

# Formación para el emprendimiento en estudiantes de Administración de Empresas\*

Cecilia Murcia García<sup>1</sup>, Andrés Morales Valderrama<sup>2</sup>, John Fredy Ramírez Casallas<sup>3</sup>  
Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué

<http://dx.doi.org/10.17081/eduhum.17.28.1166>

Recibido: 10 de julio de 2014

Aceptado: 15 de octubre de 2014

## Entrepreneurship training for students in Business Administration

### Palabras clave:

Emprendimiento,  
Concepciones de los estudiantes,  
Investigación formativa,  
Formación para emprendimiento.

### Resumen

El emprendimiento en cuanto a estrategia de crecimiento económico, u oportunidad de proyecto de vida o como resultado de un proceso formativo de alto nivel (educación superior) no ha generado indicadores de impacto importantes en el departamento del Tolima. En 2011, la cifra de referencia de tasa de emprendimiento regional se encontraba en 2,4 % frente al 5,9 % del PIB nacional, situación que llevó a cuestionar si ante estos bajos índices es corresponsable la educación superior. Por ello se comenzó a revisar el proceso de enseñanza como parte de la ejecución de un proyecto de investigación sobre la percepción de la formación para el emprendimiento en la universidad, desde una perspectiva de investigación formativa (IF). Como resultado se encontró de manera relevante que, a pesar de contemplar en el plan de estudios elementos que propician el emprendimiento, no existen resultados favorables que permitan dar cuenta de la coherencia entre el discurso propuesto en diferentes asignaturas y rutas formativas con la generación de conocimiento, creación de empresas o acciones de emprendimiento exitosas.

### Key words:

Entrepreneurship,  
Conceptions of students,  
Formative research,  
Entrepreneurship training.

### Abstract

Entrepreneurship, seen both as a strategy for economic growth and as an opportunity to project a life goal or as a result of a high-level training process (higher education) has not generated any significant impact indicators in the region of Tolima. As a benchmark figure, a 2011 regional entrepreneurship rate was at 2.4 %, compared to 5.9 % of GDP, a condition which led to a desire to question whether these lower figures were partly the result of higher education. This led to a review of the teaching process as part of a research project on the perception of training for entrepreneurship at university. All of it is seen from the perspective of formative research (IF). As a result, it was found that in spite of observing curriculae elements that promote entrepreneurship, there were no positive results that would account for the consistency between the discourse displayed in the subject itself and formative ways, along with the generation of knowledge, creation of new enterprises or successful new venture actions.

**Referencia de este artículo (APA):** Murcia García, C., Morales Valderrama, A. & Ramírez Casallas, J. F. (2015). Formación para el emprendimiento en estudiantes de Administración de Empresas. En Revista *Educación y Humanismo*, 17(28), 47-63. <http://dx.doi.org/10.17081/eduhum.17.28.1166>

\* Proyecto de investigación sobre la Percepción de la formación para el emprendimiento en la universidad, desarrollado por el grupo Investigación Formativa, código Scienticol COL0064718.

1. M.Sc. Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué, [cecilia.murcia@campusucc.edu.co](mailto:cecilia.murcia@campusucc.edu.co)
2. M.Sc. Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué, [andres.moralesv@ucc.edu.co](mailto:andres.moralesv@ucc.edu.co)
3. Ph.D. Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué, [john.ramirez@campusucc.edu.co](mailto:john.ramirez@campusucc.edu.co)



## Introducción

El emprendimiento es una estrategia que ha adoptado el Estado colombiano de gran relevancia en la última década, pues busca aunar esfuerzos y experiencias para lograr mejores niveles de desarrollo. En Colombia, a través de la Ley 1014/2006, cuyo propósito es el fomento del espíritu empresarial y el emprendimiento, se ha buscado hacer más participativo el concurso de los particulares y en especial de los jóvenes.

En el cumplimiento de este propósito diversas iniciativas regionales y nacionales para generar empresa se han mostrado fallidas. Respecto al departamento del Tolima se afirma que “existe un porcentaje mínimo de las ideas de negocio que llegan a su madurez con el plan de negocio, solamente el 12 % del total de los proyectos asesorados por las unidades de emprendimiento han culminado el proceso de formalizar la empresa” (Reinoso Lastra, 2010). En Colombia, Sergio Zuluaga, coordinador de Crecimiento Empresarial de Innpulsa manifiesta que “alrededor del 89 % consideran que ser emprendedor es una buena opción de carrera (...)”. Un segundo indicador señala que el 75 % cree que hay buenas condiciones para crear empresa en los próximos seis meses; y el tercero, que el 54 % quiere crear

empresa dentro de los siguientes tres años. No obstante, solamente la mitad de ellos la llevan a cabo y tan solo el 10 % de estos proyectos subsisten (Portafolio, 2013). Se refleja una importante actitud emprendedora en ellos, pero no es suficiente la legalización de una empresa para asegurar el desarrollo de una idea de negocio y su sostenibilidad en el tiempo.

Similar comportamiento tiene la generación de emprendimiento desde la formación universitaria. En el caso particular de la universidad objeto de estudio, a pesar de que se encuentra consignado como uno de los propósitos formativos en el Programa de Administración de Empresas, la formación y desarrollo en el área de emprendimiento es mínima, entre otras razones porque los estudiantes toman opciones de grado que no la incluyen, como se muestra en la Tabla 1, las preferencias en la modalidad de grado escogida por los estudiantes de Administración son los seminarios y/o diplomados de profundización.

Este panorama, en el cual se dispone de instituciones, programas e inversión que no tienen un impacto significativo en la generación del emprendimiento ha llevado al grupo Investigación Formativa a reformular las premisas sobre

**Tabla 1. Productos opciones de grado realizados entre los años 2010-2012**

Modalidades de Grado	Total	%	M	%	F	%
Seminarios/diplomados	86	74 %	36	42 %	50	58 %
Práctica empresarial	20	17 %	10	50 %	10	50 %
Investigación dirigida/monografía	11	9 %	6	55 %	5	45 %
	117		52		65	

Fuente: Beltrán-Cuesta y Ospina-Orjuela (2014)

el problema. Posiblemente su naturaleza es más compleja, pues no solo es posible hablar del emprendimiento como objeto de estudio sino que se hace necesario indagar por la *formación para el emprendimiento* (Morales, Murcia, Ramírez & Morales, 2014), para lo cual el grupo propone que cualquier proceso de este tipo o para su formación debe comenzar identificando una de las dimensiones de desarrollo (*ibídem*), que se abordan desde una perspectiva socioconstructivista. Este cambio de enfoque requiere pensar que los estudiantes y los profesores construyen concepciones sobre el mundo desde una posición humanista, cultural, economicista o ambiental.

