

**CULTURA EMPRENDEDORA DEL PROGRAMA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD
FRANCISCO DE PAULA SANTANDER, OCAÑA –COLOMBIA**

**ENTREPRENEURIAL CULTURE OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM FRANCISCO DE PAULA SANTANDER UNIVERSITY,
OCAÑA- COLOMBIA**

Msc. Genny Torcoroma Navarro Claro^a, Msc. Marilce Pacheco Carrascal^b, Msc. Ramón Armando Bayona Trillos^c

^a Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Grupo de Investigación GIDSE, Vía Acolsure Sede el Algodonal, Ocaña - Norte de Santander, Colombia, gtnavarroc@ufpso.edu.co

^b Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Grupo de Investigación GIDSE, Vía Acolsure Sede el Algodonal, Ocaña - Norte de Santander, Colombia, mpachecoc@ufpso.edu.co

^c Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Grupo de Investigación GIDSE, Vía Acolsure Sede el Algodonal, Ocaña - Norte de Santander, Colombia, rabayonat@ufpso.edu.co

Fecha de recepción: 07-07-2016

Fecha de aprobación:02-12-2016

Resumen: El objeto del estudio fue identificar el nivel de emprendimiento de los egresados del programa de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña y evaluar la percepción del aporte de las herramientas utilizadas en la formación de competencias emprendedoras bajo la luz del modelo pedagógico constructivista social; se utilizó el método cuantitativo como cualitativo a través de la aplicación de encuestas, entrevistas y grupo focal. Se evidenció que a pesar de los esfuerzos y las prácticas académicas pocos egresados se han creado su propio negocio, en su mayoría no han generado más de dos empleos y carecen de estructura tecnológica y procesos innovadores.

Palabras clave: Competencias emprendedoras, emprendimiento, innovación, modelo pedagógico.

Abstract: The purpose of the study was to identify the level of entrepreneurship of the graduates of the program of Business Administration from the Francisco de Paula Santander Ocaña University and evaluate the perception of the contribution of the tools used in the formation of entrepreneurial skills in the light of constructivist pedagogical model Social; quantitative and qualitative method was used through the application of surveys, interviews and focus group. It

was evident that despite the efforts and academic practices few graduates have created their own business, most have not generated more than two jobs and lack of technological structure and processes.

Keywords: entrepreneurial skills, entrepreneurship, innovation, pedagogical model.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el emprendimiento, ha ganado una gran importancia por su impacto en el desarrollo económico de los países, convirtiéndose además en el salvador de muchas familias, en la medida en que les permite iniciar proyectos productivos, con los que pueden generar sus propios recursos mejorando así su calidad de vida.

Con la finalidad de desarrollar y difundir el "entrepreneurial thinking": Iniciativa, creatividad, imaginación, flexibilidad, deseo de tomar riesgos, habilidad de pensar conceptualmente, autoexigencia, superación se crea El Global Entrepreneurship Monitor (GEM); consorcio académico de investigación sin fines de lucro.

El GEM fue concebido en 1997 por la London Business School y el Babson College, el primer estudio global del GEM fue realizado por 10 países en 1999, desde aquel entonces el GEM se ha transformado en un consorcio de 54 equipos nacionales. El objetivo del estudio más grande sobre actividad emprendedora realizado a nivel mundial es analizar la relación existente entre esta y el crecimiento económico en todos los países del mundo.

El GEM (...) es un informe basado en la metodología de encuestas, donde cada año equipos nacionales realizan en su país de forma simultánea y con los mismos lineamientos y el material adaptado culturalmente en dos 2 idiomas; e

involucrando a más de 2000 individuos en la aplicación de las encuestas. (Reynolds, Hay , & Camp, 1999)

Colombia se vincula al GEM desde el 2006, mediante la creación de un equipo nacional de investigación conformado por cuatro universidades (Andes, ICESI, Javeriana-Cali y Norte). A partir de entonces, se realiza anualmente un reporte nacional en el que se evalúa la actividad emprendedora colombiana, enfatizando en las actitudes, actividades y aspiraciones que giran en torno a ella.

El Estado Colombiano ha venido desarrollando múltiples y variadas políticas encaminadas a que el emprendimiento se consolide no solo como un propósito, sino como una cultura; resaltando la importancia de una adecuada formación y particularmente, la ofrecida por las instituciones de educación superior en este proceso; prueba de ello es lo establecido en la Constitución Política de Colombia de 1991 y la Ley 1014 de 2006 sobre "Fomento a la cultura del emprendimiento", la cual tiene como objeto "Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país. Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento, con el fin de contribuir al crecimiento de la economía del país. A su vez, fomenta la cultura de la cooperación, ahorro y diversas maneras de asociatividad. (Gómez, Martínez, & Arzuza B., 2011)

En relación ~~al~~ con el concepto de **emprendimiento**, es necesario citar diversos autores en cuanto a su concepción, competencias y su aprendizaje.

