

6 El Emprendimiento y Financiación en la Universidad Libre, Seccional Bogotá, Facultad de Ciencias Economicas, Administrativas y Contables, 2013-1

Estudiantes: Jeidy Katherine Segura Turriago
y Deasy Stefanía Niño Bernal

Resumen

El emprendimiento hace parte del esquema general de la tripe Helice: Universidad – Empresa – Estado, para formar a los nuevos profesionales en el rol de generadores de empresa y no simplemente como empleados, apoyados por la educación superior y el Estado. Las condiciones económicas de Colombia, generan el deseo de independencia y estabilidad financiera por parte de las personas, haciendo que el emprendimiento sea visto como una forma de motivación e iniciativa para el progreso personal y social.



Esta investigación se realiza con el fin de conocer los motivos y circunstancias que rodean al cuerpo estudiantil de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, no permitiendo el aprovechamiento total de los programas y recursos de emprendimiento que la Universidad destina a estos temas. Además de conocer las diferentes formas de emprendimiento desarrolladas por parte de la Educación superior en el país, para así detectar las posibles falencias e ineficiencias que se presentan dentro de la Facultad al aplicar las metodologías y modelos en los estudiantes.

En cuanto a la financiación se dan a conocer diferentes formas de apoyo económico para el estudiante emprendedor, como lo son: el Fondo Emprender, inversiones familiares, apoyos empresariales y préstamos financieros. Esto permite que los planes, ideas y proyectos de negocio reciban ingresos, poniendo en marcha la actividad, generando empleo y aportando en la economía del país.

El proceso de investigación junto con los resultados están basados en encuestas a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, de la Universidad Libre, seccional Bogotá y entrevistas a los directivos encargados de los programas de emprendimiento que brinda la Universidad a los estudiantes. Dentro de los resultados se nota un bajo conocimiento de las oportunidades que brinda la Facultad puesto que hay falencias en los medios de comunicación. Los estudiantes exigen medios impactantes, llamativos y frecuentemente utilizados como las redes sociales. Sin embargo se presenta un alto interés por parte de los estudiantes para la participación

de actividades emprendedoras como, ferias empresariales y cátedras de emprendimiento.

Es evidente la importancia del fomento del espíritu emprendedor en la educación superior con miras a contribuir al crecimiento personal y social del individuo, teniendo en cuenta los constantes cambios de los factores económicos y culturales.

Palabras clave:

Emprendimiento -El espíritu emprendedor- Liderazgo- Formación.

Introducción

Este artículo busca presentar los resultados de la investigación efectuada para explorar el impacto que han generado las metodologías de apoyo al emprendimiento ofrecidas por la Universidad Libre, bajo el reconocimiento del importante papel que deben jugar las Instituciones de Educación Superior en el fomento del espíritu empresarial, sobre todo en países como los nuestros que buscan afanosamente las vías del desarrollo socioeconómico para lograr el bienestar social de la mayoría de la población. Es el emprendimiento una variable que se convierte en determinante para lograr ese desarrollo, como lo demuestra el amplio recorrido teórico desde el siglo XIX hasta nuestros días y como se constata en los países que han logrado ese desarrollo. Pero lo que no se ha logrado comprobar es la efectividad de ese rol jugado por nuestras Universidades en el impulso del emprendimiento en los estudiantes, por lo que se torna relevante efectuar estudios como el que presentamos en este artículo, para explorar sobre las

causas posibles de que el emprendimiento en las universidades no se haya logrado y a partir de allí deducir esquemas que fortalezcan la efectividad, eficiencia y economía de los modelos de apoyo al emprendimiento que han venido implementando las Instituciones de Educación Superior.

La muestra seleccionada de estudiantes, docentes y personal directivo es de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre, para explorar sus percepciones al respecto lo cual permitirá llegar a algunas conclusiones que se consideran relevantes para proyectar soluciones alternativas en este nuevo esfuerzo de la Educación Superior, que hace parte del esquema general de la triple Hélice: Universidad-Empresa-Estado, pero integrando a los nuevos profesionales en el rol de creadores de empresa, apoyados por la Universidad y el Estado.

1. Descripción del problema

Dadas las condiciones económicas de Colombia, los altos niveles de desempleo, los constantes cambios en la economía como la revaluación del peso, entre otras, se genera el deseo de independencia y estabilidad financiera por parte de las personas haciendo que el emprendimiento sea visto como una forma de motivación e iniciativa para el progreso.

En la misma línea de una manera congruente y articulada está la Ley de Emprendimiento (que incluye la obligatoriedad de las instituciones educativas de disponer de una dependencia para el fomento del empresarismo) y el

proyectado Sistema Nacional de Desarrollo Tecnológico, Innovación y Emprendimiento, SNTDIE. En las instituciones de educación superior se reconocen estas problemáticas económicas de Colombia a las cuales como aporte brindan apoyo y opciones de crecimiento personal y profesional. En cuanto al caso específico de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre las opciones se materializan en el apoyo a la creación de empresa y oportunidades de internacionalización por medio de convenios de la Universidad.

El grado de compromiso de los jóvenes con su país debe ser cada vez mayor y materializarse en proyectos empresariales exitosos que generen beneficios individuales, sociales y económicos contribuyendo al mejoramiento de la posición financiera del país.

El compromiso que tiene la juventud se puede cumplir. Para esto es necesario que la educación en especial la superior fomente un espíritu emprendedor. Esta investigación se enfoca en los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables abordando temas sobre satisfacción y aprovechamiento de las oportunidades brindadas por la Universidad y la eficacia de las metodologías que ha desarrollado la universidad para el apoyo y motivación del emprendimiento basadas en la innovación e iniciativa empresarial para la población estudiantil.

En muchas ocasiones, aunque la universidad brinde oportunidades de emprendimiento se ven desaprovechadas por los estudiantes ya sea por la falta de conocimientos sobre estas, en el caso de los estudiantes de la

jornada nocturna no disponen del tiempo suficiente y de otras causales que impiden aprovechar estos recursos; frente a esto debemos conocer a fondo esta problemática y proponer soluciones, a través de la pregunta:

¿Qué causas hacen que los estudiantes de la Universidad Libre de Colombia, seccional Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables no aprovechen los elementos y recursos brindados por la Universidad, para la iniciativa de emprendimiento empresarial?

Esta investigación se realiza con el fin de conocer los motivos y circunstancia que rodean al cuerpo estudiantil de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, limitándolos en el aprovechamiento total de los programas y recursos de emprendimiento que la Universidad destina a estos temas. Además de conocer las diferentes formas de emprendimiento desarrolladas por parte de la Educación superior en el país, para así detectar las posibles falencias e ineficiencias que se presentan dentro de determinada facultad al aplicar las metodologías y modelos en los estudiantes.

También se ejecuta con el fin de ampliar la información y divulgación sobre los programas que desarrolla la Universidad hacia los estudiantes, y conocer los medios de financiación y la distribución de los recursos monetarios y materiales asignados a este tema.

Objetivo General

Evaluar y proponer mejoras en el desarrollo de las metodologías y proyectos de empre-

dimiento y motivación de la Universidad Libre de Colombia, seccional Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, para que sea más eficiente el aprovechamiento de los recursos destinados a estos.

Objetivos Específicos

- a. Evaluar los métodos de financiación y metodologías de emprendimiento aplicadas en la Universidad Libre de Colombia, seccional Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.
- b. Conocer las causales de impedimento de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables hacia la asistencia y aprovechamiento de los programas brindados por parte de la Universidad.
- c. Determinar el grado de satisfacción de los estudiantes y el área administrativa encargada de cumplir esta función, en cuanto a la aplicación de los proyectos que se están desarrollando.
- d. Desarrollar planes de mejoramiento de los proyectos aplicados en cuanto a las metodologías y presupuestos usados actualmente.

