

La gestión empresarial en los programas de pregrado de la Corporación Universitaria Lasallista*

John Alexander Atehortúa Granados**

Resumen

Introducción. En Colombia, durante la última década, se ha venido enfatizando en la importancia que tiene para la economía la creación de una nueva masa empresarial, capaz de absorber el exceso de oferta de mano de obra, calificada y no calificada, generada por el crecimiento poblacional que ha experimentado la nación y por fenómenos sociales como el desplazamiento. Para lograr este propósito se ha venido implementando una serie de programas a nivel nacional, departamental y municipal que pretenden poner en funcionamiento la estructura señalada en la ley 1014 o “ley del emprendimiento”. **Objetivo.** Evaluar el impacto de la línea de gestión empresarial del currículo en la generación de ideas de negocios por parte de estudiantes y egresados de la Corporación Universitaria Lasallista. **Materiales y métodos.** Estudio descriptivo mediante encuestas a estudiantes y egresados. **Resultados.** El 40% de los egresados y el 27% de los estudiantes encuestados manifestaron haber presentado alguna propuesta de emprendimiento. El 43% de las propuestas de los egresados se han convertido en empresas formalmente constituidas. **Conclusión.** La inclusión de las asignaturas de la línea de gestión empresarial en los diferentes programas de pregrado de la Corporación Universitaria Lasallista ha influido para mejorar el número y la calidad de las propuestas de emprendimiento por parte del estudiantado.

Palabras clave: Empresarismo, emprendimiento, gestión empresarial.

Entrepreneurial management in the undergraduate programs from Corporación Universitaria Lasallista

Abstract

Introduction: In Colombia, during the last decade, the importance of the creation of a new mass of en-

trepreneurs has been emphasized. This mass must be capable to absorb the workforce supply excess -qualified and not qualified- generated by the population growth experienced by the nation, and by social phenomena such as forced displacement. To achieve this goal, some initiatives have been being implemented. For instance, at municipal, provincial and national levels, some projects that aim to make the structure indicated by law 1014, or “Entrepreneurship law”, are being developed. **Objective.** To evaluate the impact of the curriculum’s business management line in Corporación Universitaria Lasallista has had in the generation of business ideas among current students and alumni. **Materials and methods.** Direct investigation in the primary sources (students and alumni), by applying surveys. **Results.** 40 % of the alumni and 27 % of the students surveyed have made entrepreneurship proposals. 43 % of the proposals made by alumni have become formally constituted companies. **Conclusion.** The incorporation of the subjects from the business management line in the Corporación Universitaria Lasallista’s different programs has been an influence to improve the number and the quality of the entrepreneurship initiatives among students and alumni.

Key words: Entrepreneurship, management.

A gestão empresarial nos programas de pré-graduação da Corporação Universitária Lasallista

Resumo

Introdução. Na Colômbia, durante a última década, veio-se enfatizando na importância que tem para a economia a criação de uma nova massa empresarial, capaz de absorver o excesso de oferta de mão

* Artículo producto de la investigación “Antecedentes de los proyectos de emprendimiento en la Corporación Universitaria Lasallista” realizada en el segundo semestre del año 2008. Financiada por el Fondo para el desarrollo de la Investigación de la Corporación Universitaria Lasallista.

** Economista Industrial de la Universidad de Medellín. Especialista en Finanzas UMNG. Docente tiempo completo Corporación Universitaria Lasallista. Docente catedrático ITM, Politécnico Colombiano JIC.

Correspondencia: John Alexander Atehortúa Granados, e-mail: joatehortua@lasallista.edu.co

Artículo recibido: 30/06/2009; artículo aprobado: 05/04/2010

de obra, qualificada e não qualificada, gerada pelo crescimento populacional que experimentou a nação e por fenômenos sociais como o deslocamento. Para conseguir este propósito se veio implementando uma série de programas a nível nacional, departamental e municipal que pretendem pôr em funcionamento a estrutura assinalada na lei 1014 ou "lei do empreendimento". **Objetivo.** Avaliar o impacto da linha de gestão empresarial do currículo na geração de idéias de negócios por parte de estudantes e ex-estudantes da Corporação Universitária Lasallista. **Materiais e métodos.** Estudo descritivo mediante enquetes a estudantes e ex-estudantes. **Resulta-**

dos. 40% dos ex-estudantes e 27% dos estudantes interrogados manifestaram ter apresentado alguma proposta de empreendimento. 43% das propostas dos ex-estudantes se converteram em empresas formalmente constituídas. **Conclusão.** A inclusão das matérias da linha de gestão empresarial nos diferentes programas de pré-grado da Corporação Universitária Lasallista influiu para melhorar o número e a qualidade das propostas de empreendimento por parte dos estudantes.

Palavras importantes: Empresarismo, empreendimento, gestão empresarial.

