

Experiencias de emprendimiento de los estudiantes del Programa de Administración de  
Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Christian Camilo Rivera Bernal



Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca

Facultad de Administración y Economía

Administración De Empresas Comerciales

Bogotá D.C., 2023

Experiencias de emprendimiento de los estudiantes del Programa de Administración de  
Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Christian Camilo Rivera Bernal

Director: Blanca Elizabeth Toro Rubiano

Décimo



Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca

Facultad de Administración y Economía

Administración De Empresas Comerciales

Bogotá D.C., 2023

## Contenido

Resumen.....	6
Planteamiento del Problema .....	8
Justificación.....	10
Objetivos .....	11
Objetivo General .....	11
Objetivos Específicos.....	11
Marco de Referencia .....	12
Estado del arte .....	12
Marco Conceptual.....	14
Marco Teórico .....	14
Marco Legal .....	28
Marco Metodológico.....	30
Desarrollo Metodológico .....	33
Resultados .....	40
Conclusiones.....	53
Bibliografía .....	55
Anexos .....	60
Anexo 1. Encuesta .....	60

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Cantidad de estudiantes del programa de Administración de Empresas de los semestres a encuestar. ....	31
---	----

## Índice de Gráficas

<b>Gráfico 1. Cantidad de personas por género .....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico 2. Semestre al que pertenece .....</b>	<b>33</b>
<b>Gráfico 3. Rango de edad .....</b>	<b>34</b>
<b>Gráfico 4. Tiene actualmente algún emprendimiento o idea de emprendimiento (por género) .....</b>	<b>36</b>
<b>Gráfico 5. Tiene actualmente algún emprendimiento o idea de emprendimiento (por semestre) .....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico 6. Tiene actualmente algún emprendimiento o idea de emprendimiento (por rango de edad) .....</b>	<b>37</b>
<b>Gráfico 7. Dificultades para no crear el emprendimiento .....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 8. Percepción de emprendimiento .....</b>	<b>38</b>
<b>Gráfico 9. Sector económico del emprendimiento .....</b>	<b>40</b>
<b>Gráfico 10. Factor diferenciador del emprendimiento. ....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico 11. Tiempo de creado del emprendimiento .....</b>	<b>41</b>
<b>Gráfico 12. Apoyo de entidades para emprender .....</b>	<b>42</b>
<b>Gráfico 13. Factores que motivaron la creación del emprendimiento .....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 14. Ingresos extras .....</b>	<b>43</b>
<b>Gráfico 15. Motivación por parte de la universidad.....</b>	<b>46</b>
<b>Gráfico 16. Papel de la universidad .....</b>	<b>47</b>
<b>Gráfico 17. Continuidad del emprendimiento .....</b>	<b>48</b>

## Resumen

El emprender está tomando cada vez mayor importancia en el país, pues la creación de nuevas oportunidades de negocio influye en el crecimiento económico de este, a la sostenibilidad y a combatir de alguna manera los índices de desempleo.

Una de las ventajas de quienes deciden crear empresa, es que actualmente cuentan con mayor apoyo del estado, de diferentes empresas y centros de enseñanza, que, entre sí, crean alianzas promoviendo la educación, capacitación y desarrollo de los emprendimientos independientemente del sector al que sea dirigido. Emprender demuestra la capacidad de las personas para avanzar y la resiliencia que poseen cuando enfrentan adversidades financieras, revelando al mundo al emprendedor que llevan dentro.

Partiendo del gran concepto de emprendimiento, el presente trabajo recoge los resultados de la encuesta aplicada a los estudiantes y presenta un análisis de las experiencias emprendedoras de los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre del Programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, mediante una investigación descriptiva, logra dar claridad a los objetivos planteados, así como dar respuesta a la pregunta planteada, dando a conocer el papel de la universidad en estos emprendimientos, los aspectos que los llevan a emprender, características de sus ideas de negocios, factores diferenciadores y la relación entre la academia y el Gobierno.

**Palabras claves:** *emprendimiento, emprendedores, formación, universidad.*

### **Abstract**

Entrepreneurship is becoming increasingly important in the country, as the creation of new business opportunities influences its economic growth, sustainability, and somehow combat unemployment rates.

