

Estrategias para el fomento de la cultura de emprendimiento universidades de Valledupar, Colombia*

Strategies for the promotion of entrepreneurship's culture in universities of Valledupar, Colombia

Estratégias para a promoção da cultura do empreendedorismo em universidades de Valledupar, Colômbia

Fecha de recepción: 17-04-2015; Fecha de aceptación: 07-09-2015

Disponible en línea: 15 de diciembre de 2015

DOI: <http://dx.doi.org/10.18359/reds.1448>

Gloria Rojas Caicedo**, Liliana Quintero***,
Vanessa Pertuz Peralta****, Astrid Navarro Rodríguez*****

Cómo citar este artículo:

Rojas-Caicedo, G., Quintero, L., Pertuz-Peralta, V. y Navarro-Rodríguez A. (2016). Estrategias para el fomento de la cultura de emprendimiento en las universidades del municipio de Valledupar, Colombia. *Revista educación y desarrollo social*. 10(1), 38-57. DOI: <http://dx.doi.org/10.18359/reds.1448>.

* Artículo resultado de la investigación titulada: *Caracterización del ecosistema emprendedor en las Instituciones de Educación Superior en el Municipio de Valledupar-Colombia*. Las Universidades que participaron en la realización de este proyecto son: Universidad de Santander, Universidad Popular del Cesar, Fundación Universitaria del Área Andina.

** Magister en Planificación y Gerencia de Ciencia y Tecnología de la Universidad el Zulia, Venezuela. Fisioterapeuta. Universidad de Santander UDES, facultad de Ciencias Administrativas, Programa de Administración Financiera, Grupo de Investigación Gestión Competitiva, Valledupar, Colombia. Correo electrónico: grojas@valledupar.udes.edu.co.

*** Maestrante en Gestión Pública y Gobierno, Universidad de Santander UDES, Psicóloga social y comunitaria. Universidad de Santander UDES, Facultad de Ciencias Administrativas, Programa de Administración Financiera, Grupo de Investigación Gestión Competitiva, Valledupar, Colombia. Correo electrónico: lquintero@valledupar.udes.edu.co.

**** Doctorante en Ciencias Mención Gerencia. Universidad Rafael Bellosó Chacín. Magister en Gerencia de Proyectos de Innovación y Desarrollo. Universidad Rafael Bellosó Chacín, Venezuela. Ingeniero Industrial. Universidad de Santander UDES, Facultad de Ciencias Administrativas, Programa de Administración Financiera, Grupo de Investigación Gestión Competitiva, Valledupar, Colombia. Correo electrónico: vanesapertuz@hotmail.com.

***** Doctorante en Ciencias Sociales Mención Gerencia, Universidad del Zulia. Especialista en Diseño y evaluación de Proyectos, Universidad de Norte, Especialización en Administración de la Informática Educativa, universidad de Santander. Administradora financiera y de sistemas. Universidad de Santander UDES, Facultad de Ciencias Administrativas, Programa de Administración Financiera, Grupo de Investigación Gestión Competitiva, Valledupar, Colombia. Correo electrónico: navarro.astrid@gmailo.co.

Resumen

La presente investigación busca facilitar la planificación y mejoramiento de las estrategias para el fomento de la cultura del emprendimiento, al describir las distintas iniciativas desarrolladas en las Universidades. Para ello, se realizó una caracterización de las estrategias administrativas y didácticas implementadas, y los planes de negocios formulados como trabajo de grado por estudiantes de los programas académicos. La investigación es cualitativa, tipo descriptiva, a través del análisis de contenido en entrevistas y documentos de tres universidades en modalidad presencial en el municipio de Valledupar (Colombia). Los principales resultados evidencian como estrategias administrativas, la creación de Unidades de Emprendimiento, dependientes de Vicerrectorías de investigación y extensión, que no se conciben dentro del Proyecto Educativo Institucional y existen sin acuerdo administrativo. En cuanto a los servicios prestados, el 66% de las universidades sensibiliza, identifica y formula planes de negocios, logrando la creación de una empresa con capital semilla del Fondo Emprender, y dos universidades investigan temas de emprendimiento. Como estrategias didácticas de fomento, se ofrecen cursos disciplinares, electivos, módulos, conferencias, muestras, planes de negocios, convocatorias de ideas y Blogs. Asimismo se han formulado 173 planes de negocios como trabajo de grado, orientados el 51% hacia el sector secundario, seguido de un 40% al sector terciario, y están alineados en su mayoría con la apuesta productiva regional actual: agroindustria. Las universidades cumplen sus funciones dentro del ecosistema del emprendimiento; la mayor limitante es la ausencia de lineamientos específicos para el fomento de la cultura del emprendimiento al interior de las mismas.

Palabras clave: Cultura; universidad; Colombia.

