usado, una versión que está más cerca de lo que se entiende hoy por emprendimiento. Y ya para el siglo XX en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Weber (1864-1920) sostiene que “la acción del empresario no es pacífica ni tranquila, por el contrario, las desconfianzas, la competencia, el individualismo, son manifestaciones que se presentan en el empresario innovador”.⁶

Otro de los grandes autores que realizó aportes a la conceptualización del emprendimiento fue Shumpeter quien, en 1942, definió al hombre emprendedor como una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones. Él lo expresa de la siguiente manera en su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*: “La función de los emprendedores es reformar 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.”⁷

Por su parte Peter Drucker, uno de los padres de la administración de empresas para el año de 1985 escribe sobre el tema, definiendo al *entrepreneur* como aquel empresario que es innovador, y aclara que es una confusión creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y que a cualquiera que lo lleve a cabo se le puede llamar emprendedor.

6 Scholar.google.es. (2018). Rodríguez Ramírez Alfonso - Citas de Google Académico. [online] Available at: <https://scholar.google.es/citations?user=6p14ejsAAAAJ&hl=es>

7 Municipios.unq.edu.ar. (2018). [online] Available at: <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Defiende que, aunque alguien que abra un pequeño negocio correrá riesgos, eso no quiere decir que sea innovador y represente un emprendimiento.⁸

5.2. MARCO TEÓRICO ENFOQUES

5.2.1. Teoría Del Triangulo

Esta teoría planteada por el empresario argentino Andrés Freire (14 de enero de 1972). Sostiene que todo proceso de emprendimiento debe combinar tres componentes fundamentales, el primero es un emprendedor, quien necesita de los otros dos componentes, una idea de negocio rentable y capital, formando una estructura triangular en la cual, el éxito o fracaso del proyecto depende directamente de estas variables, según el autor.

“De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor „exitoso” siempre logra el capital o el gran proyecto, por lo que se puede afirmar que la base del emprendimiento es el individuo o el equipo de personas que conjuga su energía creativa y su capacidad de gestión. Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de conceptos. Se trata de un proceso en el que se integran en forma armónica los tres componentes para alcanzar un resultado exitoso y próspero” (Andrés Freire)

El autor además define las 11 características del emprendedor:

Emancipación: Es la búsqueda de la libertad y la independencia Como principal motivación para emprender.

Moderación en la ambición: El emprendedor ve el dinero como una consecuencia inevitable, no como un objetivo en sí mismo.

Pasión: Emprender es estar dedicado en mente, cuerpo y alma, todo el tiempo, al proyecto.

Resultados: Los emprendedores sueñan, pero sobre todo hacen, hacen y hacen. Su foco siempre está puesto en lograr resultados concretos.

⁸municipios.unq.edu.ar. (2018). [online] available at:
<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/monografiaversionfinal.pdf>

Espiritualidad: Los emprendedores suelen combinar su trabajo profesional con un profundo trabajo espiritual consigo mismos. Mejorar como personas.

Novicio: El emprendedor muestra una voluntad permanente de aprender.

Disfrute del camino: Es el equilibrio entre la dureza de sortear obstáculos y el placer y el humor de disfrutar cada paso que se da día tras día.

Éxitos compartidos: El emprendedor ve a los integrantes de su equipo como socios y busca formas de compartir con ellos.

Determinación: Toma el tiempo necesario para las decisiones; muestra gran seguridad y firmeza en sus acciones.

Optimismo y sueños: El emprendedor tiene esperanza y una clara visión sobre hacia dónde puede y quiere llevar su futuro y el de su empresa.

Responsabilidad: Asume una responsabilidad incondicional frente a su destino. Igualmente, frente a lo que implica asumir riesgos⁹.

5.2.2. Teoría De Schumpeter

Joseph Schumpeter (1883-1950) economista Austriaco que siguió la línea clásica de la economía, de autores como Smith, Ricardo y Marx.

Schumpeter siendo uno de los principales estudiosos del desarrollo económico y la distribución equitativa de las riquezas entre la población, establece una estrecha relación entre el modelo de desarrollo que plantea y el emprendimiento empresarial. Para el “A pesar de que la innovación radical es el elemento fundamental que explica el desarrollo económico, éste no se da espontáneamente, sino que es promovido activamente, dentro del sistema capitalista, por el llamado empresario innovador. Este empresario no es cualquier empresario que monta una empresa, ni es el capitalista dueño del dinero, ni un técnico, etc. El empresario es aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas

⁹ scribd. (2018). gfpi-f-019_guia_de_aprendizaje mentalidad emprendedora a desarrollar.pdf. [online] available at: <https://www.scribd.com/document/324468225/gfpi-f-019-guia-de-aprendizaje-mentalidad-emprendedora-a-desarrollar-pdf>

combinaciones de medios de producción; es decir, la persona (cualquiera, con negocio o sin negocio) que sea capaz de generar y gestionar innovaciones radicales dentro de las organizaciones o fuera de ellas”¹⁰.

Lo que sugiere que no cualquiera puede ser emprendedor, solo quienes están dispuestos a mantenerse en un constante cambio y en una búsqueda permanente de la innovación y el desarrollo, que le permita mantenerse actual y vanguardista, es una teoría similar al concepto de *entrepreneur* de Peter Drucker.

Para Schumpeter, la innovación es más importante que los factores socioeconómicos y culturales de una población, e inclusive más importante que la ciencia y la tecnología, para lograr el nivel de desarrollo, puesto que, la innovación se basa en el aprovechamiento de las oportunidades que presenten en el ambiente externo haciendo uso de la imaginación y el ingenio. La ciencia, la tecnología o las condiciones mismas no aportan por si solas a la economía de un país, si no se tiene una cultura de innovación y emprendimiento que haga buen uso de dichas herramientas.

5.2.3. Teoría de Rodrigo Valera

Pionero del emprendimiento en Colombia, protagoniza un importante proceso de transformación económica en la historia reciente.

Trayectoria:

- Investment Evaluations Corporation (Golden) 1971-1973.
- Cartón de Colombia - División molinos, pulpa y papel. 1974-1975.
- Banco Popular, Programa de desarrollo industrial en ciudades. 1977-1978.
- Universidad Icesi - Fundador y director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial 1981-2001.

Educación:

- Ingeniero químico, Universidad del Valle.
- Magíster en Ingeniería.
- Ph.D. Ingeniería química y refinamiento de petróleos, Colorado School of Mines.

Cuando se graduó de Ingeniería Química de la Universidad el Valle, no sospechaba cuál sería su futuro. Hace más de 25 años, este caleño de 53 años se metió en el cuento del emprendimiento y está más convencido de su causa que nunca. Como director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la

¹⁰ dialnet.unirioja.es. (2018). omar montoya suárez - dialnet. [online] available at: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=3355178>

Universidad ICESI, tiene fama mundial por su profundo conocimiento del tema y por la efectividad de su modelo.

Su pasión es ver nacer y crecer los negocios y la gente que los crea. Gracias a ella, ha desarrollado modelos de apoyo al emprendimiento y de estimulación a la creación de empresas en varios países. Experiencias como haber pertenecido al Comité Directivo del proyecto mundial de investigación sobre desarrollo del emprendimiento, realizado por el PNUD, la OIT e INTERMAN, y la gestación de varios congresos latinoamericanos sobre espíritu empresarial le han permitido no solamente darse a conocer, sino perfeccionar su entendimiento del tema para convertirse en una autoridad internacional en la materia.

Su vida académica ha sido siempre muy dinámica. Decano, profesor de pregrado y de posgrado de varias universidades e investigador permanente. De ahí su acercamiento metódico al problema. Pero gracias a que Varela también es un emprendedor y ha vivido en carne propia lo que significa hacer empresa, su propuesta es bien aterrizada. Su modelo tiene el propósito de motivar, formar y desarrollar a los miembros de la comunidad en la ejecución de acciones creativas que les permitan llegar a ser, a lo largo de su vida profesional, creadores de organizaciones, de riqueza, de empleo productivo, de bienestar social y de satisfacciones personales y profesionales.

Ha publicado más de 100 artículos científicos y de divulgación en revistas nacionales e internacionales y 13 libros de texto sobre innovación empresarial, evaluación de proyectos, creación de empresas, gerencia de proyectos, ingeniería económica y educación empresarial. Sus escritos soportan muchas y muy diversas iniciativas que van desde campos de verano para jóvenes de bajos recursos de Cali hasta programas de emprendimiento en compañías y universidades de todo el mundo¹¹.

Por el impacto de su gestión, Varela se ha hecho acreedor a múltiples reconocimientos y se ha convertido en un embajador del emprendimiento colombiano en el mundo¹².

5.2.4. Michael Porter

Michael Porter estableció que para lograr una ventaja competitiva en el mercado, la empresa debía tomar una de estas tres estrategias genéricas:

¹¹ Rodrigo Valera - <http://oaji.net/articles/2017/5845-1517277424.pdf> - Segunda Edición

¹² <https://www.dinero.com/edicion-impresa/top-executive/articulo/rodrigo-varela/7923>

Estrategia De Liderazgo En Costos

Para que empresa obtenga una ventaja en costos, debe tener costos inferiores a los de la competencia, en un producto o servicio semejante en características y calidad¹³.

Esta estrategia es recomendable cuando:

Se ofrecen muchos productos similares o iguales en calidad y precio y son ofrecidos por múltiples empresas.

- ✓ Hay pocas maneras de conseguir la diferenciar el producto con aporte de diferentes características que además sean significativas.
- ✓ Establecer un proceso productivo bien definido para que sea eficiente y permita producir los mismos productos de la competencia, pero a menor costo.
- ✓ Implementar un proceso productivo altamente tecnológico que permita promover productos con mayor rendimiento que la competencia.
- ✓ Contar con personal calificado que permita alcanzar una alta productividad.
- ✓ Disminución en los costos de mano de obra directa, gracias al continuo aprendizaje adquirido por la misma que disminuye el tiempo de fabricación de una unidad de producto y conforme a estos se producen mayor número de unidades de producto.
- ✓ Establecer buenas relaciones y a largo plazo con los proveedores para obtener materia prima de calidad a mejor precio que los competidores.

Estrategia De Diferenciación De Productos

Para que una empresa alcance una ventaja competitiva por medio de la diferenciación de producto debe ofrecer un producto o servicio que siendo comparable con el de la competencia de muestre ciertos atributos que lo hacen único para los clientes. Por lo que los clientes estarán dispuestos a pagar más.

Esta estrategia resulta adecuada cuando:

- ✓ Los clientes otorgan especial importancia a la calidad o el producto es utilizado para diferenciarse socialmente.
- ✓ Las características que distinguen el producto son difíciles de imitar.

Estrategia De Enfoque O Segmentación De Mercado

Para una empresa alcanzar efectivamente una ventaja de segmentación de mercado debe conocer el comportamiento de las personas a la hora de consumir un producto o servicio para así ofrecerles algo que satisfaga sus necesidades.

Es utilizada a menudo por empresas pequeñas, que enfoca sus esfuerzos en un segmento determinado, dado que no tiene recursos para lograr atraer a todo el público.

Algunas maneras con las que la empresa puede lograr esta ventaja son:

Establecer un sistema de información que permita tomar y procesar las necesidades

¹³ Las 3 estrategias genéricas de Michael Porter_ <http://www.5fuerzasdeporter.com/las-3-estrategias-genericas-michael-porter/>

y opiniones de los consumidores, para generar respuesta a ello, esto puede llevarse a cabo mediante estudios de mercado y encuestas.

Contar con una infraestructura que permita que los clientes sean atendidos en un ambiente cómodo y acogedor.

- ✓ Desarrollar un sistema de distribución eficiente que permita que los productos lleguen en óptimas condiciones a varios puntos de venta.
- ✓ Especializarse en determinado segmento del mercado conocer sus requerimientos y ofrecer el mejor producto pensado expresamente en esos requerimientos.
- ✓ Una categoría especial de potenciales compradores en un área geográfica específica.

5.2.5. Teoría De La Escuela Austriaca

Es una escuela de pensamiento económico, fundada en Viena a mediados del siglo XX. Algunos de sus principales fundadores fueron los economistas Carl Menger, Eugen von Böhm-Bawerk, y Friedrich von Wieser, luego continuaron con el legado sus discípulos o aprendices entre ellos, Ludwig von Mises, Friedrich von Hayek, Murray Rothbard, Israel Kirzner y George Reisman.

En cuanto al emprendimiento la escuela clásica, se opuso al pensamiento de Schumpeter, Ludwig von Mises considero que si bien, era cierta la importancia del emprendimiento al desarrollo del modelo capitalista, no se puede limitar el emprendimiento a un grupo de personas que realizan ciertas actividades, sostenía que el emprendimiento se encuentra implícito en todos los actos realizados por el ser humano, ya que se tiene un desconocimiento de lo que sucederá en el futuro, lo que genera incertidumbre y por tanto un riesgo.

Mises sostenía que “el emprendedor es aquel que desea especular en una situación de incertidumbre, respondiendo a las señales del mercado con respecto a precios, ganancias y pérdidas. Debido a estas acciones, el emprendedor ayuda a nivelar la demanda y la oferta y, si ha especulado correctamente, genera una ganancia para sí. De lo contrario, asume las pérdidas por su decisión incorrecta”¹⁴ todo esto con el fin, según él, de satisfacer necesidades de la comunidad. Este proceso al ser constante y repetitivo traía consigo una experiencia o veteranía, que le permitía el emprendedor tomar decisiones más acertadas y disminuir el nivel de riesgo con el paso del tiempo.

Israel Kirzner, por su parte considero que el emprendedor es quien permanece siempre alerta a las oportunidades que se manifiestan en situaciones inciertas y las aprovecha antes que los demás, para estar alerta se requiere además cierto conocimiento del mercado, no solo de conocer los datos, el comportamiento del

14 docplayer.es. (2018). estado del arte en la enseñanza del emprendimiento - pdf. [online] available at: <http://docplayer.es/3128871-estado-del-arte-en-la-ensenanza-del-emprendimiento.html>

mercado o las estadísticas es saber además donde ubicar los datos del mercado.

Kirzner enfatiza en que la competencia es un componente que forma parte de lo que es el mercado en sí, el emprendedor al comparar la situación que se le presenta con situaciones anteriores obtiene un conocimiento, que aumenta considerablemente su competitividad¹⁵.

En resumen, se puede decir que la escuela austriaca define el emprendimiento como un proceso que cualquier ser humano puede llevar a cabo, con un mínimo de conocimientos sobre el mercado y una actitud receptiva ante las oportunidades que se presenten en el entorno, que aporta a la economía y al desarrollo del capitalismo y que con el paso del tiempo adquiere una experiencia que le permite llevar a cabo sus proyectos, minimizando los riesgos lo cual maximiza sus ganancias.

5.2.6. Teoría De Allan Gibb

Gibb economista Neozelandés, célebre por sus estudios acerca del emprendimiento y la formación de nuevas empresas y la creación de un modelo de cuatro factores importantes para la constitución de empresas: Habilidades, Motivación, Idea de negocio y Recursos.

Motivación y determinación: hace referencia al conjunto de factores externos que propician el proceso de creación de empresa.

Idea y mercado: es la viabilidad o factibilidad de la idea de acuerdo a las condiciones del mercado y la competencia real

Recursos: son los requerimientos de recursos humanos, tecnológicos, financieros, de infraestructura, entre otros para llevar a cabo la idea

Habilidades: habla de las aptitudes, conocimientos y competencias del emprendedor y su equipo de trabajo.

Estos cuatro factores, son según Gibb la clave del éxito del emprendedor al crear una nueva empresa.

Propone que las instituciones de educación superior deben poner en práctica la educación empresarial, que debe tener características como establecer vínculos como los empresarios de la región, diseñarse como una estructura empresarial, enfocarse en diseñar un ambiente empresarial y sentar las bases para que los nuevos empresarios aprendan y construyan sus propios enfoques.

15 docplayer.es. (2018). estado del arte en la enseñanza del emprendimiento - pdf. [online] available at: <http://docplayer.es/3128871-estado-del-arte-en-la-ensenanza-del-emprendimiento.html>

5.2.7. Estudios Recientes

En países desarrollados como España y el resto de la Unión Europea, se tiene conciencia de la importancia del emprendimiento para la dinamización de la economía desde finales del siglo pasado, pero fue hacia principios de este siglo, alrededor del año 2003 cuando la comisión de las comunidades europeas o Comisión Europea, encargada del poder legislativo en la UE al reconocer el impacto que genera la actividad emprendedora en el desarrollo de la economía, busca impulsar políticas favorables para los jóvenes emprendedores, eliminando las barreras que estos encontraban al tratar de crear nuevas empresas, principalmente de índole burocráticas. Sin embargo, se encontró que para impulsar el emprendimiento no era suficiente con mejorar la legislación, en la UE – y en general en muchos países occidentales- la actividad emprendedora es catalogada como arriesgada y osada, en las universidades se enseña a los estudiantes para aspirar a un cargo en una empresa grande y reconocida o a cargos en entidades del estado. Por lo tanto, se concluye que se debe abordar el tema no solo desde la perspectiva económica, sino también se debe enseñar a los jóvenes a ser emprendedores, hacer que quieran emprender, analizarlo desde el punto de vista psico-social, es decir, estudiar las variables psicológicas y sociales que impulsan el desarrollo de la conducta emprendedora¹⁶.