Dichas concepciones funcionan como “...*herramientas* para poder interpretar la realidad y conducirse en ella y *barreras* que impiden adoptar perspectivas y cursos de acción diferentes” (Porlán, Rivero, García *et al.*, 1997, citados en De la Cruz, 1988), lo que indica que las concepciones son el bagaje de la visión de mundo que adopta el estudiante en su proceso formativo, según Antibi y Brousseau (citados por Godino, Font, Contreras & Wilhelmi, 2006).

[La concepción] está determinada por un [(...) grupo] relativamente organizado de conocimientos utilizados con bastante frecuencia, y [(...) totalmente], sobre un conjunto de situaciones (para el cual son pertinentes, adecuados, útiles, etc.), y que se manifiestan mediante un repertorio relativamente estable y limitado de comportamientos, lenguajes, técnicas, etc. (p.135).

En relación con lo anterior, la concepción se puede entender como el conjunto de ideas y de opiniones que tiene una persona acerca de algo y que amplía Thompson (1992, citado por Barrantes & Blanco, 2005, p.34), como “creencias, conceptos, significados, reglas, imágenes mentales y preferencias, conscientes o inconscientes”.

Los siguientes elementos son los que se tuvieron en cuenta en el proceso investigativo como información relevante para realizar una buena definición de emprendimiento.

Para Salinas y Osorio (2012):

El emprendimiento es un término que está directamente relacionado con la acción de la persona. En este sentido se puede entender [...] como el conjunto de actitudes y conductas que dan lugar a un determinado perfil personal orientado hacia la autoconfianza, la creatividad, la capacidad de innovación, el sentido de responsabilidad y el manejo del riesgo (p.6).

Esta definición muestra la importancia de despertar ciertas actitudes y aptitudes en las personas con el fin de activar su espíritu emprendedor. Igualmente, en el estudio realizado por Galindo y Echavarría (2011) se identifican en sus análisis de resultados, algunas características en común con relación al emprendedor: “capacidad de asumir riesgos, habilidad para la búsqueda de oportunidades y de información, espíritu de competencia, mente abierta, innovación” (p.10).

Según Duarte y Ruiz (2009), se pueden mencionar tres tipos de emprendimiento:

- Emprendimiento empresarial. Corresponde a las unidades productivas de bienes y servicios.
- Emprendimiento social. Se refiere a los proyectos que enfatizan en el contenido social desde áreas como comunicación, capacitación, medicina.
- Emprendimiento corporativo. Representa las propuestas de cambio e innovación al interior de las organizaciones y desde cualquier disciplina o área del saber (p.6).

Pero, es realmente difícil establecer una definición exacta de emprendimiento, ya que existen diversas formas de ser emprendedor; por lo tanto, es más sencillo visualizar el comportamiento de los individuos en el desarrollo de sus actividades, lo cual se asemeja a la afirmación de Gardner (citado por Rodríguez, 2009), quien señala que:

Existen muchos tipos de emprendedores, muchas maneras de ser emprendedor y sus características de empresas son muy variadas, como las condiciones del entorno en que se desarrollan. En consecuencia, el análisis del emprendimiento debe cambiar hacia modelos interdisciplinarios o multivariados que perciban la complejidad de la persona, la empresa y el entorno; por lo tanto, cualquier modelo que trate de interpretar el emprendimiento debe tener características económicas, psicológicas y sociales, y culturales (p.11).

El emprendimiento es, en consecuencia, uno de los resultados de la cultura aplicada en una sociedad o entidad, entendiéndose por cultura lo propuesto por Rocher (citado por Rodríguez, 2005), quien señala que

la cultura es un conjunto unido de formas de pensar, de sentir y de actuar más o menos formalizadas, que eran aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas y que sirven de manera objetiva y simbólica para reunir las en una colectividad particular y distintiva (p.5).

En consecuencia, se asume que la cultura en una comunidad se adquiere día a día hasta cuando se consolida en la conducta de las personas, permitiendo la fijación de objetivos compartidos y la forma en que se pueden alcanzar.

Por su parte, Koontz y Heinz (2002) mencionan que la cultura es el patrón que genera conductas, creencias compartidas y valores que los miembros tienen en común. Lo anterior indica que estos aspectos que conforman una cultura hacen parte de una continuidad, que viene desarrollándose poco a poco en un sitio y una sociedad específicos, donde así adquiere características en común únicas y diferenciadoras.

Cuando se hace referencia a la vida empresarial, se observa que a lo largo del tiempo se ha mantenido una cultura que si bien se enmarca en el ámbito organizacional, también se ve influenciada por la cultura de la sociedad que se desempeña en la entidad, como lo menciona García (2006) cuando indica que:

La cultura se entiende como un fenómeno nacional que influye en el desarrollo y refuerzo de creencias en el contexto organizacional. Las similitudes y diferencias en los valores y actitudes de las personas en las diversas organizaciones provienen, en primera instancia, de la influencia que ejerce la sociedad en la cultura organizacional (p.4).

Como interpretación de este contexto, se habla de la cultura universitaria como una expresión cultural, pero también como una parte de un entramado organizacional, que permite legitimar un saber para un desempeño laboral en la sociedad; se evidencia entonces la existencia de una cultura universitaria, representada (entre otros) por un currículo académico que la institución ofrece a los estudiantes y que a través del cual es posible formarse (dentro de varias opciones) para el emprendimiento. Según Malagón (2008), el currículo ante todo es

una praxis social y, por ende, llena de contradicciones y conflictos, y quizás aquí radique uno de los grandes problemas de la discusión sobre el currículo: la producción y reproducción conflictiva del mundo como alternativa para una pertinencia integral (p.3).