Abstract

This paper aims to facilitate planning strategies and improved strategies for promoting entrepreneurship culture. This article describes different initiatives at Valledupar's universities. The researchers to archive these goals, starts with a characterization of administrative functions, teaching strategies and business plans. The present research is descriptive and qualitative. This research contents an analysis of interviews and documents of three Universities in Valledupar (Colombia). The main results shows that administrative strategies like creating entrepreneurship units, researches offices and external relationship offices are not thinking inside the Institutional Education Project and there are no administrative agreements. The universities, in this study, identifies and develops business plans, and creation of a company with seed funds. Two of these universities make research topics on entrepreneurship, like teaching strategies to promote, discipline, elective courses, modules, conferences, exhibitions, business plans, calls for ideas and blogs. They have made 173 business plans as undergraduate work focused 51% to the secondary economic sector, followed 40% towards the tertiary sector are mostly aligned with current regional production bets: agri-business. Universities perform their duties inside the enterprise ecosystem. The biggest limitation is the absence of specific guidelines for promotion of entrepreneurship's culture.

Keywords: Culture; universities; Colombia.

Resumo

A presente investigação procura facilitar o planejamento e o melhoramento de estratégias para a promoção da cultura do empreendimento, ao descrever as diferentes iniciativas desenvolvidas nas Universidades. Para fazer isso, foi realizada uma caracterização das estratégias administrativas e didáticas implementadas, e os planos de negócios formulados como trabalho de graduação por estudantes dos programas acadêmicos. A pesquisa é de caráter qualitativo, de tipo descritivo por meio da análise de conteúdo em entrevistas e documentos de três universidades na modalidade presencial no município de Valledupar (Colômbia). Os resultados principais evidenciam como estratégias de gestão, a criação de Unidades do Empreendimento, dependentes das Vice-Reitorias de investigação e extensão, que não são concebidas dentro do Projeto de Educação Institucional e existem sem acordo administrativo. Referente aos serviços prestados, o 66% das universidades sensibiliza, identifica e desenvolve planos de negócios, conseguindo a criação de uma empresa com capital semente do Fundo Emprender, e duas universidades fazem investigações de questões de empreendimento. Como estratégias didáticas de fomentação, são oferecidos cursos disciplinares, eletivos, módulos, palestras, amostras, planos de negócios, convocatorias de ideias e Blogs. Do mesmo foram formulados 173 planos de negócios como trabalho de grau, orientados assim: o 51% para o sector secundário, seguido de um 40% a o sector terciário, e são na sua maioria alinhados com a aposta atual de produção regional: agroindústria. As universidades cumprem as suas funções dentro do ecossistema do empreendimento; a maior limitante é a ausência de alinhamentos específicos para a promoção da cultura do empreendimento a o interior das mesmas.

Palavras-chave: Cultura; universidade; Colômbia.

Introducción

La iniciativa y el espíritu emprendedor están considerados como una competencia sistémica común a todos los títulos universitarios, resultado de extensos y complejos procesos de consulta, investigación y concertación plurinacional, como lo fueron la Conferencia Mundial sobre la Educación Superior (1998), el proceso de Bolonia en 1999, la realización del Proyecto Tunning Europa (2003) y Proyecto Tunning América Latina (2007), que buscaron definir y concretar las metas y bases de la Educación Superior del siglo XXI.

Una forma de facilitar la planificación y el mejoramiento de las estrategias para promover y formar el espíritu emprendedor en los estudiantes de educación superior, es divulgar las distintas iniciativas desarrolladas en las universidades. Es así como RedEmprendia, red universitaria iberoamericana centrada en el emprendimiento surgido de las universidades, con sus trabajos: “Emprender con éxito desde las universidades: algunos instrumentos y buenas prácticas” y “Manual de Buenas Prácticas en emprendimiento universitario”, ambas publicadas en 2010, y “100 buenas prácticas de emprendimiento universitario” (2012); aporta diversas estrategias desarrolladas e implementadas en universidades comprometidas con el emprendimiento, que muestran el acierto de las mismas en Iberoamérica.

En Colombia, los avances en este tema se han centrado en el cumplimiento de

la Ley 1014 de 2006 de Fomento para la Cultura del Emprendimiento, que hace referencia a la obligatoriedad de incluir el emprendimiento en los procesos de formación en las instituciones educativas y opcional en las Universidades (Congreso de Colombia, 2006). La ley en referencia asigna a la educación un rol de vital importancia, lográndose, según lo expresa el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y la Asociación Colombiana de Universidades (2014), que “el emprendimiento se ha posicionado al interior de las universidades por considerar que la formación profesional no es suficiente para desempeñarse con éxito; se hace necesario formar capacidades y ofrecer alternativas de vida para los futuros profesionales”.

La limitación en el proceso de enseñanza aprendizaje de estas capacidades está dada, al carecer de directrices claras acerca de aspectos administrativos, didácticos y curriculares sobre cómo desarrollar la iniciativa y el espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios; no obstante el esfuerzo económico y compromiso de las universidades, conduce de manera ineficiente en el logro del fomento de la cultura del emprendimiento, según lo afirma el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades (2014).

En este contexto, se hace necesario conocer y comparar los desarrollos en el tema del emprendimiento, mediante las prácticas que los actores de las unidades del mismo han diseñado e implementado, y los resultados en el tiempo en

universidades de modalidad presencial en el municipio de Valledupar; por ello los resultados del estudio van a significar un aporte, tanto en la divulgación de los resultados obtenidos al interior de las universidades, estableciendo una línea base, como a la comprensión de los aspectos administrativos y pedagógicos que deben ser sujetos a procesos de mejora, para estratégicamente dirigir los esfuerzos de la universidad como ente promotor y formador del espíritu emprendedor en los jóvenes, capacidad que necesita el sector productivo.