2. Marco Teórico

2.1 ¿Qué es el emprendimiento?

El término **emprendimiento** hace referencia a llevar adelante una obra o un negocio. El emprendimiento suele ser un proyecto que

se desarrolla con esfuerzo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. Posteriormente se fue utilizando el término para identificar a quien comenzaba una empresa y el término fue ligado a empresarios innovadores¹.

El uso más habitual del concepto aparece en el ámbito de la economía y los negocios. En este caso, un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

El espíritu emprendedor hace que la persona tenga la visión de la oportunidad y la misión de transformar esa oportunidad en realidad. El poseer esa capacidad de ver oportunidades que mejoren la calidad de vida y generen valor para el conjunto de la sociedad, es decir, la capacidad de transformar las actividades en cuestión, a un costo menor que el valor que genera.

Científicos de numerosos países discuten sobre cuáles son las bases para desarrollar emprendedores. Sobre este punto aparecen 3 líneas principales, el emprendedor personal, el social y el reticular.

El emprendimiento actualmente en Colombia es símbolo de estabilidad económica y calidad de vida, gracias al desarrollo de proyectos ligados a la creación de empresas, que se logran con esfuerzos durante su proceso, y así llegar al éxito.

¹ *Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales*; Escrito por Banco Interamericano de Desarrollo, Noviembre del 2006 Latigraficalngramex S.A. de C.V.

La figura del emprendedor personal plantea que esa capacidad está en esa misma base, y surge como consecuencia de su desarrollo, aquí se incluyen la familia, la educación y aquellos aspectos que lo rodean en su primera etapa antes del trabajo. Esta hipótesis plantea la importancia de los padres en el desarrollo del espíritu emprendedor de los hijos, así como la importancia de la educación.

El emprendedor social (basado en observación de que determinadas comunidades son más emprendedoras que otras), plantea que existe una causa social que explicaría el espíritu emprendedor, es decir: existen grupos donde se ha desarrollado más dicho espíritu. Como ejemplo naciones como la judía, la libanesa o comunidades de emigrantes como la India. En estos casos se atribuye a dicho espíritu a las características de convivencia social y a las necesidades económicas de dichas comunidades.

La perspectiva reticular plantea que el espíritu emprendedor surge como consecuencia de facilitar a las personas el acceso a la información y reducir los costos de los recursos necesarios para acometer los proyectos. Esta perspectiva tiene su base en la existencia de más emprendedores en aquellas zonas donde los servicios empresariales están más desarrollados, como, por ejemplo, empresas de capital riesgo, centro de información y formación, inversores individuales etc.

Estas perspectivas nos permiten un primer enfoque sobre la forma de promover el espíritu emprendedor, desde un punto de vista familiar, cultural y reticular. Sin embargo el espíritu emprendedor de una

institución está formado por personas de distintas generaciones, que han recibido orientaciones distintas sobre el sentido de la creación de empresas. En este punto se resalta la importancia de un proceso dinámico y estable para crear empresas en un momento determinado. Así se incrementará la probabilidad de generar compromiso en las personas para que desarrollen proyectos y empresas de alto crecimiento.

2.2 ¿ Como surge el emprendimiento?

El emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, pues durante su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque claro está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres. Quizás el emprendimiento ha sido la diferencia entre el hombre y los demás seres vivos, pues éstos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario al sorprendente progreso de la humanidad, y todo gracias al espíritu emprendedor que le caracteriza.

Fue Schumpeter, profesor de Harvard, quien utilizó por primera vez el término para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Joseph Schumpeter (1883-1950), pionero en los conceptos de Emprenderismo determina dentro de su modelo teórico que “la verdadera función de un emprendedor es la de tomar iniciativas, de crear”, lo que brinda al individuo el aprovechamiento de

oportunidades del entorno, ello sin que las ideas necesariamente sean producidas por él, (Liouville, 2002).

Lo afirmado por el anterior autor, implica que el emprendimiento está relacionado de una forma más específica con la creatividad y la capacidad de análisis. Contraponiéndose a esta teoría, la escuela austríaca manifestó una discrepancia con respecto al término, pues muchos emprendedores lograban mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas.

La definición que brinda Peter Drucker (1985), es orientada hacia la innovación, es decir el empresario es aquel que es innovador. También se refiere, hace claridad y cree que no cualquier negocio pequeño y nuevo es emprendimiento, y quien lo realiza es un emprendedor.

En los años 80, la Escuela Comportamental, en cabeza de Gartner, define el emprendimiento como “el conjunto de actividades que pone en marcha para crear una organización” y la Escuela Psicológica, representada principalmente por Carland define que “el emprendedor es un individuo con necesidades de cumplimiento, dependencia, gusto por el riesgo y sentimiento por controlar su destino”. Se expresan anteriormente dos definiciones con puntos de partida posibles, relacionamos que dichas actividades nacen de la necesidad de superación del individuo, y mientras la primera definición abarca la economía y los negocios, la segunda definición nos muestra que son actitudes que se pueden desenvolver en cualquier campo de la sociedad basada en como el individuo representa su comportamiento.

En la misma línea de este pensamiento Psicológico se encuentra a Shaver y Scott (1991), quienes definen al emprendedor como “una persona con un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias”. Miner, J. (1997), afirma que el emprendedor “es una persona cuya cabeza o mente integra todas las posibilidades, es alguien que cree que la innovación es posible, y tiene la motivación para persistir hasta que el trabajo se haga”.

Al analizar las características psicológicas nos podemos encontrar con unos emprendedores con características muy diferentes a los perfiles habituales (Bhide A., 1979), de la Universidad de Columbia, lo expresa como: “Aquellos que tienen éxito pueden ser gregarios o taciturnos, analíticos o intuitivos, buenos o pésimos para los detalles, adversos al riesgo o sedientos de emociones personales, que delegan, o maníacos del control, pilares de la comunidad o individuos marginales”(Prats, M,2008)².

Cuanto número de pensadores existieron, existirán numerosos conceptos, unos más afines a otros, y los diferentes enfoques capitalistas, humanísticos, económicos; se establece, que muchas de las iniciativas de la generación de ideas para el mejoramiento de la economía mundial, no salieron precisamente de la búsqueda de riqueza, si no de los comportamientos innatos de la condición de racionalidad del ser humano,

² Revista EAN No. 66: Mayo-Agosto de 2009 p.153-168 Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. Jorge Andrés Marulanda Montoya, Geovanny Correa Calle y Luis Fernando Mejía Mejía.

de las necesidades de supervivencia, dependencia y adaptación a su hábitat y sentimiento por defender su propiedad, aunque algunos psicólogos sustentan que las razones provienen más de la satisfacción de necesidades propias del ser: por su individualismo, por la acción en función de un control voluntario, por superación de su dependencia y control por parte del entorno.

Todo lo anterior sujeto a la influencia colectiva de una comunidad, pues no se debe ignorar el hecho de que el individuo se desarrolla en sociedad y las características y pensamientos varían de una a otra, por ende las motivaciones pueden ser diferentes, empezando por una necesidad de superación hasta llegar a una estabilidad económica.

Se considera apropiado citar las palabras que la empresaria y académica, Silvia Sioli de Torres Carbonel, expresó en el V Encuentro de Empresarios organizado por Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresas, y realizado en Buenos Aires, en Abril de 2002: “Si la educación es el medio por el cual logro modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y emprendimiento; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales”.

Lo expresado en el párrafo anterior es coincidente con las, ya expuestas, ideas de Drucker y Marshall, debido a que ambos, en diferentes momentos históricos, han reconocido que los individuos son capaces

de adquirir nuevas actitudes y aprender a ser emprendedores.

