

**ANÁLISIS DE LA ACTITUD DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA EN
EL PERIODO 2014-2016 FRENTE AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL**

**JEAN PIERRE GRACIA TARRA
AGUSTIN IVÁN GUARDO TATIS**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS, D.T.Y C 2019**

**ANÁLISIS DE LA ACTITUD DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA EN
EL PERIODO 2014-2016 FRENTE AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL**

**JEAN PIERRE GRACIA TARRA
AGUSTIN IVÁN GUARDO TATIS**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO DE ADMINISTRADOR DE
EPRESAS**

**ASESOR
JOSÉ DAVID PATIÑO MONCADA**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS, D.T.Y C 2019**

TABLA DE CONTENIDO

	Págs.
1. Planteamiento del problema	7
1.1. Descripción del problema	7
1.2. FormulaciÓN del problema.....	9
2. Justificación	10
3. Objetivos.....	13
3.1. Objetivo general.....	13
3.2. Objetivos especificos	13
4. Marco referencial	14
4.1. Antecedentes DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
4.1.1. Antecedente 1	14
4.1.2. Antecedente 2	15
4.1.3. Antecedente 3	15
4.1.4. Antecedente 4	16
4.2. Marco teórico	17
4.2.1. Concepto de Emprendimiento Empresarial.....	17
4.2.2. Concepto de emprendimiento en el GEM	18
4.2.3. Emprendimiento Empresarial a Nivel de los Individuos en Colombia.....	19
4.2.4. Cultura Empresarial.....	20
4.2.5. Actitud empresarial.....	23
4.2.6. Percepción empresarial.....	24
4.2.7. Enseñanza del emprendimiento en IES en Colombia	25
4.2.8. El Reto de los Egresados Universitarios: Empezar un Negocio	27
4.3. Marco conceptual	30
4.4. Marco legal	31
4.4.1. Leyes.....	31
4.4.2. Decretos.....	32
4.4.3. Resoluciones.....	32
5. DelimitaciÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	32

5.1. Delimitación espacial	32
5.2. Delimitación temporal.....	33
6. Metodología	33
6.1. Tipo de investigación	33
6.2. Método de la investigación	34
6.3. Población y muestra	34
6.4. Fuentes y técnicas de recolección de la información.....	34
6.5. operacionalización de variables	34
7. Resultados.....	35
7.1. Definición de las políticas institucionales de creación de empresas a nivel de la Universidad de Cartagena	35
7.2. Análisis del área de emprendimiento a partir del plan de estudio del programa de administración de empresas	40
7.3. Identificación de los factores claves desde la percepción del egresado, para la construcción de una mentalidad emprendedora empresarial	46
7.3.1. Factores socioculturales.....	46
7.3.2. Factores personales.....	48
Conclusiones	59
Referencias bibliográficas	60
Bibliografía	62
Anexos	64

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Distribución por estrato socioeconómico.....	46
Figura 2 Distribución de acuerdo a nivel educativo.....	47
Figura 3 Distribución de empleabilidad	47
Figura 4 Fundamento acertado de las materias a la capacidad de crear empresa de los egresados.....	48
Figura 5 Pertinencia de las asignaturas orientadas a la creación de empresa en la capacidad, creatividad e identificación de oportunidades	49
Figura 6 el incentivo a la capacidad y creatividad para el emprendimiento empresarial por parte de los contenidos temáticos de las asignaturas.....	50
Figura 7 las visitas a empresas y su relevancia en la formación direccionada al emprendimiento	50
Figura 8 la relevancia de las charlas y conferencias, en la formación académica direccionada al emprendimiento	51
Figura 9 los conocimientos orientados a ser empleados son muy relevantes en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial.....	52
Figura 10 el plan de estudio orientado a la creación de empresa, es muy relevante en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial.....	52
Figura 11 la metodología utilizada por los docentes incentiva la práctica del emprendimiento empresarial	53
Figura 12 las asignaturas vistas en el programa aportaron al desarrollo de competencias y habilidades para el emprendimiento	54
Figura 13 un motivo para crear empresa es su proyecto de vida.....	54
Figura 14 pueden ser motivos para no crear empresa: proyecto de vida, falta de una idea de negocio, falta de formación, papeleo y tramite, falta de asesoramiento, miedo a asumir riesgos.....	55
Figura 15 las habilidades que fueron desarrolladas durante el programa de administración de empresas	55
Figura 16 la influencia del entorno social en la actitud del emprendedor.....	56

Figura 17 Incidencia de las condiciones sociales en el espíritu emprendedor57

Figura 18 Factores que influyen en la mentalidad emprendedora58

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El emprendimiento empresarial general y en especial, el desarrollado por los jóvenes colombianos tiene su principal fundamento en la constitución política de 1991 en su título XII “Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública”. (Art. 333), se establece la libertad económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo. El emprendimiento empresarial es una de las características fundamentales del desarrollo económico y social de los países con economías de mercado, donde la empresa se presenta como el núcleo esencial de generación de la riqueza que conlleve al bienestar general. En éste sentido el Estado tiene un papel múltiple en el fomento del emprendimiento, el cual se resume en los siguientes tres roles principales: Como promotor de la alianza público – privada – académica; como facilitador de las condiciones para el emprendimiento y como desarrollador de la dimensión local, regional, nacional e internacional del emprendimiento y ha sido EL MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO quien ha tenido que asumir los retos que implica la aplicación y la competencia como actor responsable de la política pública en la materia.¹

En la actualidad se conocen diferentes normas y decretos que se han sancionado para promover el emprendimiento empresarial en los jóvenes, dentro de ellas se destacan primeramente la Constitución Política Nacional, su artículo 38 sobre la Libertad de asociación, artículo 333 sobre la Libertad económica y el artículo 158 sobre la Unidad monetaria. La Ley 550 de 1999, que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo

¹ TARAPUEZ CHAMORRO, Edwin; OSORIO CEBALLOS, Hugo; BOTERO VILLA, Juan José. Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. Estudios gerenciales, 2013, vol. 29, no 128, p. 274-283.

armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó LEY MIPYMES. El Decreto 934 DE 2003, por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). El artículo 40 de la Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos. La Ley 1014 DE 2006, por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional. La Ley 1780 de 2016, donde se le ofrecen beneficios como la exención del pago en la matrícula mercantil y su renovación, para las empresas jóvenes que inicien su actividad principal a partir de la promulgación de la ley y que cuente con accionistas que tengan hasta 35 años, por lo menos uno que represente el 50% mas 1 de las acciones suscritas.

Todo un marco normativo en Colombia sustenta la importancia de la cultura de emprendimiento empresarial, ahora bien, en lo relacionado a los egresados del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena, se tiene que esta última es una de las entidades de educación superior con mayor calidad y prestigio en el país, cuenta con certificación de educación de calidad emitido por el Ministerio de Educación Nacional, por lo que se puede deducir que sus egresados en los programas relacionados con la gestión empresarial, son los profesionales con formación pertinente para la creación y desarrollo de empresas sostenibles en esta reconocida como la era del consumismo.

En la actualidad los egresados de la universidad tienen diferentes opciones para ejercer su profesión, como es el caso de conseguir un empleo estable que garantice calidad de vida y desarrollo personal, además estabilidad económica por medio de la garantía de un sueldo fijo, para la satisfacción de las diferentes necesidades de las personas. Otra opción, es la de emprender un negocio o modelo de negocio que está enfocado a un nicho de mercado específico y que este satisfaga la demanda existente. Esta segunda opción requiere un mayor esfuerzo de los graduados toda vez que amerita que estos expongan su estabilidad financiera a la inversión. Como se dijo con anterioridad, los egresados del programa de administración de empresas son las personas más idóneas para el desarrollo de proyectos empresariales, ya que cuentan con la capacidad y competencia para garantizar una operación organizada y planificada.

En la actualidad, se evidencia que la Universidad no tiene registro actual sobre la percepción de los egresados a crear empresa, ello dificulta la identificación de necesidades que desde la Universidad pueden ser satisfechas, como el asesoramiento en materia de dirección estratégica, la producción limpia, marketing y ventas. Basados en lo anterior se considera relevante el análisis de la percepción y tendencias de los egresados hacia el emprendimiento empresarial, desde los factores de formación contemplados en el programa académico de administración de empresas y desde la actitud que los mismos egresados han desarrollado alrededor del tema.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la percepción de los egresados del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena en el periodo 2014-2016 frente al emprendimiento empresarial?

2. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de un país depende de la oportunidad que tenga cada ciudadano para aprender y del espacio que se dé para desarrollar a plenitud sus potenciales. De la satisfacción que cada quien alcance y del sentido que, a través de ese aprendizaje, le dé a su vida depende no solo su bienestar sino la prosperidad colectiva.² En este sentido se tienen dos factores importantes: la educación de calidad para garantizar el correcto aprendizaje y el emprendimiento empresarial para desarrollar de forma genuina las potencialidades. La sociedad de hoy requiere personas formadas para ejercer una ciudadanía responsable, que les permita desarrollarse integralmente como seres humanos; que les dé plena libertad para crear y participar de manera activa y significativa en las transformaciones de su entorno y que les brinde las herramientas para desempeñarse con eficiencia en un mundo caracterizado por nuevas y más complejas exigencias en materia laboral y productiva. Desde esta perspectiva, el sector educativo tiene la misión de formar mejores seres humanos, ciudadanos con valores éticos, respetuosos de lo público, que ejercen los derechos humanos y conviven en paz. Se requiere una educación que genera oportunidades legítimas de progreso y prosperidad para ellos y para el país. Una educación competitiva, que contribuya a cerrar brechas de inequidad, centrada en la institución educativa, con la participación de toda la sociedad.

El emprendimiento empresarial se ha convertido en un tema de política pública, destacado por la capacidad para lograr el desarrollo constante del país, la mejora en la calidad de vida de las personas y el incremento de la competitividad a nivel regional de Colombia. Por ello, se han emitido diferentes normas y decretos que garantizan beneficios para las personas que desarrollan empresas en diferentes dimensiones, incluso, se estudian desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, nuevas formas de emprendimiento para desarrollar legislaciones que

² MALAGÓN, F. A.; COLOMBIA, D. C. El espíritu emprendedor y la creación de empresa. Fed Colombia, 2003.

estimulen su desarrollo como lo son el teletrabajo, las economías naranjas, entre otras. El emprendimiento ha evolucionado siendo de gran importancia, al punto que entidades como las Cámaras de Comercio, han aunado esfuerzos con el sector público y privado para garantizar beneficios a los nuevos empresarios.

En ese sentido el desarrollo de un análisis de las actitudes al emprendimiento de los egresados del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena es pertinente porque permite información sobre la estructura del pensum del programa que ayuda a identificar oportunidades de mejora para garantizar la pertinencia del mismo a la formación en emprendimiento empresarial de los estudiantes y egresados. También ayuda a la clara perspectiva que tienen los egresados y que ha sido formada durante su preparación académica, frente al emprendimiento empresarial. En lo relacionado a la filosofía investigativa del programa, la investigación propuesta promete aportes en el conocimiento que se tiene de las tendencias de emprendimiento empresarial de los egresados, y como la educación recibida de la Institución influye en los estudiantes para la toma de decisiones en la creación de empresas.

La investigación propuesta se considera relevante porque permite una perspectiva clara sobre el carácter emprendedor de los egresados, la influencia del programa académico en este carácter y las mejoras que se deben desarrollar a nivel institucional frente al emprendimiento empresarial para garantizar egresados que generaran impacto en el desarrollo local y regional económico desde la creación de empresas innovadoras, en los diferentes sectores económicos. También es factible puesto que haya en la institución y su departamento de egresados, un aliado para tener contacto directos con los mismos, lo que facilita el desarrollo de las estrategias para la recopilación de la información requerida, en lo relacionado a recursos humanos, los investigadores se consideran con las competencias requeridas para desarrollar este tipo de investigaciones haciendo uso de las herramientas tecnológicas que posibilitan el desarrollo en el menos tiempo y sin afectar las

jornadas rutinarias de los egresados objetos de la investigación. En cuanto al tiempo, se considera que la investigación se puede desarrollar en un máximo de 4 meses, los recursos físicos y financieros necesarios serán provistos por los investigadores, lo que garantiza el desarrollo del trabajo y la consecución de los resultados esperados tanto para la institución como para los investigadores.