Para efectos de la presente investigación se consideran los siguientes conceptos, descritos en la Ley 1014 de 2006 (Congreso de Colombia, 2006): a) Emprendimiento: una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. b) Formación para el emprendimiento: permite el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otras la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo. c) Estrategia Administrativa: el término estrategia, literalmente significa: “arte de dirigir y coordinar las acciones militares, y de

hacer una cosa para alcanzar un objetivo”. Se deriva del griego estrategias que quiere decir ‘general’. Aplicando este concepto al ámbito administrativo, son cursos de acción general o alternativas, que muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas. d) Planes de negocios: es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. e) Unidad de emprendimiento: es un centro o programa de atención en donde se capacita y asesora a emprendedores durante los procesos de creación y consolidación de empresas. Estos centros o programas son ambientes de aprendizaje encargados de fomentar el desarrollo de la cultura del emprendimiento. En Colombia se han desarrollado al interior de organizaciones, tales como Instituciones de Educación Superior –IES- y el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). f) Estrategia didáctica: es el conjunto de procedimientos, apoyados en técnicas de enseñanza, que tienen por objeto llevar a buen término la acción didáctica; es decir, alcanzar los objetivos del aprendizaje (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2009).

El objetivo del presente artículo es describir las estrategias de planificación y mejoramiento para el fomento de la cultura del emprendimiento en universidades de Valledupar, Colombia.

Metodología

La presente investigación es cualitativa de tipo descriptivo documental, aplicando como estrategia procedimental el análisis interpretativo de Kockelmans (1975) que permitió identificar el grado en que están presentes los rasgos, características y propiedades específicas de las estrategias para el fomento de la cultura emprendedora en las universidades, sin pretender demostrar, verificar o crear una nueva teoría.

La población de la investigación corresponde al total de las universidades en modalidad presencial ubicadas en Valledupar, específicamente: Universidad de Santander (UDES), Universidad Popular del Cesar (UPC), Fundación Universitaria del Área Andina (FUAA). La metodología utilizada comprende tres etapas: investigación documental, diseño y aplicación de instrumentos y análisis de contenido, que se detallan a continuación:

1. Investigación documental

Recolección de información mediante el rastreo bibliográfico de libros, documentos, publicaciones acreditadas y comentarios de expertos; todos ellos relacionados con el objeto mismo de estudio y con el proceso de investigación. El registro de la información para los documentos recopilados se hizo por medio de fichas bibliográficas, luego se seleccionó el material para analizar y se definieron las unidades de registro y de análisis; seguidamente se efectuó la codificación y la categorización de los datos para realizar su interpretación y la construcción de inferencias.

2. Diseño y aplicación de instrumentos

Para la recolección de la información se elaboró el diseño operacional de la variable estrategia, que incluye los ítems de la entrevista semiestructurada (Cuadro 1).

Cuadro 1. Diseño operacional de la variable estrategia

Dimensión	Subdimensión	Indicador	Ítem
Estrategia	Proyecto Educativo Institucional		1.
			2. La institución concibe dentro del PEI el tema de emprendimiento? SI___ NO___
			3. Cómo se concibe el emprendimiento
			4. Desde cuando se adoptó
			5. ¿Qué programas y servicios ofrece la unidad de emprendimiento a la comunidad educativa?
			6.
	Estructura organizacional		7. ¿En el organigrama institucional de quien depende esta unidad?
			8. ¿Existe un acto administrativo para la creación de la unidad? SI___ NO___, tipo
			9. Utiliza la unidad de emprendimiento algún tipo de planeación? SI___ NO___, tipo
			10. Mencione las entidades de apoyo al emprendimiento con las cuales su universidad tiene convenios
			12. ¿Ha desarrollado actividades conjuntamente con entidades de apoyo a nivel local, regional, nacional e internacional? SI___ NO___, cuales
			13. ¿Pertenece la Unidad de Emprendimiento a alguna Red? SI___ NO___, cuál
	Alianzas estratégicas		14. Participa activamente en la Red SI___ NO___, cuál ha sido su rol
			15. ¿Qué medios utilizan para divulgar los resultados del emprendimiento? ¿Con qué frecuencia?
			16.
	Comunicación		17. ¿Qué resultados se han obtenido?
			18. ¿Cuáles son las mayores limitaciones que usted percibe para promover y fomentar el emprendimiento dentro de su universidad?
			19. ¿Qué tipo de estrategias cree usted que falta implementar para promover el emprendimiento de forma más efectiva?
	Auto-evaluación		

Dimensión	Subdimensión	Indicador	Ítem
			20.Cuál es el perfil de los profesionales asignados a la Unidad de Emprendimiento
			21. Cuántos docentes están vinculados a la unidad de emprendimiento
		Talento humano	22. Cuántas horas dedican estos docentes a la unidad de emprendimiento
			23. Qué funciones desempeñan los docentes en la unidad de emprendimiento
			24. Qué mecanismo se utiliza para asignar los docentes a la unidad
			25. De las siguientes actividades señale con una X, cuales desarrollan en su institución
		Las cátedras disciplinares (asociadas a un programa o a una carrera específica)	26. Cursos disciplinares asociados a emprendimiento
			27. Cursos electivos de emprendimiento
			28. Módulos de emprendimiento dentro de los cursos, plan de negocio como opción de trabajo de grado
	Estrategia didáctica	Las cátedras electivas	
		Las cátedras transversales	29. Conferencias, charlas, conversatorios, simposios, seminarios, muestras, ferias y concursos de emprendimiento, ruedas de negocios, convocatorias de ideas y planes de negocios, aulas virtuales, simuladores de negocio, objetos virtuales de aprendizaje (OVAS), blogs
		Técnicas didácticas	
		Actividades	30. ¿Existen actualmente investigaciones en temas relacionados con el emprendimiento? Si sabe cuáles por favor cítelas.