Según Schumpeter citado por (Borjas Parra, 2003), plantea al emprendedor en función de reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención o más comúnmente, para producir un nuevo producto o transformar uno ya existente, razón por la cual se hace necesario fortalecer la formación en emprendimiento.

En el libro el arte de ser empresario hoy, se plantea que existe un consenso generalizado donde se afirma que se puede aprender a ser emprendedor, y más que una característica innata se trata de una conducta que se aprende (Aranzadi Tellería, 1992).

Por su parte Bornstein (2005) citado por (Sáenz & López, 2015) describe al emprendedor como(...) un individuo obsesivo que detecta un problema e imagina una nueva solución, que toma la iniciativa para actuar de acuerdo con esa idea, que reúne recursos y construye organizaciones para proteger y comercializar la idea.

Otro término importante de abordar es el de competencia, Perrenoud (2009) citado por (Sobrado & Fernández, 2010) considera que éste término comprende tanto la habilidad psíquica como la física, es decir implica comprensión y conocimiento pero también predisposición o actitud y destreza que tienen las personas para desarrollar una actividad específica.

En cuanto a la educación emprendimiento Gibb (2005) afirma que ésta demanda la integración del conocimiento de varias disciplinas y

mayores oportunidades de desarrollar espacios de aprendizaje experiencial, y la necesidad de desarrollar de manera apropiada comportamientos, actitudes y habilidades emprendedoras. Sarasvathy (2001) menciona que el ejercicio del emprendimiento requiere competencias como la resolución de problemas, trabajo en equipo, manejo de la incertidumbre y facilidad para conformar redes sociales.

De igual forma, Kirby Citado por (Gómez & Satizábal, 2007) manifiesta que las competencias que tiene un emprendedor son, entre otras, la competencia para asumir riesgos, es decir, la capacidad para tolerar la ambigüedad e incertidumbre; el locus de control interno alto, que le permita controlar sus propias emociones; creatividad, que le posibilita el pensar de forma no convencional; orientación al logro y a las oportunidades; autonomía, dado que el emprendedor desea tener el control de las situaciones y competencia para la negociación.

De otra parte Gibb Citado por (Correa, Delgado, & Conde, 2013) plantea como competencias fundamentales para el emprendimiento, la competencia para comunicarse de manera efectiva; capacidad para tolerar y sobrellevar la ambigüedad e incertidumbre y tomar decisiones en estas condiciones.

Timmons y Spinelli Citado por (Gómez & Satizábal, 2007) menciona como competencias críticas del emprendedor, la construcción de relaciones cercanas; saber manejar las paradojas y contradicciones, manejo de la ambigüedad; capacidad para la creación de grupos de trabajo; la perseverancia; y la iniciativa dado su insatisfacción constante con el statu quo, así mismo las resume en ocho competencias emprendedoras como son: facilidad de

conformación de redes, resolución de problemas; asumir riesgos, orientación al logro y a las oportunidades, trabajo en equipo, autonomía, creatividad e iniciativa.

Ahora bien, a nivel nacional las instituciones de educación han implementado diferentes propuestas formativas orientadas a la motivación y al fortalecimiento del espíritu empresarial, vinculado con la función de docencia, ya que parece existir un consenso general a que el emprendedor requiere de una serie de características personales y competencias, que en algunos casos son parte de su personalidad, pero en otros se pueden enseñar. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014), sobre este mismo aspecto (Aguilar , Mendoza , León , & Arévalo , 2016) afirma que la Universidad y el sistema educativo deben privilegiar los fines y no los medios y dedicar mayor importancia a la formación del pensamiento crítico. Por lo antes descrito las instituciones están en mora de adecuarse y adaptarse a las necesidades reales del contexto económico y social del país, pero más específicamente de las regiones, por su diversidad cultural lo que requiere un desarrollo más profundo y cuidadoso de los programas de formación, si se pretende mejores resultados en el mediano y largo plazo.

Para el programa de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, ha sido primordial la formación adecuada a los estudiantes, específicamente en el fomento de la cultura del emprendimiento dirigida a formar una mentalidad de innovación permanente que les permita identificar oportunidades, analizar recursos y evaluar ideas para

implementar proyectos que se concreten en nuevos negocios.