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la percepción de los egresados del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena en el periodo 2013-2015 frente al emprendimiento empresarial.

3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir las políticas institucionales de creación de empresas a nivel de la Universidad de Cartagena.
- Analizar el área de emprendimiento a partir del plan de estudio del programa de administración de empresas.
- Identificar los factores claves desde la percepción del egresado, para la construcción de una mentalidad emprendedora empresarial.

4. MARCO REFERENCIAL

4.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

4.1.1. Antecedente 1

Título de la investigación: Percepciones de la formación para el emprendimiento en los estudiantes universitarios

Autor: Juan Valencia, Alejandro Valencia y Walter Montaña

Objetivo: Analizar las percepciones en la formación para el emprendimiento por parte de la comunidad universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de Uniminuto, sede Bello (Antioquia, Colombia), con el propósito de robustecer estrategias formativas que respondan a las necesidades particulares del contexto institucional.

Fecha de publicación: 2013

Resumen: Entre los resultados se observa la necesidad de incorporar más activamente a los docentes como promotores del espíritu empresarial, de forma transversal en los programas curriculares de la facultad, de forma que se generen procesos formativos teórico-prácticos enfocados en temáticas como innovación, mercadeo y finanzas.³

Lugar donde reposa: Universidad Nacional de Colombia

³ BELTRÁN, Juan David Valencia; ARIAS, Alejandro Valencia; ARIAS, Walter Mauricio Montaña. Percepciones de la formación para el emprendimiento en los estudiantes universitarios. Actualidades Pedagógicas, 2013, no 62, p. 143-164.

4.1.2. Antecedente 2

Titulo de la investigación: Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: Un análisis empírico en la ciudad de Manizales. Con el objetivo de determinar las características del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales.

Autor: Ronald Bonilla y Jorge García

Objetivo: determinar las características del perfil emprendedor de los graduados de la Maestría en Administración de Negocios de la Universidad Autónoma de Manizales

Fecha de Publicación: 2014

Resumen: La investigación responde a un diseño descriptivo- correlacional, cuya muestra se conformó por el grupo de graduados de la Maestría en administración de Negocios da pie a la propuesta de cambios curriculares de la maestría de acuerdo a la metodología de evaluación de Babson College.⁴

Lugar donde reposa: Universidad Autónoma de Manizales

4.1.3. Antecedente 3

Titulo de la investigación: El desarrollo de la cultura emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial.

⁴ BONILLA, R.; GARCÍA, J. Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: un análisis empírico en la ciudad de Manizales. Universidad Autónoma de Manizales. Manizales–Colombia, 2014.

Autor: Carlos Hernández y Raúl Arano

Objetivo: Describir la evolución de la cultura de emprendimiento en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la visión empresarial.

Fecha de publicación: 2015

Resumen: los autores afirman que es importante desarrollar la cultura emprendedora entre los estudiantes universitarios con la intención de despertar en ello una visión empresarial que les brinde herramientas para la toma de decisión ante el deseo de abrir una empresa y que no esté destinada a cerrar como ocurre en la mayoría de los negocios que no alcanzan a estar en el mercado más de un año.⁵

4.1.4. Antecedente 4

Título de la investigación: Análisis de comportamiento de los egresados del programa de administración de empresas de la universidad de Cartagena en el lapso 2009-2012 frente al emprendimiento empresarial.

Autor: Milena Camargo Solano y Estafania Silva Vélez

Objetivo: determinar los factores que inciden en el egresado del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena del lapso 2009-2012 para que tome la decisión de ser empleado dependiente o a ser emprendedores de su propio negocio.

⁵ RODRÍGUEZ, Carlos Hernández; CHÁVEZ, Raúl Manuel Arano. El Desarrollo De La Cultura Emprendedora En Estudiantes Universitarios Para El Fortalecimiento De La Visión Empresarial. *Ciencia Administrativa*, 2015, no 1, p. 28-37.

Fecha de Publicación: 2015

Resumen: El trabajo buscaba identificar los factores que influyen en la actitud de los egresados para ser empresarios o empleados, para ello se aplicó un instrumento que validaba el pensamiento de los egresados frente al tema y los factores que los influyen.

Lugar donde reposa: Universidad Autónoma de Manizales

4.2. MARCO TEÓRICO

Un marco teórico pertinente para esta investigación consta de conceptos que ayuden a comprender el origen de una cultura emprendedora, la importancia de la educación en emprendimiento y la responsabilidad de la academia en generar una actitud positiva de los graduados frente al emprendimiento. Otro aporte que es importante estudiar es el reto de los graduados universitarios de emprender un negocio.

4.2.1. Concepto de Emprendimiento Empresarial

El emprendimiento empresarial se ha constituido en un área del saber, la cual ha tomado un profundo interés en el campo del desarrollo empresarial en países de economías emergentes, puesto que se percibe como una oportunidad para apalancar el desarrollo económico y social de las comunidades. El término Emprendimiento ha sido utilizado para resaltar aquellas personas que tienen iniciativa para crear una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente, esto último con el fin de alcanzar mayores logros en desarrollo

de estas empresas que comienzan a incursionar en el mercado.⁶ El emprendimiento como concepto no ha logrado unanimidad en la comunidad de expertos y académicos pero en general se relaciona con la creación de algo nuevo y de manera específica a la creación de nuevas empresas, pero también se relaciona con la capacidad de detectar oportunidades de negocio, acceder a ella y explotarla.

El emprendimiento ha sido abordado desde la economía, la sociología y la psicología, como disciplinas que influyen en el individuo en el momento de optar por el emprendimiento como alternativa que le permita desenvolver sus capacidades en el entorno sociocultural con el fin de crear empresa.⁷ Así se respalda la postura afirmando que la capacidad emprendedora se ha explicado en un contexto de resolución de problemas sociales aumentando el nivel de incertidumbre que acarrea dicho ejercicio para la persona que va a llevar a cabo su actividad emprendedora, es por esto que puede entenderse según la expresión de la conducta humana, razón por la cual se adopta una concepción holística aceptando participación de diferentes ciencias convirtiéndose así en un ejercicio multidisciplinar de las ciencias sociales.⁸

4.2.2. Concepto de emprendimiento en el GEM

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es un Proyecto Global que fue instituido en el año 1999 por Babson College y London Business School, con el fin de fortalecer las investigaciones relacionadas con el emprendimiento, esta red de investigación busca monitorear el desarrollo del emprendimiento a nivel global para responder a la importancia que este tema ha tenido en los últimos años.⁹ Cabe

⁶ PETIT TORRES, Elsa Emilia. La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales*, 2007, vol. 13, no 3, p. 495-506.

⁷ SÁNCHEZ PACHÓN, Luis Ángel; PÉREZ CHINARRO, Emilio. Las entidades de economía social como protagonistas de un nuevo modelo de emprendimiento y medidas legales de apoyo al emprendimiento. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 2015, no 84.

⁸ NORUZI, Mohammad Reza; WESTOVER, Jonathan H.; RAHIMI, Gholam Reza. An exploration of social entrepreneurship in the entrepreneurship era. *Asian Social Science*, 2010, vol. 6, no 6, p. 3.

⁹ AMORÓS, José Ernesto. El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista latinoamericana de administración*, 2011, no 46.

resaltar que el GEM analiza el emprendimiento como un fenómeno global que día a día va en aumento, es por ello que lo evalúa partiendo de las actitudes y deseos que los individuos poseen para crear empresas.

Desde esta perspectiva, el GEM estudia rigurosamente las características enmarcadas bajo el concepto de emprendimiento, considerándolo como un proceso que va desde una idea generada en la mente del emprendedor, hasta una etapa donde el negocio se encuentra establecido. Es importante entonces, establecer la importancia que el emprendimiento genera para el desarrollo económico conduciendo a la estabilidad tanto económica y social en la región que este se lleva a cabo.¹⁰

4.2.3. Emprendimiento Empresarial a Nivel de los Individuos en Colombia

En la base de la actividad del emprendimiento y la innovación en un país están los individuos. Como regla general, este es el nivel cuya medición resulta más difícil. Sin embargo, existe un estudio global que permite identificar la disposición de las personas hacia la creación de empresas. Este estudio, el Global Entrepreneurship Monitor, se realiza anualmente en cerca de 45 países del mundo y realiza una encuesta en profundidad en la cual se establecen las características de la actividad de las personas como emprendedores. El objetivo del estudio no es contar las empresas creadas, sino establecer una medida del espíritu emprendedor y la actividad emprendedora.

En Colombia, el estudio se realiza anualmente desde el año 2006, gestionado por un consorcio en el cual participan la Universidad de Los Andes, la Universidad Icesi, La Universidad Javeriana de Cali y la Universidad del Norte. El estudio busca identificar una tasa de involucramiento de la población en actividades de creación de empresas. Dentro de esta investigación, se considera que un individuo ha creado

¹⁰ Ibid

una empresa cuando ha pagado salarios durante más de tres meses. Una empresa está en su etapa naciente entre ese momento y los siguientes 4 años de su desarrollo. Estas son las empresas que entran a hacer parte de la tasa de Nueva Actividad Empresarial (TEA).

Colombia tiene uno de los indicadores TEA más altos del mundo, de 22,7%. En el año 2007 solamente fue superada por Perú. Este indicador registra emprendimientos de toda clase y la TEA en Colombia tiene un alto componente de emprendimiento por necesidad. Este tipo de emprendimiento está relacionado con las limitaciones del mercado laboral y con la informalidad. En cualquier caso, al margen de la calidad de las empresas creadas, la encuesta muestra la prevalencia del espíritu emprendedor en el país. Sin embargo, el GEM también arroja información útil respecto a otro tipo de emprendimiento, más relacionado con la innovación. La encuesta pregunta a los emprendedores cuál es el grado de novedad que tiene su producto en comparación con lo que se ofrece en el mercado y también pregunta cuál es la intensidad de la competencia que enfrenta el producto. El estudio muestra que, en la mayoría de los países, la novedad de los productos es mayor y la intensidad de la competencia es menor entre las empresas nacientes que entre las establecidas.

4.2.4. Cultura Empresarial

La cultura emprendedora ha existido desde tiempos remotos, se tenían las necesidades de innovar para poder sobrevivir y tener una mejor forma de vida, pero a pesar de esto no se veía como una cultura emprendedora, más que eso lo veían como nuevos inventos que permitían que la sociedad satisficiera ciertas necesidades, para esos tiempos se experimentaba y a emprendían en algo nuevo e innovador. Con el paso de los años la cultura emprendedora fue teniendo un gran realce, ya que en muchos países les empezaron a dar una prioridad muy importante

ya que les interesa crear mayores fuentes de empleo y mayor índice de desarrollo para las personas.¹¹

También emprender es la habilidad con la que cuentan las personas, que son capaces de proyectar ideas innovadoras y hacerlas posibles con sus actos, la cultura emprendedora está ligada con la innovación, por lo que conlleva a crear o transformar un producto o servicio en algo más atractivo y con mayores ventajas de competitividad, aunque también la cultura emprendedora no solo se basa en el crear o innovar, sino también en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos.¹² En esta competencia se apoyan todas las personas dentro de su vida cotidiana, en casa y en la sociedad, luchando por ser mejores que los demás y creando nuevas ideas y nuevas formas de vida para mejorar cada día y estar en la competencia diaria con las demás personas.

Hablar de espíritu emprendedor significa hacer referencia a dos tipos de capacidades, unas genéricas y válidas para todo el conjunto de la sociedad o del colectivo estudiantil, en nuestro caso, y otras más específicas, vinculadas al desarrollo profesional como empresario o empresaria y que se apoyan en las primeras.¹³ En algunos países las políticas de empleo, educación y economía se basan en la cultura emprendedora, para poder desarrollar mejores y nuevas oportunidades de trabajo y empresas, para poder tener un mejor desarrollo a nivel de competencia en su país, por lo consiguiente la cultura emprendedora es un hábito que se debe inculcar en México para poder estar en competencia con los demás países y poder desarrollar un mejor nivel de vida.