Fuente: elaboración propia (2013)

La entrevista semiestructurada tiene como objeto describir las estrategias utilizadas para el fomento de la cultura del emprendimiento, y consta de 22 ítems y 2 secciones. La primera corresponde a la estrategia administrativa y la segunda a la estrategia didáctica. La estrategia administrativa es la respuesta de las

universidades al fomento de la cultura de emprendimiento, mediante los siguientes indicadores: proyecto educativo institucional, estructura organizacional, alianzas estratégicas, comunicación, evaluación y talento humano; y para la estrategia didáctica se establecieron como indicadores: cátedras discipli-

nares, electivas, transversales, técnicas didácticas y actividades.

Posterior al diseño de la entrevista, se realizó la prueba piloto y se desarrolló el trabajo de campo con los

tres coordinadores de las unidades de emprendimiento en las universidades. Asimismo se diseñó la matriz Plan de Negocio Rojas (MAPN-R, 2013) (Tabla 1), para la revisión documental en las bibliotecas.

Tabla 1. Matriz Plan de Negocio Rojas 2013, MAPN-R-2013

Número	Programa	Año	Título	Autores	Docente	Sector Económico	Actividad Productiva
--------	----------	-----	--------	---------	---------	------------------	----------------------

Fuente: elaboración propia (2013)

La matriz MAPN-R 2013 está conformada por ocho (8) ítems para la revisión documental de los planes de negocios formulados como trabajo de grado, utilizando un sistema de codificación correspondiente a número, nombre del programa académico, año, título, nombre de los autores, nombre del docente tutor, sector económico y actividad productiva según la codificación propuesta por la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, CIIU. Revisión 4.1, adaptada para Colombia (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2012). Para llevar a cabo un análisis de forma más clara, se registraron los datos en Microsoft Excel, para su análisis por medio de cuadros, tablas y gráficas.

3. Análisis de contenido. Para interpretar los resultados de las entrevistas, se diseñó una Matriz de Análisis de Contenido de Entrevistas Semiestructuradas (Tabla 2).

Organizada la información documental en la Matriz MAPN-2013 (Tabla 1). Se realizó la categorización de contenidos bajo criterios de semejanzas, diferencias y particularidades.

Análisis de resultados

A continuación se analizan los resultados de las entrevistas realizadas a los coordinadores de las unidades de emprendimiento y la revisión de los planes de negocios.

Descripción de estrategias implementadas para el fomento de la cultura emprendedora

Para describir las estrategias implementadas, se analizaron los discursos de la entrevista semiestructurada, realizada a los coordinadores de las unidades de emprendimiento de las universidades analizadas.

Tabla 2. Matriz de análisis de contenido de entrevista semiestructurada

Ítem	Universidad			Sinopsis	Semejanzas	Diferencias	Particularidades	Discusión
	UDES	UPC	FUUA					

Fuente: elaboración propia (2013)

Estrategias administrativas

Con relación al Proyecto Educativo Institucional (PEI), el 66% (2) de las universidades no conciben dentro del PEI el tema de emprendimiento, solo una lo considera desde el micro currículo de cada programa donde existen asignaturas que promueven al estudiante a emprender. La Universidad Popular del Cesar inicia el desarrollo de los procesos de emprendimiento en el año 2005, antes de la aparición de la Ley 1014 de 2006, y recientemente en los años 2011 incursiona la Universidad de Santander, y en el 2014 la Fundación Universitaria del Área Andina.

En el 100% de las universidades existe Unidad de Emprendimiento, pero estas no cuentan con un acto administrativo para su creación. El 66% (2) ofrece los servicios de sensibilización al estudiante, asesoría en la formulación de planes de negocios y presentación a convocatorias del Fondo Emprender; y una brinda asesorías en formulación de ideas de negocios que se generan en el aula.

46

En cuanto a la estructura organizacional, en el organigrama institucional, el 66% (2) de las unidades dependen de Vicerrectoría de Investigación o Extensión y

el 33% (1) no figura en el organigrama; el 100% de las unidades utiliza proceso de planeación, lo que permite desarrollar las acciones organizadamente.

Con relación a las alianzas estratégicas, el 100% se asocia a los entes públicos como el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCIT), a través de la Red Regional de Emprendimiento del Departamento del Cesar, y con la Red de Emprendimiento Universitario (REUNE); un 33% (1) de la población tiene alianza con la Red de Investigación Estudiantil de la Universidad del Zulia REDIELUZ, asimismo han participado en el desarrollo de actividades en alianza con entidades del orden nacional.