Teniendo en cuenta lo anterior se han generado al interior del programa diversas estrategias para el fomento del espíritu emprendedor, entre las que se pueden mencionar: asignaturas del plan de estudios enfocadas al fortalecimiento de la creatividad y la innovación, así como a la generación de ideas de negocio, elaboración de planes de empresa y socialización en eventos académicos organizados al interior de la universidad; de otra parte la creación del Centro de Investigación, Desarrollo y Fomento Empresarial (CIDFE) mediante resolución 0084 de mayo 20 de 2013 como apoyo a la investigación, a la creación y al fortalecimiento de empresas del cual se benefician, no solo estudiantes del programa, sino de toda la institución y comunidad en general.

A pesar de las estrategias mencionadas, actualmente no se conoce con certeza la incidencia y la efectividad de éstas en el fomento de potencialidades emprendedoras y la generación de nuevas empresas por parte de los egresados.

Este artículo presenta los resultados encontrados en diferentes investigaciones realizadas en el programa de Administración de Empresas con el propósito de conocer su influencia en la generación de proyectos productivos.

2. METODOLOGÍA

La investigación realizada fue de carácter cualitativo, para el abordaje de la cultura emprendedora de los egresados, y, cuantitativa para la identificación y caracterización de las prácticas de formación

en emprendimiento del programa de Administración de Empresas; por lo que se hizo necesario la elaboración y realización de entrevistas, grupos focales y una encuesta.

En lo relacionado a la encuesta se diseñó teniendo en cuenta la escala de Likert la cual permitió medir actitudes y conocer el grado de conformidad del encuestado con las competencias dadas y la afirmación sobre las mismas. En este sentido, las categorías de respuesta sirvieron para capturar la intensidad de los sentimientos del encuestado hacia dicha competencias (Llauradó , 2014).

Las preguntas están agrupadas de la siguiente manera: I. Competencias para la conformación de redes, II. Competencia para la resolución de problemas. III. Competencia de orientación al logro, IV. Competencia para el trabajo en equipo, V Competencia para la autonomía, VI Competencia para la iniciativa, VII Competencia para asumir riesgos, VIII Competencia para la creatividad

La población estuvo conformada por egresados del programa de Administración de empresas desde 1996 a 2012, estudiantes del programa de noveno y décimo semestre correspondiente al año 2014 y docentes de algunas asignaturas elegidas mediante una revisión previa del contenido curricular. En la tabla 1. Se observa la distribución de la población.

Tabla 1. *Distribución de la población y muestra*

POBLACION	TOTAL	MUESTR A
EGRESADOS	82	230
	7	
ESTUDIANTES	12	35
	5	
DOCENTES	43	12

Fuente: Autores del proyecto

Para recolectar la información se realizó una encuesta personal a egresados y estudiantes y la información relacionada con los docentes, a través de entrevistas y grupo focal.

Para la validación se hizo necesario aplicar una prueba piloto, los docentes fueron seleccionados a través de una muestra estadística y de ella se obtuvo la submuestra, de la siguiente manera:

$$N = 995$$

$$Cz = 95\%$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 50\%$$

$$E = 0.5$$

$$n = \frac{(995)(1.96^2)(0.25)}{(995 - 1)(0.05^2) + (1.96^2)(0.25)}$$

$$n = 277$$

$$n/N = 0.2784$$

Por tanto, las respectivas submuestras son:

Tabla 2. *Distribución de las submuestras*

N	POBLACIÓ	SUBMUESTRA
	Egresados	$0.2784 * 827 = 230$
	Estudiantes	$0.2784 * 125 = 35$
	Docentes	$0.2784 * 43 = 12$

Fuente: Autores del proyecto

Una vez aplicada la prueba piloto, las respuestas obtenidas junto con el formato de preguntas, fueron entregados, para su validación, al Doctor Sir Alexci Suárez Castrillón, docente tiempo completo de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, quien utilizó la escala para el análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach.

El instrumento fue corregido de acuerdo con las observaciones de los expertos y fue nuevamente aplicado a individuos ajenos a la población objeto de estudio. Los resultados obtenidos en este segundo sondeo, fueron sometidos a nuevamente a validación por parte del Doctor Sir Alexci Suárez Castrillón. Esta segunda validación arrojó un valor de 0.92 para el Alfa de Cronbach.

Este resultado indicó que el cuestionario era válido para ser aplicado a la muestra seleccionada.

Para el caso de la entrevista se elaboró previamente un guion que permitió contextualizar a los entrevistados con el objeto de la investigación e identificar las estrategias pedagógicas utilizadas en el aula de clase relacionadas con el fomento del emprendimiento.