En Lisboa, también parte de la UE el consejo de educación en febrero de 2001 ya se había referido al tema, estableciendo entre sus objetivos para el sistema educativo como una de sus prioridades el estrechamiento de lazos entre las empresas y el sistema educativo, además el desarrollo del espíritu emprendedor mediante la formación académica.

Los entes gubernamentales europeos, luego de esto empiezan a entender cuál debe ser la forma de abordar el tema del emprendimiento, principalmente desde el punto de vista de la psicología, con el fin de cambiar la forma de pensar de la población partiendo desde los estudiantes universitarios, no solo de carreras relacionadas con las ciencias económicas.

De hecho, la Doctora María Luisa Sánchez Almagro, en su tesis doctoral (2003) busca realizar un análisis del perfil psicológico del emprendedor, donde se encuentran tres variables fundamentales que conforman el perfil del auto empleado:

- ✓ **El espacio familiar:** se logra establecer que los modelos familiares influyen positivamente en los autos empleados, la investigación arrojó que el 30% de los padres de los emprendedores son empresarios autónomos, frente al 19% de los padres de los empleados o funcionarios. Por otro lado, se encontró que había prácticamente el doble de hombres dedicados al emprendimiento que mujeres, esto dado que las mujeres se sienten más seguras al tener un trabajo estable y tienden a pensar que al atender un negocio propio desatenderían a sus familias,

16 león, j. (2018). el perfil psicosocial del emprendedor universitario. [online] academia.edu. available at: http://www.academia.edu/260183/el_perfil_psicosocial_del_emprendedor_universitario

lo que las lleva a sentir culpa y remordimiento.

- ✓ **El espacio socio laboral:** se conforma de distintas variables, como la experiencia laboral, se encuentra que haber tenido experiencias anteriores en pequeñas empresas es favorable para desarrollar el espíritu emprendedor y se relaciona con el éxito en la creación y gestión de nuevas empresas; la educación, se concluye que es fundamental que las universidades estimulen el emprendimiento y concienticen a los estudiantes de la factibilidad del autoempleo y el aporte que podrían generar a la economía; las dificultades y obstáculos para la creación de empresas, es quizá el componente más complejo, ya que los obstáculos que se presentan pueden ser desde políticas estatales, requisitos difíciles de cumplir demoras en los trámites para la conformación de empresas, incertidumbre financiera o falta de capital, las dificultades para ingresar al mercado, hasta implicaciones de tipo social como el miedo al fracaso o al ridículo, en caso de no obtener los resultados esperados y por supuesto el apoyo obtenido de parte de familiares y amigos cercanos.
- ✓ **El espacio personal:** hace referencia a la personalidad, rasgos como la capacidad de asumir riesgos, la perseverancia, la creatividad y la iniciativa son favorables para el desarrollo del emprendedor y los valores como la responsabilidad y la independencia emocional con respecto a grupos u organizaciones¹⁷.

En su tesis Sánchez Almagro plantea de una forma clara los factores necesarios para el desarrollo de un emprendedor, haciendo especial énfasis en la importancia del entorno familiar y social y por supuesto, el papel de la educación como componente fundamental. Evidencia la necesidad de cambiar la forma de educar de algunos catedráticos universitarios que desde los primeros semestres y hasta finalizar la carrera tratan a sus estudiantes como si se estuvieran preparando para ser empleados y no empresarios, no solo en programas administrativos, esto aplica para todas las áreas del conocimiento.

Además del perfil emprendedor y los factores que facilitan o dificultan su adecuado desarrollo y su impacto en la sociedad, se debe abordar el tema desde las potencialidades con las que cuentan los jóvenes estudiantes, las habilidades y destrezas que se fortalecen en la época universitaria.

Las potencialidades son las capacidades únicas e irrepetibles, que tiene cada ser humano desde el momento en que nace y que esperan por ser descubiertas y explotadas durante el crecimiento y desarrollo del individuo, dando lugar a procesos creativos o productivos¹⁸.

También se consideran las potencialidades como recursos o capitales, no utilizados, parcialmente utilizados o mal utilizados por los seres humanos. Las potencialidades

17 lifeder. (2018). las 15 características más importantes del emprendedor. [online] available at: <https://www.lifeder.com/caracteristicas-emprendedor/>

18 humano?, h. and s.a. b. (2018). hacia un modelo integral de la personalidad ¿quién es el ser humano?, Martin a Villanueva Reinbeck comprar el libro. [online] buscalibre.com.co. available at: <https://www.buscalibre.com.co/libro-hacia-un-modelo-integral-de-la-personalidad-quien-es-el-ser-humano/1045520/p/1045520>

se activan con una combinación adecuada de estos recursos o capitales, en conjunto con unas condiciones favorables en el entorno social y económico del individuo¹⁹.

Sin olvidar la importancia de las capacidades Conceptuales que le dan al emprendedor las habilidades de conocer y saber cómo formar una empresa, modelar su organización, fijar y planear estrategias para localizar la empresa en un lugar del mercado donde pueda sacar provecho, además de reconocer el tamaño ideal para no sobre estimar la cobertura del mercado. Dentro de las capacidades conceptuales debemos destacar la habilidad de plantear los objetivos donde es importante que puedan guiar bien el camino, si las metas propuestas no son bien hechas o se hacen medianamente, o si el camino es turbio poco conocido podemos enfrentar problemas. Entonces por qué fijar solo metas continuas, en vez de fijar un horizonte donde el empresario conozca qué tamaño debe crecer la empresa, como definir una estructura que la soporte y que ganancias deben ser las justas de acuerdo a su tamaño. La creación de empresa para el emprendedor debe significar no más que saber cómo edificar el camino para llegar al éxito de su idea, proponiendo mejor alternativas motivadas por su riqueza intelectual y conocimiento aprendido²⁰.

Por otra parte hay quienes consideran la creación de empresas como la ejecución de una idea por parte de unos individuos que son empujados por el contexto donde se mueven. Las condiciones en que se encuentra una persona que trabaje para una empresa o la inestabilidad de sus ingresos, son uno de los motivantes para tomar decisiones acerca de desarrollar proyectos. Es así como se puede destacar una relación positiva entre quienes obtienen una educación formal y su decisión de crear nuevas empresas.

La toma está relacionada con la visión del futuro del emprendedor que posee la necesidad de arriesgarse y lograr sus objetivos que conexos con su intuición o interpretación, lograda con sus conocimientos formales, lo empujan a aprovechar oportunidades que descubre.

Para que le éxito del emprendedor sea seguro, este debe conocer su entorno y saberlo interpretar. La parte normativa que puede influir positiva o negativamente en la empresa es de fácil identificación, estas normas se pueden consultar en los diarios o en las páginas oficiales de los entes públicos. Todo empresario debe estar al tanto de las más recientes ordenanzas legislativas ya que estas pueden dar nuevas oportunidades para aumentar las ganancias o amenazas para que se disminuyan²¹.

19 Guatemala, i. (2018). informe nacional de desarrollo humano 2005 - 1. [online] Issuu. available at: https://issuu.com/indh_guatemala/docs/indh2005-1

20 Vanegas, f. (2018). cartilla1- mentalidad emprendedora – un proyecto de vida. [online] academia.edu. available at: http://www.academia.edu/8900437/cartilla1-_mentalidad_emprendedora_-_unproyecto_de_vida

21 Cusi, m. (2018). una mirada al emprendimiento universitario: el caso del censo empresarial de la universidad EAN de Colombia 2013. [online] academia.edu. available at: http://www.academia.edu/3709410/una_mirada_al_emprendimiento_universitario_el_caso_del_censo_empresarial_de_la_universidad_ean_de_colombia_2013

No solo las políticas gubernamentales pueden influir en las utilidades de la empresa, también lo hace la dinámica de la economía, es decir, el nivel de desarrollo industrial del país y sus relaciones mercantiles con los demás países. El nivel de conectividad que tenga un país con el resto puede ser una gran ventaja para aquellas organizaciones que pretenden conquistar mercados internacionales.

Las organizaciones también deben entender y saber relacionarse con la sociedad, es la sociedad quien respalda el futuro de la empresa poniendo a su disposición el capital de trabajo humano. Además, el emprendedor debe estar bien empapado de las necesidades del mercado para poder convertirlas en una oportunidad de negocio donde puede explotar sus capacidades.

Gozar de una formación superior, es para los emprendedores la oportunidad de potenciar sus habilidades y capacidades. Y además la posibilidad de participar en espacios donde se puede practicar su conocimiento y enriquecer su potencial empresarial.

5.3. MARCO CONCEPTUAL

5.3.1. Emprendimiento

El concepto de emprendimiento ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad debido a la necesidad de las personas de superar los constantes y crecientes problemas que se presentan. A lo largo de los años, el término emprendimiento ha obtenido una gran cantidad de definiciones provenientes de diversos autores, las cuales, coinciden o se diferencian según la visión de estos. En primer lugar, la palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* que se refiere a “capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo.” Tradicionalmente, el mundo ha coincidido con dos de estas las cuales serán presentadas a continuación:

- Según Schumpeter, profesor de Harvard, una persona emprendedora es aquella que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados.
- En contraposición a esta teoría, la escuela Austriaca considera que una persona emprendedora es aquella que logra mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas.

En términos generales, las investigaciones realizadas por innumerables autores y ejecutivos reconocidos, coinciden con que “una persona emprendedora es flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, innovadora, creativa y orientada al crecimiento.”²² En otras palabras, el emprendimiento es una actitud propia de cada persona que le da la capacidad y la motivación para emprender nuevos proyectos que le permitan generar beneficios, tanto personales como sociales. Esta actitud se convierte en un motor que permite avanzar, con mucha perseverancia y sacrificio personal, hacia el cumplimiento de las metas y hacia terrenos de innovación alcanzando mayores logros. “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”²³

Actualmente, el emprendimiento ha cobrado una gran importancia debido a los constantes problemas económicos que viven las sociedades. Los seres humanos buscan independencia y estabilidad económica por medio de proyectos propios, para no hacer parte de los altos índices de desempleo que viven países como Colombia. Todo se basa en un cambio de mentalidad que busca pasar de empleado a empleador por medio de llevar a cabo ideas de negocio competitivas en el mercado. Para lograr este cambio de mentalidad las personas debe ser ambiciosas y estar insatisfechas

22 bogotá, c. (2018). observatorio del emprendimiento de bogotá : entorno para el emprendimiento en bogotá y la región 2007 - 2008. n. 2. octubre 2008. [online] bibliotecadigital.ccb.org.co. available at: <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2050>

23 Alcaldía bogotá.gov.co. (2018). Ley 1014 de 2006 Nivel Nacional. [online] Available at: <https://www.mineducacion.gov.co/observatorio/1722/article-247719.html>

con la estabilidad que le pueda generar un trabajo como asalariado. Es importante entender que en países en vía de desarrollo, en los cuales los estados no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo, la mejor alternativa para garantizar el acceso a los recursos que satisfagan las necesidades básicas de una persona y la realización de esta, es tratar de convertir al asalariado en empresario. Es por esta razón que los gobiernos han destinado un presupuesto para apoyar a las personas emprendedoras que con su actitud y creatividad puedan generar resultados generando empleos que sean capaces de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Para crecer económicamente y mejorar la calidad de vida de las personas, es necesario crear una cultura de emprendimiento que motive a las personas a vencer las resistencias establecidas por el comportamiento económico y social global. En el 2007, Bogotá se posicionó en América Latina como la ciudad en la que más se percibe una política de apoyo al emprendimiento. La capital colombiana se reconoce en la región por contar con políticas e instituciones públicas y privadas que promueven y apoyan el emprendimiento y son consideradas como experiencias exitosas.

5.4. MARCO LEGAL

5.4.1. Ley 1014 De Emprendimiento²⁴

EL CONGRESO DE COLOMBIA

DECRETA:

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1°. *Definiciones*

- a) Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización;
- b) Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva;
- c) Emprendimiento: 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

24 Mineduccion.gov.co. (2018). ley 1014 de enero 26 de 2006 - ministerio de educación nacional de Colombia. [online] available at: <https://www.mineduccion.gov.co/1759/w3-article-94653.html>

gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad;

d) **Empresarialidad:** Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;

e) **Formación para el emprendimiento.** La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo;

f) **Planes de Negocios.** Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

Artículo 2°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Artículo 3°. *Principios generales.* Los principios por los cuales se regirá toda actividad de emprendimiento son los siguientes:

a) Formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente;

b) Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social;

c) Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad;

d) Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

Artículo 4°. *Obligaciones del Estado.* Son obligaciones del Estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta ley, las siguientes:

1. Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.

2. Buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

3. Buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4. Buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de

negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos.

5. Establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.

6. Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas ángeles, fondos de capital semilla y fondos de capital de riesgo para el apoyo a las nuevas empresas²⁵.

25 alcaldiabogota.gov.co. (2018). ley 1014 de 2006 nivel nacional. [online] available at: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/norma1.jsp?i=18924>

6. DISEÑO METODOLOGICO

Con la finalidad de alcanzar los objetivos formulados, la investigación se realizará mediante la implementación de los elementos detallados a continuación:

6.1. TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio a realizar es de carácter cuali-cuantitativo:

En método cuantitativo se llevará a cabo en la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de la investigación, la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en los jóvenes estudiantes de la Universidad Cundinamarca sede Girardot.

Y cualitativa porque además de la recolección de datos, se realizará un proceso de análisis e interpretación de estos datos, en el que se estudiarán los resultados, se llegarán a conclusiones, y se determinarán conceptos que respondan al planteamiento del problema de la investigación.

6.2. RECOLECCION DE INFORMACION

6.2.1. Fuentes de informaciones primarias y secundarias

Las fuentes de información primaria en este caso serán los jóvenes estudiantes de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca ya que son quienes proporcionarán información de forma directa a través de los instrumentos de recolección de información, sobre sus competencias hacia el emprendimiento empresarial.

Las fuentes secundarias corresponden a artículos, estudios y tesis relacionados con el tema de las competencias empresariales de estos jóvenes. Ver bibliografía.

6.3. DELIMITACION

6.3.1. Población

La población total está conformada por los estudiantes de los programas de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca, tomando

específicamente a los pertenecientes a los semestres académicos: quinto, sexto, séptimo, octavo, noveno y décimo.

Por consiguiente, teniendo en cuenta que a nivel nacional en promedio asisten 40 estudiantes por cada semestre a las universidades de colombianas, la población sobre la cual se apoyará esta investigación será la siguiente:

Estudiantes Según Admisiones y Registro:

Estudiantes Promedio - Universidad Cundinamarca sede Girardot						
Jornada	SEMESTRE					
	Quinto	Sexto	Septimo	Octavo	Noveno	Decimo
Diurna	17	25	20	20	25	20
Nocturna	35	30	30	30	35	30

Universidad de Cundinamarca: 317 Estudiantes.

Calculo del Tamaño Óptimo de la Muestra	
(Para la estimación de proporciones, bajo el supuesto de que $p=q=50\%$)	

MARGEN DE ERROR MAXIMO ADMITIDO	5%
TAMAÑO DE LA POBLACION	317
Tamaño para un Nivel de Confianza del 90%	146
Tamaño para un Nivel de Confianza del 95%	174
Tamaño para un Nivel de Confianza del 99%	215

6.3.2. Muestra

Para la selección de la muestra se utilizará el método de muestreo intencionado aleatorio, tipo no probabilístico. Ello debido a que los estudiantes serán

seleccionados dada la conveniente accesibilidad, proximidad y rapidez de vinculación de estos sujetos por parte del equipo investigador al momento de realizar la recolección de los datos. Por ello, el equipo de trabajo se toma la libertad de elegir de cada semestre académico quinto, sexto, séptimo, octavo, noveno y décimo, una muestra representativa de 14,5 estudiantes. En total, se contabilizarán de la siguiente manera:

Total, muestra representativa: 14,5 estudiantes por semestre y jornada de la Universidad Cundinamarca.

6.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCION

Se aplicará un cuestionario dirigido a los estudiantes de las Universidad de Cundinamarca en el programa de Administración de Empresas en los tres últimos semestres octavo, noveno y décimo, diseñado con el fin de obtener información de fuente primaria sobre las potencialidades de los estudiantes emprendedores.

6.5. CARACTERIZACION DE LOS FACTORES HUMANOS

Se inicia el análisis teniendo en cuenta las características de los estudiantes de administración de empresas, los aspectos de su personalidad que le permiten explotar el emprendimiento y que son innatas, para ello se dividido en dos subfactores: personales e interpersonales.