¹¹ PÁEZ, Diana P.; GARCÍA, Johana C. Acercamiento a las características del Universitario emprendedor en la Unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. Revista Escuela de Administración de Negocios, 2011, no 71.

¹² CARONA, A., et al. Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura ey fondo emprender en Medellín. 2008.

¹³ SALINAS RAMOS, Francisco; OSORIO BAYTER, Lourdes. Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 2012, no 75.

Se necesita también una mentalidad más emprendedora, es decir, fomentar activamente los valores empresariales y atajar el temor a asumir riesgos del mayor número posible de emprendedoras y emprendedores potenciales. Para alcanzar este objetivo, todas las propuestas realizadas desde el ámbito europeo en torno a la educación y la formación recogen la importancia de incluir dentro del grupo de competencias básicas cinco nuevas habilidades: tecnologías de la información, idiomas extranjeros, cultura tecnológica, espíritu emprendedor y habilidades para la socialización.

No existe una definición comúnmente aceptada de cultura emprendedora. Algunos autores la consideran una actividad muy específica, relacionada con la destrucción creativa de Schumpeter, otros han puesto el enfoque en el descubrimiento de oportunidades otros se han centrado en la creación de nuevas empresas o en la generación de nuevos proyectos innovadores. En términos generales, la cultura emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de estas mismas, y las personas que las descubren, evalúan e innovan. Además, aunque no la requiera, la cultura emprendedora puede incluir la creación de nuevas organizaciones.¹⁴

La Comisión de las Comunidades Europeas, en el Libro Verde El espíritu Empresarial en Europa,¹⁵ la define como una forma de pensar o una mentalidad que incluye la motivación y la capacidad del individuo, bien sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella, y así producir nuevo valor económico y/o social.

¹⁴ KANTIS, Hugo, et al. El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina. En Presentado en: RENT XVI Conference, Barcelona, España. 2002.

¹⁵ ECONÓMICO, Comité; EUROPEO, Social. Libro verde: el espíritu empresarial en Europa. Bruselas, Comisión de las Comunidades Europeas, http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2003/com2003_0027es01.pdf, 2003.

La iniciativa emprendedora incluye la propensión a inducir cambios en uno mismo, la capacidad de aceptar y apoyar la innovación provocada por factores externos, de dar la bienvenida al cambio, de asumir la responsabilidad por las propias acciones (sean positivas o negativas), de terminar lo que se empieza, de saber en qué dirección se está yendo, de establecer objetivos y cumplirlos, y de tener la motivación necesaria para el éxito. Lo que se recomienda es que la formación emprendedora esté dentro del plan de estudios y para todas las áreas del conocimiento, es un gran avance, ya que no da margen a elegir si participan o no los estudiantes en este tipo de actividades; esto permite que el estudiante adquiera habilidades, capacidades y mente emprendedora como parte de su formación en la Institución. Además, es importante desarrollar actividades extracurriculares que fortalezcan la formación emprendedora en el estudiante.

4.2.5. Actitud empresarial

Actitud es una palabra que proviene del latín “Actitudo”. Se trata de una capacidad propia de los seres humanos con la que enfrentan el mundo y las circunstancias que se les podrían presentar en la vida real. La actitud de una persona frente a una vicisitud marca la diferencia, pues, cuando algo inesperado sucede no todos tienen la misma respuesta, por lo que la actitud nos demuestra que la capacidad del hombre de superar o afrontar cierta situación.¹⁶ La actitud desde un punto de vista más general puede ser simplemente buena o mala, la correspondencia de esto está estrechamente relacionada con la personalidad de cada quien. En las diferentes áreas de la vida la actitud determina el éxito o el fracaso.

Así mismo, las personas tienen una actitud empresarial, o bien puede llamarse una postura frente al emprendimiento empresarial. Esta se puede definir como la postura que debe asumir el empresario actual, frente al elevado número de situaciones y retos que te encontrarás en el camino con tu empresa. Debe estar centrada en la

¹⁶ GONZÁLEZ REY, Fernando. La categoría actitud en la Psicología. Revista Cubana de Psicología, 1987, vol. 4, no 1, p. 47-59.

visión constante de oportunidades, la generación proactiva de ideas y en la búsqueda de mejoras en los procesos y procedimientos.¹⁷ No se olvidar la resiliencia, la adaptación a las situaciones y cambios, ello integra la actitud frente al emprendimiento.

Respecto a esto, es importante agregar que la actitud empresarial difiere en diferentes generaciones, gracias específicamente al nivel cultural, a la preparación y el enfoque de los intereses de las personas e incluso, se puede hablar de que es inherente a la personalidad y el temperamento. En ese orden, las personas con temperamentos más activos manifiestan mayor persistencia y una mejor actitud empresarial (frente a los retos de iniciar un negocio o persistir en él). Una actitud positiva marca la diferencia entre un empresario y otro. Si se mantiene un nivel alto de actitud, de optimismo, de estímulo, de llevar a cabo una gestión eficaz y de mantener unos objetivos definidos, se mantendrá un camino ascendente.

4.2.6. Percepción empresarial

La percepción es definida como el primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos. En este orden, se puede tipificar como subjetiva, selectiva y temporal. Subjetiva en cuanto las reacciones a un mismo estímulo varían en los individuos. Selectiva como consecuencia de la naturaleza subjetiva de la persona que no puede percibir todo al mismo tiempo y selección su campo perceptual. Es temporal por ser un fenómeno a corto plazo y a medida que se enriquecen las experiencias las percepciones cambian en las personas.

A nivel empresarial, la percepción juega un papel importante desde el ámbito del empresario por que en ocasiones le guía al éxito, por medio de la toma de decisiones guiada por un carácter subjetivo, por otro lado, desde el punto de vista del cliente, la percepción guía sus decisiones y selecciones frente a productos y servicios a

¹⁷ VILLEGAS, Rodrigo Varela; VARELA, Rodrigo. Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson educación, 2001.

contratar, desde ese sentido, se puede afirmar que la percepción aunque subjetiva y temporal, es importante para determinar las correctas o no tan correctas selecciones en el ámbito empresarial y comercial.

4.2.7. Enseñanza del emprendimiento en IES en Colombia

Las universidades colombianas ante las difíciles condiciones económicas caracterizadas por el desempleo, subempleo, entre otros aspectos sociales y económicos, han generado una estrategia de apoyo que busca fortalecer el vínculo entre producción académica y desarrollo empresarial a través de la creación de nuevas rutas de formación, viéndose obligadas a incluir dentro de su currículo de formación un contenido orientado a la generación de cultura empresarial.¹⁸ Esta nueva formación contempla la posibilidad de aplicar los conocimientos en la generación de ideas empresariales que aporten al desarrollo de las regiones, y no simplemente la generación de conocimientos o productos de tipo conceptual que no generen impacto social.

Se mencionan también una serie de características que facilitan el desarrollo de ambientes que promuevan pensamientos o acciones emprendedoras, dentro de las que destaca:

- La formación de emprendedores centrada en el desarrollo de competencias individuales y profesionales que promuevan el desarrollo del ser humano.
- El resultado de una formación en emprendimiento debe estar orientada a la creación de empresa o a la generación de aportes a la innovación las ya existentes.
- Esta formación se debe basar en un proceso secuencial, que implica una etapa formativa, de generar conciencia, motivación, entre otros; una etapa

18

de desarrollo de habilidades; promoción de capacidades administrativas; y crecimiento desde el desarrollo de la capacidad gerencial.

Por consiguiente, se plantea la formación de un estudiante integral, involucrando aprendizajes tanto teórico-prácticos como ontológicos (ser), concibiendo no solo la capacidad para crear empresa o realizar aportes innovadores, sino además la importancia de una orientación e impulso interno frente a la generación de procesos emprendedores, aun cuando se identifican los obstáculos que pueden limitar el cumplimiento de una meta. La posibilidad de generar adecuados procesos de enseñanza de emprendimiento están relacionados con la metodología, más que con el contenido de los cursos. En este sentido, establece la necesidad de generar espacios de formación que posibiliten la participación de los estudiantes, además de su reflexión y aporte en la solución de situaciones presentadas, a partir de los conocimientos teóricos y el saber empírico construido.¹⁹

De tal manera, que se promueve un proceso de enseñanza que privilegia el aprendizaje significativo, que busca generar un aprendizaje que tenga sentido y significado para el estudiante, trascendiendo la simple repetición de contenidos. El aprendizaje significativo²⁰ debe contener dos condiciones fundamentales, la primera hace referencia a la actitud de aprendizaje por parte del aprendiz para la generación de ese aprendizaje significativo, lo que implica que el aprendiz es consciente del proceso significativo que se está generando en ambiente educativo; y en segundo lugar, un material de estudio significativo, que permita una asimilación lógica e integración del conocimiento previo con el nuevo que se está presentando.

También el aprendizaje significativo depende de la actitud que tenga el aprendiz para atribuir sentido a su proceso de aprendizaje, contemplando elementos como:

¹⁹ RODRÍGUEZ RAMÍREZ, Alfonso. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*, 2009, no 26, p. 94-119.

²⁰ AUSUBEL, David P.; NOVAK, J. Y. H. H.; HANESIAN, Helen. Significado y aprendizaje significativo. *Psicología educativa: un punto de vista cognoscitivo*, 1976, p. 53-106.

- Intención de vincular el conocimiento previo con el nuevo.
- La percepción que se tiene de la institución educativa y el maestro.
- Las expectativas que se ha generado el aprendiz frente al proceso de enseñanza.
- La motivación que vincula al proceso de enseñanza.
- La capacidad para utilizar las diferentes estrategias de aprendizaje.

Por lo tanto, se involucran en el proceso de aprendizaje significativo aspectos externos al estudiante frente a las metodologías y recursos en los que se apoyan los docentes en su enseñanza, como las aptitudes y actitudes que poseen los aprendices para asimilar, dar sentido y significado a la información que se le es entregada. Es importante entender la sociedad y el contexto en el que se desenvuelven las personas, para generar herramientas e instrumentos necesarios que incentiven la formación del perfil emprendedor y el desarrollo de una capacidad innovadora, con el fin de formar habitantes con bases suficientes para transformar su alrededor, esto es posible si se da una reestructuración en el sistema educativo actual.²¹

4.2.8. El Reto de los Egresados Universitarios: Emprender un Negocio

Para emprender un negocio se utiliza un enfoque sistémico centrado en la identificación y el análisis de los factores que proceden en las diferentes etapas del proceso emprendedor: a) la gestación del proyecto empresarial; b) la puesta en marcha del proyecto; y c) el desarrollo inicial de la empresa. De acuerdo con este

²¹ JARAMILLO, Leonor. Emprendimiento: Concepto básico en competencias. Colombia, Editorial Universidad del norte Lumen, 2008.

proceso, en la primera etapa nace la motivación para emprender, se identifica la idea de negocio y se elabora el proyecto de empresa, después se pone en marcha involucra la decisión final de crear la empresa. Las acciones y los compromisos del emprendedor con el proyecto se inician en la etapa anterior, aquí deberá reunir y organizar los recursos, además de poner en riesgo activos materiales e inmateriales. Luego, en el desarrollo inicial de la empresa, el emprendedor deberá enfrentar los desafíos de la gestión durante los primeros años, pues tanto el proyecto como su propia capacidad de gestión se pondrán a prueba en el mercado.²²

La falta del desarrollo de una cultura emprendedora, puede traer como consecuencia que los egresados universitarios, traten de ser empleados y por ende una grave consecuencia es la escasez de empleo, y un deterioro en la economía del país, la esperanza de un gobierno es que la sociedad participe abriendo fuentes de empleo a través de nuevas empresas.

Como se mencionó, el egresado universitario busca emplearse, esperando obtener un excelente puesto laboral y buen salario. En su mayoría los egresados universitarios descartan la idea de emprender su propio negocio. El Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), busca incentivar el emprendurismo, la necesidad de ser emprendedor se justifica para generar mayores empleos en el país, este Instituto intenta que los jóvenes desarrollen la creatividad, aplicándola a la creación de nuevas empresas y productos.²³

Emprender no sólo es crear un nuevo producto o iniciar nueva empresa, sino también es innovar o mejorar un producto ya existente en el mercado. Para emprender; es necesario tener visión hacia las necesidades del consumidor y cuáles

²² ORREGO, Clara Inés. La dimensión humana del emprendimiento. Revista Ciencias Estratégicas, 2008, vol. 16, no 20.