Para el grupo focal se elaboró una entrevista grupal semi-estructurada, generando discusión sobre el tema de estudio, lo cual permitió comparar los resultados con las entrevistas individuales.

3. RESULTADOS

La Empresa como producto del emprendimiento se entiende como una entidad conformada por [personas](#), aspiraciones, [realizaciones](#), bienes materiales, capacidades técnicas y capacidad financiera. Todo ello le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer las necesidades o deseos existentes en la sociedad.

Toda empresa ha sido constituida por empresarios, es decir emprendedores que se enfrentan con resolución a acciones difíciles, asumen [riesgos](#) económicos, identifican [oportunidades](#) y organizan los [recursos](#) necesarios para ponerla en marcha, son creativos, innovadores, líderes, generadores de cambio y perseverantes.

Egresados. En este aparte se presentan los resultados derivados de la aplicación del cuestionario a los egresados del programa de Administración de Empresas donde se observan las variables que los caracteriza

como empleados o gestores de una idea de negocio.

En relación con la percepción que esta población tiene sobre cómo la Universidad y más específicamente el programa de Administración de Empresas direccionó su formación profesional, el 56% de los encuestados coinciden en afirmar que fue direccionada a ser empresarios más que empleados.

De otra parte cuando se indagó sobre su condición laboral sólo el 18% de los egresados se ha inclinado por crear su propio negocio, y en un porcentaje igualmente bajo correspondiente al 14% han intentado crear empresa siendo este ejercicio un intento fallido.

En un alto grado consideran que su mayor limitación para crear empresas es la falta de recursos económicos, lo que dificulta tomar la decisión de emprender un nuevo proyecto.

Con relación a las empresas creadas por los egresados en un 61% son de tipo comercial, un 39% dedicada a la prestación de servicios y ninguna ha sido creada para la producción o transformación de bienes. (Ver figura 1)

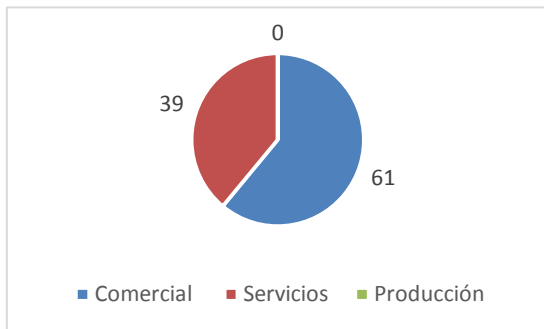


Figura 1. Tipo de empresas creadas por los egresados.

Fuente: Autores del proyecto

En cuanto a cobertura de empresas creadas por la población en mención, se identificó que el mercado atendido es en un 49% local, un 22% regional y un 29% Nacional, con el antecedente de la no existencia de proyección y cobertura de mercados internacionales. (Ver figura 2).

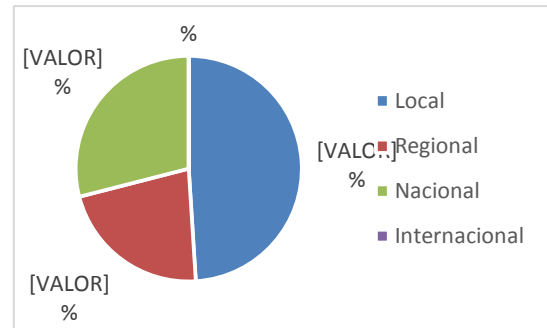


Figura 2. Mercado que abarcan las empresas creadas por los egresados

Fuente: Autores del proyecto

De otra parte, la planta de personal con que cuentan estas empresas, en un 66% tiene hasta dos trabajadores, el 20% entre 3 y 4 y sólo un 5% más de 10. (Ver figura 3)

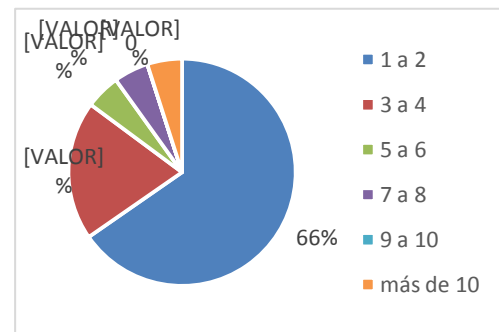


Figura 3. Número de trabajadores de las empresas creadas por los egresados

Fuente: Autores del proyecto

Estudiantes.