Se cree que el emprendedor se hace y nace, es una mezcla de ambos. El poseer factores internos de personalidad como la motivación al logro, la independencia y creatividad entre otros no son condición única para que una persona desarrolle enfoques emprendedores con su entorno, economía o país. Es precisamente la mezcla de factores culturales, familiares, laborales los que interactúan para potencializar dichas habilidades. Deben existir ambos para que se dé dicho carácter emprendedor.

A su vez, Stevenson (2000) afirma que el entorno es importante y que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución.

2.3 Importancia del emprendimiento

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente

tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir. En muchos países (Casi todos los países Latinoamericanos), para muchos profesionales, la única opción de obtener un ingreso decente, es mediante el desarrollo de un proyecto propio.

Los niveles de desempleo, en gran parte de nuestras economías, rondan por el 20%, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población. Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente para promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que nuestros estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo como sí lo pueden hacer algunos países desarrollados, la única alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario. Ante estas circunstancias económicas, el emprendimiento es el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, y les permita mejorar su calidad de Vida.

Sólo mediante el emprendimiento se podrá salir triunfador en situaciones de crisis. No siempre se puede contar con un gobierno protector que esté presto a ofrecer ayuda durante una crisis. El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas lo cual implica desarrollar una cultura de emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

2.4 Formas de financiación

Para poner una propuesta en marcha de un proyecto empresarial se requiere de inversiones financieras en su inicio, en su momento recibe ingresos que son inferiores a sus gastos ordinarios, los cuales originan una necesidad de fondo para hacer frente a esos déficits. Además para poner en marcha la actividad ha de realizar una inversión en activos fijos y circulantes que le exigen un capital mínimo de financiamiento. Estas situaciones (absolutamente normales) exigen al emprendedor disponer anticipadamente de los recursos financieros necesarios para evitar la insolvencia.

Algunos de estos recursos se pueden obtener por capital propio o por diferentes fuentes de financiación como:

¿Qué es el Fondo Emprender?

Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por alumnos del SENA que hayan finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, alumnos o

egresados de cursos del SENA en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo, estudiantes que se encuentren cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994, personas que hayan concluido materias dentro de los últimos doce (12) meses, profesionales universitarios cuyo primer título haya sido obtenido durante los últimos 24 meses, estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación dentro de los últimos 12 meses. Las condiciones de beneficiarios del Fondo Emprender se establecen ampliamente en el Acuerdo 004 del 26 de marzo del 2009³.

El objetivo del Fondo Emprender es apoyar proyectos productivos que integren los conocimientos adquiridos por los emprendedores en sus procesos de formación con el desarrollo de nuevas empresas.

El Fondo Emprender facilita el acceso a capital semilla al poner a disposición de los beneficiarios los recursos necesarios en la puesta en marcha de las nuevas unidades productivas.

¿Cuáles son las etapas del proceso con el Fondo Emprender?

1. FORMULACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS
 - a. Registro y Asesoría.
 - b. Aprobación Técnica
 - c. Presentación a Convocatoria

³ www.fondoemprender.com 2013.

2. EVALUACIÓN Y ASIGNACIÓN DE RECURSOS

- a. Evaluación del plan de negocios
- b. Asignación de recursos
- c. Legalización del contrato

3. EJECUCIÓN

- a. Ejecución del plan de negocios
- b. Seguimiento y acompañamiento
- c. Evaluación de indicadores de gestión
- d. Decisión sobre reembolso de recursos

¿Quiénes pueden ser beneficiarios del Fondo Emprender?

Podrán acceder a los recursos del FONDO EMPRENDER, los ciudadanos colombianos, mayores de edad, que estén interesados en iniciar un proyecto empresarial en cualquier región del país y que acrediten, al momento del aval del plan de negocios, alguna de las condiciones estipuladas en el artículo segundo del Acuerdo 007 del 07 de octubre del 2011.

¿Qué es una Plan de Negocios?

El plan de negocios contempla toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre ésta de una determinada manera. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Topes y montos de los recursos otorgados

El Fondo Emprender otorgará recursos hasta el ciento por ciento (100%) del valor del plan de negocio, así:

1. Si el plan de negocio genera hasta 3 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ochenta (80) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
2. Si el plan de negocio genera hasta 5 empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento cincuenta (150) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.
3. Si el plan de negocio genera 6 o más empleos, el monto de los recursos solicitados no superará los ciento ochenta (180) salarios mínimos mensuales legales vigentes, SMLMV.

Otras formas de financiación externas son:

1. **Inversiones familiares:** son personas que conocen perfectamente al emprendedor y confían en su proyecto de empresa. Esta ayuda, debe tener el carácter financiero necesario. Normalmente, sirven para iniciar el análisis del proyecto y para utilizar activos que la familia pone a disposición del emprendedor y que en las primeras etapas pueden solucionar muchos problemas.
2. **Proveedores:** en este caso se trata de empresas consolidadas, que pueden facilitar la puesta en marcha de una nueva empresa, a través de créditos por la compra de los productos y servicios,

o mediante el alquiler con opción de compra al final. Esto suele ser de buen funcionamiento, ya que el proveedor quiere vender y dará facilidad para que se puedan adquirir sus productos.

- 3. Prestamos Financieros:** estos suelen ser poco utilizados, como consecuencia de las exigencias de las entidades financieras, en términos de garantías de reintegro de los préstamos, lo cual en los últimos años ha venido cambiando. Actualmente, se están habilitando líneas de crédito, para proyectos tecnológicos, que facilitan mucho la obtención de préstamos en condiciones muy favorables para esos emprendedores. Además una vez que el negocio ha sido puesto en marcha, los bancos facilitan los créditos a la empresa y actúan como proveedores de recursos financieros.

2.5 Referentes empíricos

El valor agregado de los negocios en Colombia son: El capital humano, las condiciones de demanda y el ambiente cultural, fortalezas de Colombia para emprender negocios, mientras que las debilidades están en el entorno social, el campo de la innovación, la educación y la tecnología. Así lo muestra el estudio 'Índice de condiciones sistemáticas para el emprendimiento dinámico', promovido y revelado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID)⁴.

Colombia ocupa el lugar número 38 entre 54 países del mundo, por sus condiciones de innovar y emprender algún tipo de negocio.

⁴ <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/emprendimiento-en-colombia/14716909>

Sin embargo, en condiciones sociales y capital social está muy rezagada y ocupa el puesto 51⁵.

El primero son los niveles de ingresos de la población y la forma como se estructura la sociedad y el segundo, el ambiente de confianza que facilita la construcción de redes de contacto del emprendedor con otros e instituciones con el fin de acceder a recursos.

En cuanto al capital humano emprendedor, Colombia ocupa el primer lugar en Latinoamérica y el 19 en el escalafón global.

Por otra parte, los colombianos se caracterizan por ser ambiciosos a la hora de crear un emprendimiento y, según el índice, es el país de Latinoamérica en el que sus ciudadanos manifiestan una mayor disposición al tema, con 25 por ciento, dado que el resto de los países exhiben valores inferiores a la mitad de ese porcentaje. Igualmente, en el territorio nacional predomina una cultura a favor del emprendimiento; Colombia ocupa un honroso 5.º puesto a nivel regional, con 53,7 por ciento, y el 22.º a nivel mundial, arriba de la mitad del escalafón⁶.