Introducción

"Los Colombianos nos hemos caracterizado y hemos sido reconocidos internacionalmente por ser gente creativa, trabajadora, que ha aprovechado muy bien la "iniciativa criolla", en algunos casos desafortunadamente mal canalizada en actividades no santas, que si se hubiesen capitalizado en proyectos lícitos, otro cuento sería nuestro país. No obstante, la energía generadora de emprendimiento colombiano no ha parado y día a día adquiere mayor relevancia"¹.

En Colombia en las últimas décadas el crecimiento poblacional, sumado al problema de desplazamiento de grandes masas de personas del campo hacia las ciudades y al bajo nivel de crecimiento de la masa empresarial, ha generado problemas de empleo en los grandes centros urbanos del país, puesto que éstos cuentan con una cantidad de empresas que tradicionalmente han sido las encargadas de generar empleo estable y duradero para una gran cantidad de habitantes pero que no están en capacidad de dar respuesta a la demanda cada vez mas creciente por nuevos puestos de trabajo.

Algunos autores argumentan que el tamaño de la población con necesidades básicas insatisfechas tiene relación con las fallas de los mercados y con la poca eficiencia de las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales².

En la tabla 1 se muestra el comportamiento del desempleo en Colombia entre el primer trimestre del año 2001 y el primer trimestre del 2007.

Para quienes han sido formados dentro de las áreas económicas o administrativas debe ser suficientemente clara la importancia que tiene

para un país el poder mostrar bajos índices de desempleo, puesto que ello implica una mayor capacidad productiva, mayor capacidad de consumo e inversión al interior de una economía, es decir, mejor calidad de vida, indicador de desarrollo y progreso frente al resto de economías del mundo.

Hasta hace poco había un gran vacío de incubadoras de innovación y nuevos negocios, lo cual se debe a la educación que hemos recibido durante años: educación cuadrada, de autómatas, destinada a generar obreros que puedan hacer su labor en el tiempo establecido, con los costos específicos y claros, sin salirse de las reglas³.

Los resultados del estudio Monitor de emprendimiento para Colombia, muestran datos importantes para el análisis del tema. El país ocupa el segundo lugar (entre los 42 países estudiados) en la creación de empresas, pero también el segundo lugar en el cierre de ellas. Igualmente el nivel de innovación, medido como el porcentaje de productos novedosos ofrecidos en los mercados, presenta una baja tasa del 19.3% y sólo el 17.55% utiliza tecnologías consideradas de punta⁴.

Esta situación ha llevado a los dirigentes de nuestra nación a pensar y a desarrollar un nuevo enfoque educativo en el cual se involucren asignaturas de creatividad y de planes de empresa o planes de negocio, tanto a nivel de educación superior (universitaria, tecnológica o técnica profesional) como a nivel de la educación media.

Tabla 1. Tasa de desempleo – TD Nacional Cabecera y resto. I Trimestre 2001 - I Trimestre 2007

Año/trimestre	Nacional				Cabecera				Resto			
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Total	Hombres	Mujeres	Total
2001	I	16,68	13,0	21,9	19,6	16,50	23,20	8,80	5,3	16,7		
	II	14,68	12,2	18,4	17,3	15,60	19,30	7,00	4,6	13,7		
	III	14,71	11,6	19,1	17,0	14,60	19,90	8,20	5,2	15,3		
	IV	13,83	10,9	17,8	15,8	12,90	19,40	8,20	6,4	11,9		
2002	I	16,44	13,3	20,8	18,3	15,60	21,60	11,30	8,1	17,8		
	II	15,79	12,8	19,9	17,5	15,50	19,90	10,80	6,6	19,7		
	III	15,32	12,2	19,5	16,9	14,40	19,90	10,50	7,4	17,8		
	IV	15,07	12,4	18,7	16,1	13,60	19,00	12,30	9,6	17,8		
2003	I	15,22	11,9	19,7	17,2	14,40	20,60	9,60	6,2	16,1		
	II	14,00	10,5	18,8	15,5	12,60	18,90	9,60	5,6	18,5		
	III	14,33	11,2	18,5	16,2	13,30	19,50	8,90	6,5	14,2		
	IV	13,07	10,2	16,8	14,4	11,70	17,60	9,00	6,7	13,5		
2004	I	15,34	12,2	19,6	17,1	14,30	20,30	10,30	7,2	16,8		
	II	14,13	11,3	18,0	15,5	13,00	18,40	10,20	7,2	16,4		
	III	12,85	9,9	16,9	14,2	11,90	17,00	8,70	5,0	16,5		
	IV	12,08	9,1	16,2	13,7	11,20	16,70	7,20	4,3	13,9		
2005	I	13,43	10,4	17,6	15,0	12,50	18,00	8,60	5,5	15,8		
	II	11,98	9,1	16,0	13,6	11,10	16,70	7,10	4,5	13,0		
	III	11,46	8,6	15,3	13,1	10,80	15,70	6,70	3,8	13,6		
	IV	10,19	7,8	13,5	11,4	9,60	13,50	6,50	3,4	13,4		
2006	I	12,60	9,4	16,9	14,0	11,20	17,20	8,30	5,0	15,7		
	II	11,43	8,5	15,4	13,0	10,50	15,90	6,80	3,9	13,3		
	III	12,73	9,7	16,8	13,6	11,00	16,50	10,10	6,6	18,2		
	IV	11,40	8,9	14,9	12,4	10,60	14,60	8,00	5,0	16,6		
2007	I	12,81	9,8	17,0	14,1	11,70	17,00	8,50	5,1	17,3		