Es por esto que la universidad debe poner a disposición del estudiante un currículo académico que en realidad se ajuste a los perfiles del profesional en Administración de Empresas. Por consiguiente, la enseñanza requiere al menos

tres componentes: “1) Conocer y comprender ese algo (conocimiento disciplinar); 2) conocer los aspectos relacionados con la enseñanza y el aprendizaje (aportaciones de la didáctica) y 3) saber cómo enseñar ese algo a un grupo particular de alumnos, los propios” (Lorenzo, 2012, p. 4). Por lo tanto, se asume que la enseñanza que imparte la universidad, resumida en su currículo académico, influye sin lugar a dudas en el aprendizaje del estudiante, quien con los conocimientos y las habilidades que adquiere demuestra el grado de aprendizaje alcanzado.

En términos legales, Duarte y Ruiz (2009) mencionan acerca de la Ley 1014/2006:

La ley promueve y reglamenta el emprendimiento en los distintos niveles de la educación del país bajo los principios y valores establecidos por la Constitución de 1991, con ella se relaciona el sistema educativo y el sistema productivo a través de la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales; a través de la ejecución de una asignatura transversal del emprendimiento (p. 2).

A su vez, atendiendo lo dispuesto por la ley, la institución educativa fomenta y desarrolla en la comunidad universitaria la cultura del emprendimiento, la innovación y la transferencia tecnológica impulsando acciones de sensibilización, formación y acompañamiento para la creación de empresas innovadoras, generación

de empleo productivo, crecimiento del sector solidario y transferencia tecnológica al servicio de la sociedad y del sector productivo.

Con este propósito, la universidad escogida para el estudio, busca fomentar y establecer una cultura emprendedora por medio de una formación para el emprendimiento.

La formación para el emprendimiento [(...) atiende] el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan, entre otros, la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo (Ley 1014/2006, p.1).

Mediante el emprendimiento empresarial se pretende fomentar, asesorar y realizar acompañamiento a las ideas de negocio que surjan en medio del proceso formativo, con el fin de que el producto final sea constituir una empresa que logre mantenerse en el mercado, ya que según la referida ley “para que alcance su madurez en el corto plazo, y se garantice su autosostenibilidad, una empresa al iniciar operaciones debe buscar mecanismos para resolver problemas de comercialización e incentivar la investigación de nuevos productos y nuevos mercados” (p.6).

Teniendo en cuenta la revisión teórica, se llega al siguiente concepto enunciado anteriormente en la introducción:

*El emprendimiento es considerado como el conjunto de actitudes y conocimientos que reúne un individuo para desarrollar una idea de negocio que conduzca a la creación de empresa, a su proyección una vez constituida y al desarrollo de la sociedad.*

En este concepto aparecen tres componentes clave, los cuales se tienen en cuenta a la hora de clasificar las preguntas: *actitudes, conocimientos e idea de negocio.*

Lo anterior permite suponer que si a lo largo de su pregrado los estudiantes han encadenado una serie de significados en torno al emprendimiento (abordado desde los diferentes componentes del currículo de Administración de Empresas), se generen como resultado sendas propuestas cuando no ejercicios ya consolidados de emprendimiento (experiencias exitosas, empresas en marcha, etc.). Sin embargo, la realidad expresa lo contrario, la baja preferencia (casi nula) por la generación de empresa como opción de grado. De aquí que sea necesario estudiar las concepciones sobre formación para el emprendimiento que construyen los estudiantes del Programa de Administración de Empresas mediante el desarrollo de los procesos curriculares que en este caso les ofrece la universidad.

## **Materiales y métodos**

### ***Tipo de investigación***

Se estableció una investigación de tipo exploratorio con estrategia heurística, con el propósito de ubicar las posibles causas de la problemática

ca encontrada, utilizando métodos cuantitativos (encuesta) para recolectar la información primaria, y el método cualitativo para analizar las concepciones de los estudiantes adscritos al Programa de Administración de Empresas. De igual forma se enriquecen los resultados mediante información secundaria, aportada por la revisión de eventos como seminarios, congresos, ferias empresariales, trabajos de grado de los estudiantes e informes de proyección social del programa.

### ***Población y muestra***

La muestra estuvo constituida por 128 estudiantes, que participaron en un ejercicio cuyo propósito era conocer cómo veían la orientación de la competencia transversal del emprendimiento en el Programa de Administración de Empresas, a través de una encuesta diseñada para tal fin. La Tabla 2 presenta la distribución de la muestra, cuyo criterio de selección fue la sola voluntad de participar.

**Tabla 2. Población y muestra**

Semestre	N.º estudiantes nocturnos	N.º estudiantes diurnos
I	14	12
III	14	23
V	20	
VI	32	
VII	13	
Total	93	35

Fuente: Beltrán-Cuesta y Ospina-Orjuela (2014)

Seguidamente se efectuó un análisis de los trabajos de grado ubicados en las bibliotecas de los distintos programas de la institución y se exa-

minaron los contenidos de los seminarios y los congresos desarrollados hasta la fecha por parte del Programa de Administración de Empresas, así como el resultado del proceso de observación realizado en la participación activa en la promoción, divulgación e inscripción de estudiantes para la última feria empresarial llevada a cabo en el mes de octubre del año 2012, organizada en la universidad.

### ***Categorías de análisis e instrumento de recolección de datos***

Para identificar las concepciones se hizo necesario responder el interrogante acerca de cómo están compuestas. Un proceso de revisión de autores diversos llevó a definir que el concepto de emprendimiento posee tres dimensiones recurrentes:

*Actitudes.* Preguntas formuladas con el propósito de verificar la actitud tomada por el estudiante frente a distintas situaciones planteadas en el documento, para verificar su motivación e iniciativa en torno al emprendimiento.

*Conocimientos.* Estas preguntas surgen con el fin de indagar acerca del conocimiento del estudiante sobre emprendimiento, su opinión sobre el fomento, la promoción y el grado de enseñanza actual del emprendimiento en la universidad referida.