²³ RIPOLLÉS, María. Aprender a emprender en las universidades. Arbor, 2011, vol. 187, no Extra_3, p. 83-88.

son sus exigencias. Otro factor importante por el cual muchos jóvenes universitarios recién egresados no se atreven a emprender un negocio es el temor al fracaso, al no cumplir expectativas propias de su nuevo negocio, y cabe mencionar que actualmente en nuestro país se han llevado a cabo una serie de reformas fiscales, provocando incertidumbre entre los que ya cuentan con un comercio establecido y con aquellas personas que desean abrirlo, el cambio de régimen fiscal para algunos negocios podría desalentar la apertura de éstos o el cierre de algunos, por lo anterior cobra importancia conocer cómo conciben a la cultura emprendedora los estudiantes.

Una de las ventajas de contar con una mentalidad emprendedora, es tener la facilidad de manejar una empresa independiente o un producto conforme a lo que se crea necesario, siendo así mismo el “propio jefe”, aun corriendo el riesgo de tomar decisiones equivocadas y así llevar al borde de la quiebra el negocio.

La cultura emprendedora debe ser tomada por las universidades como un programa importante para desarrollar en los estudiantes la sensibilidad de ser empleadores y apoyar al crecimiento económico del País. Dentro de la formación de los estudiantes en la Universidad es importante fomentar el desarrollo de la cultura emprendedora, para que éstos al egresar de la institución se conviertan en un elemento clave de desarrollo, así mismo, tengan la ventaja, de no incluirse en el campo del desempleo, ya que como se ha estado mencionando anteriormente, es una de las mayores problemáticas en el país. (Godínez y Viguera, 2010). Además, la cultura emprendedora en muchas ocasiones es innata a la persona; el INADEM trata de identificar cuál es el pensamiento de los estudiantes en cuanto a este tema, y con ello identificar las razones o motivos por los cuales tienen la visión o no, de ser empresarios.²⁴

²⁴ RODRÍGUEZ, Carlos Alberto; PRIETO PINTO, Frank A. La sensibilidad al emprendimiento en los estudiantes universitarios: Estudio comparativo Colombia-Francia. Innovar, 2009, vol. 19, p. 73-89.

4.3. MARCO CONCEPTUAL

Actitud empresarial: actitud positiva o negativa que estimula y mueve a una persona a desarrollar acciones en pro de una idea de negocio.

Egresado del programa de Administración: Persona que ha cursado satisfactoriamente todo el plan de estudios del programa de administración de empresas, y que cumplido con el requisito de grado requerido ha obtenido titulación como Administrador de empresas, y ahora que se desenvuelve como profesional dependiente, independiente de una empresa o socio de la suya propia.

Emprendedor: un soñador en tanto la empresa que anhela aun no existe, no cuenta con un futuro disponible y es abierto solo a la imaginación. También se le conoce como persona o grupo de personas capaces de percibir la oportunidad y de tomar los riesgos existentes para abrir nuevos mercados, diseñar nuevos productos y desarrollar procesos innovadores.

Emprendimiento: Es una forma de pensar, razonar, y actuar, dedicada a la búsqueda de oportunidades, con enfoque holístico y balanceada por el liderazgo.

Empresa: Entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o para la prestación de servicios.

Entrepreneurship: descubrimiento de oportunidades y la subsiguiente creación de una nueva actividad económica, a menudo por medio de la creación de una nueva organización.

Espíritu empresarial: El responsable de sacar a las personas de un estado inicial proporcionándole la energía necesaria y permitiéndole ver las herramientas para hacer su trabajo mas fácil.

Percepción empresarial: proceso subjetivo de las personas frente a la creación y persistencia de una idea de negocio, por la cual dirigen las decisiones buscando el éxito.

4.4. MARCO LEGAL

En la legislación colombiana se encuentran leyes, decretos, resoluciones y circulares que promocionan las micro, pequeñas y medianas empresas, así como la cultura del emprendimiento y demás disposiciones que regulan el sector empresarial. A continuación, se hace presentación de leyes, decretos y resoluciones sobre el emprendimiento empresarial.

4.4.1. Leyes

Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 1116 de 2006. Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000. Publicada en el Diario Oficial No. 45.628. Marco normativo de la Promoción de la Mipyme en Colombia.

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

4.4.2. Decretos

Decreto 3820 de 2008. Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las cámaras de comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones.

Decreto 4233 de 2004. Por medio del cual se otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes en el 2004.

Decreto 1780 de 2003. Por medio del cual se crea el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mipymes.

4.4.3. Resoluciones

Resolución 0001 del 14 de febrero de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los estatutos internos del Consejo Superior de Microempresa.

Resolución 0002 del 2 de abril de 2008 del Consejo Superior de Microempresa. Por la cual se adoptan los elementos del plan de acción del Sistema Nacional de apoyo a las Mipymes - Microempresa - por parte del Consejo Superior de Microempresa.

5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL

La investigación está delimitada para desarrollarse en la ciudad de Cartagena, y consta de un análisis de la actitud empresarial de los egresados del programa de administración de empresas de la universidad de Cartagena en los años comprendidos entre 2013 y 2015.

5.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación está delimitada de tal forma que se analizará la percepción de los egresados del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena en los años 2014 – 2016. El análisis se proyectó a desarrollar en el curso del I periodo de 2018, de tal forma que, se cuente con el análisis documentado para su respectiva socialización.

6. METODOLOGÍA

6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Siendo el propósito de la investigación el análisis de la actitud de los egresados sobre el emprendimiento empresarial, es necesario desarrollar una investigación de tipo descriptivo – exploratorio, dado que va más allá de la descripción del fenómeno y está dirigida a asociar y captar una perspectiva general del objeto de la investigación y su interés se enfoca en explorar la ocurrencia del fenómeno, en este caso el emprendimiento empresarial en egresados, y las condiciones de este. Es importante aclarar que con la investigación solo se busca analizar la actitud de los

egresados hacia el emprendimiento, además determinar el nivel de influencia que ejerce la universidad sobre esta actitud.

6.2. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

En el análisis a desarrollar es importante el uso del método lógico deductivo por el cual se aplican los principios desconocidos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios. El papel de la deducción en la investigación propuesta es (i) encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos (ii) descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos.

6.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población está compuesta por el grupo de egresados del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena en los años 2014 – 2016. Se tuvo en cuenta una muestra no probabilística puesto que no se contó con la disponibilidad de acceso completo a la base de datos de egresados de la universidad, y la aplicación del instrumento estuvo dependiendo de los egresados que quisieran responderlo.

6.4. FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Las fuentes de investigación serán como primarias los egresados que participarán en el estudio. Y las fuentes secundarias serán los artículos y aportes científicos desarrollados alrededor de la temática.

Las técnicas usadas en la investigación serán el desarrollo de una revisión bibliográfica y la aplicación de encuesta (Ver anexo A) a los egresados.

6.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1 Operacionalización de variables

Variables	Indicadores	Instrumentos
Factores socioculturales	Estrato social Nivel educativo Empleabilidad	Encuesta
Factores personales	Creatividad Perseverancia Autocontrol Iniciativa Autonomía Motivación al logro Aptitud hacia el cambio Aptitud hacia el riesgo Mejoramiento de ingresos Desarrollo de habilidades Capacidad para la identificación de oportunidades Experiencia	Encuestas
Políticas Institucionales	Políticas a nivel Universidad	Plan de desarrollo, Plan educativo institucional.

7. RESULTADOS

7.1. DEFINICIÓN DE LAS POLÍTICAS INSTITUCIONALES DE CREACIÓN DE EMPRESAS A NIVEL DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

La principal fuente de políticas y directrices dentro de la institución es el PEI – Proyecto Educativo Institucional, este reúne todos los fundamentos y parámetros epistemológicos, axiológicos y pedagógicos que definen la esencial del ser udeceísta. En esencia es un referente fundamental para la planificación y gestión institucional. El PEI se convierte en el principal contenedor de las políticas

institucionales de creación de empresas a nivel de la Universidad, esto gracias a los diálogos desarrollados por directivos, docentes, estudiantes, egresados y trabajadores, por lo que se puede afirmar que contiene las políticas idóneas para la gestión empresarial.

El numeral 1 del PEI hace una descripción detallada de la historia de la Universidad de Cartagena, desde su apertura de puertas en 1827. “Historiografiar el Programa de Administración de Empresas significa desconstruir el quehacer de la Universidad, así como su avance comúnmente relacionado con el desarrollo económico, político, social y cultural de la educación y la sociedad en general”.²⁵ Para esta época era considerada una institución regional, integradora y fomentadora de oportunidades. Se fundamenta en tres ejes generales que son: programas académicos, proyectos de investigación y de proyección social.

Dentro de los programas se cuenta con una clasificación por disciplina y facultades, estas a su vez cuentan con sus respectivos programas de investigación de acuerdo a cada rama temática, y los programas de proyección social están abordados desde bienestar universitario.

En lo relacionado a lo Universidad y la transformación del entorno, la institución ha reforzado las políticas para garantizar su responsabilidad social, para ello, se ha desarrollado un trabajo fundamentado en cuatro pilares fundamentales que son: docencia desde la oferta académica de programas de pregrado, postgrado, a distancia y virtuales. Investigación a través de convocatorias y financiación de proyectos de investigación y el incremento de las publicaciones institucionales, científicas, recursos propios y externos, y culturales. Extensión y proyección, referido a la responsabilidad social de la universidad de transformar las condiciones

²⁵ Universidad de Cartagena. PEI. Plan Educativo Institucional. 2013. (en línea). [Consultado el 20 de diciembre de 2018]. Disponible en < <https://www.unicartagena.edu.co/proyecto-educativo-institucional>>

de las comunidades, grupos humanos, etc. Por último, cuenta con los procesos de internacionalización cuyo propósito consiste en visibilizar y posicionar a la institución en el contexto mundial.

Por otro lado, es importante considerar las políticas de calidad de la institución, que se listan a continuación:

- La formación integral de profesionales.
- El desarrollo de la docencia, investigación y extensión.
- La pertinencia de programas y currículos.
- La equidad en el acceso a la educación.
- La incorporación de las tecnologías para el logro de los objetivos de formación y gestión institucional.
- La contratación del talento humano competente, entre otras.

Aunque la lista es larga, es pertinente hacer una pausa en esta descripción para puntualizar. Desde el PEI, no se evidencian políticas sobre emprendimiento empresarial propiamente dicho, sin embargo, ello no niega la existencia de programas que ayuden a los profesionales a desarrollar un carácter o actitud emprendedora, esto es posible visualizarlo por ejemplo, desde las anteriores políticas de calidad citadas, *la formación integral de profesionales*, sugiere que cada programa académico debe tocar de manera general los principios de emprendimiento y creación de empresa, puesto que aun vez graduado, el estudiante se enfrenta a la sociedad con dos posibilidades potenciales, una es convertirse en pieza clave en las empresas de los diferentes sectores económicos de la ciudad como empleado (en cualquiera de las siguientes forma: dependiente, independiente, asesor, etc.). y la otra tiene que ver con incursionar en el mundo empresarial con su propia idea de negocio.

Por otro lado, la esencia de la política “la pertinencia de los programas y currículos”²⁶ configura estrategias tanto pedagógicas como tecnológicas y científicas para el desarrollo de competencias empresariales en los estudiantes, e incluso en la política de *desarrollo de la docencia, investigación y extensión*, ha permitido la celebración de alianzas estratégicas con diferentes instituciones de la ciudad como la Cámara de Comercio de Cartagena, para el desarrollo de programas donde los estudiantes practican y ejercitan competencias de gestión empresarial dentro de las empresas locales, mientras son apoyados desde la política empresarial local para el desarrollo y puesta en marcha de sus propias empresas.