Fuente: Dane - Encuesta Continua de Hogares http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/empleo/mercado_lab_colombiano/2007_Ittrim07.pdf (página 41)

Es por ello que en los planes de estudio de las diferentes disciplinas y áreas del conocimiento se han venido involucrando las asignaturas de emprendimiento como estrategia para que los egresados tengan bases sobre las herramientas y requerimientos necesarios para crear sus propias empresas o negocios y que no solamente se sientan capacitados para salir en-grosar esa población de personas que salen a competir por un puesto de trabajo en una em-presa al culminar sus estudios.

En la Corporación Universitaria Lasallista, como alternativa para desarrollar el espíritu emprendedor en sus estudiantes, se creó una línea de gestión empresarial, cuya adminis-tración en la parte académica está en cabeza de la decanatura de Ciencias administrativas y Agropecuarias. Esta línea de formación es transversal para varios de los programas aca-démicos ofrecidos y está compuesta por las asignaturas de economía, estadística, creativi-dad empresarial, mercadeo, gestión contable - financiera y proyectos de inversión. Con esta línea se pretende que los estudiantes estén en capacidad de desarrollar un plan de negocios para poner en marcha cualquier iniciativa em-prendedora que pueda surgir, ya sea mientras desarrollan sus estudios en la Corporación, o posteriormente como egresados.

Esta investigación forma parte de un proyec-to al interior de la Corporación Universitaria Lasallista, con el cual se busca identificar el resultado que ha tenido la introducción de las asignaturas del área de gestión empresarial en la generación y desarrollo de propuestas de empresarismo por parte de los estudiantes y egresados de la Corporación. Se pretende medir la incidencia de estas asignaturas en la generación de propuestas empresariales, las cuales pueden llegar a convertirse en nuevas empresas generadoras de fuentes de empleo, dado que el desempleo es una de las variables más preocupantes para todas las economías y principalmente para los gobernantes debido a la gran importancia que la población atribuye a esta variable macroeconómica como indicador del buen o mal manejo que se hace de la eco-nomía de un país.

El emprendimiento como alternativa para combatir el desempleo

“Una oportunidad consiste en un estado futuro desea-do, distinto al presente y la creencia de que tal estado puede alcanzarse. Los mercados fallan al dejar ne-

cesidades insatisfechas. Las fallas de los mercados crean oportunidades para el empresariado⁵

Se debe entender el emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportuni-dades⁶.

Como estrategia para fomentar el emprendi-miento en el país, el gobierno nacional expidió la Ley 1014 del 2006, también conocida como “ley del emprendimiento”. Con la expedición de esta ley se establecen los lineamientos básicos para el desarrollo de la actividad emprendedo-ra en el país, pero desde mucho antes algunas instituciones ya venían trabajando en pro de fortalecer la capacidad emprendedora.

A nivel nacional podemos enunciar programas de gran importancia como el fondo Empezar, del SENA, un fondo creado por el gobierno na-cional para financiar proyectos empresariales provenientes de aprendices, practicantes uni-versitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o profesionales que no superen dos años de haber recibido su pri-mer título profesional.

En la ciudad de Medellín se busca mejorar la productividad y competitividad y disminuir el desempleo. Por lo tanto se hace fundamental crear nuevas e innovadoras empresas y, para ello, es necesario fomentar y construir un am-biente empresarial donde surjan líderes con motivación y compromiso para convertirse en empresarios⁷. Esta tarea la han venido desa-rrollando instituciones como la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia, Actuar Famiempresas, Microempresas de An-tioquia y el Municipio de Medellín con sus pro-gramas Capital Semilla y Cultura E. De igual forma las instituciones de educación superior han creado unidades, decanaturas o progra-mas de emprendimiento dentro de sus estruc-turas, buscando con ello cumplir su papel como agentes dinamizadores del conocimiento, pero también como una forma de dar cumplimiento a su papel señalado en la ley 1014 del 2006.