*Idea de negocio.* Las preguntas que sustentan este componente manifiestan el interés por averiguar si el estudiante considera que el apoyo de esta institución de educación superior (tutoría

docente, consultorios, etc.) es suficiente para impulsar iniciativas de negocio, ya sea de un producto o un servicio, que produzcan finalmente la formulación de un plan de negocios.

A partir de cada una de las categorías se construyeron preguntas que conforman una encuesta con un total de 13 preguntas (Tabla 3), que pueden ser clasificadas en cada una de las dimensiones o en dos de ellas (Figura 1).

**Tabla 3. Preguntas encuesta**

N.º	Indagación
P1	¿Qué entiende por emprendimiento?
P2	¿Se está implementando en el desarrollo de las asignaturas el emprendimiento?
P3	¿Cree usted que la Universidad está utilizando los recursos necesarios para la creación e implementación de emprendimiento?
P4	¿Está interesado en el emprendimiento y desearía graduarse con proyecto de emprendimiento, aprovechando la facultad que otorga la Ley 1014/2006?
P5	Cuando se realiza el encuadre pedagógico, ¿usted acuerda con su docente la continuidad de sus proyectos de emprendimiento desde su asignatura?
P6	¿Sus docentes desde la asignatura que orientan, le despiertan su espíritu creativo y emprendedor?
P7	¿Usted considera que es importante el componente investigativo en los proyectos de emprendimiento?
P8	¿Los docentes impulsan las iniciativas de negocio de los estudiantes?
P9	¿Considera que el currículo cuenta con las asignaturas suficientes para que usted avance en su proceso educativo?
P10	¿Considera que es necesario un modelo didáctico para orientar el emprendimiento en el programa?
P11	¿Conoce la unidad de emprendimiento de la Universidad?
P12	¿Pide asesoría a sus docentes para que les orienten el desarrollo de una idea de negocio?
P13	¿Le interesaría, que hubiera una especificación en el área de emprendimiento desde el comienzo de semestre?

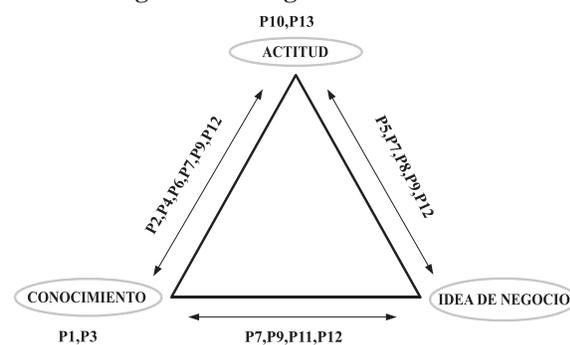
Fuente: Beltrán-Cuesta y Ospina-Orjuela (2014)

La encuesta aplicada consistió en un cuestionario estructurado, abierto, de objetivo claro, que debía ser diligenciado personalmente; luego los formatos de las encuestas fueron clasificados en carpetas por semestres junto con la información complementaria para una posterior elaboración de documentos de resumen y matrices. Dicha recolección cubrió el periodo 2010-2013.

### *Técnicas de procesamiento y análisis de datos*

La información recolectada mediante encuesta fue clasificada, tabulada y codificada, y luego se hizo el análisis de datos conforme el método de la triangulación en función de las relaciones de la Figura 1, que permite identificar la correlación conceptual existente entre los resultados de las preguntas. Para el análisis de la información obtenida de las memorias de los trabajos de grado, seminarios, congreso y feria empresarial, se realizaron matrices y documentos donde se ubicó y organizó la información por contenido.

**Figura 1. Triangulación de datos**



Fuente: Beltrán-Cuesta y Ospina-Orjuela (2014)

Con el propósito de indagar en la concepción que tiene el estudiante, se procedió a realizar un

análisis de contenido (Piñuel, 2002) que toma como unidad de análisis las respuestas a cada una de las preguntas. La consistencia de dichas respuestas se revisa triangulando las obtenidas en las diferentes preguntas, de acuerdo con las categorías a las que pertenecen y las relaciones que existen entre ellas.

### **Resultados**

En su labor de formación de profesionales, el currículo propuesto permite visibilizar varias formas de emprendimiento a través de algunas situaciones que generan un aporte significativo hacia la comunidad, gracias a la realización de prácticas y eventos en los cuales se nota el emprendimiento social y cooperativo, que despertó actitudes y aptitudes favorables en el proceso de formación profesional de los estudiantes; con este fundamento y teniendo en cuenta *el concepto de emprendimiento* formulado a partir de la revisión teórica, se desarrolla el análisis.

#### ***Análisis de la información recolectada en las fuentes primarias***

La triangulación de datos (Figura 1) se realizó agrupando las preguntas concordantes bajo la teoría de los autores referenciados. La mayoría de las preguntas contienen información relacionada con dos componentes (Tabla 4), pero existen algunas que pertenecen a una o tres categorías. Sin importar a qué categoría pertenezca la pregunta, su finalidad es identificar la concepción que tiene el estudiante de su formación para el emprendimiento.

A continuación se muestran aquellas preguntas que pertenecen a una sola categoría, para luego realizar un análisis de correlación de la triangulación:

*Categoría actitud:* A esta categoría pertenecen las preguntas 10 y 13, pues su objetivo inicial va encaminado a analizar el interés que tiene el estudiante por el emprendimiento y asimismo a identificar sus concepciones con respecto al apoyo brindado por los docentes a su creatividad y espíritu emprendedor.

*Categoría conocimiento:* Las preguntas 1 y 3 se clasificaron en esta categoría, ya que permiten medir la comprensión de los estudiantes sobre el emprendimiento, es decir, si conocen su definición e implementación en sus asignaturas y la universidad.

*Categoría idea de negocio:* Esta categoría contiene preguntas que si bien van encaminadas a las categorías actitud y conocimiento, su finalidad última es obtener información que permite identificar lo que posiblemente sucede en cuanto a la generación y apoyo a las ideas de negocio de los estudiantes en su proceso formativo.