Ahora bien, citando la Misión de la institución²⁷ en su último fragmento se registra: “[...] forma profesionales competentes en distintas áreas del conocimiento, [...] esto les permite ejercer una ciudadanía responsable, contribuir con la transformación social, y liderar procesos de desarrollo empresarial [...]”. Esta misión direcciona a la idea que la universidad tiene total claridad sobre la importancia del desarrollo de emprendimientos a través de los estudiantes y que luego estos proyectos pasaran a fortalecer la malla empresarial de la ciudad, por lo que sus procesos y servicios se dirigen a ello.

Parcialmente se puede afirmar que la Universidad de Cartagena no registra políticas específicas dentro del PEI para el desarrollo de una actitud emprendedora en los estudiantes, no obstante, dentro de su misión se considera importante el desarrollo de diferentes competencias para el emprendimiento empresarial, adicionalmente sus pilares pedagógicos y administrativos están encaminados a generar en la ciudad, profesionales con las competencias suficientes para la puesta en marcha de diferentes ideas de negocios.

²⁶ Universidad de Cartagena. PEI. Plan Educativo Institucional. 2013. (en línea). [Consultado el 20 de diciembre de 2018]. Disponible en < <https://www.unicartagena.edu.co/proyecto-educativo-institucional>>

²⁷ Universidad de Cartagena. PEI. Plan Educativo Institucional. 2013. P. 13 (en línea). [Consultado el 20 de diciembre de 2018]. Disponible en < <https://www.unicartagena.edu.co/proyecto-educativo-institucional>>

Ahora bien, otro soporte importante puede considerarse el Plan de desarrollo de la Universidad para el periodo 2014-2018, que versa: “La Educación superior ha sido eje fundamental en el desarrollo y transformación de la sociedad mediante la generación de conocimiento. Las Universidades han sido participes fundamentales en el proceso de crear y transmitir el saber a partir de la formación de profesionales críticos que contribuyan al desarrollo de la sociedad desde ejes culturales, económicos, políticos y éticos”²⁸ se evidencia la firme intención de una transformación social a través de la educación superior con calidad, ello preconfigura la intencionalidad de propiciar escenarios y recursos para desarrollar en los profesionales las competencias necesarias para integrarse a la estructura empresarial de la ciudad, a través de su perfil profesional y ocupacional.

Siguiendo las líneas del Plan de desarrollo 2014-2018 se encontró: “[...] las estrategias contenidas [...] responden a 7 áreas estratégicas que abarcan los diferentes procesos de la institución [...]”²⁹ esto quiere decir que en concordancia al PEI y las líneas estratégicas de la Universidad que son formación y docencia, investigación, extensión y proyección social, visibilidad nacional e internacional, políticas institucionales y organizacionales de posicionamiento y cultura organizacional y gestión financiera. Estas áreas representan cada uno de los pilares de la institución, no obstante, no cuenta con una dependencia de emprendimiento como pilar del ser de la institución.

De manera parcial se puede decir que la Universidad cuenta con esfuerzos enfocados a promover una actitud positiva frente al emprendimiento para los estudiantes y egresados, sin embargo, su intencionalidad no esta definida como dependencia de la institución, sino que se encuentra aunada a la labor de los

²⁸ Universidad de Cartagena. Plan de desarrollo 2014-2018. Educación Pública con Calidad.

²⁹ Ibid, P. 8

diferentes pilares de la institución. Así desde la docencia, la investigación, etc, se puede promover emprendimiento.

7.2. ANÁLISIS DEL ÁREA DE EMPRENDIMIENTO A PARTIR DEL PLAN DE ESTUDIO DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El programa de administración de empresas de la universidad hace parte del desarrollo de la institución para ofrecer programas académicos que, evidencien su avance con el desarrollo económico, político, social y cultural en la educación y en la sociedad en general. La misión de este programa se fundamenta básicamente en formar profesionales emprendedores e innovadores [...] que lideren los cambios del entorno empresarial globalizado.

Esta misión determina la dirección que debe tomar el programa respecto a los procesos pedagógicos para generar en el estudiante una cultura de desarrollo constante de habilidades para la gestión empresarial. Dentro de su visión, la universidad proyecta que desde este programa se puedan satisfacer todas las necesidades en la formación de profesionales emprendedores e innovadores, y ahora agrega “de alto potencial humano” que cuente con la capacidad de dirigir y promover el desarrollo socioeconómico y sostenible.³⁰

Dentro de los valores del programa se cita la creatividad y la innovación, ambos totalmente necesario para el diseño de ideas de negocios y su futura puesta en marcha, y que decir de la consolidación en el mercado. La globalización ha traído consigo nuevas demandas en los mercados, y la competencia de cada industria cada esta en una constante renovación y reinención para satisfacer las necesidades de sus clientes, en ese sentido, la sociedad requiere profesionales con

³⁰ Universidad de Cartagena. PEP. Proyecto Educativo del Programa de Administración de Empresas. (en línea) [Consultado el 22 de diciembre de 2018]. Disponible en <file:///D:/Herrera%20Lima/Downloads/PEI_Admon_de_Empresas.pdf>

las competencias suficiente para crear e innovar en cada fase del ciclo de vida en el mercado, ello garantiza un desarrollo consecuente en la económica local y regional.

Dentro del perfil profesional y ocupacional del egresado del programa de Administración de empresas, se estudia la idea de que el desarrollo constante de la malla empresarial esta ligada con las competencias y características de la gestión del conocimiento y la innovación de las personas que la dirigen, desde el enfoque profesional el egresado del programa cuenta con la formación suficiente para diseñar estrategias que ayuden a la gestión de recursos, dirección y coordinación de procesos, diseño e implementación de metodologías, contribución para el desarrollo socioeconómico.

En el ámbito ocupacional, el egresado cuenta con la capacidad de dirección de empresas de los tres diferentes sectores económicos, industria, comercio y servicios. La gestión oportuna del talento humano, coordinación de programas de investigación, la administración logística y negocios internacionales entre otras. Esto significa, que el profesional egresado de este programa cuenta con las competencias y conocimientos necesarios para desarrollar cualquier idea de negocio que le surja ya sea durante su periodo de formación o una vez ingresado al campo laboral.

En el programa de administración de empresas, se persigue que el egresado cuente con unas competencias que se han clasificado en emocionales, de liderazgo, de logro, técnicas, cognitiva, contextual y valorativa. En conjunto estas competencias generan en el estudiante la importancia y ética de la profesión, poniendo a servicio de la sociedad todas las habilidades y destrezas desarrolladas en la época académica.

El área de emprendimiento de la Universidad desde el programa de estudios, se encuentra caracterizada por la impartición de un conjunto de cátedras y un curso libre, entre las que se encuentran:

- Plan de negocios empresariales
- Historia empresarial
- Investigación de mercados
- Espíritu empresarial
- Plan de negocios

Plan de negocios empresariales es una asignatura que tiene el propósito de estimular en el estudiante la iniciativa de crear su propia empresa, aplicando los fundamentos de la ciencia administrativa y los elementos conceptuales teóricos y prácticos sobre la temática empresarial con el fin de que el estudiante adquiera la habilidad de innovación y creatividad y mediante la investigación y la práctica de campo, sea capaz de desarrollar un plan de negocios, que comprendan aspectos jurídicos y legales para su constitución, los planes de mercadeo, de producción, administración, finanzas y alternativas de financiación del proyecto que en ultimas contribuirá a lograr la generación de empleo y la independencia.³¹

En ese orden, se busca a través del curso de la asignatura despertar en el estudiante una actitud positiva y dinámica en el estudiante, para potenciar sus capacidades y habilidad, y ponerlas en función del diseño y puesta en marcha de su propia idea de negocio.

Adicionalmente, frente a las tendencias del sector Comercial, Servicios y de la industria, donde las empresas en aras de ser cada vez más eficientes y productivas, se han empeñado en reducir la carga prestacional, la Universidad experimenta la

³¹ Universidad de Cartagena. “Contenido programático, asignatura de Plan de Negocios empresariales”. Facultad de ciencias económicas, programa de administración de empresas. 2017.

responsabilidad de adaptar sus esquemas formativos suministrando a los futuros egresados las herramientas administrativas que les garanticen la creación de su propia empresa. En ese orden, la asignatura Plan de negocio persigue dar al futuro profesional los instrumentos y aptitudes para enfrentar los retos de la independencia, permitiendo la toma de decisiones oportunas y acertadas para lo cual es necesario poseer carácter Emprendedor y Espíritu Empresarial.

Historia empresarial es una asignatura que tiene como misión formar profesionales empresarios de alta calidad humana en el campo de las Ciencias Administrativas que lideren los cambios del entorno empresarial basados en la convivencia, la ética, la tolerancia y la libertad a través de docentes investigadores, currículo flexible e incorporación de tecnología apropiada a las cambiantes necesidades del medio actuando como centro recolector, generador y divulgador de información para el cumplimiento de la responsabilidad social y mejoramiento de las organizaciones.

Esta se basa en dar a conocer al estudiante como ha sido el desarrollo empresarial a través de la historia en el país, y usándolo como guía para promover decisiones acertadas en los futuros profesionales al experimentar las diferentes situaciones como los cambios económicos, legislativos, entre otros.

Investigación de mercados es una materia que tiene como objetivo contribuir al desarrollo gerencial integral que debe tener el egresado en Administración de Empresas, quien ha de tomar importantes decisiones cualquiera que sea el campo profesional en que se desenvuelva. Tener habilidades gerenciales en marketing, le permite contar con un valor agregado para desenvolverse sin dificultad en el mundo de los negocios, cada vez más dinámico y competitivo.

Esta materia promueve temas como naturaleza, importancia y tipos de investigaciones de mercados, el proceso de la investigación de mercados, escalas de medición, procesamiento de datos y presentación de informes, que dan al

estudiante las técnicas y métodos requeridas para hacer una investigación de mercado de acuerdo a la información que la empresa requiera para desarrollar alguna toma de acción o plan.

Por último, se tiene el curso libre Espíritu empresarial que garantiza la adquisición de los conocimientos básicos sobre el proceso empresarial que les permita a los estudiantes la posibilidad de desarrollar competencias creativas para explorar algunas opciones para incursionar en la dinámica de la carrera empresarial a partir del inicio de la asignatura. Por tanto, busca en los estudiantes generar conciencia de que independientemente de su carrera profesional, pueden llegar a ser empresarios. Además, se busca despertar en el estudiante la motivación hacia la generación de ideas innovadoras factibles para que se conviertan en unidades empresariales sostenibles como alternativa de empleo.

En estudio realizado por Mauricio Álvarez y Jhosy Matos³² se afirma que las herramientas pedagógicas que hacen parte de las asignaturas, y que son utilizadas para la enseñanza del espíritu empresarial son indispensables para el desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes. Además, deben tener en cuenta las condiciones particulares del contexto en el cual los estudiantes están inmersos, ya que de esta manera se pueden generar procesos de aprendizaje significativos, al promover en los estudiantes el análisis crítico y la creación de alternativas de solución a los problemas que afectan a sus comunidades.

En este orden, las herramientas usadas en el desarrollo de estas asignaturas cobran gran importancia, puesto que facilitan la adquisición de conocimientos y competencias en los estudiantes que cuentan con maneras de concebir las necesidades de sus comunidades de forma diferente.

³² ÁLVAREZ, Mauricio y MATOS, Jhosy. "Espíritu empresarial en los programas de administración de empresas en las universidades de la ciudad de Cartagena. [Tesis de grado] Facultad de ciencias económicas, Universidad de Cartagena. 2014.

Adicionalmente, la Universidad de Cartagena cuenta con un consultorio empresarial que tiene como principal misión interactuar con el sector productivo, como observatorio generador y orientador de oportunidades de creación, desarrollo y autoevaluación, para las empresas productoras de bienes, servicios y de apoyo comunitario en la región.

Este consultorio presta servicios como asesoría, consultoría e investigación empresarial a la micro, pequeña, mediana y gran empresa de la Región Caribe. Construye un núcleo especial, para que los estudiantes interactúen de forma efectiva con el entorno empresarial, genera una cultura emprendedora e innovadora en comunidad universitaria para la creación de empresas, acceso a programas de financiamiento y acompañamiento en el crecimiento de la empresa.