Dentro de los factores personales se tienen en cuenta variables que forman parte de su ser interno, que son habilidades o cualidades que el estudiante no ha adquirido dentro de su formación profesional sino, que se han enriquecido con sus experiencias personales y se han ido forjando con su formación personal, como lo son:

- ✓ Identificación de oportunidades
- ✓ Sentido del riesgo
- ✓ Autoconfianza
- ✓ Creatividad
- ✓ Innovación
- ✓ Iniciativa
- ✓ Constancia/perseverancia
- ✓ Compromiso/responsabilidad
- ✓ Motivación/pasión

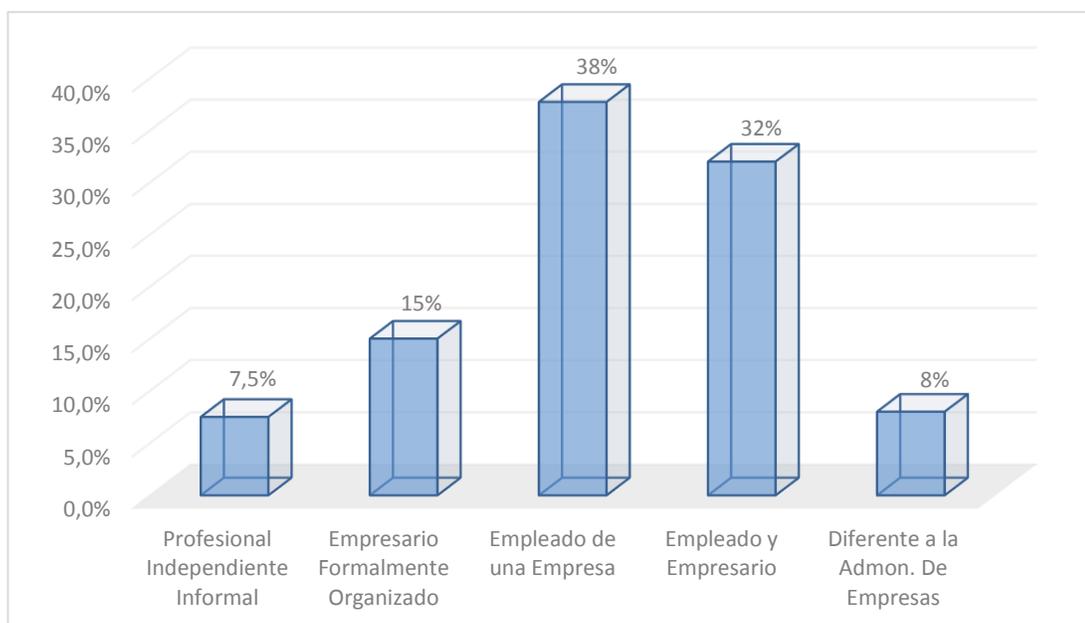
7. FACTORES HUMANOS EMPRENDEDORES DE LOS ESTUDIANTES DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

7.1. FACTORES PERSONALES.

En este análisis el termino empresario será utilizado para referirse no solo a aquellos estudiantes que han logrado organizar formalmente una empresa propia, sino que también se incluirán dentro de este grupo a aquellos estudiantes que derivan sus ingresos como profesionales independientes informales y a aquellos quienes por el momento se encuentran trabajando en una empresa y al mismo tiempo son empresarios. Lo anterior puede ser debido a dos razones: ya sea porque los estudiantes tienen un plan de negocio en mente para desarrollar en un periodo de tiempo a corto plazo o ya sea porque de alguna manera lograron vincularse en las etapas iniciales de la creación de la empresa de un tercero.

En la encuesta a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca facultad de Administración de Empresas entre los semestres quinto, sexto, séptimo, octavo, noveno y décimo, donde se les efectuó las siguientes preguntas:

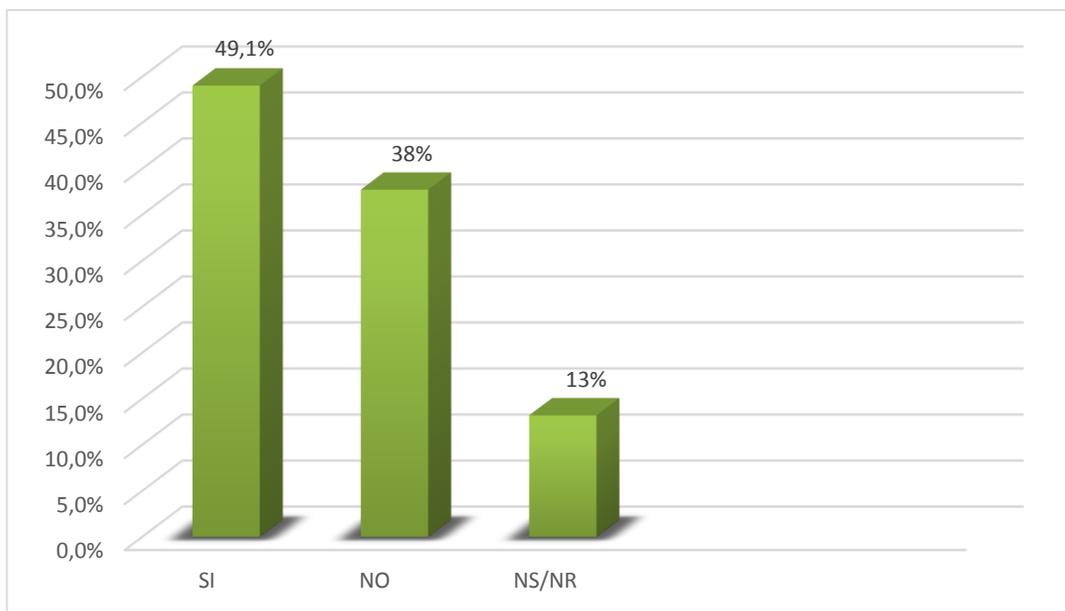
1. ¿Cuáles Son Las Actividades De Las Cuales Se Derivan sus Ingresos?



El 38% de los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca encuestados son empleados y uno de los objetivos principales para ellos son capacitarse para lograr un accenso progresivo a nivel profesional que mejore sus ingresos y de tal manera su sistema socioeconómico de vida estable. El 54% restante presenta un tipo de emprendimiento de gran importancia para la región, por ser la población con mayores ideas de innovación en un mercado informal y de muy pocos recursos y oportunidades.

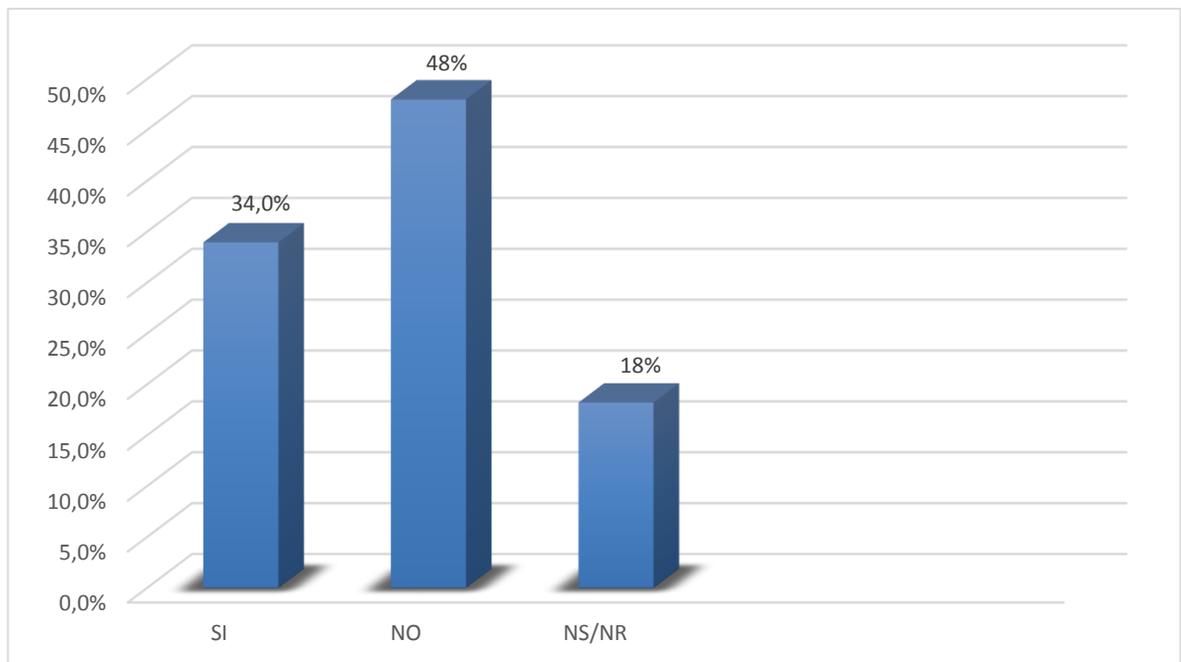
2. ¿Es Usted Empresario?

Según lo mencionado anteriormente, el 49,1% del total de estudiantes encuestados se consideran empresarios.



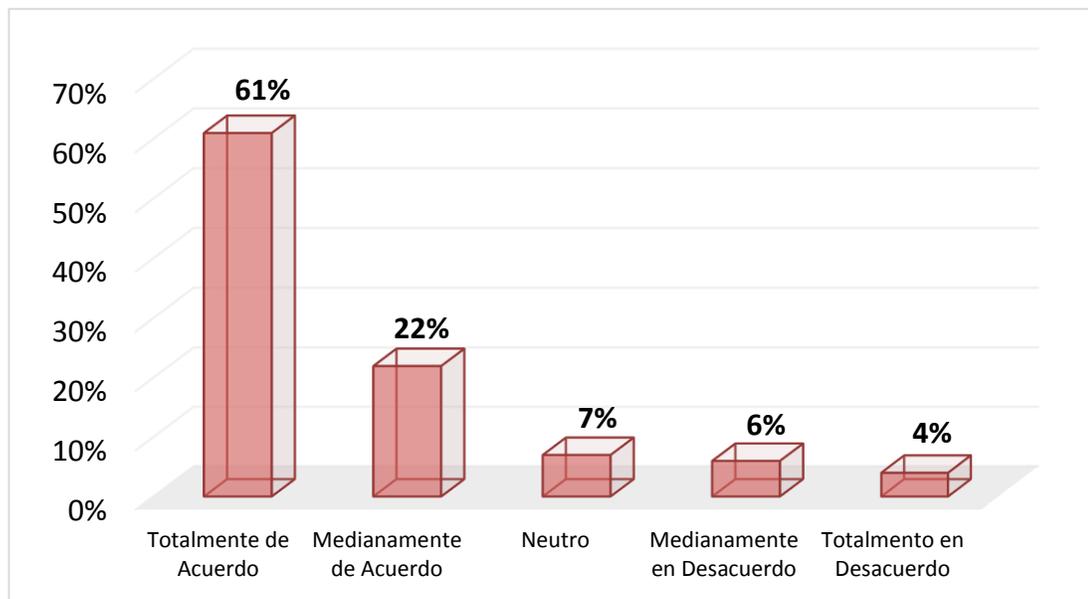
Los estudiantes de la Universidad Cundinamarca, en su mayoría el personal de horarios nocturno, son personas dueñas de un negocio de emprendimiento o hace parte de un equipo de trabajo en un proyecto de emprendiendo, esto generado por la falta de oportunidades directas de la región, pero el buen vivir del sector hace que este grupo de personas desarrollen nuevas ideas y generen un estilo de vida confortable para ellos y todas sus familias.

¿Usted Gestionó O Planea Gestionar Su Empresa Como Resultado Del Proyecto De Grado Presentado Para Optar Al Título De Administrador De Empresas En La Universidad Cundinamarca?



Los estudiantes encuestados de Administración de Empresas en la Universidad Cundinamarca seccional Girardot, el 48% generan una respuesta negativa a la gestión o planeación de un proyecto de emprendimiento en inmediatez de la graduación de su carrera. Este porcentaje cuenta que en su gran mayoría son estudiantes empleados de una empresa con una trayectoria aceptable y buscan mejorar su escalafón laboral; el 34% restante cuenta de forma positiva sus ideas y sueños de emprendimiento al termine su carrera.

3. ¿El manejo de los negocios haciendo uso de las herramientas virtuales, generan o representan una ventaja?

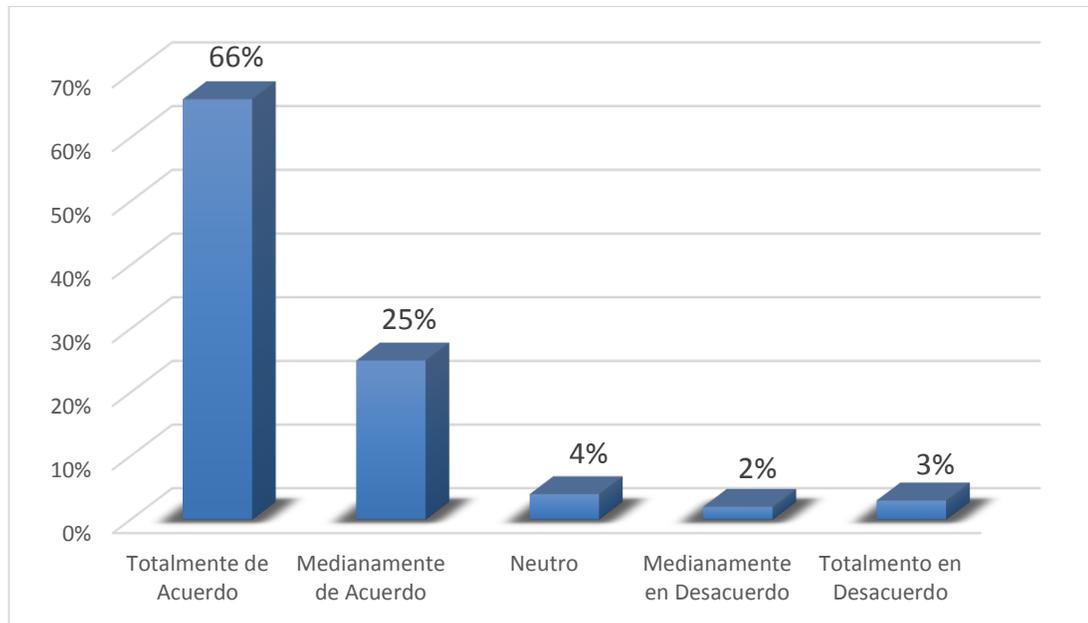


Gráfica No. 1, Variable _ Identificación De Oportunidades

En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto a la pregunta **¿el manejo de los negocios haciendo uso de las herramientas virtuales, generan o representan una ventaja?**; el 61% está totalmente de acuerdo con que las herramientas virtuales representan una ventaja y solo el 4% se muestra totalmente en desacuerdo, es decir, consideran que las herramientas virtuales representan una desventaja para el manejo de los negocios.

A partir de los anteriores resultados se puede ver como una fortaleza el implemento de los recursos tecnológicos en el desarrollo de ideas de negocios, permitiendo una penetrando a las diferentes redes sociales y así llegar a una potencialización masiva de clientes.

4. ¿Para progresar en la vida se debe enfrentar riesgos? o “¿El riesgo es un ingrediente que hay que evitar en todo momento?”



Grafica No. 2, Variable _ Sentido Del Riesgo

En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron las siguientes porcentajes respecto hacia la pregunta **¿Para progresar en la vida se debe enfrentar riesgos?**; el 66% de los estudiantes está totalmente de acuerdo con que para progresar en la vida se debe enfrentar riesgos, ya que como emprendedores deben también tener en cuenta que todo negocio está sometido a un nivel de incertidumbre²⁶. El riesgo implica comprometer recursos donde no existen resultados ciertos y los costes de un posible fracaso son altos²⁷.

El emprendedor de la Universidad de Cundinamarca no debe parar en ninguna circunstancia, detectar siempre nuevas oportunidades, en este ámbito es donde entra el riesgo, que debe ser más un amigo que un enemigo, y donde el sentido común tiene que funcionar como la norma básica de actuación²⁸.

5. ¿El riesgo es un ingrediente que hay que evitar en todo momento?