Pero aun así Colombia debe realizar mas esfuerzos para crear un ambiente favorable y cómodo para los emprendedores ya que ocupa el quinto puesto a nivel Latinoamérica, con 45,1 puntos y 11 escalones por debajo de la mitad de la tabla, en el puesto 38. En

⁵ http://www.cna.gov.co/1741/articles-311056_Plan-NacionalDesarrollo.pdf

⁶ Calidad, equidad y reforma e la enseñanza. Alvaro Marchesi, Juan Carlos Tadesco, Cesar Coll. Metas educativas 2021. Impreso en España por ISBN: 978-84-7666-195-6 Depósito legal

cuanto al sistema educativo, tampoco crea condiciones idóneas para el emprendimiento y creación de negocios, pues el país se ubica como 35.º en el escalón a nivel internacional y de 4.º en la región.

En cuanto al financiamiento, las condiciones sociales colombianas y la capacidad de financiar el emprendimiento, suelen apoyarse en sus ahorros personales y en recursos de sus familiares; aunque mecanismos como los fondos de capital, entidades estatales y fundaciones han tomado los emprendimientos como objetivo, Colombia tiene aún problemas para financiarlos.

El país se ubica en el 38º puesto a nivel internacional y en el 9º a nivel regional para facilidades de financiamiento, pero rezagado de los líderes latinos (Panamá, Chile, Perú y Brasil).

De manera paralela se encuentra mal situado en condiciones de la estructura empresarial, pues si bien halla grandes compañías con altos niveles de productividad y competitividad, entre las micro y las pymes está por debajo. Así las cosas, en ese renglón el país es 8º a nivel regional, con 24,8 puntos, y 43º a nivel global. Otra de las debilidades es en condiciones favorables para el emprendimiento porque es 13º a nivel regional, con 24,5 puntos y 51º a nivel mundial. Igualmente, en inversión y ciencia y tecnología, pues es 46º a nivel global y 7º a nivel regional⁷.

No obstante, consideran que el país cuenta con las condiciones aptas de demanda para el emprendimiento, pues en Latinoamérica es

séptimo, con 59,03, y 18.º a nivel mundial; tiene la tercera población más grande de la región.

2.6 Referentes legales

Dentro del desarrollo de emprendimiento podemos basarnos en las siguientes normas decretadas por el Estado que acogen y respaldan al emprendedor.

LEY 1014 DE 2006 (Enero 26)

Diario Oficial No. 46.164 de 27 de enero de 2006

CONGRESO DE COLOMBIA

Por medio de esta ley El Congreso de Colombia fomenta la cultura del emprendimiento, promueve el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en los cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley. Orientar las instituciones por medio de principios normativos para que se basen en política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas, crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas, crear mecanismos para fomentar la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos productivo.

Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas

⁷ <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/emprendimiento-en-colombia/14716909>.

y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo, fortaleciendo los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial. Es necesario buscar redes de emprendimiento, acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

LEY 1429 DE 2010

(Diciembre 29) Diario Oficial No. 47.937 de 29 de diciembre de 2010
CONGRESO DE LA REPÚBLICA
Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.

La Ley 1429 de 2010, norma denominada Ley de Generación y Formalización de Empleo, establece para las nuevas pequeñas empresas, beneficios de pago progresivo en el tema de renta, en parafiscales, deducciones en el sistema del fondo de solidaridad pensional. Otros beneficios también por

contratar a menores de 28 años, mujeres mayores de 40 desempleadas en el último año, personas desplazadas o reinsertadas, al igual que obviamente el pago progresivo de recibido, inscripción y renovación de la matrícula mercantil, etc.

Muchas empresas actuales constituidas desde antes de la Ley 1429, más exactamente empresas viejas (llamaremos viejas a aquellas constituidas desde antes del 29 de diciembre de 2010, fecha en la cual nació esta norma), para gozarse esos beneficios han creado empresas paralelas y en dichas empresas empezar a mover las grandes actividades mercantiles. A la empresa actual le empiezan a reducir las actividades mercantiles para que las grandes ventas, los grandes ingresos, los empiecen a registrar por la nueva empresa donde van a gozar los beneficios de renta, las nuevas personas, nuevos trabajadores, incluso los actuales trabajadores los pasan a esta nueva empresa. Esa maniobra es indebida y trae consecuencias que es lo que pasamos a explicar.

LEY 30 DE 1992

(Diciembre 28)

Diario Oficial No. 40.700 de 29 de diciembre de 1992.

Por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior.

El Congreso de Colombia por medio de esta ley crea fundamentos para la Educación Superior, se entiende que estas entidades crean un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno

desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional.

Por otra parte nombra que la Educación Superior, sin perjuicio de los fines específicos de cada campo del saber, despertará en los educandos un espíritu reflexivo, orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico que tenga en cuenta la universalidad de los saberes y la particularidad de las formas culturales existentes en el país. Por ello, la Educación Superior se desarrollará en un marco de libertades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra.

Acuerdo 007 del 07 de octubre del 2011

Por el cual se modifica el acuerdo 0004 de 2009, El consejo directivo del servicio nacional de aprendizaje- SENA

Este decreto se creó con el fin de apoyar el empleo y ampliar la protección social y

se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo

Este acuerdo nombra que las principales fuentes de recursos públicos de capital semilla es el Fondo Emprender, el cual financia la creación de empresas procedentes y desarrolladas por aprendices, prácticamente universitarios o profesionales.

2.7 Casos exitosos de emprendimiento

Steven Jobs (Creador de Apple)

Fuente: biografías y vidas, la enciclopedia biográfica en línea.

Steve Jobs nació en San Francisco (EE. UU.) el 24 de febrero de 1955. Sus padres fueron el sirio Abdulfattah Jandali y la estadounidense Joanne Carole Schieble. Ambos eran universitarios y lo entregaron en adopción a Paul y Clara Jobs, un matrimonio de clase media.

Estudió la primaria en la escuela Cupertino Middle School y la secundaria en Homestead H.S., de Cupertino. Siendo adolescente se interesó en las computadoras y asistió a charlas de la compañía HP, donde obtuvo su primer empleo y conoció a su futuro socio Steve Wozniak.

En 1972 ingresó a la universidad Reed College



de Oregón, pero se retiró a los 6 meses por su alto costo. Entre 1974 y 1976 trabajó en Atari Inc., donde diseñó algunos juegos. Paralelamente, inició la fabricación de una computadora junto a Wozniak. En 1976, ambos fundaron Apple Computer Company y bautizaron a su máquina Apple I. Fue tan grande el éxito que en 1982, Jobs ya era el millonario más joven del mundo. En 1984, lanzó Apple Macintosh, el primer ordenador comercial con interfaz gráfica de usuario. Su baja aceptación comercial y los conflictos con algunos socios llevaron a Jobs a renunciar a Apple en 1985.

En 1986, fundó NeXT Computer Inc, con la cual lanzó la computadora NeXT y el sistema operativo NeXSTEP. Ambos productos fueron muy útiles para que el científico Tim Berners Lee creara la World Wide Web (WWW) en 1989. En forma paralela, fundó y manejó Pixar, empresa que produjo exitosas películas animadas para Walt Disney, como: *Toy Story* (1995), *Bichos* (1998), *Monsters, Inc.* (2001), *Buscando a Nemo* (2003), *Cars* (2006) y *WALL-E* (2008). En 1991 se casó con Laurene Powell, con quien tuvo tres hijos.

En 1996, Apple compró NeXT, con lo cual Steve Jobs retornó a su antigua empresa que estaba en declive. Al año siguiente recuperó el liderazgo de Apple para convertirla en la empresa de mayor capitalización del mundo en el 2011. Esto fue resultado de grandes innovaciones tecnológicas y comerciales como el iPod (2001) iTunes (2003), iPhone (2007) y el iPad (2010).