One of the advantages of those who decide to create a company is that they currently have greater support from the state, different companies, and educational centers, which, among themselves, create alliances promoting education, training, and development of enterprises regardless of the sector to which it is directed. Entrepreneurship demonstrates individuals' ability to move forward and the resilience they possess when facing financial adversity, revealing to the world the entrepreneur within them.

Based on the great concept of entrepreneurship, this work collects the results of the survey applied to students and presents an analysis of the entrepreneurial experiences of eighth, ninth and tenth semester students of the Commercial Business Administration Program of the Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, through a descriptive research, manages to give clarity to the objectives set, as well as answering the question posed, making known the role of the university in these ventures, the aspects that lead them to undertake, characteristics of their business ideas, differentiating factors and the relationship between academia and the Government.

**Key words:** *entrepreneurship, entrepreneurs, training, university.*

## Planteamiento del Problema

De acuerdo con la organización Global Entrepreneurship Monitor (GEM), quien a nivel mundial se encarga de la medición de la actividad empresarial dentro de los países, en su informe publicado en mayo del año 2021, Colombia ocupa el cuarto lugar entre 43 naciones que participaron en el estudio aplicado a adultos entre 18 y 46 años en términos de la Tasa de Actividad Emprendedora, o TEA (Global Entrepreneurship Monitor, 2021).

Por otro lado, también es sabido que, de 10 emprendedores, 2 de estos siguen en pie en el mercado luego de 5 años de su creación. La mayoría de los casos de estas “muertes emprendedoras”, tienen que ver con el desconocimiento de programas ofrecidos por entidades adscritas al gobierno y entidades privadas, ante la zozobra de un posible fracaso y la carencia de apoyo económico, ya que, en países como el nuestro, el emprendimiento ha sido uno de los puntos más débiles de la economía local, haciendo que cada día sea mucho más complejo el hecho de emprender; sin embargo, con la expedición de la nueva ley de emprendimiento 2069 del 31 de diciembre del 2020 aprobada por el ex mandatario de la república de Colombia Iván Duque Márquez, cuyo principal objeto es impulsar el emprendimiento de los colombianos a fin de que se facilite el crecimiento y la consolidación de los cientos de emprendimientos que hay en Colombia, garantizando la sostenibilidad de las empresas, con el fin de poder generar un aumento en el bienestar de las personas así como de las comunidades que se ven beneficiadas de este tipo de negocios.

En título V, artículo 74, parágrafo 2 de la mencionada ley, indica que:

“Dentro de los parámetros de su autogestión, el SENA y las instituciones de enseñanza de educación superior en Colombia también pueden impartir cursos de formación en innovación, emprendimiento y crecimiento empresarial dirigidos específicamente a empresas distintas de las impulsadas por los jóvenes.” (p.36).

Por ejemplo, la universidad Externado, con su programa de Administración de Empresas, cuenta con un centro de emprendimiento dirigido a sus estudiantes y egresados

tanto de carreras de pregrado como de postgrado el cual cuenta con mentores, asesores, expertos, con el fin de crear empresa rentable y sostenible; seguimiento a las estrategias empresariales de negocio, generación de conexiones de contacto y acompañamiento a empresarios innovadores. (Universidad Externado de Colombia, s.f.)

Así mismo, con la llegada del presidente del gobierno, Gustavo Francisco Petro Urrego, el apoyo a los emprendedores, no solo se ha mantenido, sino que han surgido nuevos planteamientos para fomentar y apoyar el crecimiento de los emprendedores y sus ideas de negocio, a través de programas como ALDEA que busca mediante las estrategias de enfoque territorial acompañamiento personalizado y especializado, beneficios en capital productivo, acceso a infraestructura especializada y conexiones de valor que fomenten a través de la asociatividad vínculos con el ecosistema para el crecimiento de las ideas de negocio.

Según lo señalado por German Umaña Mendoza, jefe de la cartera de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, con este programa el gobierno busca que el país aumente su productividad y su competencia, lo que significa que debe también aumentar el apoyo a los emprendedores, promoviendo la transición al cambio hacia una economía del conocimiento que sea rentable y sustentable en todos los ámbitos de la economía. Con el programa ALDEA se trabajará de manera conjunta con las universidades y emprendedores para apoyarlos e impulsarlos a su crecimiento y sostenibilidad.