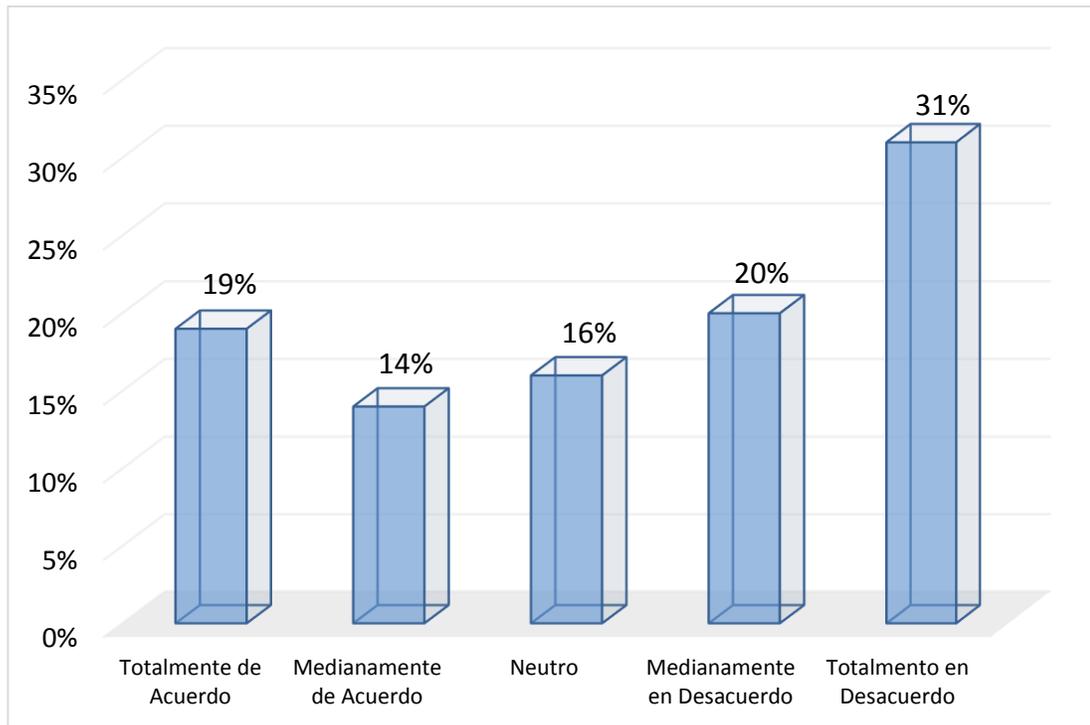
Así mismo cuando se les pregunto a los Estudiantes de Universidad Cundinamarca,

²⁶ (Miller 1983) - <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>

²⁷ (Wiklund & Shepherd 2003) - <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.360>

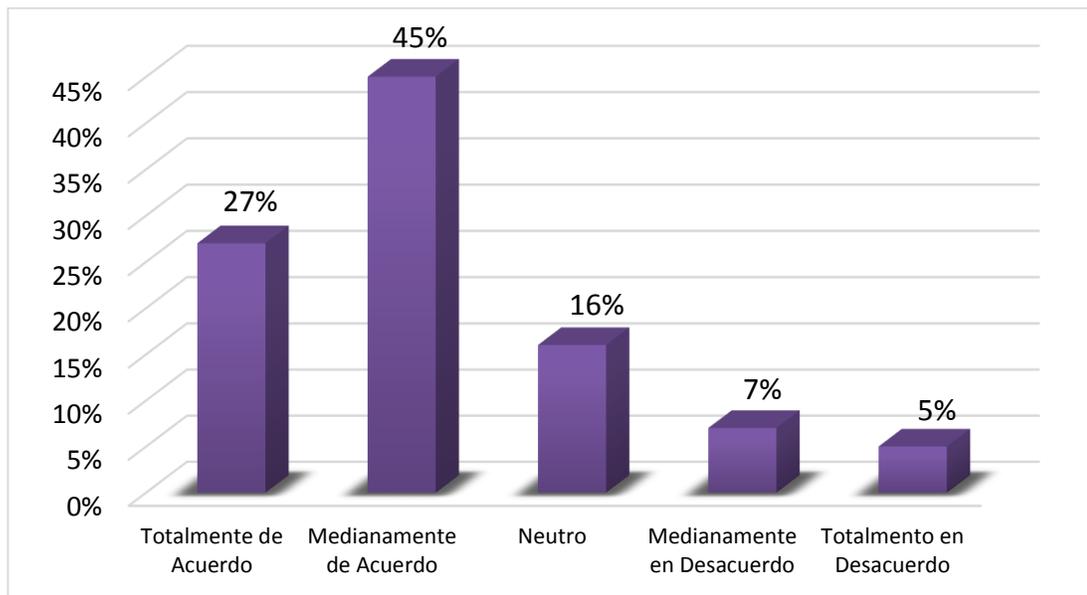
²⁸ emilio márquez. (2018). la importancia de asumir riesgos como emprendedor - emilio márquez. [online] available at: <http://emiliomarquez.com/2016/11/la-importancia-de-asumir-riesgos-como-emprendedor.html>

¿El riesgo es un ingrediente que hay que evitar en todo momento? El 51% se mostró en desacuerdo y tan solo el 33% estuvo totalmente de acuerdo. Es decir los estudiantes encuestados, en su mayoría, son conscientes de que el riesgo no se debe evitar y que es necesario en el desarrollo de un negocio.



Grafica No. 3, Variable _ Sentido Del Riesgo

6. ¿Usted tiene éxito en cualquier actividad que se propone ejecutar?



Grafica No. 4, Variable _ Autoconfianza

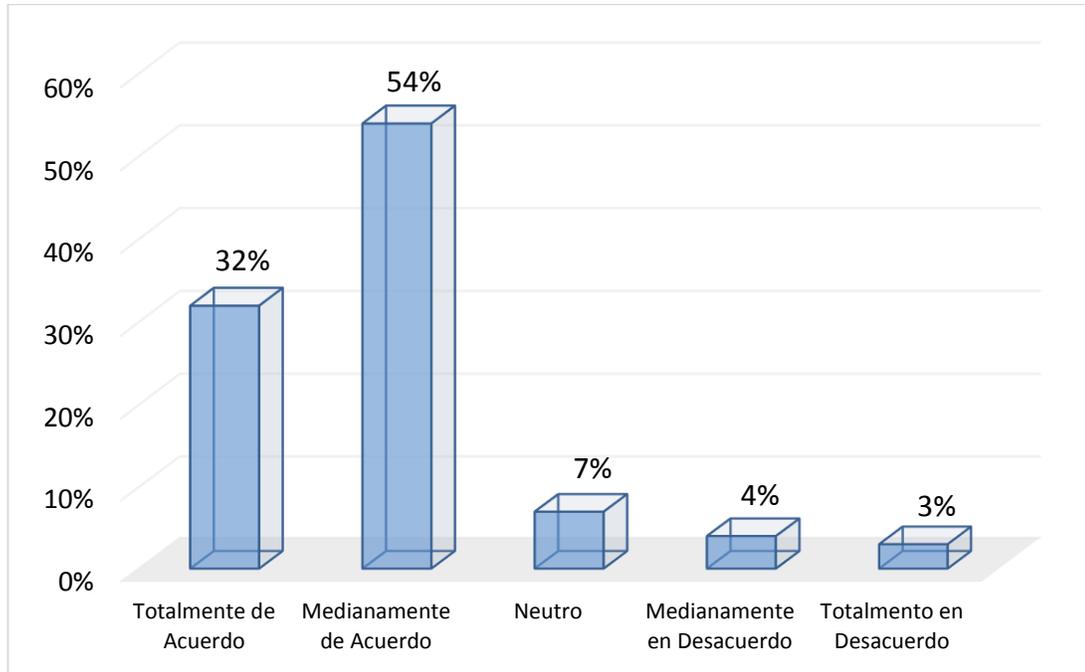
En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto hacia la pregunta **¿Usted tiene éxito en cualquier actividad que se propone ejecutar?**, donde se mide el nivel de apropiación que tienen los estudiantes de administración de empresas de sus propias habilidades y capacidades, el 72% de la muestra está de acuerdo con la afirmación “puede tener éxito en cualquier actividad que se propone ejecutar” y solo el 5% está totalmente en desacuerdo, es decir, la mayor parte de los encuestados en la Universidad de Cundinamarca, son personas seguras de sí mismas y sienten confianza en sus propias destrezas al desarrollar cualquier actividad que se proponga.

Para los alumno emprendedor no basta solo con la personalidad como único factor que lo llevara a ser alguien con exitoso; tenemos que hacer referencia también a las costumbres, los hábitos y los valores que ayudan a que los emprendedores enfrenten los retos y puedan alcanzar sus metas y el éxito en sus negocios.

El emprendedor de la universidad de Cundinamarca debe sentir el impulso para crear o innovar, y esto sería uno de los rasgo de su personalidad. Sin embargo, el alumno emprendedor tiene conductas que cualquiera puede aprender, ejercitar y que aumentarán la eficacia de sus acciones. Estas conductas son los hábitos, es decir, prácticas que realizamos de manera constante en nuestra forma cotidiana de actuar. Muchas veces ya los hacemos de forma inconsciente, pues los aprendimos desde la infancia. A través de ellos expresamos nuestro carácter y son ellos los que imprimen efectividad a todos los aspectos de la vida²⁹.

²⁹ pe, v. (2018). hábitos y valores del éxito. [online] entrepreneur. available at: <https://www.entrepreneur.com/article/258260>

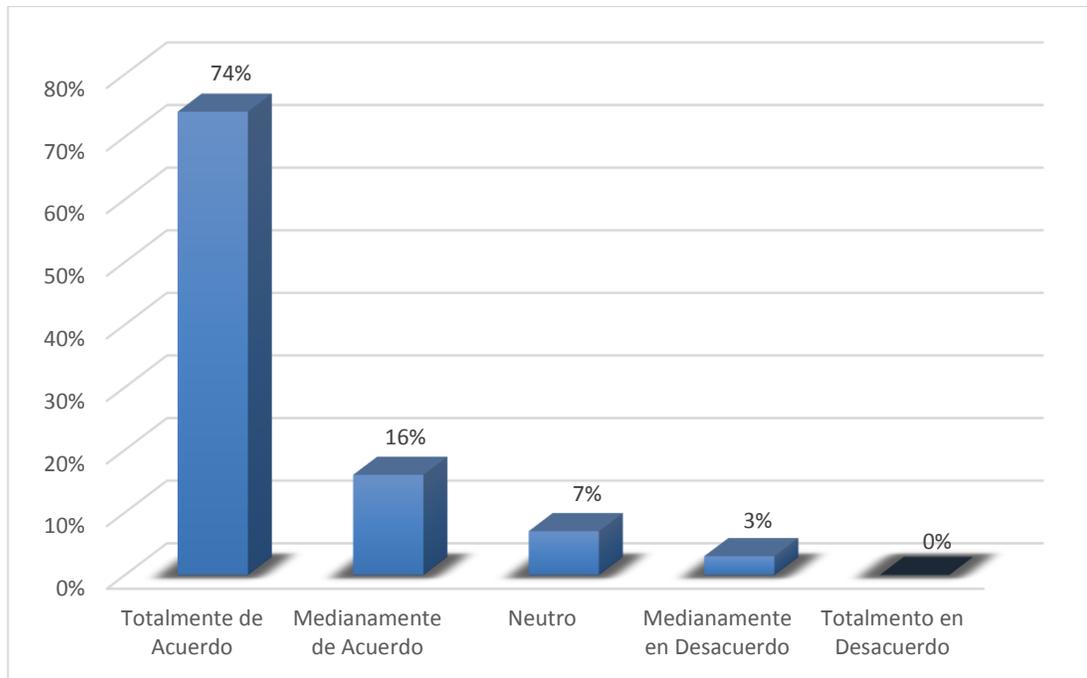
7. ¿Se considera capaz de lidiar con situaciones repentinas que requieren acciones inmediatas, demostrando un alto nivel de autoconfianza y seguridad?



Gráfica No. 5, Variable _ Autoconfianza

En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto hacia la pregunta **¿se considera capaz de lidiar con situaciones repentinas que requieren acciones inmediatas, demostrando un alto nivel de autoconfianza y seguridad?** El 86% de los estudiantes participantes en la encuesta en la Universidad de Cundinamarca sede Girardot se considera capaz de lidiar con situaciones repentinas que requieren soluciones inmediatas, dejando entre ver un alto nivel de autoconfianza y seguridad en sus decisiones incluso en situaciones de mucha presión.

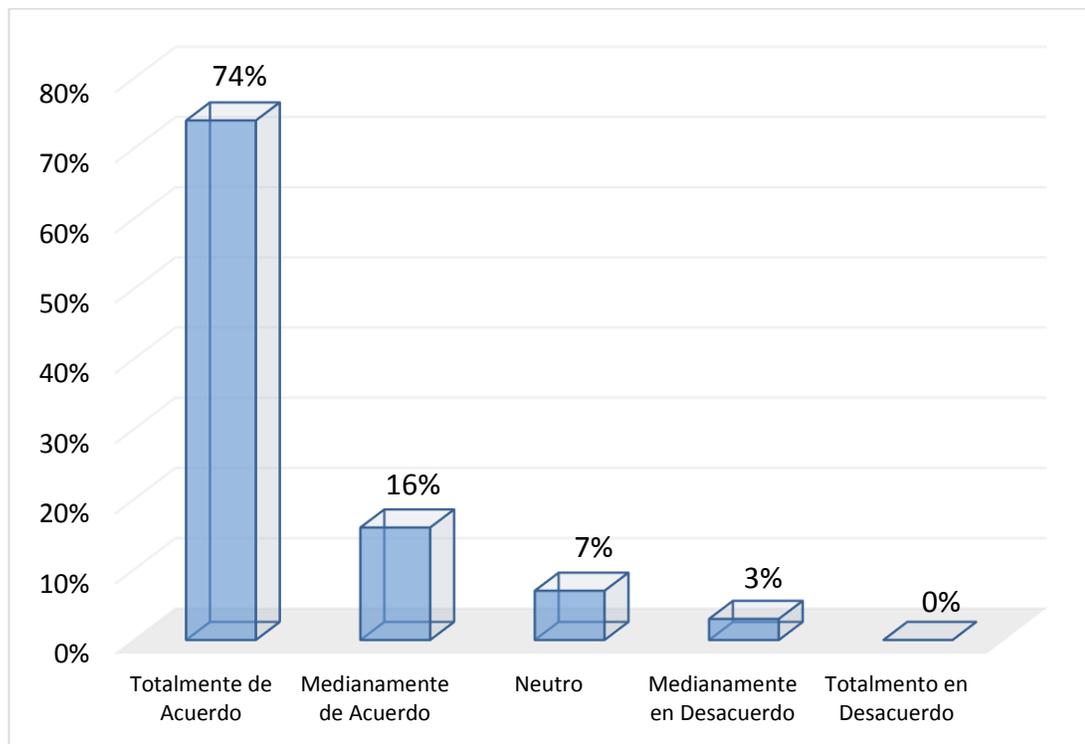
8. ¿Está totalmente de acuerdo con que en cada problema hay una oportunidad que aprovechar?



Grafica No. 6, Variable _ Autoconfianza

En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto hacia la pregunta **¿está totalmente de acuerdo con que en cada problema hay una oportunidad que aprovechar?** El 75% está totalmente de acuerdo con que en cada problema hay una oportunidad que aprovechar, y ninguno de los encuestados estuvo totalmente en desacuerdo con la afirmación, es decir, son personas que ante las dificultades ven oportunidades para generar ideas emprendedoras.

9. ¿Se muestra de acuerdo con la afirmación “disfruta la idea de crear cosas completamente nuevas”?



Grafica No. 7, Variable _ Creatividad

En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto hacia la pregunta **¿se muestra de acuerdo con la afirmación “disfruta la idea de crear cosas completamente nuevas”?** El 77% se muestra de acuerdo con la afirmación “disfruta la idea de crear cosas completamente nuevas”, siendo jóvenes estudiantes de administración de empresas, es importante el desarrollo de la creatividad en sus actividades.

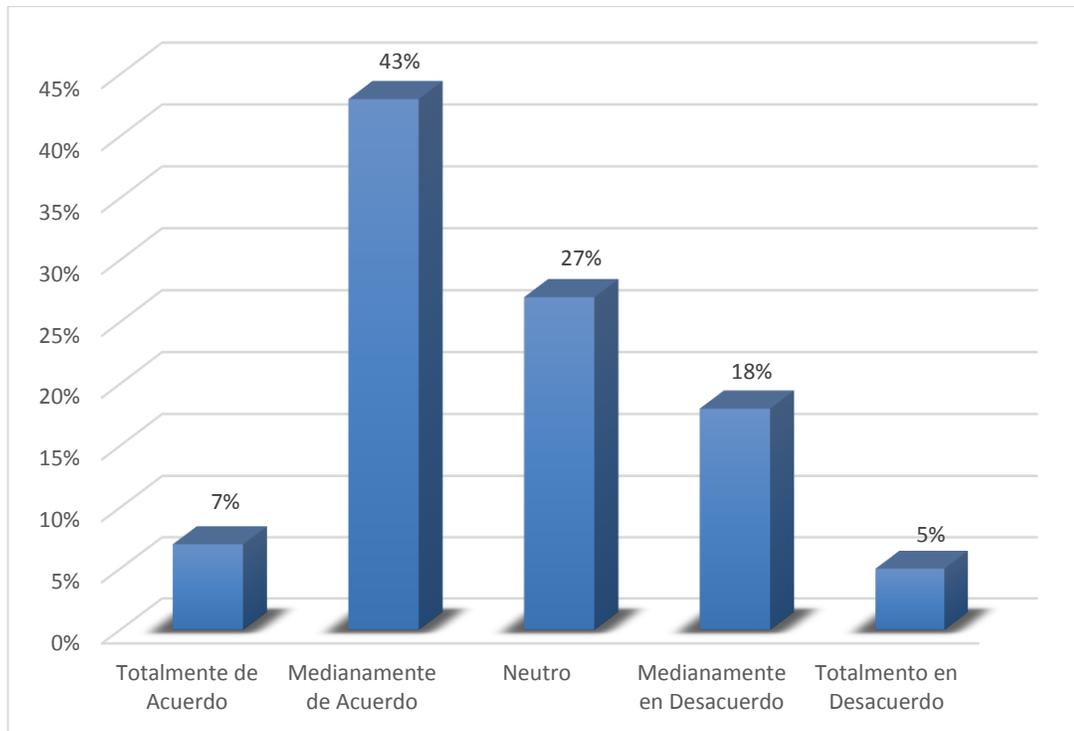
El alumno emprendedor tiene tantas ideas frescas que tiene la necesidad de compartirlas con el mundo; al siguiente minuto, se seca el pensamiento y nos preguntamos si volveremos a generar una idea original.