Adicionalmente, una de estas universidades ha logrado escalar al nivel internacional, el 100% participa activamente en la red y su rol corresponde a las acciones de sensibilización, identificación de ideas y formulación de planes de negocios acorde a los eslabones de la propuesta de valor establecida por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2011).

En cuanto a la estrategia de comunicación, el 100% de las universidades utiliza las redes sociales y las páginas web institucionales, un 33% utiliza

un programa radial institucional. Con relación a la autoevaluación, el 66% de las universidades sensibiliza y formula planes de negocios de acuerdo a la cadena de valor, lográndose la aprobación de un plan de negocio por el Fondo Emprender; además una universidad ha incursionado en investigación en temas de emprendimiento.

Para promover y fomentar el emprendimiento dentro de las universidades, todas coinciden en que la mayor limitación que se percibe es la falta de voluntad institucional y desarticulación para desarrollar la política pública de emprendimiento, debido a la ausencia de obligatoriedad; de igual forma hace falta implementar estrategias que propendan por el fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento al interior de las Universidades y en la región.

Con relación al talento humano, los profesionales asignados a las unidades de emprendimiento proceden: el 46% de las Ciencias Económicas y Administrativas; 31% de Ciencias de Ingeniería, 15% de Ciencias de la Salud y un 8% de Ciencias Sociales, el 72% están vinculados por hora cátedra y el 28% tiempo completo, dedicando entre 4 y 38 horas a la Unidad de Emprendimiento, desempeñado funciones de coordinación, asesorías a ideas y planes de negocios; gestores de actividades de sensibilización y docencia, en temas de emprendimiento. El mecanismo para la asignación de los docentes es por hora cátedra y adscritos a los programas académicos.

Estrategias didácticas

En cuanto a las estrategias didácticas de fomento de cultura de emprendimiento, el 100% de la universidades han diseñado e implementado cursos disciplinares dentro de los currículos de los diferentes programas académicos, planes de negocios como opción de trabajo de grado, actividades como charlas, conferencias y conversatorios; el 66% cursos electivos, módulos de emprendimiento dentro de los cursos obligatorios y blogs; por su parte el 33% ha realizado o participado en actividades de ruedas de negocios, convocatorias de ideas y planes de negocios, simposios, seminarios y aulas virtuales; no se utilizan simuladores de negocios ni objetos virtuales de aprendizaje (Tabla 3).

Formulación de planes de negocios como trabajo de grado

En la investigación se identificó un total de 173 planes de negocios formulados como trabajo de grado, en el periodo comprendido desde el inicio en la Universidad de Santander y la Universidad Popular del Cesar, hasta el año 2013, los cuales reposan en la biblioteca respectiva. No se encontraron planes de negocios en la Fundación Universitaria del Área Andina. En función de los resultados se observa un mayor porcentaje de producción de planes de negocios: 51,4% (89) en la Universidad de Santander seguido con un 48,5% (84) por la Universidad Popular del Cesar. (Tabla 4).

Tabla 3. Distribución porcentual de estrategias didácticas utilizadas en las universidades

Estrategia didáctica	%
Cursos disciplinares asociados a emprendimiento	100%
Cursos electivos de emprendimiento	66%
Módulos de emprendimiento dentro de los cursos,	66%
Plan de negocio como opción de trabajo de grado	100%
Conferencias	100%
Charlas	100%
Conversatorios	100%
Simposios	33%
Seminarios	33%
Muestras, ferias y concursos de emprendimiento	100%
Ruedas de negocios	33%
Convocatorias de ideas y planes de negocios	33%
Aulas virtuales	33%
Simuladores de negocio	0%
Objetos virtuales de aprendizaje (OVAS)	0%
Blogs	66%

Fuente: elaboración propia (2014)

Tabla 4. Formulación de planes de negocios como trabajo de grado

UNIVERSIDAD	Número	%
Fundación Universitaria del Área Andina	0	0
Universidad Popular del Cesar	84	48,5%
Universidad de Santander	89	51,4%
Total	173	100

Fuente: elaboración propia (2014)

48

Planes de negocios según Programa Académico: el 72% de los planes de negocios formulados en las Universidades, corresponden a programas de pregrado de Administración de Empresas y Administración Financiera, Ingeniería Industrial y Agroindustrial, y un 17% en

especializaciones de Diseño y Evaluación de Proyectos y Negocios Internacionales.

Según programa académico, se observa que en la Universidad de Santander el 53% (47) de planes de negocios han sido formulados por estudiantes del programa

de Ingeniería Industrial; el 42% (37) por estudiantes de Administración Financiera; el 4,4% (4) por estudiantes de Fisioterapia y 0.1% (1) por estudiantes de Bacteriología y Laboratorio Clínico. En función de los resultados se observa una concentración del 95% de los trabajos de grado como planes de negocios, en los programas de Ingeniería Industrial y Administración Financiera. (Tabla 5).

Asimismo en la Universidad Popular del Cesar se identificó que el 64,2% (54) de los planes de negocios fueron formulados en los programas de pregrado y el 35,7% (30) en postgrado.

Se observa en pregrado una concentración de planes de negocios en un 40,7% en el programa de Administración de Empresas y un 35,1% en Ingeniería Agroindustrial, seguidos con un 5,5% en el programa de Ingeniería

de Sistemas, un 3,7% el programa de Ingeniería Ambiental y Sanitaria, con un 1,8% el programa de Instrumentación Quirúrgica, y con un 1,2% el programa de Contaduría.