Materiales y métodos

Este es el primer estudio que se realiza en la Corporación Universitaria Lasallista para mo-

nitorear los resultados que ha tenido la línea de gestión empresarial en la generación de ideas de negocios por parte de los estudiantes y egresados.

La investigación se desarrolló indagando directamente en las fuentes primarias, para lo cual se aplicaron encuestas a 167 de los 480 estudiantes que estaban cursando asignaturas del área de gestión empresarial abarcando un 35% de la población, cifra significativa para realizar el análisis.

Respecto a la información de los egresados, se apeló a la base de datos con la que se dispone en la Corporación, enviándose una encuesta vía correo electrónico a 1.350 de los egresados a octubre del 2008. También se aprovecho el encuentro anual de egresados que se realiza en el mes de octubre en las instalaciones de la Corporación para aplicar el instrumento a los asistentes a dicho evento. En total se obtuvo información de 110 egresados.

Para los egresados se estructuró una encuesta en tres ejes: inicialmente se preguntaba por información de tipo personal y laboral. Posteriormente se redactaron preguntas que estaban enfocadas a indagar sobre el desarrollo de iniciativas empresariales y, finalmente, se preguntó sobre la incidencia de la formación recibida en la Corporación Universitaria Las-

allista en el desarrollo de dichas iniciativas empresariales.

En el caso de la encuesta a los estudiantes, ésta solamente se enfocó en dos ejes: el primero de ellos está compuesto por una serie de preguntas con las cuales se pretende identificar su situación actual en el programa al cual pertenecen (nivel y asignaturas cursadas) y un segundo eje se compone de las preguntas con las cuales se pretende indagar sobre propuestas de emprendimiento, nivel de desarrollo, conocimiento y participación en concursos de emprendimiento.

Ambas encuestas fueron sometidas a las observaciones del grupo de docentes del programa de Administración de Empresas Agropecuarias, quienes hicieron sus respectivos aportes para mejorar la estructura de las preguntas y, en términos generales, de las encuestas.

La información de las encuestas fue procesada en archivos de Excel, con el fin de realizar los análisis pertinentes según los ejes definidos en cada una de las encuestas.

Resultados

De la información obtenida en las encuestas realizadas por los estudiantes se obtuvieron los resultados de la tabla 2.

Tabla 2. Programa de procedencia del estudiante de la Corporación Universitaria Lasallista Semestre 2008-2

PROGRAMA	# Estudiantes	Porcentaje
Administración de Empresas Agropecuarias	40	24%
Comunicación y Periodismo	52	31%
Industrias Pecuarias	30	18%
Ingeniería Ambiental	10	6%
Ingeniería de Alimentos	16	10%
Ingeniería Industrial	8	5%
Ingeniería Informática	11	7%
TOTALES	167	100%

Del total de estudiantes que diligenciaron las encuestas el grupo más representativo es el de los estudiantes de Comunicación y Periodismo, con el 31%, seguidos de los estudiantes de Ad-

ministración de Empresas Agropecuarias, con el 24%. De igual forma se observa que el 49% de ellos se encuentran cursando entre tercero y cuarto semestre.

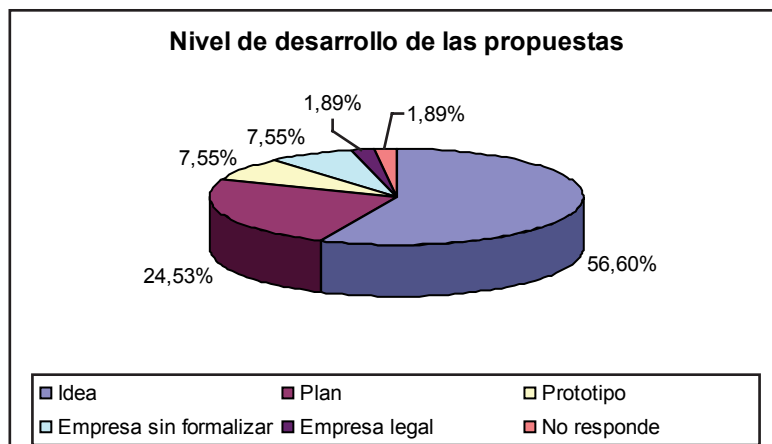
Con relación a las asignaturas que ya habían cursado, o que estaban cursando, se observa que la asignatura de economía fue cursada por el 83% de los encuestados, estadística por el 71%, mercadeo por el 45% y metodología de la investigación por el 40%.

El 27% de los estudiantes encuestados manifestó haber presentado alguna propuesta de emprendimiento, mientras que el 72% no presentó este tipo de propuestas en ninguna asignatura.

Las asignaturas donde más se presentan propuestas emprendedoras son investigación, con 15, creatividad empresarial con 12 y proyectos de inversión, con 10 propuestas.