Un “desierto de ideas” puede ser asustador e incluso paralizante, especialmente para los emprendedores y dueños de negocios, ya que las nuevas ideas son la base de la innovación.

Cada alumno emprendedor debe reducir el número de veces que la creatividad se le escape, La clave es liberar lo que podemos llamar “Rainforest” (selva tropical), un ecosistema de innovación en el que los nuevos conceptos pueden surgir y los negocios avanzar³⁰.

³⁰ emprendedor. (2018) pasos infalibles para generar nuevas ideas. [en línea] disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/268716>

10. ¿para solucionar una dificultad es preferible hacer lo que se ha hecho en casos similares ya que se han visto resultados?



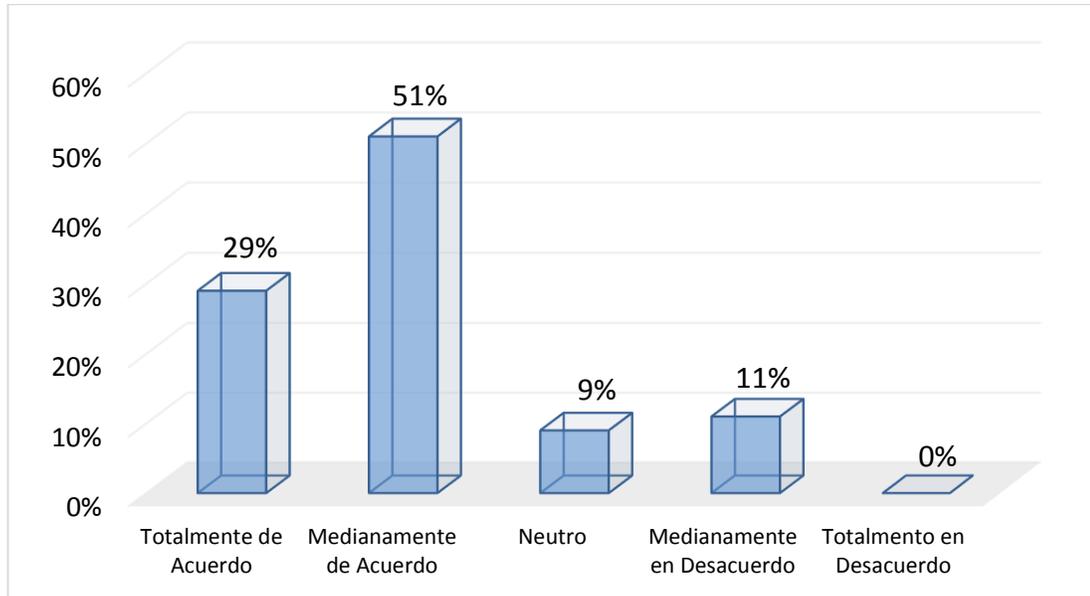
Grafica No. 8, Variable _ Creatividad

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en las anteriores preguntas realizadas a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca, ante el interrogante **¿para solucionar una dificultad es preferible hacer lo que se ha hecho en casos similares ya que se han visto resultados?**, las opiniones fueron muy variables solo el 7% está completamente de acuerdo y el 5% completamente en desacuerdo, mientras el 43% esta medianamente de acuerdo y el restante de encuestados tiene una opinión de indiferencia.

Todos los proyectos emprendedores van a tener problemas, y estará en cada alumno buscar las soluciones para su negocio. Los alumnos de administración de empresas de la Universidad Cundinamarca deben estar buscando caminos mejores, más rápidos y más inteligentes para realizar las tareas diarias. Afortunadamente para los emprendedores, todavía hay muchas oportunidades para mejorar productos existentes. Dicho esto, el mayor problema para los futuros emprendedores es tener la capacidad de detectar estos problemas y definir la mejor vía para solucionarlos³¹.

³¹ Unimooc. (2018). emprender solucionando problemas. [online] available at: <https://unimooc.com/emprender-solucionando-problema/>

11. ¿Propone ideas que generan cambios en su entorno, es decir, tienen un alto sentido de la iniciativa?



Grafica No. 9, Variable _ Iniciativa

En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto hacia la pregunta **¿propone ideas que generan cambios en su entorno, es decir, tienen un alto sentido de la iniciativa?** Cerca del 80% manifiesta que propone ideas que generan cambios en su entorno, es decir, tienen un alto sentido de la iniciativa, son capaces de proponer ideas que generen desarrollo y progreso en su entorno.

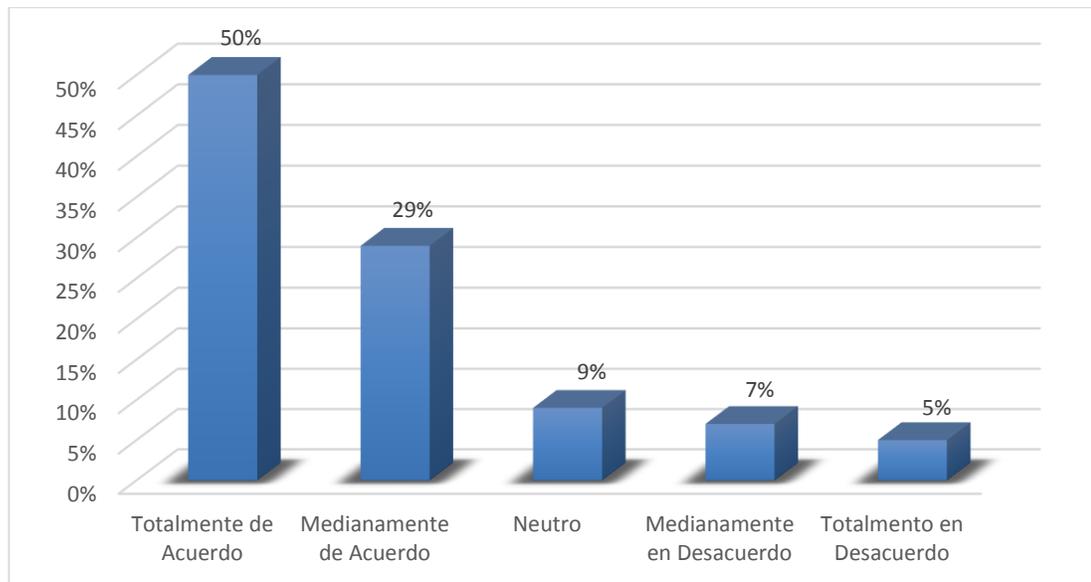
Los alumnos emprendedores de la Universidad de Cundinamarca están en capacidad de identificar una oportunidad y desarrollar una buena idea.

El emprendedor tiene que tener en cuenta sus capacidades creativas e innovadoras, motivaciones, experiencia acumulada sobre el área o sector. Para lo cual requiere tener un profundo conocimiento del entorno (de la situación socioeconómica, del mercado, de los clientes, de los competidores), pues tiene que valorar las necesidades que puede satisfacer, los huecos de mercado que puede cubrir y la ventaja competitiva respecto a la competencia³².

³² eoi.es. (2018) la idea de negocio en proyectos de negocio - wiki eoi de documentación docente. [en línea] disponible en: http://www.eoi.es/wiki/index.php/la_idea_de_negocio_en_proyectos_de_negocio

A continuación seguirá la encuesta en la Universidad de Cundinamarca sede Girardot y se analiza la constancia y perseverancia, comprendidas como el nivel de empeño que colocan en el logro de objetivos, de los estudiantes de administración de empresas de la Universidad de Cundinamarca.

12. ¿El fracaso lo vuelve más fuerte y sabio?



Grafica No. 10, Variable _ Constancia/Perseverancia.

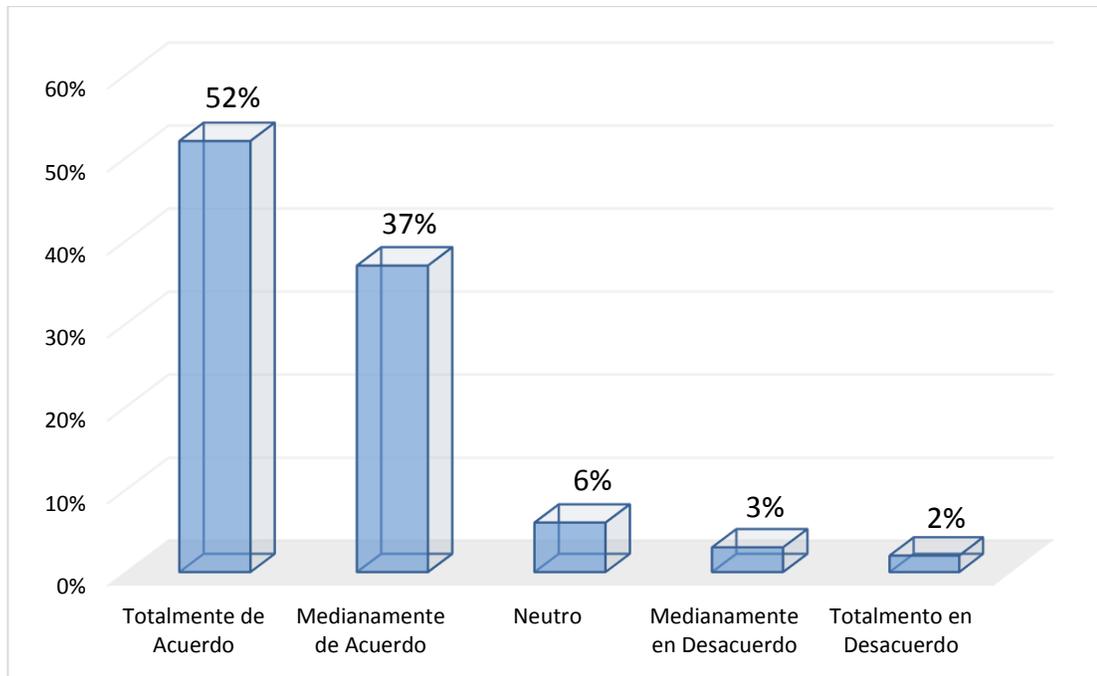
En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto hacia la pregunta **¿El fracaso lo vuelve más fuerte y sabio?**, los resultados obtenidos fueron: el 50% totalmente de acuerdo, el 29% medianamente de acuerdo, el 9% neutro y el restante en desacuerdo.

El fracaso en un proyecto no significa para nada que se sea un mal emprendedor o que no se sea emprendedor. Caso contrario, se es mal emprendedor o no se es emprendedor cuando se fracasa y no se vuelve a intentar.

Una persona que ha fracasado, con seguridad habrá aprendido una gran lección que le evitará cometer los mismos errores en nuevos proyectos. Es tan importante aprender lo que se debe hacer como aprender lo que no se debe hacer, y esto último se aprende fracasando. Se puede concluir, que los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca en su mayoría son personas con tolerancia al fracaso y un alto sentido de la perseverancia, lo cual, es importante para el desarrollo de proyectos de emprendimiento³³.

³³ gerencie.com. (2018) el fracaso puede ser necesario para forjar un buen emprendedor | gerencie.com. . [en línea] disponible en: <https://www.gerencie.com/el-fracaso-puede-ser-necesario-para-forjar-un-buen-emprendedor.html> [consultado el 2 de mayo de 2018].

13. Cuándo se enfrenta a dificultades, estas no representan razón suficiente para renunciar.

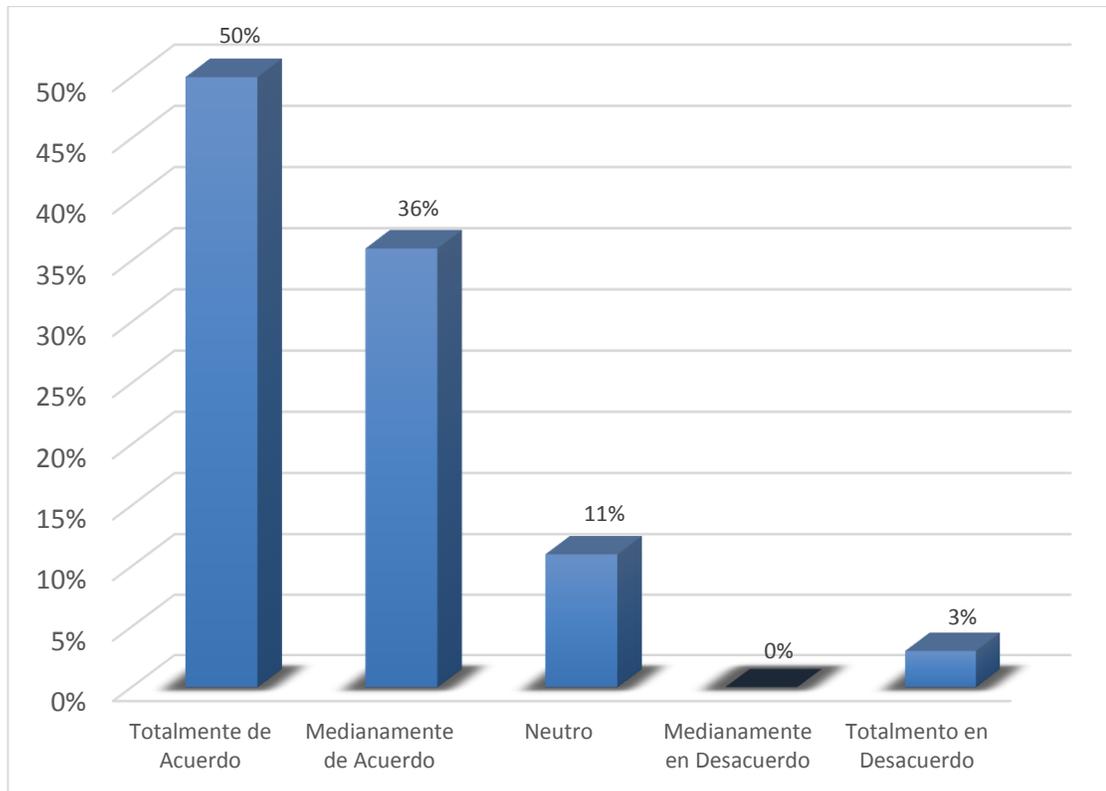


Gráfica No. 11, Variable _ Compromiso/Responsabilidad.

Con respecto a la responsabilidad, en la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto a la afirmación - **Cuándo se enfrenta a dificultades, estas no representan razón suficiente para renunciar**. El 89% de los estudiantes participantes en la muestra está de totalmente de acuerdo y tan solo el 2% estuvo en desacuerdo.

Los Estudiantes encuestados de la Universidad de Cundinamarca son personas regularmente responsables y comprometidas con sus funciones en cada actividad que emprenden, capaces de apropiarse de sus tareas y llevarlas a cabo de la mejor forma posible.

14. Si no tiene apoyo en una idea que considera emprendedora, usted sigue adelante con ella pues confía plenamente en la misma.