Partiendo del hecho de que en la categoría conocimiento se encuentra que la mayoría de los encuestados (94,53 %) conoce el concepto de emprendimiento, pero lo enfocan hacia la creación de empresas; y dejando a un lado otros aspectos importantes del concepto, se realizan los análisis de las posibles correlaciones existentes entre las categorías:

**Tabla 4. Criterios y clasificación de las respuestas**

Componentes	Actitudes	Conocimientos	Plan de negocio
* F.A. Respuesta encuesta	Salinas y Osorio (2012); Gardner (citado por Rodríguez, 2009); Rocher (citado por Rodríguez, 2005); Koontz y Heinz (2002); García (2006).	Malagón (2008) Lorenzo (2012, p.4).	Duarte y Ruiz (2009); García (2006).
R <sub>1</sub> El 94,53 % de los estudiantes conoce el concepto emprendimiento, pero su respuesta es limitada.	X		
R <sub>2</sub> El 66,41 % de los estudiantes considera que se está implementando el emprendimiento en las asignaturas.	X	X	
R <sub>3</sub> El 71,88 % de los encuestados respondió que no se están utilizando los recursos necesarios para el emprendimiento.		X	
R <sub>4</sub> El 84,38 % de los encuestados muestra interés por el emprendimiento como una opción de grado.	X	X	
R <sub>5</sub> El 78,13 % de los encuestados no acuerda la continuidad de los proyectos con sus docentes.	X		X
R <sub>6</sub> El 60,94 % de los estudiantes considera que los docentes desde la asignatura que orientan, despiertan el espíritu creativo y emprendedor.	X	X	
R <sub>7</sub> El 97,66 % de los estudiantes sabe que la investigación es parte esencial en el proceso emprendedor.	X	X	X
R <sub>8</sub> El 53,13 % de los estudiantes reconoce que de algún modo los docentes impulsan las ideas de negocio que se plantean. Existe una división de opiniones respecto a esta pregunta, indicando, desde el punto de vista de los autores, que pueden existir asignaturas que en distintos semestres contribuyan al impulso de las iniciativas de negocio, pero otras no.	X		X
R <sub>9</sub> El 59,38 % de los estudiantes considera que el currículo de la carrera, no cuenta con suficientes asignaturas para generar emprendimiento. Esta situación, a criterio de los autores, conlleva a una preparación inadecuada del estudiante para la creación y continuidad de ideas de negocio.	X	X	X
R <sub>10</sub> El 92,19 % de los estudiantes cree necesario implementar un modelo didáctico que permita orientar efectivamente el emprendimiento.	X		
R <sub>11</sub> El 76,56 % de los estudiantes dice no conocer la unidad de emprendimiento de la Universidad.		X	X
R <sub>12</sub> El 55,47 % de los estudiantes acepta que no pide asesoría a sus docentes para desarrollar ideas de negocio. Para los autores, esto manifiesta una de las razones por las cuales desde la academia el estudiante desarrolla pocas ideas de negocio sólidas.	X	X	X
R <sub>13</sub> El 93,75 % de los estudiantes muestra interés por el tema del emprendimiento, y sugiere incluir esta temática desde el inicio de la carrera.	X		

\*Fundamentos de autores.

Fuente: Beltrán-Cuesta y Ospina-Orjuela (2014)

**Tabla 5. Correlación entre las categorías**

Categorías	Conocimiento-actitud	Conocimiento-idea de negocio	Actitud-idea de negocio
Análisis	<p>Al realizar un análisis de correlación entre las preguntas que se considera pertenecen al mismo tiempo a las categorías de “conocimiento” y “actitud”, se puede observar lo siguiente:</p> <p>Un porcentaje significativo (84,38 %) de los estudiantes muestra interés por el emprendimiento como una opción de grado, pero ellos (92,19 %) consideran de igual forma necesario implementar un modelo didáctico que permita orientar efectivamente el emprendimiento; mientras, la proporción de estudiantes (59,38 %) que son conscientes de la necesidad de incluir más asignaturas cuyo enfoque sea precisamente: formación para el emprendimiento en el currículo, resulta siendo casi similar al que registra el poco interés (55,47 %) en los estudiantes por pedir asesorías a sus docentes para desarrollar ideas de negocio. Así, generando una posible hipótesis:</p> <p>La mayoría de los estudiantes en el transcurso de la carrera profesional llegan a sentir cierta inclinación hacia el emprendimiento, pero cuando cursan cada semestre encuentran insuficientes asignaturas que contribuyen al proceso de formación para el emprendimiento, lo cual desmotiva su interés para pedir asesorías a sus docentes; esto también justificaría en otras respuestas la falta de orientación e impulso de los jóvenes (60,94% y 66,41 %, respectivamente) en materia de iniciativas emprendedoras.</p>	<p>Siguiendo con el método de análisis de correlación de preguntas, los autores consideran igualmente la clasificación de algunas de estas en las categorías de “conocimiento” e “idea de negocio” por su relación, en razón de que según lo mencionado anteriormente, existe en los estudiantes una necesidad de que se incluyan más asignaturas en el currículo relacionadas con la formación para el emprendimiento, y que muchos de los encuestados (75,56 %) afirman que desconocen la existencia de una unidad de emprendimiento en la universidad, y más de la mitad (55,47 %) al reconocer que no piden asesoría a sus docentes, ponen de manifiesto una problemática donde a manera de hipótesis se podría decir lo siguiente:</p> <p>Los estudiantes no se han formado correctamente para crear empresa, por uno u otro motivo, ya sea por no poder acceder a una unidad de emprendimiento (aún si esta existiera, no la conocerían) en la universidad, o por no querer incluir la opinión y recomendación de sus docentes en torno a sus ideas de negocio. Esto explica los bajos índices de creación de empresa en los últimos 10 años, mientras tanto estudiantes o egresados de la universidad coinciden al expresar que la realidad por la que atraviesa la ciudad de Ibagué no permite la disminución del desempleo.</p>	<p>Las preguntas que pertenecen a las categorías “actitud” e “idea de negocio” siguen teniendo en cuenta aspectos anteriormente mencionados, pero ahora se suma otro resultado importante como es el hecho de que en un porcentaje alto (78,13 %) el estudiante reconoce no pactar la continuidad de sus ideas de negocio con sus docentes al iniciar una asignatura por medio del encuadre pedagógico; esta información permitiría decir que probablemente al pasar de un semestre a otro y no encontrar materias y docentes que contribuyan en su formación para el emprendimiento, el alumno pierde interés y motivación, situación que posiblemente lo lleve a no continuar con sus proyectos emprendedores.</p>