Al indagar sobre la importancia de las asignaturas para presentar propuestas emprendedoras, el 45% de los estudiantes consideró que las asignaturas cursadas son importantes para ello, mientras que el 50% considera que no. El 5% restante no respondió esa pregunta. Las asignaturas señaladas como las más importantes son: mercadeo, economía, creatividad, estadística, investigación y proyectos.

Las propuestas de emprendimiento presentadas están relacionadas en un 58% con actividades de producción, en un 25% con actividades de servicios y en un 17% con actividades comerciales. El nivel de desarrollo de cada propuesta se relaciona en la gráfica 1.



Gráfica 1. Nivel de desarrollo de las propuestas de emprendimiento en la Corporación Universitaria Lasallista para el periodo 2008 - 2

Al indagar sobre el conocimiento de programas de emprendimiento el 25% de los encuestados respondió que sí conoce programas, mientras que el 73% manifestó no conocerlos. El 2% restante no respondió a la pregunta.

El programa de mayor reconocimiento por parte de los estudiantes es Cultura E, con un 48%, seguido del fondo Emprender, con un 17%. Siguen Capital Semilla con un 8% y actuar Famiedades, con un 5%. Líderes en la U y Jóvenes con Empresa tienen un 3% y los demás programas, un 1.5%

El 97% de los estudiantes encuestados manifestó que no ha participado en concursos de

emprendimiento. Solamente el 2% de ellos ha participado en algún concurso y el 1% restante no respondió la pregunta. De los participantes en concursos, ninguno ha obtenido premios.

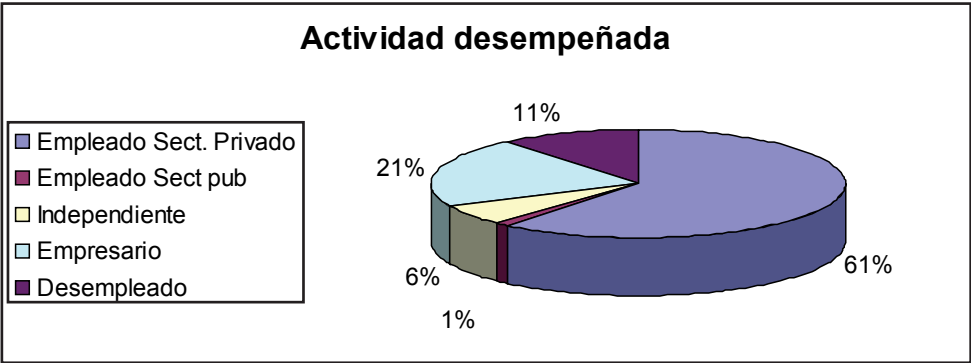
Por otra parte, de las encuestas respondidas por los egresados se obtuvieron los siguientes resultados:

El 65% residen en la ciudad de Medellín, el 22,6% residen en el sur del área metropolitana del Valle de Aburrá (en los municipios de Envigado, Itagui, Sabaneta, La Estrella y Caldas) y el porcentaje restante vive en municipios, departamentos e inclusive países fuera del área cercana de influencia de la Corporación.

Respecto al programa de origen de los egresados encuestados, el 45% pertenecen al programa de Ingeniería de Alimentos; el 41% pertenecen al programa de Administración de Empresas Agropecuarias; el 5% pertenecen al programa de Industrias Pecuarias y el resto de encuestados están repartidos entre los pro-

gramas de Comunicación y Periodismo, (2%), Ingeniería Ambiental, (3%), Mercadeo Agropecuario, (1%) y especialización en Gerencia Agropecuaria, (1%).

La ocupación de los egresados encuestados se muestra en la gráfica 2.



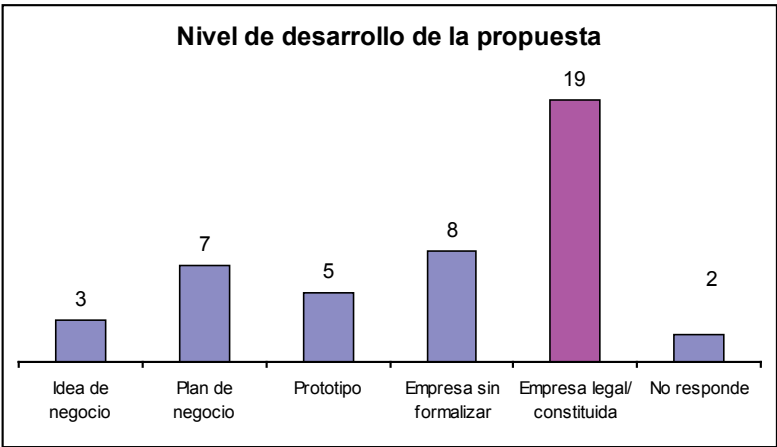
Gráfica 2. Actividades desempeñadas por los egresados

Al preguntárseles si en algún momento habían presentado propuestas de emprendimiento el 40% respondió que sí; el 57% respondió que no y el 3% no respondió la pregunta.

ticios y bebidas, (24,2%); agricultura (15,2%); comercio, intermediación financiera y actividades inmobiliarias, (6.1%).