Por otro lado, el gerente Nacional de INNpuls Colombia, indicó que desde el gobierno del presidente Petro se busca seguir fortaleciendo los programas que han sido exitosos en materia de emprendimiento para lograr beneficiar a más ideas de negocio que sean disruptivos, impulsando la participación de los establecimientos académicos de educación superior tanto privadas como públicas en la generación de nuevos emprendimientos que beneficien la competitividad y productividad del país. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023).

Los claustros universitarios desempeñan un rol importante en el estímulo de la esencia emprendedora y el apoyo a los emprendimientos a través de la educación al

proporcionar una formación sólida, el asesoramiento, la investigación, el networking, la generación de empleo y el avance económico en múltiples sectores, ayudando a los futuros empresarios a convertir sus ideas en proyectos exitosos.

Basado en lo anterior, se estudiará el papel de la Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca en su programa de Administración De Empresas Comerciales y el apoyo que desde la enseñanza les brinda a sus estudiantes para fomentar y motivar el emprendimiento.

### **Pregunta**

¿Qué experiencias de emprendimiento han desarrollado los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca?

### **Justificación**

Las crisis económicas que atraviesan los países en diferentes momentos de la historia y las faltas de oportunidades laborales llevan al ser humano a buscar diferentes fuentes de ingresos para su supervivencia. El término Emprendimiento proviene de la palabra en el idioma francés *entrepreneur*, cuyo significado es pionero, se entiende este como la acción que tiene una persona para iniciar un nuevo proyecto o negocio ya sea en un ámbito o con un producto existente dándole a este un valor agregado o desarrollando algo más innovador y cautivador, ya sea para cubrir las necesidades de las personas o solucionar una problemática.

Los cambios que se generan a nivel social, político, económico, demográfico y cultural son los que permiten que las personas se motiven a crear y a contribuir al crecimiento de un país, lo cual ha llevado a las Instituciones de Educación Superior a ser parte fundamental del desarrollo empresarial local, las cuales contribuyen al fortalecimiento de las prácticas emprendedoras, con sus distintos programas de formación, a través de exhibiciones y muestras empresariales, participación en semilleros de investigación y procesos de generación de planes de negocios como opción de grado, las hacen ser fuentes de creación de ideas de negocios que contribuyen al fomento del emprendimiento.

El presente trabajo tiene como finalidad conocer el crecimiento, alcance y desarrollo empresarial de los emprendimientos que se han generado y que son una idea para llevar a cabo, gracias a las estrategias de enseñanza y aprendizaje obtenidos en el programa de Administración de Empresas Comerciales, así como presentar la competitividad que tiene la universidad en el tema del emprendimiento y creación de empresas, aportando al crecimiento económico y a los cambios sociales, adicionalmente, se pretende darle una visión a los estudiantes de los primeros semestres del programa para que conozcan los retos y las oportunidades de los diferentes proyectos creados por los estudiantes y egresados.

De acuerdo con el enfoque de la profundización este trabajo se enfocará según lo establecido en el acuerdo 069 del 2022 donde se estipula la línea institucional de investigación **Emprendimiento, innovación y transferencia tecnológica** de la Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca con la cual se busca generar un crecimiento económico y social por medio de la producción de nuevo conocimiento e innovación, y potencial transferencia tecnológica.

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Desarrollar un estado del arte que permita conocer las experiencias de emprendimiento en los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor De Cundinamarca.

### ***Objetivos Específicos***

- Caracterizar la información de los emprendimientos de los de los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre, del programa de administración de empresas comerciales de la universidad colegio mayor de Cundinamarca, con relación al sector o actividad económica.

- Identificar el papel de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca en los emprendimientos de los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre, del programa de administración de empresas comerciales de la universidad colegio mayor de Cundinamarca.

### **Marco de Referencia**

Para la realización de este proyecto de grado se consideraron tres de las investigaciones más relevantes que se tomaron como precedentes, enfocadas inicialmente en el emprendimiento universitario, la percepción de los estudiantes, y por último métodos de enseñanza sobre el emprendimiento en otros países.

#### ***Estado del arte***

***Influencia De La Universidad En La Creación De Empresa. Estudio De Casos Colombianos.*** (Gutierrez, 2016)

El objetivo del estudio fue considerar la influencia que los emprendedores universitarios percibían, en relación con la función principal de las instituciones de enseñanza superior en el impulso de sus intenciones empresariales.