Grafica No. 12, Variable _ Motivación/Pasión

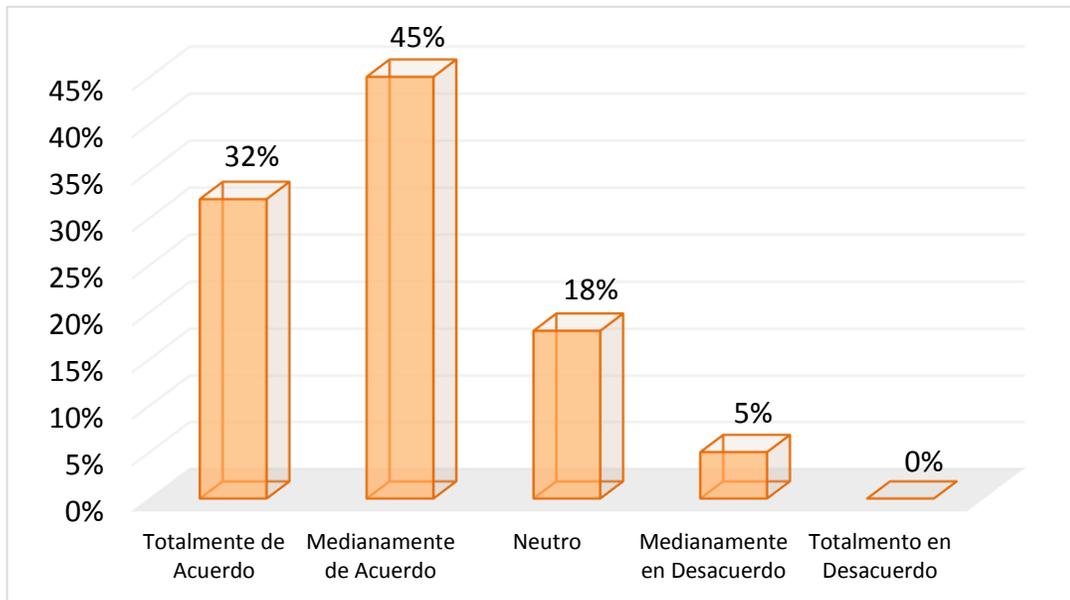
En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto a la afirmación - **Si no tiene apoyo en una idea que considera emprendedora, usted sigue adelante con ella pues confía plenamente en la misma** - a lo que, el 50% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo y solo el 3% totalmente en desacuerdo, lo que significa que, los participantes se consideran personas apasionadas, que se empeñan en sacar adelante sus proyectos de emprendimiento y defender sus ideas.

Los alumnos de la Universidad Cundinamarca, emprendedores deben ser personas que promueven los avances y desarrollos en todos los campos. Se trata de personas con unas actitudes y aptitudes relacionadas con la creatividad y la innovación, por encima de la media de la población en general. Los emprendedores identifican oportunidades, establecen objetivos e intentan alcanzarlos, siempre con la motivación necesaria para tener éxito en el reto planteado³⁴.

³⁴ anon, (2018). [en línea] disponible en: <http://www.ciberoamericana.com/pdf/eoi.pdf>

8. CAPACIDADES CONCEPTUALES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMACA

1. Le interesan las leyes y los procedimientos a tener en cuenta para crear empresa en Colombia



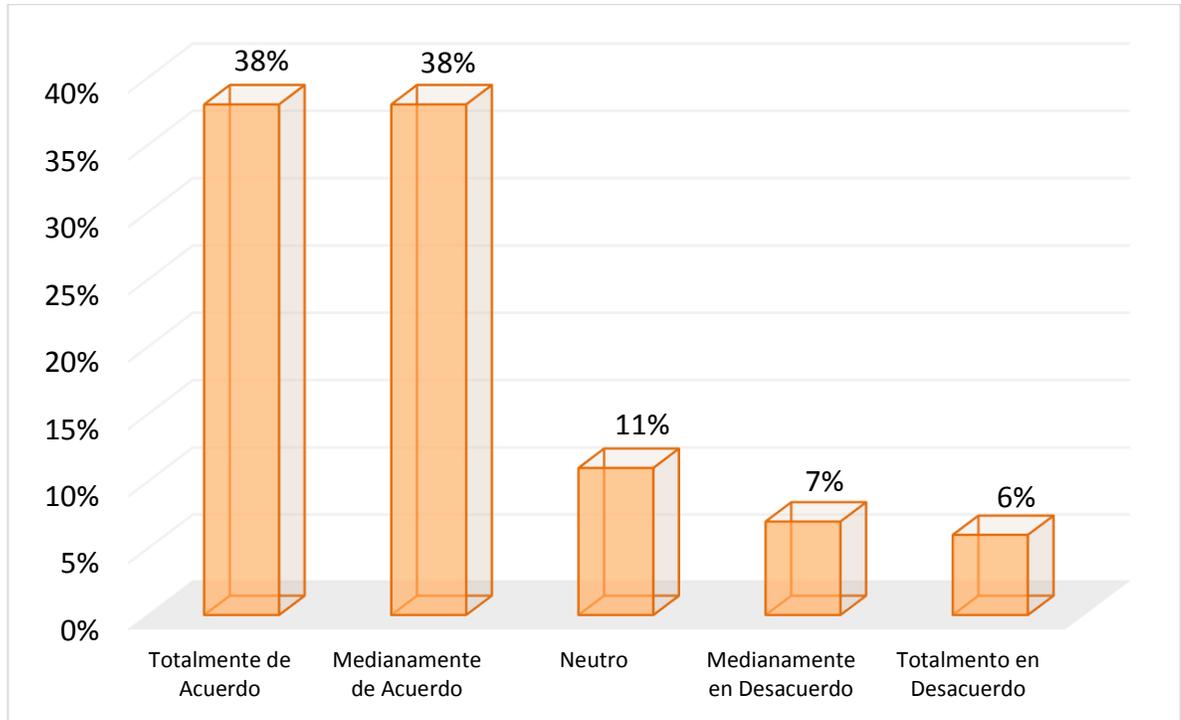
Gráfica No. 13, Variable _ Creación de Empresas

Respecto a la consulta de temas relacionados con las leyes y procedimientos para el comienzo de una empresa en Colombia se encontró que los estudiantes de la Universidad Cundinamarca si investigan sobre estos temas como lo manifiesta el 77% de ellos (32% totalmente de acuerdo y 45% medianamente de acuerdo), a lo sumo el 23% dice no tener estas aptitudes o no estar de acuerdo con la afirmación planteada. Lo cual es un indicio que estos estudiantes tienen visión de emprendedores.

Podemos definir la visión como los sueños en acción. La visión une los deseos, las expectativas y las metas que deseamos lograr en nuestra vida, en distintos órdenes y esferas, situados en el ámbito del trabajo. Ubicados en el escenario diario de lo que hacemos. De la planificación de acciones que nos damos y sobre todo que ejecutamos³⁵.

³⁵ del, s. (2018). capítulo 4. la visión emprendedora. [en línea] disponible en: http://www.injuve.es/sites/default/files/guia_jovenes_talento_perfilemprendedor_4.pdf

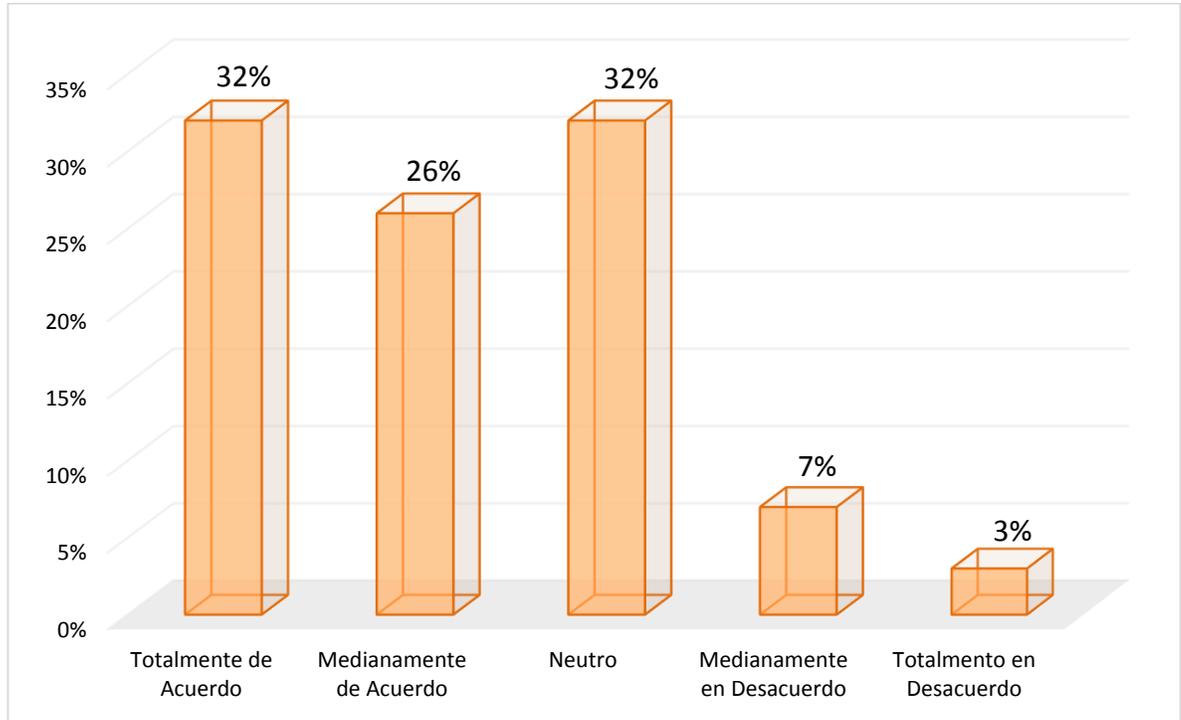
2. ¿Adquiere de la Universidad los conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa?



Grafica No. 14, Variable _ Creación de Empresas

En la encuesta realizada a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca se obtuvieron los siguientes porcentajes respecto a la pregunta ¿Adquiere de la Universidad los conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa? a lo cual respondieron que si les dan este conocimiento 76% (38% totalmente de acuerdo y 38% medianamente de acuerdo) a lo sumo el 24% dice no está de acuerdo con la afirmación o es indiferente a ello.

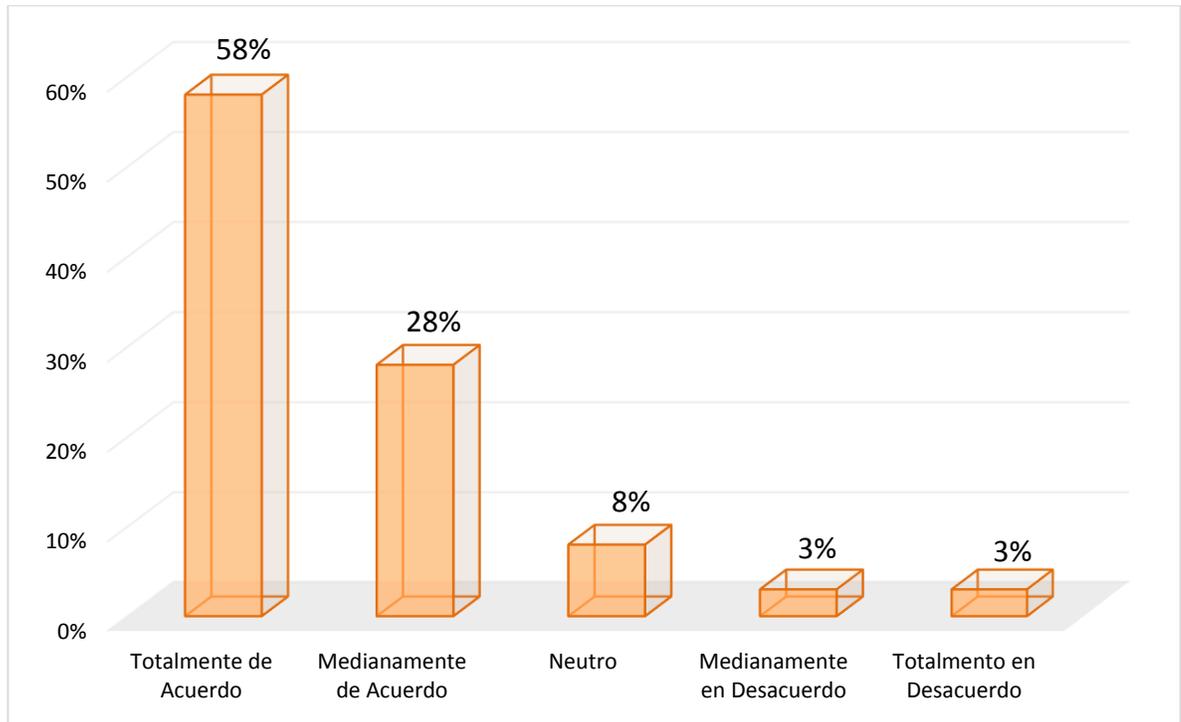
3. Aprovecha los Espacios de Discusión e información de temas de actualidad económica que brinda la Universidad



Grafica No. 15, Variable _ Conocimiento del Entorno

Se encontró que el 58% de estudiantes (32% totalmente de acuerdo y 26% medianamente de acuerdo) si aprovecha estos espacios que la universidad o el entorno les brinda, llama la atención que el 32% de esta población parece no interesarse por estos temas, esto se debe ya que nunca llega a ellos la información de forma oportuna o en muchos casos nunca se enteran.

Sabe diferenciar claramente un objetivo general de un objetivo específico en una empresa, negocio o actividad.



Grafica No. 17, Variable _ Planeamiento de Objetivos

Los Estudiantes saben diferenciar claramente un objetivo general de uno específico lo cual es una parte muy importante para poder poner en marcha una empresa como lo manifiesta el 86%% (58% totalmente de acuerdo y 28% medianamente de acuerdo), a lo sumo el 14% dice no estar interesado en esto o simplemente no estar de acuerdo.

9. COMPETENCIAS LABORALES, EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMACA

Como competencias laborales generales empresariales y para el emprendimiento deben presentar los alumnos de la Universidad Cundinamarca:

- ✓ La identificación de oportunidades para crear empresas o unidades de negocio.
- ✓ Elaboración de planes de negocio.

Las competencias laborales presentadas anteriormente, sirven de base para la definición de los núcleos temáticos del plan de área de emprendimiento de la Universidad Cundinamarca en el Programa de Administración de Empresas y teniendo en cuenta las necesidades de la comunidad del municipio de Girardot:

- Sensibilización
- Mentalidad emprendedora
- Ideas de negocio
- Plan de negocio
- Ejecución de ideas viables.

Estos núcleos temáticos se van desarrollando en el transcurrir de la carrera de Administración de Empresas³⁶

9.1. COMPONENTES DEL PEP

9.1.1. PERFIL DEL ASPIRANTE

Se concreta en las siguientes cualidades y actitudes:

- ✓ Interés en desarrollar habilidades de Liderazgo.

³⁶ Informe de Gestión 2017 - Universidad Cundinamarca:
<https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/planeacion/informe-de-gestion/2018/informe-gestion-ucundinamarca-2017.pdf>

- ✓ Espíritu Emprendedor.
- ✓ Actitud crítica y analítica.
- ✓ Motivación hacia el trabajo interdisciplinar.
- ✓ Orientación hacia la solución de problemas.
- ✓ Disposición hacia las relaciones interpersonales y comunicativas.
- ✓ Creatividad en innovación.

9.2. RASGO DISTINTIVO

El programa se distingue porque promueve el emprendimiento, en cada escenario académico; desde la estructura curricular, cultiva competencias para la formación de profesionales con enfoque estratégico para el desarrollo organizacional, caracterizados por un profundo sentido social e interpretación del entorno que le permite proponer soluciones innovadoras para el mejoramiento de las organizaciones.

9.3. EMPRENDIMIENTO EN EL PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Se asume como una manera de pensar y actuar orientada a 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 calculado³⁷.

9.4. SENSIBILIDAD

9.4.1. Contextualización De La Realidad Socio-Económica Y Laboral.

El municipio de Girardot basa su economía especialmente en el comercio y los servicios cuenta con lo siguiente: 28 entidades o fondos existen 7.548 pensionados que reciben ingresos; el sector del transporte genera aproximadamente 1.787 empleos, en el área de vigilancia se emplean aproximadamente 1.500 personas, en las empresas de servicios públicos y domiciliarios se emplean cerca de 531 puestos de trabajo, en el sector bancario se emplean 193 personas, en los supermercados aproximadamente 598 personas, en el área de los centros de acopio administrados por Ser Regional existen 878 contratos de arrendamientos de locales y se estima

³⁷ Proyecto Educativo del programa de PEP – Administración de Empresas – Universidad de Cundinamarca. (2018). [online] Available at: <https://www.ucundinamarca.edu.co/>

que se generan aproximadamente 1.000 empleos.

En cuanto al sector turístico y hotelero el estudio de Cámara de Comercio señala que existen 61 hoteles con una capacidad de 1661 habitaciones con una capacidad de ocupación de 4.901 huéspedes sin sobre cupo, la ocupación de personal en temporada baja es de 604 y en temporada alta se aproxima a los 795, así mismo existen 51 condóminos que en su mayoría oficinan como segunda vivienda.

En el área de la construcción de acuerdo al reporte de del año 2010 que se entregaron 300 licencias para construir más de 90.000 metros cuadrados, en este sector se contempla que se generan cerca de 1.000 empleos.

En el sector salud tiene cobertura para cerca de 35 municipios de la zona (sur del Tolima, la provincia del alto magdalena, Sumapaz y la provincia del Tequendama en el departamento de Cundinamarca) atendidos por 81 instituciones prestadoras del servicio con un nivel de consultas superiores a las 15.000 anual, con una oferta de 382 camas hospitalarias, una generación de empleo para médicos de más de 300 médicos y una generación de empleo en total de aproximadamente 2.000 personas.