En postgrado se evidencia una concentración en la formulación de planes de negocios en la Especialización en Diseño y Evaluación de Proyectos, con un 60%, seguido del programa de Especialización en Negocios Internacionales con un 36,6%. (Tabla 6).

Estudiantes con competencias en formulación de planes de negocios. Las universidades han desarrollado competencias en formulación de planes de negocios en un total de 291 estudiantes, correspondientes al 81%, (235) estudiantes de pregrado, y el 19% (56) en Postgrado (Tabla 7).

Tabla 5. Planes de negocios según programa académico en la universidad de Santander

UNIVERSIDAD DE SANTANDER		
PROGRAMA	Número	Porcentaje (%)
Administración Financiera	37	42%
Bacteriología y Laboratorio Clínico	1	0,1%
Fisioterapia	4	4,4%
Ingeniería Industrial	47	53%
TOTAL	89	100

Fuente: elaboración propia (2014)

Tabla 6. Planes de negocios según programa académico en la universidad popular del Cesar

UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR			
PROGRAMA	Número	%	
Administración de Empresas	22	40,7%	
Contaduría	7	1,2	
Ingeniería Agroindustrial	19	35,1	
Ingeniería Ambiental y Sanitaria	2	3,7	
Ingeniería de Sistemas	3	5,5	
Instrumentación Quirúrgica	1	1,8	
SUBTOTAL PREGRADO	54	64,2%	
Especialización en Diseño y evaluación de Proyectos	8	26,6	
Especialización en Diseño y evaluación de Proyectos (Convenio Universidad del Norte)	10	33,3	
Especialización en Gerencia de Mercadeo (Convenio Universidad Jorge Tadeo Lozano)	1	0,33	
Especialización en Negocios Internacionales (Convenio Universidad Jorge Tadeo Lozano)	11	36,6	
SUBTOTAL POSGRADO	30	35,7	
TOTAL	84	100%	

Fuente: elaboración propia (2014)

Tabla 7. Número de estudiantes competentes en formulación de planes de negocios

Universidad	No. Estudiantes	No. Estudiantes pregrado	No. Estudiantes postgrado
Universidad de Santander (UDES)	179	179	0
Universidad Popular del Cesar (UPC)	112	56	56
TOTAL	291	235	56

Fuente: elaboración propia (2014)

Planes de negocios según Sector Económico

50

Con relación al sector económico, los planes de negocios formulados como trabajo de grado están orientados: el 51% (88), hacia el sector secundario,

seguido en un 40% (69) hacia el sector terciario, en un 4,5% (8) al sector cuaternario y un 4,5% (8) al sector primario. En función de los resultados, se observa que los planes de negocios están orientados hacia el sector secundario y terciario (Tabla 8).

Tabla 8. Planes de negocios según sector económico en las universidades

Sector económico	UPC	UDES	Total	%
Cuaternario	3	5	8	4,5%
Terciario	44	25	69	40%
Secundario	33	55	88	51%
Primario	4	4	8	4,6%
TOTAL	84	89	173	

Fuente: elaboración propia (2014)

Planes de negocios según actividad productiva

Al analizar en las universidades las actividades hacia las cuales están orientados los planes de negocios, se encontró el mayor porcentaje en el Sector Secundario con un 50% (50), seguido del Sector Terciario con un 30% (30), en menor porcentaje el sector primario con un 12% (12) y el sector cuaternario con un 8% (8).

Entre las actividades económicas hacia las cuales están orientados los planes de negocios, se encontró que dentro del sector secundario, el 8% (8) corresponde a elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas, y en igual porcentaje a la elaboración de otros productos alimenticios, seguido con un 6% (6) de la actividad elaboración y conservación de carne, y en menor porcentaje 5% (5),

la actividad elaboración de comidas y platos preparados. En el sector terciario, el 17% (17) de los planes de negocios formulados, están dirigidos hacia las actividades de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

En el sector primario, el 4%(4) de los planes de negocios están dirigidos hacia la actividad cría de aves de corral. Como se puede observar en la tabla 9.

Número de docentes tutores de planes de negocios

Con relación a los docentes tutores de planes de negocios en las universidades, se identificó la disponibilidad de 111 docentes con competencias en la formulación de planes de negocios vinculados semestralmente en diferentes periodos, comprendidos entre el año 1990 hasta el 2013 (Tabla 10).