Los sectores en los cuales los egresados presentan sus propuestas son: Productos alimen-

El nivel de desarrollo de las propuestas de emprendimiento de los egresados se muestra en la gráfica 3.



Gráfica 3. Nivel de desarrollo de las propuestas de emprendimiento de los egresados

A la pregunta sobre si alguna de las asignaturas cursadas le fue útil en el planteamiento de su propuesta, el 80% respondió que sí, el

11% respondió que no y un 9% no respondió la pregunta. Indagando sobre las asignaturas se encontró lo siguiente (tabla 3).

Tabla 3. Asignaturas útiles en la presentación de las propuestas de emprendimiento de los egresados

Asignatura	# Respuestas	Porcentaje
Mercadeo	23	20,2%
Proyectos	23	20,2%
Investigación	18	15,8%
Economía	17	14,9%
Finanzas	17	14,9%
Estadística	12	10,5%
Otras	4	3,5%

Otras	# Respuestas
Contabilidad	2
Diseño de plantas	1
Materias Área técnica	1

El 59% de los egresados encuestados manifestó que si conocían programas de emprendimiento, el 36% respondió que no y el 5% no respondió la pregunta.

Los programas de emprendimiento mas referenciados por los egresados fueron Cultura E (31%), fondo Emprender (19%), Actuar (11.9%), Destapa Futuro y Jóvenes con Empresa, cada uno con un 7.1%.

El 32% de los egresados que presentaron propuestas de emprendimiento manifestó haber participado en algún concurso de planes de negocio.

Del total de egresados encuestados, el 39% considera que en la Corporación se forma para ser empresario, el 55% considera que no y el 6% restante no respondió a la pregunta. De aquellos que respondieron afirmativamente, el 47% egresó antes del año 2001 y el 53% son egresados en años posteriores al mismo año. Por otra parte, de aquellos que respondieron negativamente el 62% egresaron antes del 2001 y el 38% son egresados posteriores al mismo año.

Al indagar sobre los aspectos que debe conocer un profesional para crear empresa, los mas

relevantes señalados por los egresados fueron: el mercado, con 27 respuestas, finanzas, con 18 respuestas, administración, con 14 respuestas, el tipo de empresa, con 13 respuestas, el producto, con 12 respuestas y conocimiento en proyectos, con 11 respuestas.

Finalmente se les pidió señalar las razones por las cuales no habían presentado propuestas emprendedoras y las principales razones fueron: falta de plata, con 36 respuestas, no saber cómo presentar propuestas, con 25 respuestas y no saber a quién se le presentan las propuestas, con 20 respuestas.

Discusión

Lo primero que hay que tener en cuenta en el tema del emprendimiento es que “los negocios no se realizan como dictan los libros, o por lo menos no los más emprendedores⁸”.

En Colombia, como en la mayoría de los países de América Latina, el pequeño comercio representa más del 90% de las empresas existentes y genera más del 70% del empleo nacional⁹. Pero este pequeño comercio también es muy

vulnerable a los cambios económicos globales que golpean fuertemente el empleo en la economía local.

La ley del emprendimiento en su artículo 12 señala como objetivos específicos de la formación para el emprendimiento:

- a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos;
- b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia;
- c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo;
- d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro, así como orientar sobre las distintas formas de asociativas¹⁰.

El cumplimiento de estos objetivos por parte de las instituciones de educación permitirá la consolidación de una cultura emprendedora en los estudiantes de los diferentes niveles educativos, como alternativa para generar un crecimiento en la masa empresarial que permita absorber el exceso de oferta de mano de obra, calificada y no calificada, en el mercado laboral colombiano.

Pero es de vital importancia resaltar el papel fundamental que tienen las instituciones de educación superior en el cumplimiento y difusión de estos objetivos trazados como políticas de gobierno, teniendo presente siempre que “las organizaciones de negocios pueden aspirar a un futuro diferente siempre que sus nuevos emprendimientos sean capaces de superar tres grandes desafíos: olvidar, adoptar y aprender¹¹”.

En la Corporación Universitaria Lasallista, al iniciar la presente década, se diseñó una línea de gestión empresarial como alternativa para fortalecer la formación emprendedora en el estudiantado, buscando dar respuesta a los objetivos señalados en la ley del emprendimiento.

De todas formas es importante resaltar la argumentación de Kuemmerle, cuando afirma que

poner en marcha una nueva empresa es mucho más difícil que manejar una compañía establecida. Si no se reúnen las condiciones requeridas, se debe aprender a desarrollarlas¹².