La metodología empleada en el proyecto fue un estudio de caso partiendo de la realización de entrevistas a los profesores guías de las unidades de emprendimiento de las 9 claustros universitarios participantes y otras entrevistas a los emprendedores o empresarios egresados de dichas universidades.

Dentro de los resultados del estudio, se presenta que la formación curricular, las asignaturas, y la participación en ferias de emprendimiento, son factores que influyen en el desenvolvimiento empresarial, así mismo se evidenció que los estudiantes recurrieron a los centros o unidades de emprendimiento en el instante en que necesitan llevar a cabo su idea y no antes y finalmente, la gran mayoría de los emprendedores consideran que la ayuda de la universidad contribuye en que todas las ideas de negocio tengan un componente innovador, así como una propuesta de valor.

***El Emprendimiento en Colombia y sus dificultades: Un análisis desde la percepción.***

(Cardona & Martin, 2020).

En el trabajo de investigación se realizó un estudio de la apreciación de los estudiantes de la Universidad del Bosque, de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, en relación con los inconvenientes en el momento de crear un emprendimiento y algunas posibles soluciones para solventarlas.

Como metodología se utilizó una encuesta a 120 alumnos de los semestres de séptimo y octavo del programa de Negocios Internacionales y Administración De Empresas.

Los resultados que se presentan evidencian que la independencia laboral es la principal motivación para emprender según los estudiantes que participaron en el sondeo, seguido del crecimiento y realización personal y la innovación, pues consideran que sin este factor no hay la posibilidad de un posicionamiento en el mercado, así mismo se muestra que el factor monetario es un tema clave pues la mayoría de los estudiantes comienzan con recursos propios.

***Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: El caso de la Universidad Austral de Chile. Colther, Cristian M., Fecci, Ester, Cayun, Gloria, & Rojas-Mora, Julio. (2020).***

El objetivo de este artículo es mostrar las vivencias de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Austral de Chile al ejecutar un espacio que impulsa el desarrollo y el emprendimiento de destrezas para formar empresa entre los alumnos de pregrado.

En cuanto a la metodología implementada, el programa empleó un método de uso reciente en el entorno universitario a través de la creación de un componente académico el cual posibilita la creación de iniciativas empresariales utilizando una metodología multidisciplinar, social y cooperativa.

Junto con otras actividades del programa, a lo largo del período de análisis se generaron 39 proyectos de estudiantes como resultado de la implementación. Como

conclusión se obtuvo que la experiencia puede ayudar al diseño y discusión de esta clase de encuentros en las universidades chilenas.

### **Marco Conceptual**

**Autoempleo:** “es la función profesional o empresarial creada por un individuo, que la practica por su cuenta de forma directa y bajo su propio riesgo, el autoempleo se constituye así en una ruta de incorporación al mercado laboral alternativa al trabajo por cuenta ajena”. (Salinas & Manzano, 2021).

**Iniciativa Emprendedora:** Es el modo y la causa para iniciar y desarrollar una actividad económica armonizando algunos factores como la creatividad, la innovación y la toma de decisiones en un negocio nuevo o ya existente. (Europeas, 2003).

**Innovación:** Según Michael Porter, los negocios obtienen ventajas competitivas por medio de un factor clave como lo es la innovación. Con el uso de nuevas tecnologías se alcanza la innovación y una nueva manera de hacer las cosas. (Porter, 1990).

**Modelo de negocio:** “un modelo de negocio hace referencia al modo en el que la empresa implementa su negocio”. (Peter Ducker, 1984).

**Networking:** Es el proceso de crear y fomentar conexiones humanas para hacer crecer su empresa, con el fin de avanzar en su carrera y ampliar su esfera de influencia o servir a la comunidad. (Ivan Misner, 2016).

**Startups:** “Un startup o empresa emergente es una institución de personas creada para brindar un nuevo producto o servicio en circunstancias de extrema perplejidad.” (Eric Ries, 2015).

### **Marco Teórico**

#### ***Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca***

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca se establece como un ente universitario académico, independiente y público de orden nacional de acuerdo con la expedición de la Ley 30 de 1992 cuyo objetivo es establecer el servicio público de la

educación superior. Mediante la resolución 828 del 13 de marzo de 1996, fue reconocida como universidad por el Ministerio de Educación. A través del acuerdo 016 de 1995 se crea el programa de Administración de Empresas Comerciales.