Con el propósito de identificar las prácticas que los estudiantes han realizado a través de su formación profesional en la Universidad Francisco de Paula Santander en el programa de Administración de Empresas para determinar el impacto que ha tenido la formación en emprendimiento, las estrategias desarrolladas y el fortalecimiento de competencias en el tema de emprendimiento, se aplicó una encuesta a 125 estudiantes de los semestres IX y X, donde se identificaron los siguientes aspectos:

En la Figura 4. Se relaciona el aporte en la formación que han recibido en emprendimiento.

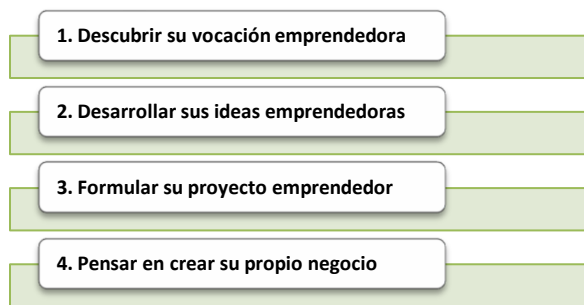


Figura 4. Aportes en la formación emprendedora

Fuente: Autores del proyecto

En este sentido los estudiantes en su gran mayoría consideran que durante la formación recibida, se aplicaron estrategias que los motivó a “pensar en crear su propio negocio” siendo muy bajo el apoyo en la formulación del proyecto emprendedor.

Para evaluar el aporte de los eventos que realiza la universidad en el emprendimiento a los estudiantes se les ofreció la oportunidad de elegir en orden de importancia los siguientes:

1. Ferias empresariales, 2. Foros, charlas, congresos o seminarios y 3. Convocatorias internas para apoyo a emprendimientos y se encontró que las ferias empresariales es el evento que más fortalece el emprendimiento en el programa académico.

En cuanto a las estrategias que desarrolló el programa para formarse en competencias emprendedoras, se enunciaron las siguientes:

1. Asignaturas de emprendimiento, 2. Taller de resolución de problemas/oportunidades, 3. Análisis de casos, 4. Grupos de discusión, 5. Proyectos de investigación, Proyectos de inversión, 6. Presentación de experiencias emprendedoras, 7. Asesoría de proyectos, 8. Presentación de videos, 9. Socialización de trabajos, 10. Organización de eventos y 11. Visitas empresariales.

En cuanto a la estrategia que mayor significancia tiene para el emprendimiento es la elaboración de proyectos de investigación y la de menor transcendencia es la presentación de videos en el aula de clase.

En consecuencia de lo anterior se le da la oportunidad al encuestado para que señale en su orden las estrategias que debe implementar el programa en pro del mejoramiento en la formación y apoyo al emprendimiento y se relacionaron las siguientes:

1. Crear una línea de emprendimiento en el pensum, 2. Utilizar metodologías prácticas para la enseñanza del emprendimiento, 3. Realizar eventos para promover las ideas emprendedoras, 4. Establecer un programa de asesorías y acompañamiento para las ideas de negocio, 5. Establecer estrategias de financiación a las ideas de negocio, 6. Vincular de planta una persona experta en

emprendimiento, 7.Participación en convocatorias externas de emprendimiento; de donde se encontró que la estrategia que puede fortalecer este ejercicio en primera instancia es crear una línea de emprendimiento en el plan de estudios; en segundo lugar utilizar metodologías prácticas para la enseñanza del emprendimiento y en tercer lugar desarrollar eventos para promover las ideas emprendedoras de los estudiantes realizadas en ejercicios anteriores; así mismo plantean que el hecho de vincular docentes expertos en emprendimiento para desarrollar actividades esporádicas, sería una estrategia que le aportaría poco a este objetivo

Docentes. La población objeto de estudio está conformada por los 43 docentes que orientan asignaturas del plan de estudios de Administración de Empresas con vigencia de registro calificado (2006- 2013). Desde esta perspectiva la recolección, clasificación y análisis de la información correspondiente a la población en mención se organizó desde dos alternativas:

En primera instancia se revisaron los contenidos programáticos de las cuarenta y ocho (48) asignaturas de la malla curricular del programa en mención, con el ánimo de identificar las que fundamentan u orientan la formación de competencias emprendedoras, así como la depuración de las mismas con los respectivos docentes que las orientan. De esta forma bajo las consideraciones de los investigadores y los objetivos establecidos en la investigación, se logró la validación de 13 asignaturas seleccionadas como: Procesos Administrativos, Fundamentos de mercados, Investigación de mercados, Emprendimiento, Formulación y evaluación de proyectos, Investigación empresarial, Consultorio empresarial, Matemáticas 1 y 2, Métodos de estudio, Planeación estratégica, Decisiones gerenciales, Gerencia estratégica y Toma de decisiones gerenciales.