Fuente: Los autores

Como se observa, existen preguntas como la 7, 9 y 12 que aparecen en las tres categorías, donde puede decirse que el estudiante es consciente que la investigación juega un papel muy importante con respecto al tema y que de igual forma conoce lo suficiente sus materias como

para decir que no tiene las suficientes, incluso siente la necesidad de que faltan otras para generar emprendimiento; lo anterior probablemente hace que el estudiante si no tiene continuidad ni pide asesoría, vea el proceso como un compromiso más para obtener una nota.

Algunas preguntas anteriormente analizadas reflejan porcentajes que dejan dudas acerca de lo que realmente piensan los estudiantes, debido a sus opiniones contradictorias en los distintos semestres; esta situación se presenta probablemente por la falta de una unidad de emprendimiento o un encargado de promover e impulsar la cultura emprendedora en la universidad, o también por la falta de continuidad en la formación para el emprendimiento de los estudiantes objeto de estudio.

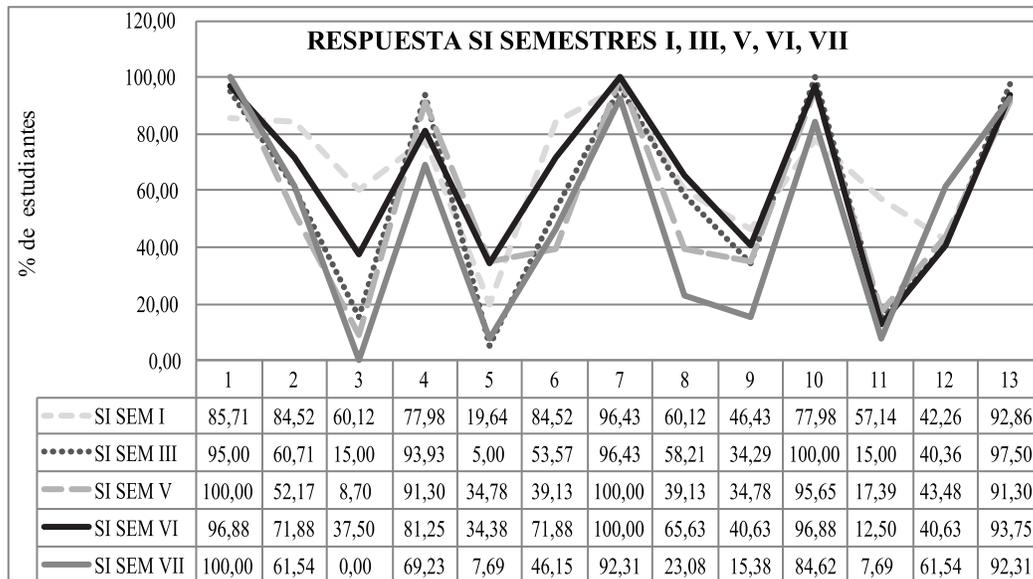
Se refleja en la Figura 2 un asentamiento de las concepciones de los estudiantes en la medida en que avanzan en su proceso educativo, como son: ausencia de recursos para el emprendimiento, no continuidad de iniciativas propuestas en los primeros semestres, el escaso impulso de las ideas de negocio, la ausencia de asignaturas que refuercen el emprendimiento y no contar con

una unidad de emprendimiento funcional. Por otro lado, se registra una importante concordancia entre el deseo de obtener grado y el plan de negocios; de igual manera el componente investigativo demanda un modelo didáctico que le dé soporte a los emprendimientos y conozca la importancia de articular la formación emprendedora desde el primer semestre.

**Análisis de la información recolectada en las fuentes secundarias**

Este análisis muestra lo siguiente: la Universidad visibiliza la gestión que desarrolla en torno al emprendimiento a través de actividades académicas organizadas por docentes y estudiantes. Es así que el Programa de Administración de Empresas, en su tarea de fortalecer en temas de emprendimiento a su comunidad educativa, viene desarrollando eventos, abordando temáti-

**Figura 2. Comportamiento de la concepción de emprendimiento en estudiantes**



Fuente: Beltrán-Cuesta y Ospina-Orjuela (2014)

cas sobre el papel del administrador en el contexto, competitividad, estrategias empresariales, responsabilidad social y los retos que traen los mercados internacionales a los emprendedores colombianos.

que defina plenamente la adopción del formato plan de negocios que tiene el Fondo Emprender, puesto que la institución educativa tiene adscrita su Unidad de Emprendimiento al mencionado fondo. También se llevan a cabo ferias empre-