El programa de Administración de Empresas Comerciales con más de 25 años de trayectoria, el cual se destaca por su liderazgo y compromiso, busca, para el 2030, ser reconocido por su acreditación de alta calidad nacional e internacionalmente en el entorno académico y en el área empresarial, por su huella al formar modelos empresariales que se propaguen a nivel mundial. Dentro de los objetivos del Programa de Administración De Empresas Comerciales se destacan el desarrollo del carácter empresarial de los estudiantes, forjando el establecimiento de nuevas empresas y la autonomía laboral; el crecimiento del pensamiento crítico, el espíritu investigador, el pensamiento estratégico y la capacidad intelectual del alumno con la vista puesta en la creación de soluciones creativas para las cambiantes circunstancias organizativas que permiten adquirir más conocimientos disciplinares (Cundinamarca, 2021), y con el fin de lograr estos objetivos el programa, a lo largo de la carrera y en sus componentes temáticos incluye materias como metodología de la investigación en donde se le brindan al estudiante las herramientas básicas para iniciar con la formación en investigación, también se encuentran las electivas de profundización y escenarios de práctica, espacios en los cuales los estudiantes aportan a través del conocimiento adquirido en el transcurso de la formación académica, como lo son incubadora y área técnica de proyectos, muestra empresarial consultorio empresarial, entre otros. La intervención de los estudiantes en dichos espacios les permite dar a conocer sus emprendimientos, pues el acompañamiento que reciben de los directores es constante y se enfocan en los diferentes sectores y profundizaciones elegidas.

Los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales están identificados con el pensamiento gerencial y ambicioso, con la pretensión de obtener herramientas y robustecer las competencias con el propósito de liderar procesos de cambio permanentes en las organizaciones, con una orientación ética y la búsqueda del bien común por encima del particular.

El egresado del programa de Administración de Empresas Comerciales responde a las necesidades de las empresas gracias a su visión estratégica, liderazgo y análisis de variables del mundo globalizado, está llamado a la toma de decisiones de acuerdo con las oportunidades y amenazas que surgen a partir de la relación con el entorno, con un espíritu emprendedor de manera que aporte a la economía con la creación de empresa y más y mejores empleos, dada su formación integral e investigativa.

La relación del programa con la Misión de la Universidad está basada, entre otras cosas, en el apoyo al espíritu emprendedor el impulso a la capacidad gerencial, la capacitación de líderes creativos, razonables y críticos, para responder al compromiso social y profesional. (Cundinamarca, 2021). Dentro de los retos y desafíos de la universidad conforme al Plan de Desarrollo Institucional 2020-2025, se encuentra la disponibilidad de medios y de espacios, para el aprendizaje y la creación, la innovación y el emprendimiento pues se reconoce como un escenario crítico en donde no se cuenta con condiciones tecnológicas y carece de recursos financieros. Sin embargo, la Universidad define el eje estratégico de Investigación, el cual busca consolidar la cultura investigativa encaminada a la transferencia y generación de la noción a la innovación y al emprendimiento generando un impacto en la sociedad a nivel nacional e internacional. (Cundinamarca, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, 2020)

Cabe resaltar que actualmente, el programa de Administración de Empresas se encuentra situado a nivel nacional en la sede Tintal en el Centro de Educación Superior CES y en el Lugar de Desarrollo en la sede Funza lo que demuestra el alcance y posicionamiento del programa a nivel nacional.

### ***Emprendimiento***

¿Cómo nace la idea del emprendimiento?, esta acción ha existido siempre, desde el intercambio de bienes pues estos servían para cubrir ciertas necesidades, con el transcurrir de los años y con el progreso del hombre, la apertura de rutas de intercambio, la invención del dinero y el desarrollo económico. El emprendimiento es tan antiguo como la misma humanidad , así que cuando a los individuos se les ocurre una nueva idea de negocio o

generar un emprendimiento nuevo, están haciendo lo que miles de cientos de personas hicieron a través de la historia del mundo, tal vez nunca se sepa con claridad quien fue el primer emprendedor de todos o cual fue su idea que le comenzó a generar beneficios, pero lo que si se puede estar seguros es que su legado aún se mantiene y se mantendrá mientras se permanezca sobre la faz de la tierra.