En el 2004 se le detectó un cáncer de páncreas, enfermedad que le causó la

muerte el 5 de octubre de 2011, en Palo Alto, California, EE.UU. Recientemente, se publicó su biografía autorizada titulada "Steve Jobs". Dejando así una gran compañía con un reconocimiento superficial frente a la creación y venta de medios tecnológicos.

SERVIENTREGA, centro de soluciones

Fuente: *Historia de Servientrega, Viernes 11 de febrero de 2011. Publicado por Felipe Herrera en 13-06*

Servientrega fue creada el 29 de noviembre de 1982 por los hermanos Luz Mary y Jesús Guerrero Hernández, oriundos de Jenesano Boyacá, que siendo empleados en empresas de Transporte de carga, detectaron la oportunidad de incursionar con soluciones que mejoraran los niveles de servicio para la categoría de documentos y paquetes.⁸

PRIMER QUINQUENIO - "Gestación" (1982 - 1987)

Servientrega inicia operaciones con tres envíos diarios bajo la modalidad de "entregas en 24 horas", entre las ciudades de Bogotá, Cali y Buenaventura. Los socios fundadores supervisaban personalmente la operación para que las misivas y encomiendas llegaran a su destino sin inconvenientes y en forma oportuna. Para este fin utilizaron empresas de transporte de pasajeros intermunicipal.

Gracias a la calidad del servicio y a la confianza de los clientes, rápidamente, la operación se expandió a las ciudades de

⁸ <http://www.servientrega.com/index2.html>

Medellín, Barranquilla, Pereira, Cartagena, Santa Marta, Valledupar, Montería y Cúcuta.

En esta primera fase, el despegue en el mercado colombiano se llevó a cabo gracias a la financiación de prestamistas personales. Igualmente se inició un proceso de consecución de personal, altamente motivado y con espíritu de trabajo en equipo. La marca se dio a conocer a través de volantes que eran distribuidos en sitios aledaños a los puntos de servicio, estrategia que iba acompañada del perifoneo.

SEGUNDO QUINQUENIO - "Posicionamiento" (1988 - 1992)

El interés de los socios por generar impacto de marca crece, gracias a la experiencia que iban adquiriendo en el medio y al conocimiento en temas de marketing que recibieron en sus estudios profesionales o en cursos y seminarios. Es así como se genera una estrategia de expectativa bajo el concepto "Sabe Usted que es Servientrega?" y que se contestaría con lo que por más de 20 años se consolidó como el slogan de la Compañía: **SERVIENTREGA... ¡ES ENTREGA SEGURA!** La comunicación de la estrategia es llevada a la radio y a los medios escritos.

La Compañía adopta parámetros de administración moderna y con la profesionalización de su personal se aplicaron diversas teorías, diseñando un Modelo de Gestión Gerencial, como contribución a consolidar la unidad empresarial.

En 1990 Servientrega es Líder del sector, con amplias oportunidades en el mercado internacional y es así como se inicia el proceso de internacionalización.

3. Método

Para el cumplimiento de los objetivos y el desarrollo de la investigación, se utilizamos la *investigación proyectiva e investigación explicativa*. La *proyectiva* consiste en la elaboración de un plan, programa o modelo como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, en un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento. La *explicativa* pretende conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Basado en el método explicativo se planteó un interrogante global de la siguiente manera: ¿Qué efectos tiene en los estudiantes de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables de Educación Superior (Pregrados) la implementación y aprovechamiento de programas de emprendimiento en las Universidades Colombianas? Desagregando el siguiente cuestionamiento:

¿Qué opinan los estudiantes sobre el emprendimiento y la forma en que la Universidad los orienta hacia este?

¿Qué opciones de emprendimiento brinda las Facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables para el cuerpo estudiantil?

¿Cómo desarrollan los proyectos de emprendimiento y la motivación dentro de la Facultad?

¿Qué grado de eficiencia tienen las metodologías de emprendimiento dentro de esta Facultad?

¿El estudiante universitario aprovecha las oportunidades de emprendimiento que genera la Universidad?

¿Cuáles y cuántos son los recursos destinados a los mecanismos utilizados por la Facultad?

En el desarrollo de la investigación y con el fin de obtener respuestas a los interrogantes planteados se utilizarán los siguientes instrumentos:

- Encuesta, dirigida al cuerpo estudiantil universitario, perteneciente al área de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Tomando como muestra esencialmente estudiantes de la jornada diurna y nocturna de la Facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de La Universidad Libre.
- Entrevista, destinada a la parte administrativa, docentes y/o funcionarios encargados de fomentar el emprendimiento en la comunidad universitaria a través de programas, actividades, entre otros. Siendo la muestra el Centro de Emprendimiento y Desarrollo de La Universidad Libre (CEDEUL).

En esta parte se identificará quiénes y qué características deberán tener los sujetos del objeto de estudio.

POBLACIÓN: Se realizó un análisis de la comunidad universitaria, perteneciente al área de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables.

MARCO MUESTRAL La información que se extrajo principalmente corresponde a los

estudiantes de la Universidad Libre, Seccional Bogotá, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la jornada diurna y nocturna.

MUESTRA: Nuestra muestra fueron estudiantes de la jornada diurna y nocturna de las Facultades de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre.

TAMAÑO DE LA MUESTRA: Nuestra muestra fue integrada por 50 estudiantes de la jornada diurna y nocturna.

PROCEDIMIENTO DE MUESTREO: Se realizó con encuestas virtuales (Anexo 1) integradas por preguntas abiertas y cerradas para indagar sobre el conocimiento de los estudiantes sobre los diferentes programas desarrollados por la Facultad sobre emprendimiento también sobre el nivel de participación en dichas actividades y de las causales de por qué no participan, si es el caso.

TIPO DE MUESTREO PROBABILÍSTICO: Cada uno de los miembros de la comunidad unilibrista tiene la misma posibilidad de ser elegido. Al realizarse la encuesta de manera virtual no se encuentran limitados los estudiantes de ninguna de las jornadas, debido a que los estudiantes de la jornada nocturna pueden acceder a ella en cualquier momento libre en el trabajo o en horas de la noche. De haberse realizado la encuesta en forma física los estudiantes del nocturno serían los más afectados y esto generaría error en los resultados y análisis de la encuesta pues solo se conocería la opinión de los estudiantes del diurno.

RECOLECCIÓN DE DATOS: Se hizo por medio de una encuesta virtual a través de la red social **Facebook** con el nombre de **Emprendimiento Universitario Unilibrista** que consta de ocho preguntas dirigidas a los estudiantes de la Universidad Libre de la jornada diurna y nocturna. Se permite realizar la encuesta solo a personas con perfil de estudiante de la Universidad Libre y pertenecientes a las Facultad a través de un filtro establecido en la página web. Virtualmente se podía acceder a la encuesta desde el día 28 de febrero hasta el 28 de marzo del 2013.

VALIDEZ Y CONFIBILIDAD DE LA ENCUESTA: Cada estudiante tiene derecho a ser partícipe de actividades de emprendimiento y motivación que realice la Universidad, conocer cuáles son las diversas formas para que los estudiantes desarrollen un espíritu emprendedor y sean personas generadoras de ideas y fuentes de trabajo dentro de su entorno educativo y profesional, siendo competitivos frente a un mercado laboral y/o empresarial, aprovechando los recursos y apoyos ofrecidos por la organización educativa.