En segunda instancia se aplicó la entrevista individual y la entrevista grupal a un grupo focal de dieciséis (16) docentes que orientan las asignaturas previamente seleccionadas, donde abordados personalmente se logró abrir la discusión y concluir sobre la aplicación de herramientas didácticas, metodologías, concepción y aplicación del modelo pedagógico propio de la institución; así como sus propias percepciones para el mejoramiento y fortalecimiento de las competencias específicamente en el campo del emprendimiento.

La estructura de la entrevista se compone de siete preguntas de libre opinión que permitió conocer la realidad en el desarrollo de la actividad académica por parte de los docentes que mayor relación tienen en el desarrollo de las competencias emprendedoras del estudiante.

1. Modelo pedagógico utilizado.

Frente a esta pregunta se pudo evidenciar que el colectivo docente ratifica y reconoce la aplicación del modelo pedagógico constructivista social en el ejercicio de su labor académica.

2. Prácticas realizadas para el desarrollo de contenidos.

Dentro de las respuestas obtenidas se pudo identificar los medios o herramientas que aplican los docentes para el logro de los objetivos de cada asignatura; es importante destacar que algunas prácticas de las mencionadas son transversales o ajustables a la mayoría de los docentes abordados en la entrevista como son:

Análisis de casos, lecturas complementarias, talleres de creatividad, elaboración de mapas

conceptuales, visitas a empresas, desarrollo y elaboración de productos, simulaciones, debates sobre temas de actualidad, Referencias de experiencias soportadas desde la web, proyectos de investigación en contextos reales, consultas bibliográficas y de textos, exposiciones en clase lecturas de libros sobre nuevas tendencias y enfoques empresariales, clases magistrales, visitas a biblioteca, lectura de artículos de prensa, búsqueda y lectura de artículos científicos, desarrollo de test, investigaciones de campo, desarrollo de ejercicios prácticos en clase, tutorías explicativas.

3. Valores enseñados mediante las prácticas.

Se identificaron y se condensaron como un sentir del estamento docente, la presencia de dieciséis (16) valores impartidos en el ejercicio de su actividad académica como se observa en la Figura 5.



Figura 5. Valores identificados en el ejercicio académico

Fuente: Autores del proyecto

4. Consideración de la asignatura como soporte para el emprendimiento.

En primera instancia se expresa con certeza en la comunidad docente en general, la importancia de las cátedras del programa como soporte para el emprendimiento; se aduce que el saber orientado como herramienta técnica, cuantificable y científica motiva a los administradores de empresas a buscar la idoneidad de ser empleadores y generadores de su proyecto de vida empresarial, campo de acción del emprendedor.

Dentro de las áreas relacionadas con la formación y fundamento científico del pensamiento administrativo, los docentes manifiestan la relevancia de las mismas en la consolidación de las competencias emprendedoras; la realización de investigaciones de campo, simulaciones de casos empresariales, eventos de promoción y lanzamiento de productos (Expoferia), análisis de las realidades del contexto empresarial, generación de propuestas e ideas de negocio, talleres de capacitación, y demás actividades asociadas con la consultoría y asesoría empresarial entre otros.

5. Competencias emprendedoras promovidas en el desarrollo de la asignatura.

Para la comprensión de este ítem de la entrevista, se realizó un ejercicio de compartir a los docentes de la población objeto de estudio, el origen, establecimiento y definición de cada una de las competencias a elegir, expresando que a partir de la revisión de literatura y la consulta de proyectos de investigación relacionados con el emprendimiento y la

consolidación de competencias emprendedoras, se identificaron ocho competencias las cuáles se relacionaron en la herramienta para su respectiva validación por parte de los entrevistados.

Los resultados de la selección fueron los siguientes: Creatividad: ocupa la primera posición, siendo la más fomentada por los docentes. Trabajo en equipo e iniciativa: se promueven en un nivel alto, ocupa la segunda posición en la elección de los docentes. Orientación al logro: promovida en un nivel intermedio, ocupando la tercera posición en la elección. Resolución de problemas, autonomía y asumir riesgos, se promueven en un nivel medio, ocupando la cuarta posición en la selección. Conformación de redes: no es promovida por los docentes y ocupa la quinta posición.