Si se compara el porqué de emprender, se puede llegar a la misma conclusión, que el ser humano está causado por un deseo de hacer algo que nadie más ha hecho antes o el mejorar algo que se venía haciendo y darle un plus a esa idea. El emprendimiento como tal surge de la necesidad del emprendedor, necesidad que apunta a suplir las necesidades, sobre algo, que otras personas necesitan o mejorar lo que estas mismas ya tienen.

Con el paso del tiempo se ha demostrado que han surgido miles de máquinas que han suplido la necesidad de las personas ya sea para agilizar la manufactura de algún producto o para poder hacer más rápido su trabajo en el campo. En cuanto a las mejoras podemos ver el ejemplo de Steve Jobs, que a pesar de saber que estaba compitiendo contra un gran creador, como Bill Gates, supo buscar en la misma creación de Gates, las falencias y convertirlas en características notables que la gente notaría en los productos Mac, características que lo catapultarían a la cima de la venta de Smartphones y a ser uno de los gigantes de la computación, e incluso del entretenimiento, al comenzar a realizar animaciones como nadie antes las había hecho, en 3D, lo que generó una revolución en la manera de realizar dibujos animados, tanto así que hizo de Disney su socio.

Hoy se ha desarrollado una nueva manera de emprender, que está más relacionada con los sistemas, que ayudan a la optimización tanto de tiempo como de recursos en muchas ramas de la industria, en donde se pueden encontrar redes de manufactura en donde se hallan mano de obra que es mixta, o sea tanto de hombres como de robots y es allí donde muchos han visto que se puede competir tú a tú con la robotización, pues, se generaron emprendimientos para realizarle el mantenimiento a los robots de estas empresas.

Ejemplos de emprendedores y emprendimientos hay demasiados, tantos como los años de la tierra, pero lo que debemos tener en claro, es que cada una de las personas que se atrevieron a emprender y sacar sus ideas de negocio adelante, son personas que no le tuvieron miedo al fracaso o al qué dirán, sabían de los riesgos y responsabilidades que adquirirían al emprender, pero también sabían lo que querían lograr con eso, no tanto el ser reconocidos como emprendedores, sino el tener la satisfacción de que sus ideas les hicieron crear ganancias, generar empleo y ayudar a tanto a los suyos como a los demás. (Business, 2021).

### ***Características de un emprendedor***

Ser una persona emprendedora es ser alguien capaz de fundar algo nuevo o darle un uso diferente a algo que ya ha sido creado.

Según Joseph Alois Schumpeter uno de los autores pioneros en el campo del emprendimiento, quien identificó que tanto los empresarios como las personas son necesarias para realzar la economía y las organizaciones en un país, asocio la innovación de los emprendedores con estos cinco elementos:

El lanzamiento de un nuevo producto, la creación de un nuevo método, la apertura de un nuevo mercado, la adquisición de un nuevo suministro de materias primas y el establecimiento de una nueva estructura organizativa en cualquier industria (Schumpeter, 1934).

Basados en esto y en otros conceptos, se tiene que una de las características principales de los nuevos empresarios es que transforman sus ideas en acciones, presentan un gran interés y desarrollan una motivación por el futuro de su producto o servicio, cuentan con capacidades analíticas, versatilidad, adaptabilidad, liderazgo, precisión y objetividad al momento de la toma de decisiones, perseverancia, tenacidad y seguridad. (Filián, L. J., 2021). Los emprendedores tienen éxito siempre y cuando aspectos como el entorno económico sea propicio, favorable, los impulse a innovar, a desarrollar dinámicas de movimiento de su negocio en el mercado y ayude a avanzar en el desarrollo económico de su país.

### ***Tipos de emprendedores***

Los diferentes tipos de emprendedores se pueden surgir debido a una combinación de motivaciones personales, personalidad, experiencia y conocimientos. Cada persona tiene una visión y un enfoque únicos para su negocio, lo que conduce a una diversidad de tipos de negocios.