Tabla 9. Planes de negocios según actividad económica en las universidades

Sector Económico	Actividades	UPC	UDES	Total	%	Total por sector
Cuaternario	Actividades de consultoría y gestión	3	5	8	8%	8%
	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco	13	4	17	17%	
	Actividades creativas, artísticas y de entretenimiento	0	2	2	2%	
	Transporte urbano suburbano de pasajeros por vía terrestre	0	2	2	2%	
Terciario	Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos	0	2	2	2%	30%
	Actividades de descontaminación y otros servicios de gestión de desechos	3	0	3	3%	
	Enseñanza preescolar y primaria	2	0	2	2%	
	Construcción de edificios	2	0	2	2%	
	Fabricación de productos de plástico		3	3	3%	
	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas	3	5	8	8%	
	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p	2	6	8	8%	
	Elaboración y conservación de carne	3	3	6	6%	
	Recauchutado y renovación de cubiertas de caucho	0	3	3	3%	
	Elaboración de piensos preparados para animales	0	2	2	2%	
Secundario	Elaboración de comidas y platos preparados	0	5	5	5%	50%
	Elaboración de productos de confitería	0	3	3	3%	
	Elaboración y conservación de pescado, crustáceos y moluscos	0	2	2	2%	
	Fabricación de envases de cartón	0	2	2	2%	
	Fabricación de prendas de vestir	0	2	2	2%	
	Fabricación de instrumentos de Música	0	2	2	2%	
	Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal	3	0	3	3%	
	Fabricación de abonos	2	0	2	2%	
	Acuicultura de agua dulce	2	0	2	2%	
	Cultivo de plantas medicinales y farmacéuticas	0	2	2	2%	
Primario	Cría de otros animales	0	2	2	2%	12%
	Cultivo de otras plantas perennes	0	2	2	2%	
	Cría de aves de corral	1	3	4	4%	
Total		84	89	101	100	100

Fuente: elaboración propia (2014)

Tabla 10. Número de Docentes Tutores en Formulación de Planes de Negocios en las Universidades

Universidad	Número
Universidad de Santander	52
Universidad Popular del Cesar	59
Total	111

Fuente: elaboración propia (2014)

Tendencia de la formulación de planes de negocios en las universidades

Se estableció que la formulación de planes de negocios como trabajo de grado, inicia a partir del año 1990 en la Universidad Popular del Cesar, con una tendencia creciente, y por el contrario en la Universidad de Santander arranca en el año 2000, con una tendencia decreciente hasta la fecha. (Tabla 11 y Gráfica 1).

Discusión

Los resultados indican que en lo referente a las estrategias administrativas, en las universidades existen Unidades de Emprendimiento, sin que estén concebidas en los Proyectos Educativos Institucionales y sin un acto administrativo para su creación, aunque dependen de la Vicerrectoría de Investigación o Extensión, observándose un rezago frente a los resultados obtenidos por Ortiz (2013) en 55 universidades colombianas, en el cual la mayoría de instituciones tienen una reglamentación institucional para desarrollar el tema.

A través de la Red Regional de Emprendimiento del Departamento del Cesar, las universidades se han proyectado hacia el sector externo, estableciendo alianzas estratégicas con entes públicos como el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (MINCIT) y con la Red de Emprendimiento Universitario (REUNE); y a nivel internacional se tiene asociación con la Red de Investigación Estudiantil de la Universidad del Zulia (REDIELUZ), significando estas relaciones una situación particular con el sector externo, frente a las relaciones que la mayoría de las universidades mencionan, centradas con el Fondo Emprender y alcaldías.

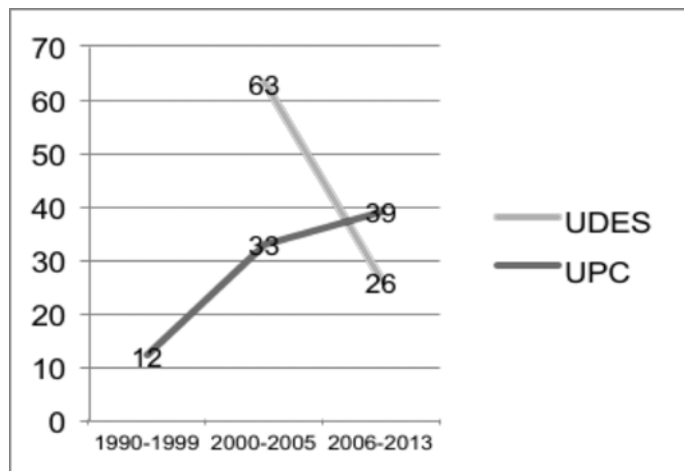
En cuanto a los servicios prestados, el 66% de la población analizada sensibiliza, identifica iniciativas y formula planes de negocios, correspondiendo a las funciones de las universidades establecidas dentro del ecosistema del emprendimiento en Colombia, según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2011), lográndose la creación de una empresa con capital semilla del Fondo Emprender.

Tabla 11. Tendencia de la formulación de planes de negocios en las universidades

Periodo	UDES	UPC
1990-1999		12
2000-2005	63	33
2006-2013	26	39
Total	89	84

Fuente: elaboración Propia (2014)

Gráfica 1. Tendencia de la Formulación de Planes de Negocios en las Universidades



Fuente: elaboración Propia (2014)

Adicionalmente los resultados muestran que se han visibilizado en dos universidades docentes que convergen en su interés por desarrollar investigación sobre emprendimiento, lo cual denota el inicio de la dinámica investigativa en temas relacionados con el emprendedor y su entorno, acorde a lo que señala Salinas (1998), sobre la importancia de crear líneas de investigación que impulsen proyectos en torno al empresario y su medio.