A través de estos servicios los estudiantes y egresados tienen la posibilidad de tener un contacto directo con el sector producto y ser parte del mismo, a través del desarrollo de sus ideas de negocio. En este se encuentra una dirección clara de como los estudiantes y futuros empresarios pueden hacer identificación de las necesidades más fundamentales de sus localidades y así diseñar soluciones innovadoras que luego son transformadas en ideas de negocio.

De manera parcial se encuentra que la Universidad como ente educativo y responsable del desarrollo social de sus alumnos desde lo académico, cuenta con los medios necesario para que los estudiantes tengan una formación integral y que esta les ayude a identificar sus fortalezas empresariales.

Finalizando el programa académico, surgen cuatro líneas para el desarrollo de la practica empresarial y aunque todas son totalmente validas y útiles para el desarrollo profesional, se reconoce que la universidad ha proporcionado la opción de creación de empresa, y esta es aprovechada por los egresados que ha

desarrollado una actitud positiva frente al emprendimiento. Esta opción de creación de empresa, permite a los estudiantes poner en ejecución un proyecto empresarial facilitándole las herramientas pedagógicas y asesoría que permiten la puesta en marcha de forma segura y proyectada a corto, mediano y largo plazo.

7.3. IDENTIFICACIÓN DE LOS FACTORES CLAVES DESDE LA PERCEPCIÓN DEL EGRESADO, PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UNA MENTALIDAD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL

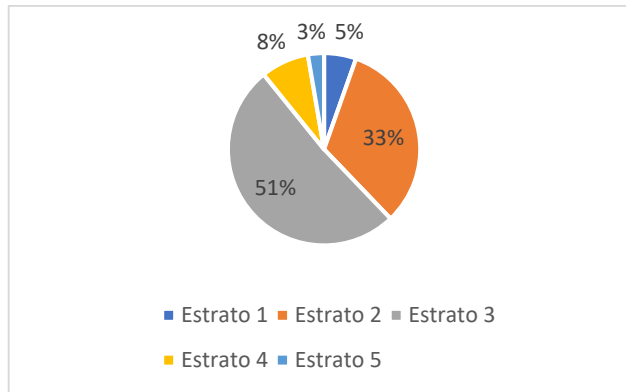
Para el desarrollo de este objetivo se llevó a cabo el diseño e implementación de una encuesta a 37 egresados del programa de administración de empresas, en la fecha que delimita este estudio, esta muestra no es estadística sino más bien a conveniencia, teniendo en cuenta que no se logró hacer contacto directo con la totalidad de los profesionales. Dentro del formato de encuesta se identificaron características o variables que ayudaron de terminar cuales son los factores claves desde la percepción del egresado, para la construcción de una mentalidad emprendedora, estos datos fueron contrastados con otros estudios realizados y que permiten vislumbrar el estado del tema de estudio a nivel investigativo.

7.3.1. Factores socioculturales.

Dentro de los factores socioculturales se identificaron variables como estrato socio-económico, nivel educativo y empleabilidad.

La primera variable abordada por los encuestados fue el estado socio económico, al respecto se encontró: el 51% son de estrato 3, 33% son de estrato 2, el 8% estrato 4, 5% son de estrato 1 y el 3% restante son estrato 5. (ver figura 1).

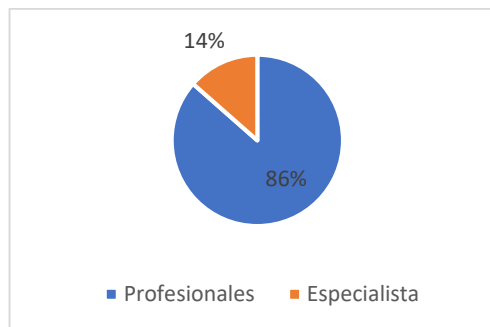
Figura 1 Distribución por estrato socioeconómico



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

La siguiente variable fue el nivel educativo, al respecto se encontró que el 86% de los encuestados son profesionales y solo un 14% ha cursado y aprobado un programa de especialización. (Ver figura 2).

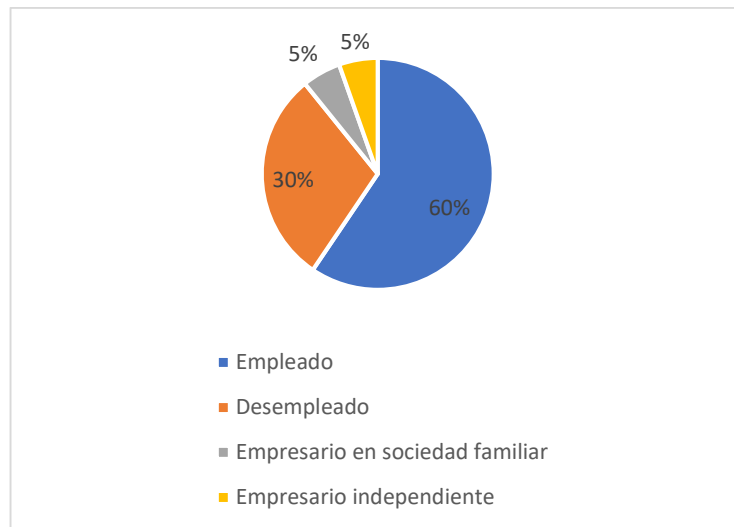
Figura 2 Distribución de acuerdo a nivel educativo



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

La siguiente variable de los factores socioeconómicos es la empleabilidad, en esta se encontraron los siguientes datos: el 60% es empleado, un 30% está desempleada, el 10% restante se encuentra dividido en 5% empresario en sociedad familiar y 5% empresario independiente. (Ver figura 3).

Figura 3 Distribución de empleabilidad



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

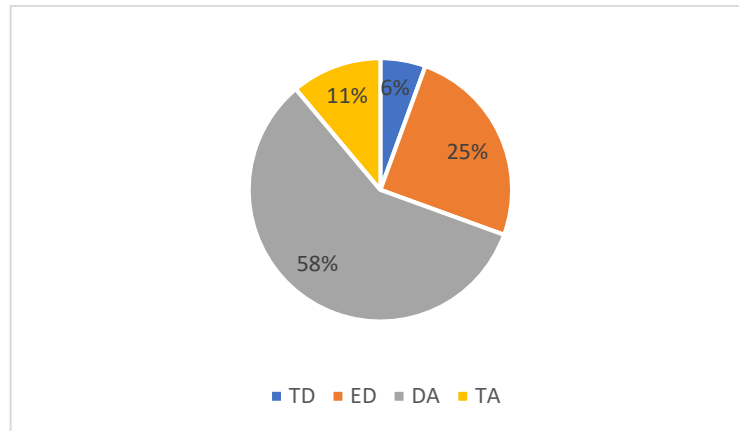
7.3.2. Factores personales.

Los factores personales analizados fueron la creatividad, perseverancia, autocontrol, iniciativa, autonomía, motivación al logro, aptitud hacia el cambio, aptitud hacia el riesgo, mejoramiento de ingresos, desarrollo de habilidades, capacidad de identificación de oportunidades y experiencia.

Las preguntas que reúnen información sobre estos factores fueron evaluadas a partir de la siguiente escala: de acuerdo a la percepción del egresado encuestado TD (Totalmente desacuerdo), ED (En desacuerdo), I (Indiferente), DA (De acuerdo), TA (Totalmente de acuerdo).

Sobre la fundamentación acertada de las materias consignadas en el plan de estudio para la capacidad de crear empresa por parte del egresado, se encontró: El 58% está de acuerdo, un 25% está en desacuerdo, un 11% está totalmente de acuerdo y el 6% restante esta totalmente en desacuerdo. (Ver figura 4).

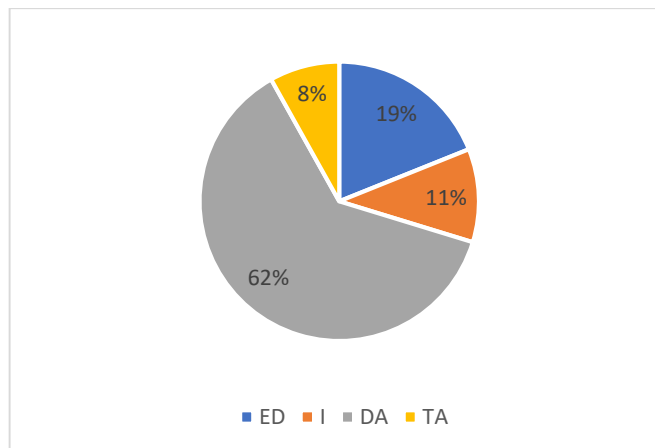
Figura 4 Fundamento acertado de las materias a la capacidad de crear empresa de los egresados



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre la pregunta 5 de la encuesta que trata si las asignaturas orientadas para la creación de empresa, son pertinentes para el desarrollo de la capacidad y creatividad en la identificación de oportunidades de negocio y creación de empresa, se encontró que EL 62% esta de acuerdo, el 19% en desacuerdo, el 11% le es indiferente y el 8% restante esta totalmente de acuerdo. (Ver figura 5).

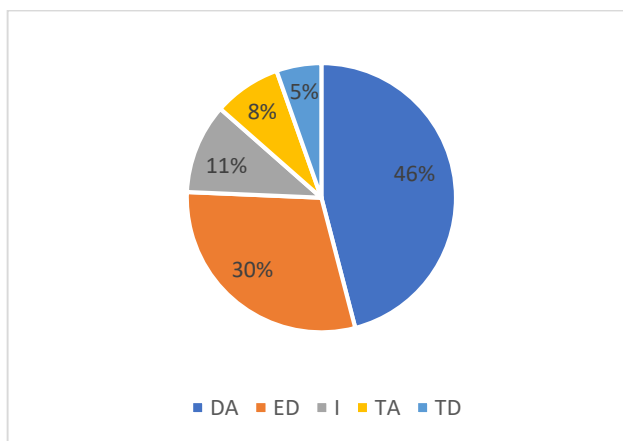
Figura 5 Pertinencia de las asignaturas orientadas a la creación de empresa en la capacidad, creatividad e identificación de oportunidades



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

En la pregunta 6 sobre el incentivo a la capacidad y creatividad para el emprendimiento empresarial por parte de los contenidos temáticos de las asignaturas, se encontró que 46% esta de acuerdo, el 30% en desacuerdo, a un 11% le es indiferente, un 8% está totalmente de acuerdo y el 5% restante esta en total desacuerdo. (ver figura 6).

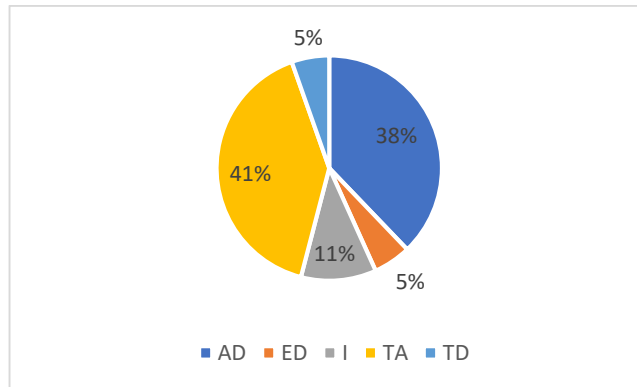
Figura 6 el incentivo a la capacidad y creatividad para el emprendimiento empresarial por parte de los contenidos temáticos de las asignaturas



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre las visitas a empresas y su relevancia en la formación direccionada al emprendimiento se encontró que el 41% esta totalmente de acuerdo, un 38% está totalmente en acuerdo, el 11% es indiferente, un 5% está desacuerdo y el 5% restante esa totalmente en desacuerdo. (Ver figura 7).