The MIT Sloan School of Management (Somers, 2022) identificó 5 tipos de emprendedores:

**El emprendedor curioso:** Es quien está interesado en aprender de qué se trata el negocio, explorando áreas, dando nuevas ideas y conceptos. Este puede ser un punto de partida para futuras exploraciones y conexiones creando soluciones exitosas e innovadoras.

**El emprendedor listo para comenzar:** Cuenta con la idea, el equipo y la tecnología, sin embargo, carece de ciertos factores para impulsar su negocio: financiación, infraestructura, socios.

**El emprendedor asociado:** Es quien se une a grupos; puede que no tenga clara una idea de negocio, pero cuenta con los conocimientos y la experiencia relacionada, planifica, define estrategias, objetivos y es persistente.

**El emprendedor potenciador:** No necesariamente cuenta con un negocio o idea de negocio. Promueve el espíritu emprendedor, impulsa, orienta y apoya a los emprendedores a alcanzar su máximo potencial.

**El emprendedor corporativo:** Trabaja en una empresa ya con trayectoria, y debido a su espíritu emprendedor para buscar valor en los productos y servicios, es quien asume riesgos, reconocen la importancia del trabajo en equipo, aprovechan oportunidades futuras que pueden brindar un crecimiento sostenible a la empresa, promueven el cambio y logran que sus ideas sean implementadas.

### ***Tipos de emprendimiento***

Conforme a las características de los emprendimientos estos se pueden clasificar de la siguiente manera (Vélez-Romero & Ortiz-Restrepo, 2016):

**Emprendimiento por necesidad:** aquel que está dirigido para obtener ingresos para el día a día y su utilidad no es mayor. Su característica es que no tiene una proyección o una visión de evolución al futuro, por esta razón su enfoque no es expandirse de manera nacional o internacional.

**Emprendimiento tradicional:** Son aquellas empresas que experimentan su crecimiento debido a su estructura competitiva, sin embargo, no cumplen con los niveles de ventas, rentabilidad y alta sostenibilidad. Se caracterizan porque a pesar de estar estructuralmente formalizadas, sus productos o servicios no cuentan con el factor diferenciador, no disponen con el personal capacitado y no utilizan la tecnología de vanguardia.

**Emprendimiento dinámico:** Son emprendimientos que comprenden un rápido crecimiento, son rentables, sostenibles y cuentan con un nivel significativo de ventas.

Conforme a sus objetivos, los emprendimientos también se pueden clasificar en emprendimientos de bases sociales e inclusivas.

### ***El emprendimiento Global***

De acuerdo con The Global Entrepreneurship Institute, un emprendedor global es aquel quien busca oportunidades y participa en iniciativas comerciales nuevas y creativas que abarcan diferentes países. Estas iniciativas podrían implicar actividades como la exportación, la concesión de licencias, el establecimiento de una nueva sede de su negocio o la adquisición de otra empresa. (Global Entrepreneurship Institute, s.f)

Las ventajas de ser un emprendedor que se expande a nivel global es que puede dar a conocer su negocio en nuevos mercados, encontrar nuevos clientes y ser competitivo, incrementar su poder adquisitivo por medio de nuevas oportunidades, ganar renombre, aprovechamiento del crecimiento potencial del nuevo país por medio de la productividad, aumento de sus potenciales inversionistas, desarrollo de habilidades mejorando las tomas de decisiones, introducción de nuevos productos o servicios, generación de empleo, impactando de manera positiva el mercado y territorio elegido.

Dentro de los desafíos que se presentan al ser un emprendedor global se encuentra el choque cultural entendiendo este como las diferencias en temas políticos, económicos, religiosos y educativos, las distancias y poca presencia en el país del personal gerencial lo cual puede entorpecer negociaciones con posibles socios e incluso, que se vea afectada la actividad comercial en el mercado por falta de supervisión, diferencias horarias y el idioma. (Point franchise, s.f.).

Es importante que quien tome la decisión de emprender de manera global cuente con un conocimiento detallado y actualizado del lugar en donde desea establecer su negocio, pues la expansión de las operaciones ayuda a aprovechar al máximo las ventajas competitivas y las oportunidades de crecimiento para tener éxito en el mercado.