6. Acciones para mejorar el emprendimiento desde el programa. Con el ánimo de consolidar expectativas propias y percepciones que fortalezcan desde el estamento docente, se proponen las siguientes alternativas:

- ✓ La definición de una línea de asignaturas que semestre a semestre conciba el establecimiento de ideas de negocios que debidamente estudiadas, soportadas, analizadas y evaluadas dentro de los semestres cursados, establezcan planes de negocios idóneos y reales en la región.
- ✓ Establecimiento de conversatorios entre el cuerpo docente del programa, que logren unificar criterios de aprendizaje, experiencias y metodologías que verdaderamente construyan

profesionales idóneos en la generación de ideas y consolidación de unidades productivas.

- ✓ Generación de espacios de acercamiento y/o alianzas estratégicas con instituciones del orden financiero que promuevan programas y modalidades de financiamiento a emprendedores e ideas de negocio factibles.
- ✓ Institucionalización de eventos y concursos que estimulen y motiven a los estudiantes en la generación de ideas e iniciativas de negocio.
- ✓ Socialización a todos los docentes que orientan las asignaturas del programa de administración de empresas, sobre la claridad y apropiación de los perfiles de formación de nuestros estudiantes, para establecer mecanismos y estrategias de formación que verdaderamente fundamenten la filosofía de nuestros egresados en el contexto empresarial.
- ✓ Creación de la incubadora de empresas, como medio que promueva las iniciativas empresariales en los estudiantes y docentes bajo las políticas de responsabilidad social de la actividad administrativa.
- ✓ Es fundamental que en el Microcurrículo de cada asignatura se contemple el emprendimiento como una competencia básica y se diseñen estrategias y actividades para lograr la formación de la misma.

DISCUSIÓN

El plan de estudios de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - UFPSO, se ha preocupado por

motivar al estudiante para la creación de empresas, no solo a través de la Cátedra de Emprendimiento si no a través de otras asignaturas como investigación de mercados y formulación y evaluación de proyectos que le permiten al estudiante elaborar productos y darlos a conocer a la comunidad universitaria en las expoferias empresariales que se realizan antes de finalizar cada semestre. Éstas a través del tiempo, se han convertido sólo en un ejercicio académico que deja ver la poca creatividad de la mayoría de los estudiantes.

A pesar de todos los esfuerzos en fomentar el emprendimiento los resultados no son significativos y la Universidad y el programa no han avanzado en este tema, teniendo en cuenta que sólo un 18% de los egresados han creado empresa y un gran número de estas son de tipo unipersonal o familiar dedicadas a actividades comerciales, con una nómina inferior a 5 empleados, que sólo abarcan el mercado local y sin ningún tipo de innovación.

Teniendo en cuenta lo planteado por autores como Ray citado por (Pedraza A. & Bravo, 2011) que insisten en que las cátedras se deben enfocar en desarrollar el perfil emprendedor de los estudiantes, reconociendo que estos pueden ejercer un rol importante no solo a través de la creación de nuevas empresas sino aportando como parte de la fuerza laboral.

Bajo estas consideraciones los resultados para el caso del programa no son nada alentadores, ya que en términos generales se han orientado tradicionalmente hacia una vocación de empleados, sin realizar ningún aporte significativo a la empresa donde laboran.

Muchos estudiantes poseen capacidades emprendedoras intrínsecas sin ser conscientes de ello y sin recibir la

motivación suficiente para desarrollarlas, por esta razón se requiere fortalecer la enseñanza enfocada al emprendimiento en el programa a través de cursos de carácter teórico-práctico y metodologías que incentiven la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo y en general todas aquellas competencias necesarias para ser un administrador emprendedor.

Desde esta óptica existe la claridad que el modelo pedagógico adoptado por la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, requiere que el aprendizaje esté centrado en el estudiante, es decir, se asume que éste desempeña un papel activo en la adquisición del conocimiento, por lo tanto, el proceso educativo depende en gran parte de las estrategias de enseñanza; razón que exige un esfuerzo mayor por parte del docente con respecto al que normalmente está acostumbrado, pues debe romper su esquema de transmisor de conocimientos y convertirse en un organizador, coordinador, asesor y director del proceso de adquisición de conocimientos; situación que valida que el modelo pedagógico en mención direcciona y apunta al desarrollo de competencias en los estudiantes.

La formación de valores en los estudiantes, es una problemática de vital importancia para la educación de las nuevas generaciones y un gran desafío para los docentes quienes deben prepararlas para la vida social y profesional desarrollando un pensamiento crítico. El docente es consciente que puede y debe adelantar un proceso de enriquecimiento de sus conocimientos y habilidades para ser un promotor de la cultura del emprendimiento en los jóvenes y sobre todo lo que implica ser un multiplicador y formador de futuros empresarios.