Los resultados de las encuestas realizadas dejan ver que entre los estudiantes no existe claramente marcada una cultura de emprendimiento y que para muchos de ellos (el 50%) las asignaturas del área de gestión empresarial no son relevantes en su formación profesional, frente a un 45% que considera que sí hay relevancia. Esto también se ve reflejado en que sólo el 27% de los estudiantes encuestados ha presentado alguna propuesta de emprendimiento.

Estas cifras pueden estar relacionadas con el nivel académico de los estudiantes encuestados, debido a que un gran volumen de ellos (49%) están ubicados entre el tercer y el cuarto semestre y hasta ese momento están empezando con las asignaturas más teóricas de la línea de gestión empresarial (economía – estadística).

Se debe tener en cuenta que las asignaturas como creatividad empresarial, gestión de mercadeo, gestión contable financiera, metodología de la investigación y proyectos de inversión, que se cursan después del 5 semestre, sobresalen por ser las asignaturas donde se presentan la mayor cantidad de propuestas emprendedoras y no han sido cursadas por el 49% de los encuestados.

El enfoque más sobresaliente respecto al tipo de iniciativas está en las actividades de producción (58%), porcentaje que debe estar muy relacionado con los programas de origen de los estudiantes (Administración de Empresas Agropecuarias, Industrias Pecuarias, Ingeniería de Alimentos, Ingeniería Informática, Ingeniería Industrial), programas en los cuales el estudiante se enfoca más a desarrollar actividades de producción. Se esperaría que las actividades de servicios sean presentadas en mayor proporción por los estudiantes de Comunicación y Periodismo y en menor proporción por los estudiantes de los programas de Ingenierías, Administración e Industrias Pecuarias.

De igual forma, el alto porcentaje de desconocimiento de programas de emprendimiento por

parte de los estudiantes (73%) también puede estar explicado por el semestre académico que ellos cursan, sin desconocer que en la actualidad existen programas como Cultura E que lleva varios años posicionándose como marca de ciudad y que viene trabajando con los colegios y las escuelas de Medellín en pro de sembrar la semilla del emprendimiento en los niños y jóvenes.

En la Corporación, en la asignatura de creatividad empresarial, la cual se cursa en el 7º nivel, se hace énfasis en que el estudiante logre conocer los programas y concursos de emprendimiento existentes a nivel nacional, departamental y municipal, como alternativa de desarrollo de sus iniciativas empresariales.

Respecto a la participación del estudiantado en concursos de emprendimiento se hace necesario motivar este tipo de actividades, puesto que según los datos arrojados sólo el 2% ha participado en algún concurso. Este porcentaje tan bajo puede ser explicado por factores socioeconómicos o por la desinformación por parte de los estudiantes.

Si analizamos lo socioeconómico cabe resaltar que el tipo de estudiante de la Corporación Universitaria Lasallista, en su gran mayoría, pertenece a un estrato medio-alto, es decir, estratos 3, 4 y 5, y proviene de colegios privados igualmente de estrato medio-alto. Esto implica que económicamente pueden tener la posibilidad de sacar adelante sus propias propuestas emprendedoras sin necesidad de acudir a concursos.

Ahora, la información que arrojan las encuestas de los egresados va en un sentido muy diferente a lo analizado con los estudiantes.

Primero que todo hay que señalar que la gran mayoría de los egresados pertenecen básicamente a dos programas (ingeniería de alimentos y administración de empresas agropecuarias) que son los programas líderes de la Corporación y con los cuales inició actividades en 1984.

Analizando los resultados de la gráfica #2 es reconfortante observar cómo el 21% de los egresados encuestados se desempeña como empresario, lo cual indica que se han “arriesgado” a crear y mantener empresas basados

en los saberes adquiridos en su formación al interior de la Corporación.

Son este tipo de cifras las que confirman aquello de que “el mayor escollo en los emprendimientos de riesgo es la tentación de invertir en un espectro más amplio de transacciones, fenómeno éste conocido como pérdida de foco¹³”.

Ahora, es importante recalcar que de las propuestas elaboradas un 61% ya son empresas en funcionamiento (43% legalmente constituidas y 18% sin formalizar) mientras que el 11% ya tiene elaborado un prototipo del producto o servicio a ofrecer y un 16% tiene elaborado su plan de negocios.

De los egresados que presentaron propuestas empresariales, el 80% reconoció la importancia de algunas asignaturas en la elaboración de su propuesta empresarial, destacando asignaturas como mercadeo, proyectos, investigación, economía, finanzas y estadística.

Estos datos sirven para confirmar la afirmación de Beteck Rophie cuando dice que “conocer los clientes, analizar el entorno, estudiar la competencia e ingresar a las filas de la vida empresarial es lo que se debe saber al emprender¹⁴”.