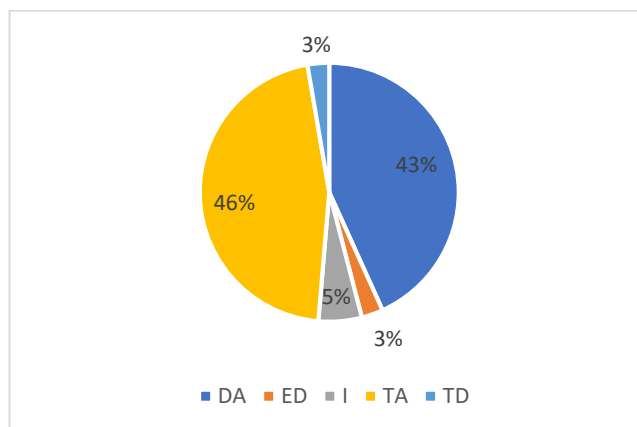
Figura 7 las visitas a empresas y su relevancia en la formación direccionada al emprendimiento



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre la relevancia de las charlas y conferencias, en la formación académica direccionada al emprendimiento se encontró un 46% esta totalmente de acuerdo, un 43% esta de acuerdo, un 5% le es indiferente, un 35 está de acuerdo y el 3% restante esta totalmente desacuerdo. (ver figura 8).

Figura 8 la relevancia de las charlas y conferencias, en la formación académica direccionada al emprendimiento

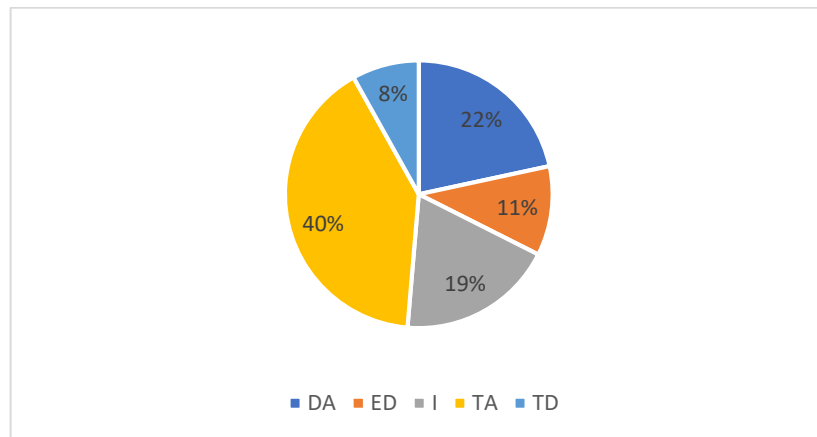


Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre la pregunta 9 los conocimientos orientados a ser empleados son muy relevantes en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial se tiene: el 40% esta totalmente de acuerdo, el 22% esta de acuerdo, el 19% es

indiferente, el 11% esta en desacuerdo, y el 8% está en total desacuerdo. (ver figura 9).

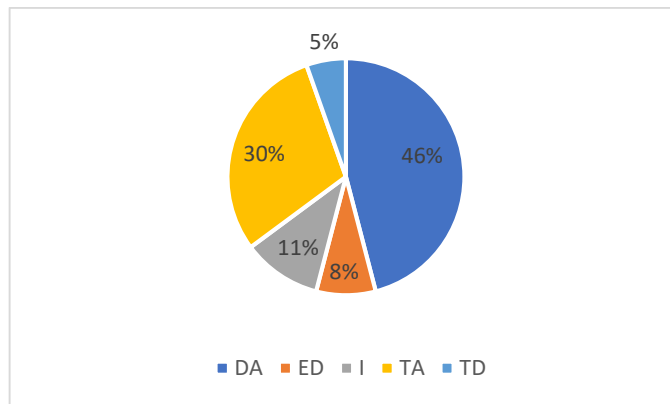
Figura 9 los conocimientos orientados a ser empleados son muy relevantes en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre el plan de estudio orientado a la creación de empresa, es muy relevante en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial, se encontró que el 46% esta de acuerdo, el 30% esta totalmente de acuerdo, el 11% es indiferente, un 8% está desacuerdo y el 5% restante es totalmente desacuerdo. (ver figura 10).

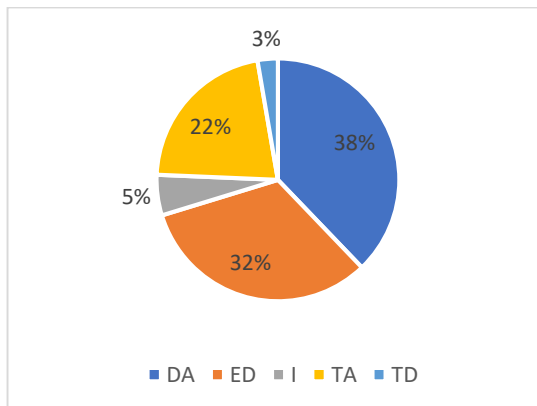
Figura 10 el plan de estudio orientado a la creación de empresa, es muy relevante en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre la metodología utilizada por los docentes incentiva la práctica del emprendimiento empresarial, se encontró que el 38% está de acuerdo, el 32% está en desacuerdo, el 22% está totalmente de acuerdo, el 5% le es indiferente y el 3% restante está totalmente en desacuerdo. (ver figura 11).

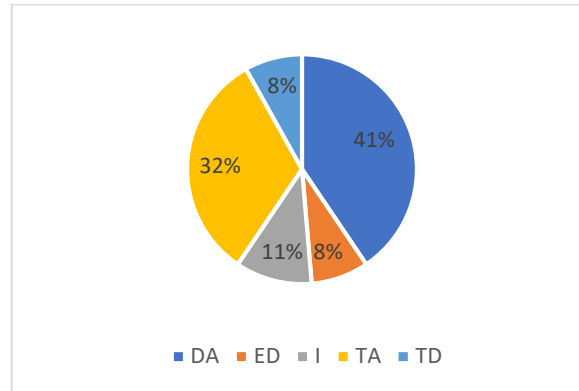
Figura 11 la metodología utilizada por los docentes incentiva la práctica del emprendimiento empresarial



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre las asignaturas vistas en el programa aportaron al desarrollo de competencias y habilidades como creatividad, perseverancia, autocontrol, iniciativa, autonomía, motivación al logro, aptitud hacia el cambio, identificación de oportunidades, para el emprendimiento, se encontró que 41% está de acuerdo, 32% está totalmente de acuerdo, 11% es indiferente, un 8% está totalmente en desacuerdo y el 8% restante está en desacuerdo.

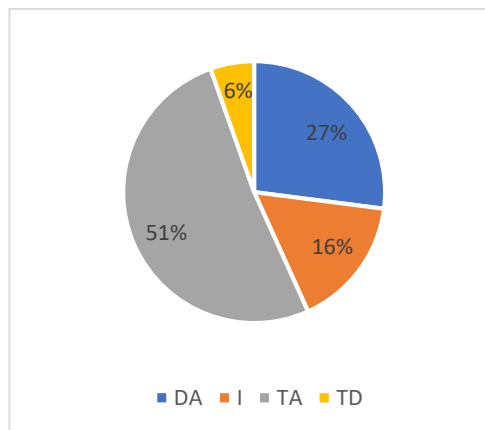
Figura 12 las asignaturas vistas en el programa aportaron al desarrollo de competencias y habilidades para el emprendimiento



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre un motivo para crear empresa es su proyecto de vida, se encontraron que el 51% está totalmente de acuerdo, 27% esta en desacuerdo, el 16% es indiferente y el 6% está totalmente de acuerdo. (ver figura 13).

Figura 13 un motivo para crear empresa es su proyecto de vida

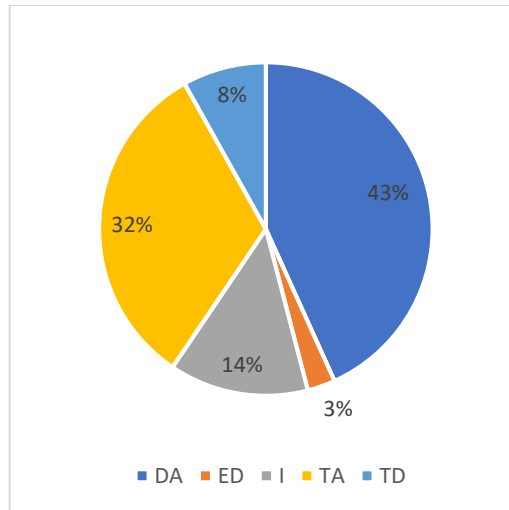


Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre la pregunta 14 en la encuesta, pueden ser motivos para no crear empresa: proyecto de vida, falta de una idea de negocio, falta de formación, papeleo y trámite, falta de asesoramiento, miedo a asumir riesgos, se encontró: 43% esta de acuerdo,

32% esta totalmente de acuerdo, 14% es indiferente, 8% totalmente en desacuerdo y 3% en desacuerdo. (ver figura 14).

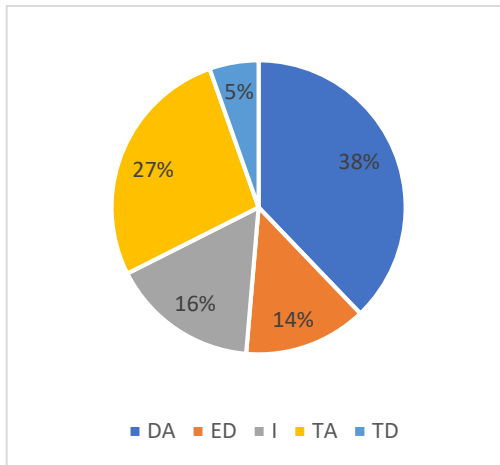
Figura 14 pueden ser motivos para no crear empresa: proyecto de vida, falta de una idea de negocio, falta de formación, papeleo y tramite, falta de asesoramiento, miedo a asumir riesgos



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre las habilidades: organización, planificación, compromiso, decisión, autoconfianza, aprendizaje constate, iniciativa, liderazgo, creatividad, asertividad, ingenio adaptación, fueron desarrolladas durante el programa de administración de empresas, se encontró: 38% está de acuerdo, 27% esta totalmente de acuerdo, 16% es indiferente, 14% está desacuerdo y el 5% está totalmente en desacuerdo. (Ver figura 15).

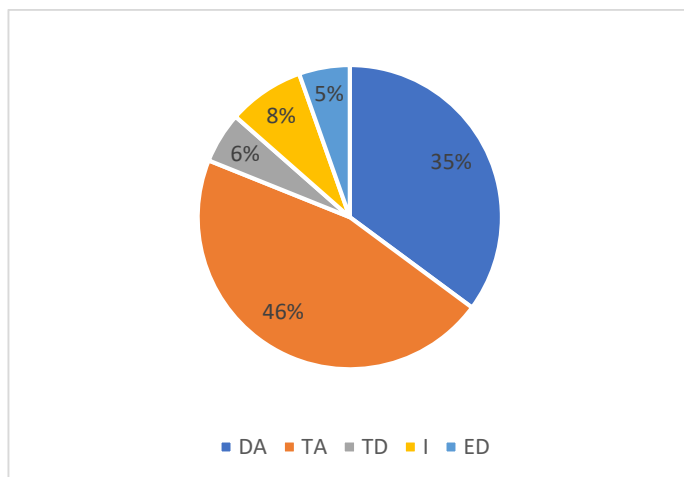
Figura 15 las habilidades que fueron desarrolladas durante el programa de administración de empresas



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre la influencia del entorno social en la actitud del emprendedor, se encontró lo siguiente: 46% está totalmente de acuerdo, el 35% esta de acuerdo, un 8% es indiferente, 6% totalmente desacuerdo y 5% en desacuerdo.

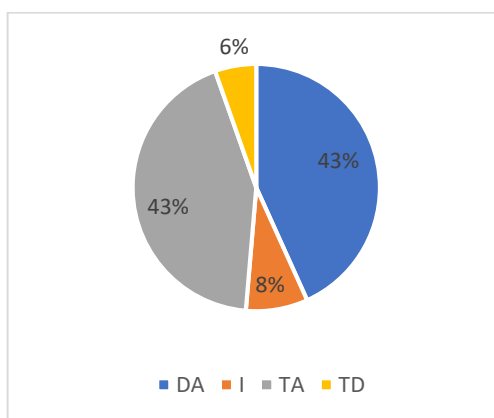
Figura 16 la influencia del entorno social en la actitud del emprendedor



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Sobre siguientes condiciones sociales: posibilidad de innovación, apoyo del núcleo familiar, nivel socioeconómico, situación de educación, fomento del espíritu empresarial, cultura emprendedora, apoyo financiero, y su incidencia en el espíritu emprendedor se encontró: 43% de acuerdo, 43% totalmente de acuerdo, 8% indiferente y 6% totalmente en desacuerdo. (ver figura 17).