Es importante destacar la percepción de los docentes entrevistados en su

compromiso como sujetos protagónicos de su acción en la consolidación de los valores en los estudiantes, la práctica docente afecta a los estudiantes y estos últimos influyen en los docentes desde sus propias particularidades.

Es muy valioso reconocer el esfuerzo que el programa de Administración de Empresas ha venido realizando en compartir a la comunidad académica y en particular a la docente, la necesidad primordial de impartir desde la aulas, la formación adecuada a los estudiantes específicamente en el fortalecimiento del espíritu emprendedor y el emprendimiento; como una necesidad capaz de transformar la economía y aportar al desarrollo cultural, social político y económico de las regiones; acción reflejada en la construcción de los contenidos programáticos de las asignaturas y transmitidas en el ejercicio de las actividades académicas; razón que es particular y manifestada en general por el cuerpo docente expresando la importancia de sus asignaturas evaluadas en la incorporación de las competencias emprendedoras.

Adicionalmente proponen que la Universidad invierta en capacitación e intercambio docente, para de esta forma compartir experiencias que motiven a los estudiantes; y se disponga de personal calificado en la asesoría y acompañamiento para la consolidación de planes e ideas de negocio.

Por otro lado, estamentos internos y adscritos a la Facultad como el CIDFE, son los llamados a liderar estos procesos de desarrollo empresarial; por lo que se debe priorizar las políticas del emprendimiento y demostrar indicadores que midan las ideas y

planes de negocios asesorados y convertidos en realidad.

Teniendo en cuenta el marco teórico relacionado con las competencias emprendedoras y con el proceso de aprendizaje de las mismas, se evidencia que la Universidad realiza actividades pedagógicas enfocadas conscientemente hacia el fortalecimiento de las competencias emprendedoras reconocidas por los estudiantes y docentes, pero se podría pensar que existen otras variables externas al ambiente universitario que influyen en este comportamiento además de que las estrategias utilizadas pueden no ser las correctas o la forma de aplicación no ha sido la adecuada; por ello los resultados obtenidos.

De otra parte no se perciben acciones u estrategias de carácter masivo, publicitario y académico tanto a nivel institucional, como de la facultad y en particular el programa, que verdaderamente impulsen y despierten el interés de los estudiantes para el campo en mención.

Queda comprobado entonces que se debe continuar con un proceso investigativo que permita evaluar la efectividad de las estrategias implementadas.

4. CONCLUSIONES

5. BIBLIOGRAFÍA

Aguilar , P., Mendoza , H., León , L., & Arévalo , J. (2016). Organización Comunal Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Shiapas: Spaunach.

Aranzadi Tellería, D. (1992). *El arte de ser empresario hoy*. España: Bilbao.

Borjas Parra, L. (2003). <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4003768>. Obtenido de <http://dialnet.unirioja.es>

Correa Correa, A., Delgado Hurtado, C., & Conde Cardona, Y. (2013). Formación en emprendimiento de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad pública de Popayán . *Revista escuela de administración de negocios* .

Bosma, N. (2013). The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) and its impact on entrepreneurship research Foundations and Trends in Entrepreneurship , 9(2) 143-248.)

Gómez, M., & Satizábal , K. (2007). <http://revistaeconomia.puj.edu.co/>. Obtenido de http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_11/SATIZABAL.pdf

Gómez, L., Martínez, J., & Arzuza B., M. (2011). Políticas públicas y creación de empresa en Colombia. *Pensamiento y Gestión* , 8.

Llauradó , O. (12 de Diciembre de 2014). *Blog de Netquet*. Recuperado el 18 de Febrero de 2016, de <http://www.netquest.com/blog/es/la-escala-de-likert-que-es-y-como-utilizarla/>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2014). www.mincit.gov.co. Recuperado el 2016

Pedraza A. , A. C., & Bravo , E. R. (2011). Cambios en las herramientas pedagógicas, videos de casos sobre emprendimientos innovadores locales . *Escuela de Administración de Negocios* , 71.

Reynolds, P. D., Hay , M., & Camp, S. M. (1999). *Global Entrepreneurship Monitor*. Londres Business Schol.

Sáenz, N., & López, A. (2015). Las competencias de emprendimiento social. *Revesco*, 159-182.

Sobrado, L., & Fernández, E. (2010). Competencias Emprendedoras Y Desarrollo Del Espíritu Empresarial En Los Centros Educativos . *Educación XXI*, 15-38.