En el ámbito de la economía informal se evidencia un dato de aproximaciones de personas que ejercen alguna actividad económica no formalizada, entre vendedores estacionarios se estima 149, vendedores ambulantes, 600; rifas y chance ilegal se estima un máximo de 500; moto taxistas un estimativo de máximo de 500; pescadores 150; habitantes de la calle que trabajan en la calle o piden limosna 200; y finalmente artesanos que trabajan en sus casas un estimativo de 500.

Del mismo modo, el 39,41% de los residentes del municipio componen la Población Económicamente Activa – PEA, la cual fue calculada en 37.631 habitantes, de los cuales 35.026 (36,68%) estaban Ocupados y 2.605 (2,73%) Desocupados; el 51.64% (49.318 Habitantes) fue considerada como Población Económicamente Inactiva – PEI debido a su condición de estudiantes, amas de casa, pensionados, jubilados, rentistas, inválidos, los que creen que no vale la pena trabajar y los trabajadores familiares sin remuneración³⁸.

9.4.2. El Emprendimiento Como Proyecto De Vida.

La sociedad y los modelos que tenemos en torno al ámbito laboral están cambiando, la gente joven aún no termina de percibir esa sensación de cambio, por eso nace el concepto de emprender con valor, valor de dar contenido, valor añadido y valor de tener la valentía de enfrentar retos³⁹.

Los estudiantes de la Universidad Cundinamarca están en capacidad de realizar su propia reflexión y análisis de sí mismo con su proyecto de vida, orientándolo siempre

³⁸ Ccgirardot.org. (2018). [online] Available at: http://www.ccgirardot.org/pdf/concepto_economico.pdf [Accessed 8 May 2018].

³⁹ <https://www.gerencie.com/emprendimiento-en-la-actualidad.html>

hacia el emprendimiento empresarial como una de las alternativas, cada estudiante lleva inculcando una visión de su propio futuro, sus metas, sueños y anhelos, y las estrategias para alcanzarlos, considerando los mitos y realidades del emprendimiento e identificando las motivaciones propias de un emprendedor.

En la región tenemos como ejemplos de emprendedores de la Universidad Cundinamarca:

- ✓ Realizadores de una Plataforma online de lenguas
- ✓ Fundadores de Spa de Uñas
- ✓ Inventores de Una Cerveza artesanal
- ✓ Creadores del Avatar de una Startup de Diseño.
- ✓ Fundadores de Aquy Toy empresa de Turismo Ecológico.
- ✓ Creadores de la Revista “Enamórate de Girardot”
- ✓ Diseñadores de Emprender verde en Colombia.

9.4.3. Perfil Y Competencias Del Emprendedor

En generales, un emprendedor debería cumplir con las siguientes cualidades:

- ✓ Creatividad e innovación
- ✓ Claridad de ideas
- ✓ Capacidad de afrontar y asumir riesgos
- ✓ Capacidad para adaptarse a situaciones nuevas
- ✓ Saber priorizar
- ✓ Capacidad de comunicar y socializar
- ✓ Tenacidad y persistencia
- ✓ Flexibilidad y capacidad para adaptarse a las circunstancias
- ✓ Optimismo

Empezar un proyecto requiere un gran sacrificio para la persona que decide liderar una idea o un proyecto. Cultivar la inteligencia emocional y saber qué es ser emprendedor y en qué consiste. Cuando creas una empresa hay muchas variables que hay que tener en cuenta: hacer un plan de empresa, la gestión de equipos o realizar un buen plan de marketing⁴⁰.

El Estudiante de la Universidad de Cundinamarca desarrolla un conjunto de características que solo la tienen los emprendedores para realizar las tareas que le

⁴⁰ <https://www.empredepyme.net/el-perfil-de-un-emprendedor.html>

corresponden.

Estos atributos no necesariamente son natos, sino que se van desarrollando a medida que pasa el tiempo y se trabaja para conseguirlos.

La competencia de un emprendedor de la Universidad Cundinamarca le permite resolver problemas de diferentes tipos, pudiendo así alcanzar cada uno de los objetivos que se plantea.

9.5. MENTALIDAD EMPRENDEDORA

¿Qué significa tener una mentalidad emprendedora? “El diario Financial Times” la define *“como un estado mental específico que orienta la conducta humana hacia actividades y resultados emprendedores. Individuos con mentalidad emprendedora son a menudo atraídos por oportunidades, innovación y creación de valor. Sus características incluyen la habilidad de tomar riesgos calculados y aceptar la realidad del cambio y la incertidumbre”*⁴¹.

Los Estudiantes de la Universidad de Cundinamarca de la facultad de Administración de Empresas son emprendedores que no demuestran tener miedo, brinda una seguridad en cada uno de sus proyectos, por lo contrario ofrecen una flexibilidad a la hora de los cambios, saben detectar oportunidades de negocio o sentir debilidad por superar nuevos retos son parte de elementos comunes que componen toda mente emprendedora; la Innovación, creatividad, el Liderazgo, el trabajo en equipo, el Pensamiento estratégico, y las Ideas innovadoras hacen parte de la mente de los alumnos de la Universidad Cundinamarca en la facultad de Administración de Empresas.

9.6. IDEAS DE NEGOCIO

La idea de negocio es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la Pyme, haga que tengamos éxito o no⁴².

Cada uno de Los alumnos de la Universidad de Cundinamarca de la facultad de Administración de Empresas esta con la facultad de Identificar ideas de negocios logrando un marco conceptual, que le permita tener un panorama más amplio de las necesidades del mercado y poder desarrollar nuevos proyectos.

9.7. PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocios es un documento que describe, de manera general, un negocio

⁴¹ Ft.com. (2018). Financial Times. [online] Available at: <https://www.ft.com/> [Accessed 8 May 2018].

⁴² <https://www.empredepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio>

y el conjunto de estrategias que se implementarán para su éxito. En este sentido, el plan de negocios presenta un análisis del mercado y establece el plan de acción que seguirá para alcanzar el conjunto de objetivos que se ha propuesto⁴³.

9.8. EJECUCIÓN DE IDEAS VIABLES.

“Uno de los pasos indispensables en la estructuración de una idea de negocio, es el dimensionamiento y evaluación de los temas legales que corresponden en general y de manera específica al mercado en el cual nos ubicamos”.

Es importante recordar que somos emprendedores mientras nos dedicamos al desarrollo, estructuración y construcción del negocio pero al formalizar nuestra empresa, inscribiéndola en la Cámara de Comercio, nuestro estatus muta de emprendedores a empresarios y con esto vienen las responsabilidades propias del comerciante⁴⁴.

Con todo lo anterior debemos tener en cuenta eventos de la región como el efectuado el 2 de noviembre 2015 que se publicó en la red, **EL ENCUENTRO REGIONAL DE EMPRENDEDORES GIRARDOT**, donde junto con la Universidad de Cundinamarca se pretendió llevar a cabo el primer Encuentro Regional de Emprendimiento en la ciudad de Girardot, que busco reunir los estudiantes y graduados que son emprendedores o han creado empresa en la región.

La idea principal del evento era poder dar a conocer las historias de Emprendimiento de viva voz de sus protagonistas, generando una motivación adicional a los jóvenes que estaban decidiendo crear empresa en Colombia. No hay cosa que más mueve a los emprendedores que conocer cuáles fueron los aciertos y los errores que se cometen al construir negocios en Colombia.

Historias como la creación de una plataforma online de lenguas, el origen de un Spa de Uñas, la creación de una cerveza artesanal, el avatar de una Startup de diseño, la historia de Aquy Toy empresa de Turismo Ecológico, el sueño de la revista “Enamórate de Girardot” y el invitado especial Camilo Velásquez creador y director de Emprende verde en Colombia.

En la publicación de la red <https://www.marketingyfinanzas.net/2015/11/historias-de-emprendedores/>, se escribieron Artículo por Giovanni Quijano Joven Emprendedor, Docente Universitario en Marketing, Innovación y Emprendimiento. Administración de Empresas - Especialista en Marketing y Ventas. Maestría en Mercadeo Global - Conferencista y asesor Empresarial.

⁴³ <https://www.significados.com/plan-de-negocios/>

⁴⁴ <https://imaginamos.com/de-la-idea-la-ejecucion/>

10. ESTRATEGIAS DE EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMACA

Los emprendedores tienen un perfil muy distinguido, que debe ser trabajar para hacer de esto la base de todo empresario, personas ambiciosas con un gran afán de superación personal y/o económica que les otorgue la autonomía personal deseada.

Es por esto que desarrollan la facilidad de asumir el liderazgo en cualquier actividad, tomando responsable y medidamente, decisiones que afectan positiva o negativamente a toda una organización. Para lograr esto, las personas emprendedoras desarrollan también una gran capacidad de asumir riesgos de manera audaz y creativa, generando soluciones innovadoras que mantengan en equilibrio las actividades en momentos de riesgo o tensión.

Aunque las características anteriores hacen parte fundamental del éxito de un emprendedor, no son suficientes si no van acompañadas de conocimiento y formación.

“Formación, talento y perseverancia son las tres claves para emprender el camino de crear empresa. Y muchos jóvenes tienen las dos últimas condiciones, pero se quedan cortos en la primera.” Es por esta razón que la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Cundinamarca sede Girardot, debe buscar la formación de Administradores integrales con una visión global que le permita desarrollar competencias para contribuir a la generación de empresas competitivas tanto en el mercado regional y nacional. Los objetivos específicos de la carrera deben estar enfocados en los siguientes seis aspectos:

Integralidad: Dotar al estudiante de una formación profesional y humana que le permita interpretar la organización en todos los contextos, en busca del mayor desarrollo del país. Este valor debe ser transversal en todos los núcleos académicos de aprendizaje, procurando inculcar el buen comportamiento, compromiso, responsabilidad respeto hacia la pluralidad y solidaridad.

Competencia: Proveer al estudiante de elementos conceptuales y herramientas para que articule la teoría y técnica en beneficio de la generación de resultados acordes con los objetivos organizacionales. El mundo empresarial donde nos movemos lleva implícita la competencia, la cual debe ser legal, sana, sin trampas y brindando un valor agregado que nos distinga de los demás.

Perspectiva Estratégica: Desarrollar en el estudiante una perspectiva orientada a la dirección empresarial que contribuya a la generación e identificación de ventajas

competitivas para la organización. De ahí la importancia de realizar diagnósticos organizacionales que permitan observar el entorno interno y externo para establecer fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con el propósito de diseñar e implementar planes estratégicos que conduzcan al mejoramiento de la competitividad de las distintas organizaciones.

Internacional: Proporcionar al estudiante elementos que posibiliten interpretar contextos institucionales, económicos y culturales en entornos globales para administrar las empresas con una orientación internacional. De ahí la importancia de núcleos temáticos como lo son Microeconomía, Macroeconomía, Finanzas Internacionales, Contexto Económico y Mercados Internacionales los cuales deberían orientarse de manera teórico – práctica para hacer más visible o aplicables las normas y políticas para el comercio internacional.

Grupos de Interés: Desarrollar en el estudiante una visión de la empresa en función de las expectativas de los grupos de interés “stakeholders” y una capacidad de trabajo en equipo que impulse a tener uno líderes orientados al servicio, la ética y la responsabilidad social. La organización de eventos como foros, conferencias, seminarios, Expoudec, Rueda de negocios son ejercicios necesarios para desarrollar destrezas de liderazgo, toma de decisiones, Relaciones interpersonales, hablar en público, etc.

Organizaciones Competitivas: Inculcar al estudiante los criterios de competitividad, innovación y sostenibilidad para toda empresa en la que se desempeñe.”

Para el logro de estos objetivos, la universidad debe plantear a los estudiantes, medios y herramientas tanto teóricas como prácticas que ayudan a incentivar la mentalidad emprendedora con razones y criterios que aumentan la ventaja competitiva de estos en el mercado laboral.

Con respecto a la parte teórica de la formación de los administradores, lo esencial es el enfoque que se le ha dado a la cátedra, entendiendo que hoy en día nos encontramos y hacemos parte del siglo XXI, en el cual, la economía está basada en el conocimiento.

El mercado actual exige comportamientos diferentes de las personas en cuanto a conductas y valores, habilidades y conocimiento. Este concepto debe ser inculcado en la facultad de Administración de Empresas de la Universidad Cundinamarca sede Girardot, institución educativa que ha respondido a los requerimientos del futuro empresarial, entendiendo que el aprendizaje continuo es la base para el desarrollo.

Emprendimiento en estos tiempos durante los últimos años la dinámica de cómo hacer emprendimiento se ha convertido en motivo de interés para los países en vía

de desarrollo, ubicándolo como un elemento de mostrar que permite dinamizar las economías desde las líneas más elementales de la sociedad.

Hacer emprendimiento se ha convertido en una actividad laboral que ha ganado fuerza y sobre todo en los jóvenes y millenials es común escuchar que no quieren ser empleados sino generar su propio negocio.

La experiencia como emprendedor y como mentor de emprendimiento en los últimos siete años del profesor Giovanni Quijano lo ha llevado a entender la dinámica de cómo se debe hacer emprendimiento hoy en día, que se debe fundamentar, en encontrar una manera de generar valor al ser humano⁴⁵.

La ley 1014 de emprendimiento busca el fomento del emprendimiento en Colombia, considerándolo como la fuerza que impulsa el progreso y desarrollo económico de la nación. La Universidad de Cundinamarca acogiendo a su función especial de formar profesionales busca inculcar en los estudiantes de Administración de Empresas una cultura de emprendimiento. Por ello en el plan de estudios debe desarrollarse dicha cultura desde primero a décimo semestre en cada uno de los núcleos de aprendizaje.

Es necesario además asignar recursos y activar el CITGO Centro de Innovación, Tecnología y gestión organizacional para dar seguimiento a los proyectos emprendedores de los estudiantes del programa de Administración de Empresas y resto de la comunidad académica.

El grupo⁴⁶ Formación Docente e Innovación Pedagógica (FODIP), de la Universidad de Barcelona, ha llevado a cabo entre los años 2013 y 2015, con apoyo del programa de ayudas a la investigación RecerCaixa, el proyecto de investigación Emprendimiento y universidad. Diagnóstico, buenas prácticas y líneas de actuación en el ámbito universitario catalán, para diagnosticar y analizar buenas prácticas y líneas de actuación en el ámbito universitario catalán.

La Dra. Nuria Serrat, directora adjunta del estudio; Ignacio López Verdeguer, director del departamento de Ciencia, Área de Ciencia y Medio Ambiente de la Obra Social 'la Caixa'; y el Dr. Francesc Imbernon, director del estudio, en la presentación de los resultados del trabajo Emprendimiento y universidad. Diagnóstico, buenas prácticas y líneas de actuación en el ámbito universitario catalán, que tuvo lugar el pasado 18 de mayo en el Palau Macaya de Barcelona.

⁴⁵ Marketing Y Finanzas. (2018). Cómo Hacer Emprendimiento En Los Tiempos De Hoy Para Generar Valor En Los Clientes. [Online] Available At: <https://www.Marketingyfinanzas.Net/2018/04/Como-Hacer-Emprendimiento/>

⁴⁶ *Cómo fomentar el emprendimiento y las competencias emprendedoras en la Universidad. Blog CaixaCiencia.* <https://blog.caixaciencia.com/-/como-fomentar-el-emprendimiento-y-las-competencias-emprendedoras-en-la-universidad>.

Posteado por Editor Ciencia Ciencia el 02/09/2015 en | 0 comentarios
https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/FACES_n26_41-65.pdf

Una investigación que pretende conocer y transformar las visiones, actitudes y prácticas actuales de las universidades catalanas respecto al fomento del emprendimiento para incorporar, de este modo, un nuevo componente para alcanzar la excelencia en la enseñanza superior.

Hay una **visión bastante restringida del término emprendimiento**. Este concepto se asimila a «crear empresas» o «hacer tu propio negocio». En este sentido, se confirma la generalización de una restricción del término y no está muy extendida ni aceptada la visión amplia de emprendimiento, la que podría asociarse a competencias emprendedoras o a actitud emprendedora. Pero sí aparecen competencias emprendedoras en los planes docentes de las universidades como la capacidad de adaptarse a nuevos ámbitos de desarrollo profesional; la capacidad de transformación de las ideas en actividades prácticas dentro de un contexto social, cultural o económico; el afrontamiento del riesgo; la capacidad de adaptación a los cambios, etc. Por lo tanto, hay que desestigmatizar la visión que el profesorado y el alumnado tienen sobre el emprendimiento, asociada únicamente al mundo empresarial, y abrir su ámbito de actuación al desarrollo de competencias emprendedoras como la innovación, la creatividad, el trabajo en equipo, la comunicación, el liderazgo, etc.

11. CONCLUSIONES

En cuanto a los aspectos conceptuales se encontró que los estudiantes se interesan en un gran porcentaje por temas de actualidad y todo lo relacionado con la normativa que rige las empresas. Esto quiere decir que buscan dar el siguiente paso o por lo menos conocer cómo hacerlo, quieren estar informados y apropiarse de todos los espacios destinados para ello.