En cuanto a las estrategias didácticas para el fomento de la cultura emprendedora, las universidades han diseñado e implementado cursos disciplinares dentro de los currículos de los diferentes programas académicos, siendo una de las más comunes a nivel nacional, así como actividades tipo charlas, conferencias y conversatorios, estrategia preferida por las universidades, además de muestras, ferias y concursos de emprendimiento,

seguidos de cátedras electivas, módulos, convocatorias de ideas de negocio y blogs. No se utilizan simuladores de negocio ni objetos virtuales de aprendizaje, lo que indica falta de manejo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la enseñanza del emprendimiento, modalidades más utilizadas actualmente en 17 universidades, según Ortiz (2013). Asimismo se ofrece como opción de trabajo de grado la formulación de plan de negocio.

Es así como el presente estudio permite establecer que la formulación de planes de negocios como trabajo de grado inicia a partir del año 1990, y en las bibliotecas de las Universidades reposan 173 planes de negocios, formulados como trabajo de grado por 291 estudiantes, con la asesoría de 111 tutores. El 72% de los planes corresponden a programas de pregrado de Administración de Empresas y Administración Financiera, Ingeniería Industrial y Agroindustrial, y un 17% a programas de postgrado en especializaciones de Diseño, Evaluación de Proyectos y Negocios Internacionales.

Específicamente el 51% están orientados hacia el sector secundario, centrado en la elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas, así como de otros productos alimenticios; el 40% corresponde al sector terciario, con la venta de alimentos al por mayor. Y el 9% hacia el sector primario y cuaternario.

Conclusión

La ausencia de lineamientos específicos para el fomento de la cultura del emprendimiento en las IES en el municipio de Valledupar, constituye la mayor limitante para el desarrollo de la cultura del emprendimiento; quedando en manos del actor Estado, la solución. Es por ello que se recomienda avanzar en el trabajo adelantado por parte de MINTIC, en la actualización de la normativa vigente.

Las universidades cumplen sus funciones asignadas dentro del ecosistema del emprendimiento propuestas por Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2011), dado que sensibiliza, identifica iniciativas y formula planes de negocios; de igual manera se observa a nivel incipiente la dinámica investigativa, al visibilizar docentes vinculados a las unidades de emprendimiento interesados en esta temática, de los cuales se requiere que continúen la búsqueda de las prácticas en procura de sistematizar el impacto de estrategias, para la enseñanza del emprendimiento.

Por su parte, las estrategias didácticas implementadas corresponden a las más utilizadas en 55 universidades en el país; se recomienda incluir las TIC en la enseñanza del emprendimiento.

El estudio permite establecer que la formulación de planes de negocios como trabajo de grado, inicia a partir del año 1990 en las universidades del municipio de Valledupar, y que a la fecha, 2015,

se han elaborado 176, orientados la mayoría a la vocación agropecuaria del departamento del Cesar. Queda por definir el impacto de los planes de negocios antes mencionados.

Referencias

- Beneitone, P. et col. (2007) Reflexiones y Perspectivas de la Educación Superior en América Latina. Informe final -Proyecto Tunning–América Latina 2004-2007. Universidad de Deusto.
- Congreso de Colombia. (2006). *LEY 1014 DE 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. Bogotá D.C. Recuperado el 20 de Junio de 2014, de www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331
- Comisión Europea. Informe final. Tuning Educational Structure in Europe. Bilbao: Universidad de Deusto, 2003.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (2012). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, La CIIU Rev. 4.1 Adaptada para Colombia*. Recuperado el 20 de Marzo de 2014, de https://www.dane.gov.co/files/nomenclaturas/CIIU_Rev4ac.pdf
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2009). *Coherencia entre las estrategias didácticas y las creencias curriculares de los docentes de segundo ciclo, a partir de las actividades didácticas*. Vicerrectoría Académica. Dirección de Investigación y Desarrollo Educativo. Recuperado el 10 de Octubre de 2013, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-26982013000100003&script=sci_arttext
- Kockelmans, J. (1975). *Toward and interpretative or hermeneutic social science*.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2011). *Política Nacional de Emprendimiento*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2014, de <http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=16435>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo & Asociación Colombiana de Universidades. (2014). *Estado del Arte sobre emprendimiento universitario*. Bogotá.
- Ministerio de Industria, energía y turismo. (2012). *Educación emprendedora: buenas Prácticas en la universidad española. Catálogo general de publicaciones oficiales*. Obtenido de <http://www.060.es>
- Ortiz Riaga, M. C., Rodríguez Gaitán, S. M. y Gutiérrez Rodríguez, J. E. (2013). El lugar del emprendimiento en las instituciones de educación superior en Colombia. *Gestión & Sociedad*, 6 (2), 159-174
- Salinas, O. (1998). El desarrollo del espíritu empresarial en la universidad: evidencias nacionales e internacionales. *Revista EAN*, 37, 41-56.
- Secretariado Benelux. Proceso de Bolonia (1999). Recuperado de <http://www.ond.vlaanderen.be/hogeronderwijs/bologna/>
- RedEmprendia, (2012). 100 buenas prácticas en emprendimiento universitario. Colección de estudios RedEmprendia. España.
- RedEmprendia, (2010). *Emprender con éxito desde la Universidad*. Colección de estudios RedEmprendia. España.

RedEmprendia, (2010). Manual de Buenas Prácticas en emprendimiento universitario. Colección de estudios RedEmprendia. España.

UNESCO. (1998). Conferencia Mundial sobre la Educación Superior La educación superior en el siglo XXI Visión y acción. París.