Por esta razón se determinó realizar una encuesta que permitió conocer más a fondo la situación que viven tanto los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, como los directivos universitarios de la Facultad de estas ciencias, frente al tema de emprendimiento y las fuentes de financiación que tiene cada institución de educación superior (universidades). Para el análisis de dichas encuestas se generaron promedios por cada interrogante y cada respuesta,

finalmente se realizó una tabulación la cual determinó un porcentaje según los votos que tengan las opciones de respuestas para cada interrogante, según la muestra, por ejemplo: si se tiene la pregunta N la cual consta de dos respuestas (SI y NO), se encuestaron 100 personas, de estas cien, noventa (90) responde que SI por ende se determina que el 90% de las personas reconocen la pregunta N como afirmación y el otro 10% como una negación (NO). Después de este proceso se iniciara a determinar conclusiones y dar opiniones críticas de mejoramiento para el problema global.

Debido a que la población y la muestra se encuentra en la Universidad Libre seccional Bogotá, se realizó una entrevista con los directivos de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, sobre los programas de emprendimiento que les brinda la Universidad a los estudiantes. Como resultado se obtuvo que la Universidad cuenta con un Centro de Desarrollo Empresarial Unilibre (CEDEUL), donde nos comunicamos personalmente con la Dra CARMEN ELISA MATEUS coordinadora del CEDEUL y se le realizaron las siguientes preguntas:

Anexo 1. ENTREVISTA DOCTORA CARMEN ELISA MATEUS.

1. ¿Qué es el CEDEUL?
2. ¿Cuándo fue creado el CEDEUL?
3. ¿Qué fin tiene el CEDEUL?
4. ¿Hace cuánto tiempo usted hace parte del CEDEUL y cuáles son las funciones específicas que realiza usted en este Centro?
5. ¿Para qué se creó este Centro?
6. ¿Por qué se creó el CEDEUL?

7. ¿Cuáles han sido los medios de divulgación frente a los estudiantes de los procesos que realiza el CEDEUL?
8. ¿Cuáles son los programas que maneja la Universidad para la parte de emprendimiento?
9. ¿Usted cree que lo que la comunicación con los estudiantes es adecuada y eficiente?
10. ¿Cuáles son los medios de financiación de los procesos del CEDEUL?
11. Como la mayoría de los estudiantes hemos visto que el CEDEUL ha realizado ferias empresariales ya sean internas o externas de la Universidad. ¿Cuál ha sido la experiencia y que éxito han tenido dichas ferias?
12. ¿Usted cree que la información que está planteada dentro la página de la Universidad es suficiente?
13. ¿Ustedes han llevado o desarrollado una idea o un proyecto de algún estudiante que se puede plantear como un ejemplo a seguir?
14. Usted siendo parte de estos procesos tan importantes como lo es la parte del emprendimiento académico ¿se siente satisfecha con lo que se ha realizado frente a esta situación?
15. ¿Ha recibido apoyo por parte de los estudiantes para el desarrollo total de los programas que la universidad brinda?

DESARROLLO ENTREVISTA DOCTORA CARMEN ELISA MATEUS.

CEDEUL: Es el Centro de Desarrollo Empresarial Unilibre, el cual permite la participación de la comunidad de la Universidad Libre en el emprendimiento y el empresarismo, con el fin de desarrollar proyectos tecnológicos e

innovadores, así como asesorar las mipymes del país, extendiendo sus servicios dentro de su entorno, promoviendo la creación de Empresa, Proyectos sustentables con la comunidad, que respondan a las necesidades de la población con miras a mejorar su calidad de vida. Creado en febrero del 2008 y hace parte de éste, la Dra. Mateus desde el año 2010. Presta el servicio de asesoría y consultoría

Requisitos solicitados por el CEDEUL:

- Pertenecer a la Universidad libre.
- Microempresa- desarrollo empresarial.

Programas desarrollados por el CEDEUL:

- Unidad empresarial: vinculo estudiante empresa, puede generarse la empresa como opción de grado.
- Unidad de emprendimiento: Opción de grado. (Hasta el momento han existido 2 proyectos exitosos sobre el tema agrícola y la innovación). Cátedra emprendimiento, que la puede tomar toda la Universidad. Relación y vínculo con empresarios. Proyecto social en Patio Bonito – sobre habilidades empresariales en la población infantil. Banco de datos de Microempresas. Se encuentran las empresas de estudiantes o vínculo sanguíneo formando así un REDUNILIBREEMPRESARIAL. Feria Empresarial: 2 da feria. Se realizan encuentros nacionales a nivel de seccionales, para que sea unificado y coordinado el proceso de emprendimiento.

En el año 2011 existían semilleros y duraron ese año, pero los estudiantes desertaron.

Comenta la profesora que no sabe si es falta de dedicación o por qué motivo, además dice que es triste ver más interés en los estudiantes de la jornada nocturna puesto que los del diurno se supondrían tendrían más tiempo para estas actividades.

Casos exitosos: feria realizada en la Facultad, estudiantes de Contaduría con el proyecto sobre Tennis con Cremallera en el año 2011, este proyecto fue presentado en la Cámara de Comercio.

Vínculos que tiene el CEDEUL con las fuentes de financiación:

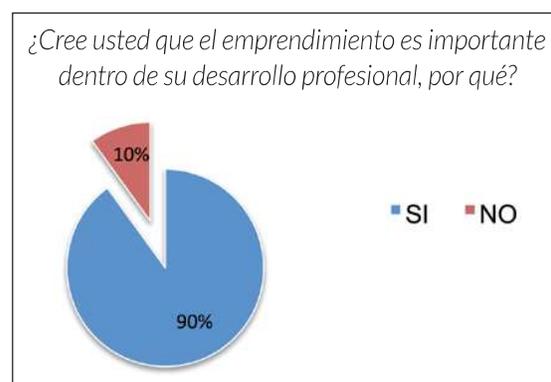
- Cámara de Comercio de Bogotá- Bogotá emprende.
- SENA fondo emprender.
- Ángeles Inversionistas – empresarios con capital para invertir.
- REDUNE, red de universidades especializadas en el emprendimiento.

4. Resultados

Análisis de los resultados de la encuesta virtual

Encuesta virtual realizada por 100 estudiantes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Libre.

1. ¿Cree usted que el emprendimiento es importante dentro de su desarrollo profesional, por qué?



Fuente: Encuesta virtual –facebook– Emprendimiento Unilibrista Feb/Mar 2013.

El estudiante considera importante el emprendimiento en su desarrollo profesional ya que tiene más fiabilidad de constituir una idea empresarial por los fundamentos adquiridos a través del desarrollo de cada pensum, incrementando las posibilidades de aprovechamiento de los recursos y programas ofrecidos por las facultades respectivas.

2. ¿Conoce usted sobre los programas de emprendimiento de la facultad?

El mayor porcentaje de estudiantes encuestados contestó que NO, PERO QUISIERA SABER MÁS DEL TEMA, esto nos da la pauta para saber que el cuerpo estudiantil, primero, no está informado sobre los proyectos y programas de emprendimiento brindados por las Universidades, y segundo está interesado en conocer y aprovechar los programas de emprendimiento de la Facultad respectiva.

Encontramos que un 30% de la población estudiantil si conoce sobre los programas de emprendimiento, pero no son bien aprovechados por estos.



Fuente: Encuesta virtual –Facebook– Emprendimiento Unilibrita Feb/Mar 2013.

3. ¿Ha participado en los programas, cátedras, ferias, talleres, seminarios, entre otros, organizados dentro de la facultad?



Fuente: Encuesta virtual –Facebook– Emprendimiento Unilibrita Feb/Mar 2013.

Se presenta una alta participación, los encuestados comentaban que a ferias y alguna cátedra, situaciones a corto plazo de poca duración pero en si, a programas de emprendimiento no habían asistido, es decir, no se ha incentivado el emprendimiento en lo jóvenes puesto que estos son proyectos en los cuales se necesitan dedicación y un esfuerzo mayor para así aprovechar en su

totalidad todos los beneficios ofrecidos por la Facultad.