Las capacidades de los estudiantes emprendedores de Administración de Empresas de la Universidad de Cundinamarca tienen características que le permiten a una persona desempeñarse competentemente en una determinada actividad. También incluyen las actitudes que le conducen a un determinado comportamiento habitual. Esas aptitudes y actitudes son adquiribles y susceptibles de ser desarrolladas si se acompañan y motiva a los implicados.

En la parte ejecutora se encontró que esta población es capaz de trabajar en equipo y sobre todo puede realizar muchas actividades y funciones al tiempo de forma eficiente y eficaz, ello es muy importante para los emprendedores que en un comienzo deben hacerse cargo de muchas actividades para que las cosas marchen bien pues no cuentan con los recursos para pagar una nómina o subcontratar servicios, con un poco de esfuerzo más se pueden llevar a cabo por la misma persona.

Aun así, la generalización de estos resultados se basa en el fortalecimiento del programa de emprendimiento en la carrera. En otras palabras, se nota la necesidad que tienen los estudiantes y el programa académico de incluir el emprendimiento como algo inherente al plan de estudios en Administración de Empresas, es importante inculcar y motivar a los alumnos desde el inicio de la carrera con el fin de despertar la mentalidad emprendedora e innovadora.

La Universidad Cundinamarca, por medio de su programa Administración de Empresas busca darles a sus estudiantes todas las herramientas necesarias para que se formen como administradores integrales y sensibles de la realidad. Busca también a través del conocimiento desarrollar sus habilidades y competencias al máximo con el fin de impulsarlos hacia la creación de proyectos viables, innovadores y bien planeados.

Existen en Colombia un gran número de políticas y programas que buscan facilitar el desarrollo de nuevas ideas de negocio por medio de herramientas de financiación. A lo largo de los años se ha hecho notable que a través del apoyo a la creación de empresas, se busca la generación de empleo e ingresos a partir del fortalecimiento de iniciativas empresariales innovadoras y con mucho potencial en el mercado. Se desea también mejorar cada vez más estas ideas para que sean competitivas en sectores cambiantes por medio de la identificación de los riesgos y oportunidades.

12. RECOMENDACIONES

Como estudiantes de Administración de Empresas de la universidad de Cundinamarca sede Girardot brindamos las siguientes recomendaciones:

- ✓ Se debe Impulsar el desarrollo de las habilidades y talentos personales de los estudiantes desde espacios curriculares en la universidad, permitiéndoles poner en práctica aspectos como afrontar riesgos, tomar decisiones rápidas, buscar alternativas de solución ante situaciones inesperadas e identificar oportunidades en el entorno.
- ✓ Profundizar en cuanto a las normas de calidad, Ética y Responsabilidad Social en los programas de Administración de Empresas, y su aplicación en organizaciones reales, para que el egresado sea un profesional integral, capaz de generar proyectos de emprendimiento que cuenten con todos los requisitos para llegar a producir bienes y servicios competitivos y de clase internacional.
- ✓ Gestionar o hacer alianzas con los fondos de apoyo económico para los jóvenes emprendedores, que sean de fácil acceso y que estén a la mano de todos aquellos que demuestren tener proyectos realizables y factibles, que sean administrados por la autonomía universitaria.
- ✓ Para incentivar a los estudiantes a crear empresas la facultad debe dar continuidad al CITGO brindándoles asesorías en donde ellos reciban orientación y apoyo sobre todos los temas referentes a la creación de una empresa (jurídico, financiero, tributario, mercadeo, laboral, entre otros.), estos temas requieren de un acompañamiento de profesionales especializados que aporten su experiencia para la consecución y la factibilidad del proyecto. El espíritu emprendedor se debe inculcar en los estudiantes desde el primer semestre de la carrera si de verdad se desea inculcar la mentalidad de emprendedores capaces de generar ideas de negocios innovadoras. Por esta razón se hace importante fortalecer el plan de estudios de Administración de Empresas, incluyendo materias afines con la creación de empresas, innovación e internacionalización desde semestres anteriores y no en los últimos, para que de esta forma los profesionales en formación empiecen a desenvolverse en este tema y puedan ir pensando en la realización de una idea de negocio y no con la idea de ser empleados.
- ✓ Sería interesante que la universidad creara o se vinculara a redes de contactos con empresarios con el fin de ofrecerles a los estudiantes la posibilidad de ampliar la visión que tengan estos para su futuro y aterrizarlos en temas de actualidad. De la misma forma, la universidad debe realizar un esfuerzo por conseguir alianzas exclusivas con entidades financieras o ángeles inversionistas para así aumentar el apoyo que se les brinda a los estudiantes a la hora de hacer realidad sus ideas de negocio.

13. BIBLIOGRAFIAS

1. Scholar.google.es. (2018). Rodríguez Ramírez Alfonso - Citas de Google Académico. [online] Available at:
<https://scholar.google.es/citations?user=6p14ejsAAAAJ&hl=es>
2. Sisbib.unmsm.edu.pe. (2018). [online] Available at:
http://sisbib.unmsm.edu.pe/BibVirtual/Publicaciones/administracion/v12_n23/pdf/07v13n23.pdf
3. Dialnet.unirioja.es. (2018). [online] Available at:
<https://es.scribd.com/document/262093121/Dialnet-LaImportanciaDeFormarJovenesEmprendedores-4829127>
4. Palacios, e. (2018). la universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. [online] revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe. available at:
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8912>
5. Camacho, d. (2018). la importancia de formar jóvenes emprendedores. [online] revistas.uptc.edu.co. available at:
<https://es.scribd.com/document/262093121/Dialnet-LaImportanciaDeFormarJovenesEmprendedores-4829127>
6. Palacios, e. (2018). la universidad en la formación de emprendedores empresariales y el apoyo en la creación de nuevas empresas. [online] revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe. available at:
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/8912>
7. Camacho, D. (2018). La importancia de formar jóvenes emprendedores. [online] Revistas.uptc.edu.co. Available at:
<http://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/141/145>
8. Suárez, h. (2018). liderazgo, gobernabilidad y paz el caso colombiano. [online] revistas.javeriana.edu.co. available at:
<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vnijuri/article/view/14841/11981>

9. Scholar.google.es. (2018). Rodríguez Ramírez Alfonso - Citas de Google Académico. [online] Available at:
<https://scholar.google.es/citations?user=6p14ejsAAAAJ&hl=es>
10. Municipios.unq.edu.ar. (2018). [online] Available at:
<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
11. Municipios.unq.edu.ar. (2018). [online] available at:
<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/monografiaversionfinal.pdf>
12. Rodrigo Valera - <http://oaji.net/articles/2017/5845-1517277424.pdf> - Segunda Edición
13. <https://www.dinero.com/edicion-impresa/top-executive/articulo/rodrigo-varela/7923>
14. Las 3 estrategias genéricas de Michael Porter_
<http://www.5fuerzasdeporter.com/las-3-estrategias-genericas-michael-porter/>
15. Scribd. (2018). Gfpi-f-019_guia_de_aprendizaje mentalidad emprendedora a desarrollar.pdf. [online] available at:
<https://www.scribd.com/document/324468225/gfpi-f-019-guia-de-aprendizaje-mentalidad-emprendedora-a-desarrollar-pdf>
16. Dialnet.unirioja.es. (2018). Omar montoya suárez - dialnet. [online] available at:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=3355178>
17. Docplayer.es. (2018). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento - pdf. [online] available at: <http://docplayer.es/3128871-estado-del-arte-en-la-ensenanza-del-emprendimiento.html>
18. León, j. (2018). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. [online] academia.edu. Available at:
http://www.academia.edu/260183/el_perfil_psicosocial_del_emprendedor_universitario

19. Lifeder. (2018). Las 15 características más importantes del emprendedor. [online] available at: <https://www.lifeder.com/caracteristicas-emprendedor>
20. Humano?, h. And s.a, b. (2018). Hacia un modelo integral de la personalidad ¿quien es el ser humano?, martin a villanueva reinbeck comprar el libro. [online] buscalibre.com.co. Vailable at: <https://www.buscalibre.com.co/libro-hacia-un-modelo-integral-de-la-personalidad-quien-es-el-ser-humano/1045520/p/1045520>
21. Guatemala, i. (2018). Informe nacional de desarrollo humano 2005 - 1. [online] issuu. Available at: https://issuu.com/indh_guatemala/docs/indh2005-1
22. Vanegas, f. (2018). Cartilla1- mentalidad emprendedora - unproyecto de vida. [online] academia.edu. Available at: <http://www.academia.edu/8900437/cartilla1-mentalidad-emprendedora-unproyecto-de-vida>
23. Cusi, m. (2018). Una mirada al emprendimiento universitario: el caso del censo empresarial de la universidad ean de colombia 2013. [online] academia.edu. Available at: <http://www.academia.edu/3709410/una-mirada-al-emprendimiento-universitario-el-caso-del-censo-empresarial-de-la-universidad-ean-de-colombia-2013>
24. Rae.es. (2018). Real academia española. [online] available at: <http://www.rae.es>
25. mineducacion.gov.co. (2018). ley 1014 de enero 26 de 2006 - ministerio de educación nacional de colombia. [online] available at: <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-94653.html>
26. Alcaldiabogota.gov.co. (2018). Ley 1014 de 2006 nivel nacional. [online] available at: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/norma1.jsp?i=18924>
27. Bogotá, c. (2018). Observatorio del emprendimiento de bogotá : entorno para el emprendimiento en bogotá y la región 2007 - 2008. N. 2. Octubre 2008. [online] bibliotecadigital.ccb.org.co. Available at: <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/2050>

28. Alcaldiabogota.gov.co. (2018). Ley 1014 de 2006 Nivel Nacional. [online] Available at:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>
29. Mineducacion.gov.co. (2018). Ley 1014 de enero 26 de 2006 - ministerio de educación nacional de colombia. [online] available at:
<https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-94653.html>
30. Alcaldiabogota.gov.co. (2018). Ley 1014 de 2006 nivel nacional. [online] available at:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/norma1.jsp?i=18924>
31. (Miller 1983) - <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>
32. (Wiklund & Shepherd 2003) -
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.360>
33. Emilio Márquez. (2018). La importancia de asumir riesgos como emprendedor - emilio Márquez. [online] available at: <http://emiliomarquez.com/2016/11/la-importancia-de-asumir-riesgos-como-emprendedor.html>
34. Pe, v. (2018). Hábitos y valores del éxito. [online] entrepreneur. Available at: <https://www.entrepreneur.com/article/258260>
35. Emprendedor. (2018) pasos infalibles para generar nuevas ideas. [En línea] disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/268716>
36. Unimooc. (2018). emprender solucionando problemas. [Online] available at: <https://unimooc.com/emprender-solucionando-problema/>
37. eoi.es. (2018) la idea de negocio en proyectos de negocio - wiki eoi de documentación docente. [en línea] disponible en: http://www.eoi.es/wiki/index.php/la_idea_de_negocio_en_proyectos_de_negocio

38. gerencie.com. (2018) el fracaso puede ser necesario para forjar un buen emprendedor | gerencie.com. . [En línea] disponible en: <https://www.gerencie.com/el-fracaso-puede-ser-necesario-para-forjar-un-buen-emprendedor.html> [consultado el 2 de mayo de 2018].
39. anon, (2018). [en línea] disponible en: <http://www.ciberoamericana.com/pdf/eoi.pdf>
40. Del, s. (2018). Capítulo 4. la visión emprendedora. [en línea] disponible en: http://www.injuve.es/sites/default/files/guia_jovenes_talento_perfilemprendedor_4.pdf
41. <https://www.gerencie.com/emprendimiento-en-la-actualidad.html>
42. Ft.com. (2018). Financial Times. [online] Available at: <https://www.ft.com/> [Accessed 8 May 2018].
43. <https://www.emprendepyme.net/el-perfil-de-un-emprendedor.html>
44. <https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio>
45. <https://www.significados.com/plan-de-negocios/>
46. <https://imaginamos.com/de-la-idea-la-ejecucion/>
47. Marketing Y Finanzas. (2018). Cómo Hacer Emprendimiento En Los Tiempos De Hoy Para Generar Valor En Los Clientes. [Online] Available At: <https://www.marketingyfinanzas.net/2018/04/como-hacer-emprendimiento/>

ANEXOS

ENCUESTA

1. ¿Cuáles Son Las Actividades De Las Cuales Se Derivan sus Ingresos?

Profesional Independiente Informal	Empresario Formalmente Organizado	Empleado de una Empresa	Empleado y Empresario	Diferente a la Admon. De Empresas

2. ¿Es Usted Empresario?

SI	NO	NS/NR

3. ¿Usted Gestionó O Planea Gestionar Su Empresa Como Resultado Del Proyecto De Grado Presentado Para Optar Al Título De Administrador De Empresas En La Universidad Cundinamarca?

SI	NO	NS/NR

4. ¿El manejo de los negocios haciendo uso de las herramientas virtuales, generan o representan una ventaja?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

5. ¿Para progresar en la vida se debe enfrentar riesgos? o “¿El riesgo es un ingrediente que hay que evitar en todo momento?”

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

6. ¿Usted tiene éxito en cualquier actividad que se propone ejecutar?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

7. ¿se considera capaz de lidiar con situaciones repentinas que requieren acciones inmediatas, demostrando un alto nivel de autoconfianza y seguridad?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

8. ¿está totalmente de acuerdo con que en cada problema hay una oportunidad que aprovechar?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

9. ¿se muestra de acuerdo con la afirmación “disfruta la idea de crear cosas completamente nuevas”?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

10. ¿para solucionar una dificultad es preferible hacer lo que se ha hecho en casos similares ya que se han visto resultados?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

11. ¿Propone ideas que generan cambios en su entorno, es decir, tienen un alto sentido de la iniciativa?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

12. ¿El fracaso lo vuelve más fuerte y sabio?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

13. Cuándo se enfrenta a dificultades, estas no representan razón suficiente para renunciar.

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmento en Desacuerdo

14. Si no tiene apoyo en una idea que considera emprendedora, usted sigue adelante con ella pues confía planamente en la misma.

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmento en Desacuerdo

15. Le interesan las leyes y los procedimientos a tener en cuenta para crear empresa en Colombia

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmento en Desacuerdo

16. ¿Adquiere de la Universidad los conocimientos administrativos y financieros necesarios para poder crear una empresa?

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmento en Desacuerdo

17. Aprovecha los Espacios de Discusión e información de temas de actualidad económica que brinda la Universidad

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

18. Sabe diferenciar claramente un objetivo general de un objetivo específico en una empresa, negocio o actividad.

Totalmente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	Neutro	Medianamente en Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo

ENTREVISTA DE CAMPO

Entrevista efectuada al Profesor **Giovanni Quijano** Joven Emprendedor, Docente Universitario en Marketing, Innovación y Emprendimiento. Administrador de Empresas - Especialista en Marketing y Ventas. Maestría en Mercadeo Global - Conferencista y asesor Empresarial.

Pregunta No. 1

¿Cuál es el estado actual del emprendimiento en el programa de Administración de Empresas seccional Girardot?

Respuesta del Profesor Giovanni Quijano

Actualmente se encuentra en construcción los módulos de emprendimiento para el programa de ciencias económicas administrativas y contables de la Universidad Cundinamarca.

Dentro de esta construcción encontramos apoyos horizontales y verticales:

✓ **Apoyos Horizontales:**

Apoyo micro curricular: son todas las materias del currículo estudiantil con temas de emprendimiento durante toda la carrera.

Apoyo a campus de aprendizaje: apoyos virtuales con emprendedores externos que brinden su experiencia a cada uno de los estudiantes.

Campos de práctica: sería secciones virtuales donde los estudiantes puedan hacer prácticas como tiendas virtuales y llevar a cabo la realización de estrategias de emprendimiento.

✓ **Apoyos Verticales**

Generadores de cultura emprendedora
Apoyos para Generar emprendimiento
Resultados locales o de fondos apoyados por el estado.

Pregunta No. 2

¿Cuáles son las características de un emprendedor de la Universidad Cundinamarca en la facultad de ciencias administrativas y contables seccional Girardot?

Respuesta del Profesor Giovanni Quijano

Un emprendedor debe contar con las siguientes características fundamentales para ser un buen emprendedor:

1. Mucha pasión en su proyecto emprendedor
2. Descubrir su Talento
3. Rodearse de un excelente Equipo de Trabajo
4. Entender que El fracaso hace parte de éxito
5. Aptitud en su emprendimiento como proyecto de vida

Pregunta No. 3

¿Se cree que se puede impulsar el emprendimiento hacia los otros programas de la universidad y como se haría?

Respuesta del Profesor Giovanni Quijano

Todos los programas deberían aplicarse al modelo de emprendimiento de la universidad Cundinamarca seccional Girardot.

En cada uno de los programas debe aplicarse los siguientes aspectos:

- ✓ Aspectos micro curriculares del emprendimiento
- ✓ Campus de práctica para el emprendimiento
- ✓ Direccionamientos a la adquisición de fondos para ejecución de ideas emprendedoras.