**Tabla 6. Seminarios y congreso del Programa de Administración de Empresas**

Seminario/Congreso	Conferencia	Fecha
I Seminario: El papel del administrador como agente de desarrollo regional en el Tolima	1. El papel del administrador de empresas como agente de desarrollo regional. 2. La economía solidaria como alternativa de desarrollo. 3. Habilidades gerenciales y prospectiva organizacional. 4. Política de desarrollo económico del Tolima. 5. Visión ético-ambiental del administrador	20 y 21 de mayo de 2008
II Seminario: Prospectiva y competitividad para el desarrollo de la región	1. La crisis global: retos y oportunidades para el sector cooperativo. 2. Responsabilidad social del sistema de compensación familiar. 3. El servicio al cliente factor decisivo en las ventas. 4. Por qué creer en Colombia	22 y 23 de abril de 2009
III Seminario: Estrategias empresariales frente al cambio climático	1. Perspectiva global del cambio climático. 2. Propuesta para operatividad de la unidad técnica del cambio climático del departamento del Tolima. 3. El cooperativismo y su compromiso con las comunidades (El pacto verde y la responsabilidad social cooperativa). 4. Políticas públicas frente a las negociaciones del cambio climático en Copenhague.	27 y 28 de mayo de 2010
IV Seminario: La responsabilidad social empresarial como estrategia de desarrollo regional	1. Conferencia: Las normas ISO 26000 y cómo elaborar un plan de responsabilidad social empresarial. 2. Conferencia: Importancia de la responsabilidad social empresarial. 3. Conferencia: Reflexiones sobre la relación de las políticas públicas y la responsabilidad social empresarial, desde la perspectiva del desarrollo local. 4. Conferencia: La universidad frente a la responsabilidad social empresarial.	8 y 9 de septiembre de 2011
II Congreso Nacional y V Seminario Regional de Administración de Empresas: "Los mercados internacionales un reto para los emprendedores colombianos"	1. Los grandes desafíos de los mercados internacionales. 2. Responsabilidad social del sistema de compensación familiar. 3. Creación de empresas para negociar con los Estados Unidos. 4. La gestión estratégica de la propiedad intelectual. 5. Oportunidades para el cooperativismo en los mercados internacionales y el emprendimiento. 6. Panorama de negociación con China e India. 7. Consejo Nacional de Administración de Empresas Cepae.	2 y 3 de noviembre de 2012

Fuente: Los autores

La Tabla 7 refleja el número de monografías de los años 2011 y 2012 que contienen el análisis de una idea de negocio. Es de anotar que la universidad en mención no ha establecido el plan de negocios competitivo como modalidad de grado y los estudiantes realizan una monografía donde expresan la factibilidad del negocio, sin embargo no se cuenta con un respaldo legal

sariales, pero curiosamente son organizadas por la Facultad de Derecho, y aún más insólito es el hecho de que en la que tuvo lugar en octubre de 2012, ningún plan de negocios de los estudiantes de Administración de Empresas se hizo partícipe en el evento aun cuando el programa apoyó su promoción e inscripción.

**Tabla 7. Monografías años 2011 y 2012  
estudiantes Administración de Empresas**

Tipo de emprendimiento	2011	2012
Emprendimiento unipersonal	1	3
Emprendimiento social		2
TOTAL	1	5

Fuente: Beltrán-Cuesta y Ospina-Orjuela (2014)

### Conclusiones

Desde una perspectiva de investigación formativa, la universidad en la que se realizó el proceso investigativo expresa que existen dificultades para desarrollar procesos coherentes entre los postulados normativos (internos) y las realidades halladas; este es un claro ejemplo que lleva a considerar que la resolución de esta situación se debe abordar no solo desde la configuración curricular, sino que el asunto es más complejo y requiere identificar más factores que impiden un proceso de IF como mediador y solucionador de la problemática (Ramírez & Morales, 2011).

Después de lo expuesto anteriormente, se considera necesario revisar el emprendimiento como algo más que una competencia que el estudiante debe lograr en desarrollo de su proceso educativo; ello implica una articulación del proceso emprendedor en las diferentes asignaturas del currículo con una idea de negocio que este plantee y que alcance su madurez con la creación de la empresa, lo que garantiza en él la adopción de actitudes, aptitudes y experiencia previa que luego debe tener como administrador de empresas. Esta premisa de ir *más allá* requiere entender que la formación para el emprendimiento no solo es del ámbito académico, sino que también hace parte de la identificación de la universidad

como una relación entre subsistemas que operan para obtener una responsabilidad social. Finalmente, un proceso emprendedor no solo es un ejercicio académico, sino también es un reflejo de la responsabilidad social que impulsaría la creación de empleos nuevos, tributaciones al Estado, escenarios de tejido social y, por ende, la visibilidad de la institución de educación superior como actor de alto impacto en el desarrollo regional (Morales, Ramírez & Salgado, 2009).

Tal vez la falta de claridad en una dimensión de desarrollo (Morales *et al.*, 2014) que guíe el proceso, hace que no se lleve a cabo un procedimiento formativo consciente de finalidades de emprendimiento como opción de grado (opción de vida), y por esto los trabajos de grado de los estudiantes se asumen como requisitos superficiales y no como impulsores de dinámicas empresariales productivas regionales. De aquí que en el Programa de Administración de Empresas las pocas referencias de trabajos de grado (tipo monografías) se enfocan generalmente a mejorar o recomendar la implantación de algún procedimiento en una empresa, nada profundo, innovador o determinante para el cambio de la organización, o de impacto en el entorno competitivo, y mucho menos un aporte nuevo a la construcción de conocimiento disciplinar. Sin embargo, la intención que busca este tipo de trabajos puede asimilarse como una propuesta de intervención equivalente a una acción de emprendimiento, desde el punto de vista corporativo, lo cual es sujeto de análisis y discusión en documentos posteriores.

Pese a que la institución universitaria cuenta con una estructura normativa para promover el emprendimiento, la revisión de fuentes secundarias registradas en el periodo 2010-2013 demuestra que esta normatividad acoge el emprendimiento en esta entidad, pero no en su totalidad, pues no formula planes ni ahonda en discusiones conceptuales sobre alcances, tipos o niveles de emprendimiento. Desde una apreciación intersubjetiva se podría decir que el emprendimiento se hace visible porque en la universidad se realizan eventos como seminarios, congresos, conferencias, ferias empresariales, que se contemplan como emprendimiento social, pero no hay suficiente discusión técnica previa ni posterior que permita legitimarlo.

Un elemento adicional encontrado consiste en que la opción de grado denominada práctica empresarial, escenario que abre una primera experiencia de la posible vida laboral profesional tanto en entidades públicas como privadas, podría equipararse a un ejercicio de emprendimiento corporativo, pero ahora mismo si su fin es contribuir a la solución de un problema encontrado al interior de la organización, o a la realización de una propuesta de mejoramiento de un proceso, se debe llegar gestionando cambios e innovando al interior de las organizaciones en las que se adelantan dichas prácticas. Luego debe darse una mayor formalidad de tipo investigativo y una mayor exigencia técnica, pues no existe registro de discusiones técnicas que contribuyan a identificar los resultados de dichas prácticas como procesos innovadores o de impacto a nivel de emprendimiento. Por lo tanto,

apenas son ejercicios académicos desprovistos de fundamentación técnica que construya conocimiento o enriquezca la calidad organizacional, y están lejos de la generación de *spin-off*, nuevos puestos de trabajo o impacto productivo de carácter competitivo para el entorno regional.