4. ¿Sabe usted sobre los programas que ofrece y desarrolla en la facultad?



Fuente: Encuesta virtual –Facebook– Emprendimiento Unilibrita Feb/Mar 2013.

A pesar de que la Universidad tenga programas de emprendimiento como por ejemplo El CEDEUL, los estudiantes no están cien por ciento actualizados en las actividades de la universidad, por lo tanto esta situación se considera bastante preocupante, ya que aun que estos programas son excelente mecanismo de emprendimiento no tienen la suficiente expansión de información hacia los estudiantes.

5. ¿Ha escuchado de casos exitosos de emprendimiento o creación de empresa que hayan nacido dentro de la facultad?

La motivación con el progreso de otros proyectos que con ayuda de la Universidad si se ha visto reflejada pero entonces ¿Por qué los estudiantes no se motivan a ser partícipes personales en este tipo de procesos?



Fuente: Encuesta virtual –Facebook– Emprendimiento Unilibrita Feb/Mar 2013.

6. Dentro del desarrollo de su pensum académico, ¿cuántas ideas empresariales teóricas y/o prácticas ha generado y cuántas se mantienen activas?



Fuente: Encuesta virtual –Facebook– Emprendimiento Unilibrita Feb/Mar 2013.

Es bien sabido que desde los primeros semestres los estudiantes de la Facultades en sus materias deben realizar y desarrollar ideas empresariales. Según la encuesta son muy pocas las ideas que se mantiene

activas, es decir, puede haber una cultura de emprendimiento, pero no se tiene continuidad a lo largo de las carreras.

7. ¿Qué medio le parece más práctico y eficiente para conocer e interactuar con el emprendimiento en la facultad?

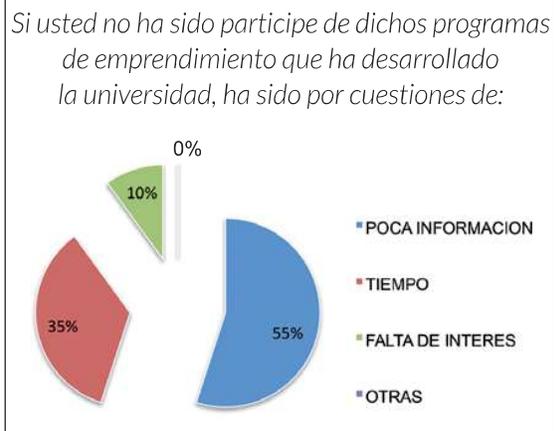


Fuente: Encuesta virtual –Facebook– Emprendimiento Unilibrita Feb/Mar 2013.

Uno de los medios más eficientes según los estudiantes de la Facultad para conocer sobre el emprendimiento son los medios físicos, es decir, la publicidad directa que impacta a la población incentivando al emprendimiento.

8. Si usted no ha sido participe de dichos programas de emprendimiento que ha desarrollado la universidad, ha sido por cuestiones de:

El desconocimiento y la falta de tiempo son las principales causas del desaprovechamiento de los programas y proyectos sobre emprendimiento realizados por la Universidad según las encuestas.



Fuente: Encuesta virtual –Facebook– Emprendimiento Unilibrita Feb/Mar 2013.

En síntesis:

Al aplicar la metodología en la Universidad Libre, en la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, a través de los interrogantes anteriormente nombrados se pueden concluir lo siguiente:

- Se nota un bajo conocimiento de las oportunidades que brinda la Facultad, debido a que tanto los estudiantes como el centro de emprendimiento expresaron que hay falencias en los medios de comunicación, los estudiantes exigen medios impactantes y llamativos que motiven la integración total a estos proyectos, y los administrativos de los procesos de emprendimiento a pesar de sus esfuerzos informan que no han encontrado la metodología adecuada para llegarles a las nuevas generaciones y comunicarles la importancia del desarrollo del emprendimiento en su vida educativa y profesional, e incluso personal.
- Se presenta una alta participación de los estudiantes en algunos programas

de emprendimiento, como lo son ferias empresariales y cátedras. Estas se presentan a corto plazo y tienen poca duración, por ende no son consideradas como programas de transversalidad con los pregrados, es decir, no se ha incentivado el emprendimiento en los jóvenes puesto que los proyectos de emprendimiento necesitan dedicación y un esfuerzo mayor para así aprovechar en su totalidad todos los beneficios ofrecidos por la Facultad y lograr el éxito empresarial.

- El CEDEUL cuenta con excelentes mecanismos de emprendimiento pero lastimosamente la mayoría de los estudiantes de las Facultad no los conocen, ocasionando así, una pérdida de grandes posibilidades y oportunidades de ser emprendedores, independientes y líderes.
- Es bien sabido que desde los primeros semestres los estudiantes de la Facultad de la Universidad Libre en sus materias deben realizar y desarrollar ideas empresariales. Según lo investigado son muy pocas las ideas que se mantienen activas, es decir, puede haber una cultura de emprendimiento, pero no se tiene continuidad a lo largo de las carreras, esto se presenta por diferentes motivos, entre los cuales se encontró el no apoyo y orientación de los docentes hacia los estudiantes, no hay continuidad a través de las materias de los pensum, es decir, si el estudiante cuenta con un proyecto emprendedor, el docente y el estudiante, lo toman como una calificación y por ende este proyecto no se materializa quedando en el papel como una idea.

- Uno de los medios más eficientes según los estudiantes de la Facultad para conocer sobre el emprendimiento son los medios físicos, es decir, la publicidad directa que impacta a la población incentivando al emprendimiento.

5. Discusión

Problemas del emprendimiento

- a) Uno de los principales problemas a los que se ha enfrentado el emprendedor es la falta de compromiso;
- b) Porque sin compromiso no hay dedicación permanente y en este caso, cualquier proyecto podría ser un fracaso. La situación puede ser más complicada si la miramos desde la perspectiva de la creación de empresa; esta es una de las actividades de la vida que requiere mayor dedicación y compromiso.
- c) El capital necesario para el proyecto. Para poder desarrollar un proyecto de emprendimiento es necesario invertir capital en sus primeras etapas, el cual puede venir de dos fuentes, capital propio y/o capital ajeno.

La situación patrimonial de los emprendedores es limitada, a esto hay que adicionarle el sistema financiero tradicional y el desconocimiento de las fuentes de financiación de las entidades gubernamentales que apoyan el proceso de emprendimiento.

- d) Conocimiento específico del negocio. Hace referencia a los conocimientos que el emprendedor tiene sobre el

negocio y que le permiten encontrar ideas o proyectos empresariales en las fases iniciales del mismo. Este punto está muy relacionado con la capacidad científica del entorno y con el desarrollo de las tecnologías.

- e) El estigma del fracaso. Una de las principales preocupaciones de los jóvenes emprendedores es valorar qué ocurrirá si su proyecto fracasa, esta preocupación, va más allá del orden económico y se traslada al orden personal.

La creación de empresas es un proceso de riesgo donde el éxito depende de nuestros esfuerzos, pero no es el único factor, también intervienen las empresas competidoras y las características del sector donde se opera. Garantizar que el proceso será un éxito no es real, la verdad es que se trata de una actividad de riesgo y además se pueden tomar acciones para disminuir las posibilidades de fracaso y los costos de este.

6. Propuestas

Se recomiendan las siguientes propuestas:

PROPUESTA N° 1. PLATAFORMA INTERACTIVA

Actualmente se utilizan algunos de estos mecanismos pero no de forma completa o adecuada, como por ejemplo en la Página Web Oficial de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables encontramos un enlace sobre CEDEUL, el cual al seleccionar, nos informa que es un párrafo básico. La propuesta está orientada a implementar una plataforma interactiva en este enlace,

informando sobre las funciones que desarrolla, inquietudes frecuentes, a quien digerirse, casos exitosos, fotos e información sobre las ferias o programas de emprendimiento desarrollados por el CEDEUL.