Figura 17 Incidencia de las condiciones sociales en el espíritu emprendedor

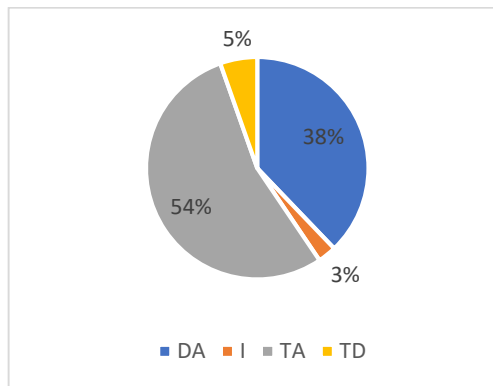


Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Los siguientes factores: creatividad, iniciativa, liderazgo, formación académica, son factores que influyen en una mentalidad emprendedora, se encontró lo siguiente:

54% está totalmente de acuerdo, el 38% en desacuerdo, 5% totalmente en desacuerdo y el 3% es indiferente. (ver figura 18).

Figura 18 Factores que influyen en la mentalidad emprendedora



Fuente: Encuesta aplicada a los egresados

Haciendo una vista general, se puede afirmar que las opiniones se encuentran divididas, por que lo para algunos egresados es fundamental en para la formación de emprendimiento para otros pasa a ser poco importante. Iniciando por los factores sociodemográficos se encontró que una gran parte de la población encuestada hacer parte del estrato 3 en la ciudad, este estrato se caracteriza por reunir a las personas que, si bien no registran ingresos millonarios, si tienen un estilo de vida medianamente cómodo, se caracterizan por estar preocupados por la superación a través del estudio y el trabajo.

Sobre el nivel educativo se encontró que los egresados en su mayoría se han quedado con su título de pregrado y solo unos pocos han procurado especializarse, también esto tiene que ver con el espíritu emprendedor, ya que este se caracteriza por la necesidad de ir escalando en logros. En la empleabilidad se encontró un gran porcentaje de desempleados, aunque los que están empleados superan en número, ahora bien, cuando se llega al factor de los que son empresarios se encuentra que entre empresarios en sociedad familiar y empresarios independientes solo se llega a un 10% de la población, es decir, sin bien hay una cifra importante de

desempleados, estos no han tenido una actitud proactiva frente a la creación de empresas o emprendimiento.

Respecto a la percepción de los egresados sobre el fundamento acertado de las asignaturas en la capacidad de crear empresa la mayoría manifiesta estar de acuerdo con que las materias vistas en el plan de estudio aportaron un fundamento importante para que estos aprendieron a crear empresas y todos los procesos que ello implica. También la gran mayoría de los egresados concuerda en que estas mismas materias ayudan a la capacidad y creatividad para la identificación de ideas de negocio y nuevos nichos de mercado.

En el análisis de la relevancia de las practicas pedagógicas como visitas en las empresas, conferencias y seminarios, la mayoría de egresados estar totalmente de acuerdo que son relevantes, puesto que ayudan a direccionar las competencias adquiridas al emprendimiento empresarial.

Una gran parte de los egresados estuvo en desacuerdo frente al incentivo de las metodologías docentes como fomento del emprendimiento, también se encontró que los motivos para no crear empresa en la mayoría de los egresados puede ser el proyecto de vida, la falta de una idea de negocio, papeleo y traite, falta de asesoramiento, miedo a asumir riesgos. Esto puede llevar a la idea de que los egresados del programa de administración de empresas, no cuentan con una perspectiva amplia, detallada y profunda del emprendimiento como el motor de desarrollo, por ello, las nociones con las que cuentan son totalmente teóricas y los lleva a pensar que ser asalariado es seguro y lo ideal para su vida profesional y productiva.

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo encontrado en la investigación se puede afirmar que en el ejercicio de definir las políticas institucionales de creación de empresas a nivel de la Universidad, se encontró que aunque existen pilares y enfoques por la misma naturaleza del programa, el emprendimiento no es componente que haga parte de la identificación o misión de la institución, sin embargo, ello no exime a los estudiantes y egresados a aprovechar cada una de las áreas y herramientas que la misma ofrece para la formación en competencias empresariales. En este sentido, las no se desarrollan expectativas muy altas por parte de los egresados en el emprendimiento.

Analizando el área de emprendimiento a partir del plan de estudio del programa de administración, se encontraron una serie de asignatura que promueven competencias y habilidades dirigidas al entorno productivo, sin embargo, pareciera que esta más orientado a que el egresado sea un empleado de alguna empresa y no el propiciador o gestor de la misma, los contenidos temáticos de las materias sin bien son completos y pertinentes para la formación, no elevan las expectativas o el espíritu emprendedor de los egresados.

En la identificación de factores claves desde la percepción del egresado, para la construcción de una mentalidad emprendedora empresarial, se tiene que los egresados dan importancia y consideran la relevancia de las asignaturas, sin embargo, manifiestan que las metodologías docentes no son de gran impacto, eso puede explicarse ya que las asignaturas tienen un componente teórico que fundamenta el conocimiento y la habilidad en los profesionales, y en ocasiones las metodologías solo facilitan la completa comprensión de las teorías sin entrar a interactuar en un componente practico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÁN, Juan David Valencia; ARIAS, Alejandro Valencia; ARIAS, Walter Mauricio Montaña. Percepciones de la formación para el emprendimiento en los estudiantes universitarios. *Actualidades Pedagógicas*, 2013, no 62, p. 143-164.

BONILLA, R.; GARCÍA, J. Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: un análisis empírico en la ciudad de Manizales. Universidad Autónoma de Manizales. Manizales–Colombia, 2014.

ECONÓMICO, Comité; EUROPEO, Social. Libro verde: el espíritu empresarial en Europa. Bruselas, Comisión de las Comunidades Europeas, http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2003/com2003_0027es01.pdf, 2003.

KANTIS, Hugo, et al. El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿en qué se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina. En Presentado en: RENT XVI Conference, Barcelona, España. 2002.

MALAGÓN, F. A.; COLOMBIA, D. C. El espíritu emprendedor y la creación de empresa. Fed Colombia, 2003.

ORREGO, Clara Inés. La dimensión humana del emprendimiento. *Revista Ciencias Estratégicas*, 2008, vol. 16, no 20.

PÁEZ, Diana P.; GARCÍA, Johana C. Acercamiento a las características del Universitario emprendedor en la Unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 2011, no 71.

RIPOLLÉS, María. Aprender a emprender en las universidades. *Arbor*, 2011, vol. 187, no Extra_3, p. 83-88.

RODRÍGUEZ, Carlos Hernández; CHÁVEZ, Raúl Manuel Arano. El Desarrollo De La Cultura Emprendedora En Estudiantes Universitarios Para El Fortalecimiento De La Visión Empresarial. *Ciencia Administrativa*, 2015, no 1, p. 28-37.

SALINAS RAMOS, Francisco; OSORIO BAYTER, Lourdes. Emprendimiento y economía social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 2012, no 75.

TARAPUEZ CHAMORRO, Edwin; OSORIO CEBALLOS, Hugo; BOTERO VILLA, Juan José. Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios gerenciales*, 2013, vol. 29, no 128, p. 274-283.

BIBLIOGRAFÍA

CAMPO, María. "La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos." Bogotá: Ministerio de Educación Nacional (2012).

FANDIÑO PADILLA Laura – Bolívar Abelló María Cristina. Tesis Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. 2009.

GARCÍA GARZA, Domingo. "Aportaciones para el análisis de la cultura empresarial en la universidad mexicana: el caso del Tec de Monterrey." Revista mexicana de investigación educativa 18.56 (2013): 191-221.

Hernán González Campo, Carlos, and Édgar Julián Gálvez Albarracín. "Modelo de Emprendimiento en Red-MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales." Academia. Revista latinoamericana de administración 40 (2008).

HERRERA, Ararat, and Jaime Andrés. Praxis social del emprendimiento en instituciones de educación superior públicas y privadas de Medellín: una mirada desde el análisis crítico del discurso. MS thesis. Universidad EAFIT, 2010.

LEDERMAN, Daniel, et al. El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación. World Bank Publications, 2014.

RODRÍGUEZ CHAVES, Ana María. La importancia del emprendimiento en la educación media en Colombia. BS thesis. Universidad Militar Nueva Granada, 2016.

RODRÍGUEZ RAMÍREZ, Alfonso. "Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial." Pensamiento & gestión 26 (2009): 94-119.

RUIZ TIBANA, Myriam, and Tito Duarte. "Emprendimiento, una opción para el desarrollo." (2009).

ANEXOS

Anexo A Encuesta aplicada a egresados

ACTITUD DE LOS EGRESADOS DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD DE CARTAGENA EN EL PERIODO 2013-2015 FRENTE AL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

Objetivo: Identificar los factores claves desde la percepción del egresado, para la construcción de una mentalidad emprendedora empresarial.

Parte 1. Factores socioculturales (marque con un X de acuerdo a su respuesta)
En esta primera parte se busca información sobre factores socioculturales o sociodemográficos que puedan influenciar su actitud al emprendimiento empresarial.

1. Su estrato socio económico es: Estrato 1 Estrato 2 Estrato 3 Estrato 4 Estrato 5 Estrato 6	2. Su nivel educativo es: Profesional Especialista Doctorado Magister	3. Su empleabilidad: Empleado Desempleado Empresario independiente Empresario en sociedad con particular Empresario en sociedad con familiar
---	---	---

Parte 2. Factores personales (marque con una X de acuerdo a su respuesta)
En el siguiente cuadro encuentra una serie de situaciones, por favor, marque de acuerdo a su percepción: TD (Totalmente desacuerdo), ED (En desacuerdo), I (Indiferente), DA (De acuerdo), TA (Totalmente de acuerdo).

		TD	ED	I	DA	TA
4.	Las asignaturas consignadas en el plan de estudio académico fundamentan acertadamente la capacidad de crear empresa, por parte de los egresados.					
5.	Las asignaturas orientadas para la creación de empresa, son pertinentes para el desarrollo de la capacidad y creatividad en la identificación de oportunidades de negocio y creación de empresa.					
6.	Los contenidos temáticos de las asignaturas incentivan la capacidad y creatividad para el emprendimiento empresarial, por parte del egresado.					
7.	Las visitas a empresas son muy relevantes en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial.					
8.	Las charlas y conferencias son muy relevantes en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial.					
9.	Los conocimientos orientados a ser empleados son muy relevantes en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial.					

10.	El plan de estudio orientado a la creación de empresa, es muy relevantes en la formación académica direccionada al emprendimiento empresarial.					
11.	La metodología utilizada por los docentes incentiva la práctica del emprendimiento empresarial.					
12.	Las asignaturas vistas en el programa aportaron al desarrollo de competencias y habilidades como creatividad, perseverancia, autocontrol, iniciativa, autonomía, motivación al logro, aptitud hacia el cambio, identificación de oportunidades, para el emprendimiento.					
13.	Un motivo para crear empresa es su proyecto de vida.					
14.	Pueden ser motivos para no crear empresa: proyecto de vida, falta de una idea de negocio, falta de formación, papeleo y tramite, falta de asesoramiento, miedo a asumir riesgos.					
15.	Las siguientes habilidades: organización, planificación, compromiso, decisión, autoconfianza, aprendizaje constate, iniciativa, liderazgo, creatividad, asertividad, ingenio adaptación, fueron desarrolladas durante el programa de administración de empresas.					
16.	El entorno social influye en la actitud del emprendedor.					
17.	Las siguientes condiciones sociales: posibilidad de innovación, apoyo del núcleo familiar, nivel socioeconómico, situación de educación, fomento del espíritu empresarial, cultura emprendedora, apoyo financiero, inciden en el espíritu emprendedor.					
18.	Los siguientes factores: creatividad, iniciativa, liderazgo, formación académica, son factores que influyen en una mentalidad emprendedora.					