### Referencias

- Arias, L., Portilla De Arias, L. & Acevedo, C. (2008). Propuesta metodológica para la elaboración de planes de negocios. *Scientia et Technica*, 40, 132-135. Extraído el 20 de noviembre de 2014, de <http://revistas.utp.edu.co/index.php/revistaciencia/article/view/3081/1731>
- Barrantes, M. & Blanco, L. (2005). Análisis de las concepciones de los profesores en formación sobre la enseñanza y aprendizaje de la geometría. *Revista Números*, 62, 33-44. Extraído el 26 de noviembre de 2014, de <http://www.sinewton.org/numeros/numeros/62/Articulo02.pdf>
- Beltrán-Cuesta, J.D. & Ospina-Orjuela, C.E. (2014). *Concepción de la formación para el emprendimiento en estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia-sede Ibagué: 2010-2013*. Trabajo de pregrado en Administración de Empresas no publicado, Universidad Cooperativa de Colombia, sede Ibagué.
- Colombia, líder en emprendimiento (2013, 5 de noviembre). Bogotá: Portafolio.co. Extraído el 26 de junio de 2014 desde <http://www.portafolio.co/negocios/colombia-lider-emprendimiento>.

- De la Cruz, M. (1988). La enseñanza: ejes y concepciones. *Estudios Pedagógicos*, 24, 31-41. Extraído el 15 de octubre de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=173513846002>
- Duarte, T. & Ruiz T. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, 3(43), 326-331. Extraído el 5 de mayo de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/849/84917310058.pdf>
- Fernández, M. (2009). Ideas de negocio para egresados universitarios. Fases en la búsqueda de una idea, bancos de ideas y nuevos yacimientos de empleo en la España del siglo XXI. *Universidad & Empresa*, 8(16), 45-70. Extraído el 26 de noviembre de 2014, de [http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/fb/fbfcc677-8268-49db-9dac-0ca4e90543f9.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/fb/fbfcc677-8268-49db-9dac-0ca4e90543f9.pdf).
- Galindo, R. & Echavarría, M. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. *Revista EIA*, 15, 85-94. Extraído el 20 de noviembre de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/1492/149222633008.pdf>
- García, C. (2006). Una aproximación al concepto de cultura organizacional. *Universitas Psychologica*, 5, 163-174. Extraído el 21 de noviembre de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/647/64750112.pdf>
- Godino, J. Font, V., Contreras, A. & Wilhelmi, M. (2006, marzo). Una visión de la didáctica francesa desde el enfoque ontosemiótico de la cognición e instrucción matemática. *Revista Latinoamericana de Investigación en Matemática Educativa*, 9(1), 117-150. Extraído el 12 de diciembre de 2014, de <http://www.scielo.org.mx/pdf/relime/v9n1/v9n1a6.pdf>
- Koontz, H. & Heinz, W. (2002). *Administración: Una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.
- Ley 1014/2006. De fomento a la cultura emprendedora.
- López, J. (2004). Los entornos de la innovación. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS)*, 1(2), 189-193. Extraído el 8 de diciembre de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/924/92410210.pdf>
- Lorenzo, M. (2012). Los formadores de profesores: el desafío de enseñar enseñando. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 16(2), 295-312. Extraído el 28 de noviembre de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/567/56724395016.pdf>
- Malagón, L. (2008). El currículo: perspectivas para su interpretación. *Investigación y Educación en Enfermería*, XXVI(2), 136-142. Extraído el 2 de noviembre de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105215278013>
- Morales Valderrama, A., Ramírez Casallas, J.F. & Salgado Horta, D. (2009). *Identificación de los problemas que experimenta la Investigación Formativa en la Universidad Cooperativa de Colombia, Seccional*

- Ibagué. Hacia la consolidación de una propuesta formativa.* Ibagué: Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.
- Morales, A., Murcia, C., Ramírez, J. & Morales, F. (2014). Dimensiones de desarrollo sostenible para el proceso de emprendimiento del Tolima - Propuesta desde la investigación formativa. En J. Reyes-Cruz, M. López Galindo y E. Villegas-Guevara (Edits.), *El holismo en las Ciencias Económico-administrativas: causas, efectos y tendencias* (pp.161-183). Hidalgo, México: Cofradía de Coyotes.
- Okuda, M. & Gómez, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(1), 118-124. Extraído el 17 de octubre de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/806/80628403009.pdf>
- Piñuel R. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3(1), 1-42. Extraído el 9 de agosto de 2014, de [https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel\\_Raigada\\_AnalisisContenido\\_2002\\_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-07-29-Pinuel_Raigada_AnalisisContenido_2002_EstudiosSociolingüísticaUVigo.pdf)
- Ramírez, J.F. & Morales, A.A. (2011). La Investigación Formativa en la Universidad Cooperativa de Colombia, Seccional Ibagué, de una propuesta formativa a una experiencia significativa-. *Revista Entre Comillas*, 14, 93-102.
- Reinoso Lastra, J.F. (2010). Emprendimiento empresarial en el departamento del Tolima. *Revista Mundo Económico Empresarial*, 8, 51-55. Extraído 12 de marzo de 2012, de [http://desarrollo.ut.edu.co/tolima/hermesoft/portal/home\\_1/rec/arc\\_21511.pdf](http://desarrollo.ut.edu.co/tolima/hermesoft/portal/home_1/rec/arc_21511.pdf)
- Rodríguez, A. (2005). La mentalidad empresarial como expresión de la cultura organizacional. Universidad Libre, *Entramado*, 1(1), 6-17. Extraído el 12 de mayo de 2014, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=265421067002>
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 26, 94-119. Extraído el 26 de noviembre de 2014, de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508>
- Salinas, F. & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 75, 128-151. Extraído el 14 de noviembre de 2014, de <http://www.redalyc.org/pdf/174/17425798008.pdf>