PROPUESTA N° 2. HORARIOS ASEQUIBLES

Los programas de pregrado tienen opción de jornada diurna y nocturna. Aquellos estudiantes pertenecientes al diurno de la Facultad tienen más facilidad de acercarse en forma física a las oficinas y acceder a la información y de participar en las cátedras de emprendimiento ofrecidas por la Universidad, mientras que el cuerpo estudiantil de la jornada nocturna es en cierto punto excluida. Por ende proponemos que se extiendan los horarios los días sábados para así tener la posibilidad de participar activamente y aprovechar los beneficios de emprendimiento.

PROPUESTA N° 3. MEDIOS VIRTUALES

En la era de la tecnología, no siempre se utilizan eficientemente los recursos tecnológicos, como en el caso del correo institucional donde no se muestra información alguna de los programas de emprendimiento desarrollados por la Facultad. La propuesta está encaminada hacia la mejor utilización de medios como el correo, redes sociales donde se pueda acceder a la información necesaria para generar una cultura de emprendimiento.

PROPUESTA N° 4. MAYOR INICIATIVA POR MEDIO DE LOS DOCENTES

No hay duda que el cuerpo docente implementa iniciativa de emprendimiento

en los jóvenes e incluso ayuda con la creación de empresas dentro de su tema o programa de la materia pero, cuando se crean los proyectos, los estudiantes no los hacen con fin de progreso sino de calificación por parte del docente. Por esta razón es importante que el docente, que dentro de su programa tenga la creación de proyectos o de empresa motive a los estudiantes a que realice proyectos innovadores y los oriente a buscar los medios de financiación para que esos proyectos crezcan y se puedan desarrollar como empresa.

7. Conclusiones

A través del desarrollo de este proyecto se puede concluir que el cuerpo estudiantil perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables no está adecuadamente informado sobre todos los programas y proyectos que está realizando la Universidad; sin embargo se observa un alto grado de interés y expectativa frente al emprendimiento y el cómo poder realizarlo con el apoyo de la Facultad.

Se observó claramente que los estudiantes han realizado proyectos y generado ideas de empresa dentro del desarrollo de su carrera pero estos no tienen mayor trascendencia puesto que son sujetos a una calificación nada más, limitando la creatividad e iniciativa de los estudiantes y por otro lado estos proyectos no son motivados ni guiados por el docente al cual se presentó ya que no ayuda a los estudiantes a continuar con este proceso de creación de empresa.

La Universidad destina los recursos, medios y tiempos propicios para implementar el

emprendimiento en los estudiantes, pero son estos principalmente los que no muestran interés en comprometerse por un proyecto que los beneficia; además se comprobó que son los estudiantes de la jornada nocturna quienes con sus ocupaciones diarias hacen más usos de estos programas brindados.

Se evidencia la importancia del fomento del espíritu emprendedor en la educación, en este caso la educación superior como medio de desarrollo de la innovación, creatividad y estabilidad económica, con miras a la contribución al crecimiento personal y social del individuo, teniendo en cuenta los constantes cambios de los factores económicos, sociales y culturales. Por ende los medios de comunicación establecidos entre La Universidad y el Cuerpo estudiantil deben ser replanteados si es el caso, para que estos cumplan sus objetivos y permitir el aprovechamiento de los tiempos y recursos destinados al emprendimiento.

8. Bibliografía

- Banco Interamericano de Desarrollo, (2006) *Gestión Efectiva de Emprendimiento Sociales*. Primera Edición. Ed. David Rockefeller Center for Latin American Studies Harvard University.
- Biografías y vidas, la enciclopedia biográfica en línea.
- Calidad, equidad y reforma de la enseñanza. Alvaro Marchesi, Juan Carlos Tadesco, Cesar Coll. *Metas educativas 2021*. Impreso en España por ISBN: 978-84-7666-195-6 Depósito legal.
- Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador*. Ed. Edhasa. Pág. 25-26; 35-44.
- Dueñas Ricardo M. y Sagarra P. Ramon (2009). *Creación de Empresas, Teoría y Practica*. Mc Grawhill.
- Gestión Efectiva de Emprendimientos Sociales*; Escrito por Banco Interamericano de Desarrollo, Noviembre del 2006 Latigraficalngramex S.A. de C.V. *Historia de Servientrega*, Viernes 11 de febrero de 2011. Publicado por Felipe Herrera en 13-06.
- Isaacson Walter (2011), *Steven Jobs. La biografía*. Edición en formato digital. Random House Mondadori S.A.
- Joseph Alois Schumpeter - Joseph Schumpeter (1883/02/08-1950/01/08), Economista austriaco estadounidense. Nació el 8 de febrero de 1883 en Triesch, Moravia (hoy República Checa).
- Leiva B. Juan C. (2007). *Los Emprendedores y La Creación de Empresas*. Primera Edición, Editorial Tecnológica de Costa Ricas.
- Miner, J. (1997). *Una tipología psicológica de los empresarios de éxito*, pag. 16. Quorum Libros.
- Perinat, A. (1980) *Contribuciones de la etología al estudio del desarrollo Humano y socialización*. EL BASILISCO, número 11, noviembre – diciembre.
- Peter Drucker escribió sobre la innovación y el espíritu empresarial a mediados de 1980 (*Innovación y Principios y Prácticas de Emprendimiento*, 1985).
- Prats, M. Agulles, R. (2008). *Algo más que intuición para los negocios –Competencias que todo emprendedor debería desarrollar*. IESE Business School– Universidad de Navarra. DI-765.
- Revista EAN No. 66: Mayo-Agosto de 2009 p.153-168 *Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano*. Jorge Andrés Marulanda Mon-

- toya, Geovanny Correa Calle y Luis Fernando Mejía Mejía.
- Roberts, Michael J., Howard H. Stevenson, William A. Sahlman, Paul Marshall y Richard G. Hamermesh, eds. nuevos negocios y el empresario . 6^a ed. Nueva York: McGraw-Hill / Irwin, 2006.
- Rodríguez C. Jiménez M. (2005). Emprendimiento, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. Revista Innovar 15(26) pg. 73-89. Universidad Nacional de Colombia.
- Silvia Torres Carbonell, Profesora del Área Académica Política de Empresa, Directora del Centro Entrepreneurship.
- Stevenson, Howard H., y Shirley M. Spence Cómo Llegar a Dar: Recaudación de fondos de la forma emprendedora. Belmont, MA: Timberline LLC, 2011.
- Stevenson, Howard, y Laura Nash. Just Enough: Herramientas para crear el éxito en su trabajo y la vida . John Wiley & Sons, 2004.
- Stevenson, H., y Eileen C. Shapiro hace su propia suerte: 12 pasos prácticos para tomar riesgos inteligentes en los negocios . Cartera. Nueva York: Portfolio, 2005.

- Uniempresarial Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá, (2006). Guía para Construir y Formalizar una Empresa. Edición 9.
- Wei-Skillern, Jane, James Austin, Herman Leonard y Howard Stevenson. Emprendimiento en el Sector Social. Sage Publications, 2007.

Ciber Grafía

- <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/275/248>
- <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- <http://emprendemiestrategia.wordpress.com/2009/03/13/%C2%BFque-es-emprendimiento/>
- <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/emprendimiento-en-colombia/14716909>
- http://www.cna.gov.co/1741/articles-311056_PlanNacionalDesarrollo.pdf
- <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>
- <http://www.servientrega.com/index2.html>
- www.fondoemprender.com