Los resultados también muestran una diferencia significativa entre la información de los estudiantes y la de los egresados en lo referente al conocimiento de programas de emprendimiento, y a su participación en los mismos. Un 59% de los egresados manifestó conocer algún programa de emprendimiento, siendo Cultura E y el fondo Emprender del SENA los de mayor reconocimiento y el 32% de aquellos egresados que presentaron propuestas emprendedoras manifestó haber participado en algún concurso de este tipo, siendo nuevamente Cultura E el concurso de mayor participación.

Ante el planteamiento de que en la Corporación se forma para ser empresario, es claro que de los egresados cuya opinión fue negativa la gran mayoría (63%) egresaron antes del año 2001 y muchos de ellos manifiestan que en esa época el enfoque de su formación no contemplaba la parte de emprendimiento o empresarismo.

Por otra parte, aquellos que afirman que en la Corporación sí se forma para ser empresario, se caracterizan porque en su mayoría, (53%), son egresados en años posteriores al 2001, es decir, cursaron asignaturas de la línea de gestión empresarial, cifra que hace evidente entonces el impacto que dicha línea de formación tiene en la generación de propuestas de emprendimiento por parte de los egresados.

Conclusiones

La línea de gestión empresarial ha tenido impacto en la generación de ideas de negocios por parte de los egresados de la Corporación, especialmente de aquellos que egresaron posteriormente al año 2001. Dicho impacto no se refleja de la misma manera en la generación de ideas de negocios por parte de los estudiantes, debido a que un gran volumen de ellos no ha cursado ni está cursando asignaturas que inciden bastante en el desarrollo de esta competencia, como son creatividad empresarial, proyectos de inversión o metodología de investigación.

El egresado de la Corporación Universitaria Lasallista conoce los programas y concursos de emprendimiento existentes y presenta propuestas de emprendimiento acordes con su formación profesional.

Los estudiantes de últimos semestres y egresados reconocen la importancia de las asignaturas que conforman la línea de gestión empresarial respecto a su formación como profesionales íntegros e idóneos para enfrentarse a los nuevos retos de una economía cada vez más cambiante y competitiva.

Agradecimientos

Agradezco a los compañeros del programa de Administración de Empresas Agropecuarias por su decidido apoyo en la estructuración de las encuestas, así como al Fondo para el Desarrollo de la Investigación de la Corporación y a la decanatura de Administración de Empresas Agropecuarias por el apoyo económico al proyecto.

Referencias

1. FRANCO CLAVIJO, Juan Bautista. Emprendimiento colombiano: Potencial creativo para el desarrollo nacional. [on line], Bogotá: Sena [citado 2009-noviembre-30]. Disponible en <http://www.sena.edu.co/NR/rdonlyres/8035B4DC-BEE5-4874-ACEF-FB8C9F303AC7/0/ART%C3%8DCULOREVISTAUDES.pdf>
2. GUTIERREZ POVEDA, Roberto. Una respuesta universitaria a un tema de moda. *En: Cuadernos de Administración*. Julio, 2006. vol. 723, no 142, p. 58-69.
3. URDIAIN, Rodolfo. Inicia la revolución. *En: Entrepreneur*. Enero, 2004, vol. 12, no. 1, p. 190-193
4. PLATA PAEZ, Luís Guillermo. Las mipymes y la transformación productiva. *En: Economía Colombiana*. Septiembre, 2007, no. 320, p. 130-111.
5. GUTIÉRREZ POVEDA. Op. cit., p. 58-69
6. COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014 (26, enero. 2006). Modificada por la Ley 1258 de 2008. Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada de fomento a la cultura del emprendimiento. *Diario Oficial*. Bogotá D.C.: El Congreso, 2006. no. 46.164. p. 1-16
7. POLANCO LOPEZ DE MESA, Camilo. Políticas locales para fomentar la cultura emprendedora en la educación media. *En: Revista Internacional Magisterio: Educación y Pedagogía*. 2008, no. 32, p. 82-86.
8. URDIAN. Op. cit., p.190-193
9. LLANOS, Begoña. Emprender, al alcance de todos. *En: Entrepreneur*. 2004, vol. 12, no 1, p. 214-217.
10. COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Op. cit., p. 1-16
11. GOVINDARAJAN, Vijay. La innovación, de la idea a la ejecución. *En: Gestión*. Junio-Julio, 2007, vol. 10, no 3, p. 16-19
12. KUEMMERLE, Walter. Sólo para audaces. *En: Gestión*. Febrero-marzo, 2003, vol. 6, no. 1, p. 42 -47
13. CAMPBELL, Andrew. Emprendimientos de riesgo. *En: Gestión*. Junio-Julio, 2004, vol. 7, no.3, p.78-85.
14. BETECH ROPHIE, Emilio. Que debe saber al emprender. *En: Entrepreneur*. 2003, vol.11, no 5, p. 37.