### ***Aspectos clave del emprendimiento global***

Se presentan las siguientes claves para tener en cuenta si se desea expandir algún negocio internacionalmente (Think with google, 2017):

1. **Definir los objetivos:** Se debe analizar si los objetivos de la empresa están encaminados al crecimiento global, seguido de esto, se debe valorar el estado real de la empresa y si se cuenta con los recursos para desarrollar esta expansión, ya que definir esto permitirá determinar que se debe fortalecer antes de comenzar esta etapa de expansión.
2. **Identificar la oportunidad:** Para identificar estas oportunidades se debe establecer y suponer un posible escenario, calcular la demanda del producto, el poder adquisitivo de los clientes potenciales, gastos y ganancias estimadas. Se debe considerar si el producto es necesario y atractivo para el mercado entrante.
3. **Conocer los nuevos mercados:** Se debe realizar un análisis exhaustivo de los mercados internacionales para comprender las necesidades, preferencias y competencia en cada país o región en la que se desea expandir, así como analizar aquellos elementos que puedan afectar el establecer el negocio. Es esencial comprender los aspectos legales y la reglamentación tributaria, adaptarse a las diferencias culturales, normas empresariales y políticas de cada país objetivo, definir

la logística del negocio, alternativas de atención al cliente, el recurso humano que se requerirá como equipo, para ejecutar las metas.

4. Posicionarse frente a la competencia: Conocer la competencia mediante un análisis competitivo con el fin de conocer los puntos débiles, las fortalezas y oportunidades del negocio, entender por qué los posibles clientes prefieren determinado producto de la competencia y cuál es el factor diferenciador de la empresa para entrar a los nuevos mercados.
5. Definir la estrategia de marketing: Darse a conocer. Es importante ser reconocidos por los consumidores, se deben establecer indicadores de rendimiento específicos para el mercado al cual se desea ingresar, entrar en la experiencia de las redes sociales, así como de los anuncios en internet, mediante el marketing digital. Se deberá establecer un plan de marketing para un periodo en un tiempo concreto, de igual manera, se debe decidir la mejor forma de ingresar a nuevos mercados, ya sea a través de la exportación directa, establecimiento de sucursales, creación de alianzas estratégicas o adquisiciones de empresas locales.
6. Planificar con enfoque local y visión global: Se optara por diseñar una táctica que sea, a la vez, ampliable y adaptable a las peculiaridades de cada segmento, que la marca tenga la misma traducción o de lo contrario si es necesario adaptarla al país, el contacto que tendrán los clientes, definir si se hará desde la casa matriz o se realizará con personal local del territorio que se desea ingresar, pensar como el cliente y que se tengan en cuenta todos los aspectos necesarios para hacer del negocio, un ejemplo de éxito.

### ***Categorización de estrategias de crecimiento para nuevos emprendimientos***

Las siguientes categorías de las estrategias de crecimiento, proporcionan una idea de la diversidad de oportunidades para las etapas iniciales del crecimiento de la empresa (Forum, 2011):

1. Wave Ventures: este término hace referencia a una iniciativa o movimiento en el ámbito del emprendimiento o los negocios que promueve un enfoque innovador y

disruptivo. Esta estrategia consiste en crear empresas de “la nueva ola”, construir empresas de “la nueva ola”, entendiendo este como el enfoque a la estructura física, su edificio, oficinas, etc.; e impulsar las empresas de “la nueva ola”

2. Nuevos productos en empresas de nueva categoría: Diseños innovadores en los modelos de negocio, mejores canales de distribución, eliminar la intermediación y la excelencia en la ejecución del plan mediante el enfoque del cumplimiento de los objetivos.
3. Nuevos productos en empresas de mercados existentes: Dado que lo que se desea es implementar un nuevo producto en un mercado existente, se deben tener en cuenta los mismos factores que si se fuera a incorporar un producto nuevo en un nuevo mercado: Diseños innovadores, nuevas cadenas de distribución y nuevos comercios, eliminar la intermediación y la excelencia en la ejecución del plan mediante el enfoque del cumplimiento de los objetivos
4. Rediseño de emprendimientos de cadenas de valor empresarial: Más rápido, más barato y mejor, el rediseño de la entrega de la cadena de valor.
5. Empresas de transferencia: Exportar ideas existentes a nuevos territorios o sectores.

### ***Emprendimiento en América Latina***

Dentro de las principales razones por la cual los extranjeros orientados a la inversión, al crecimiento de sus empresas y a emprender se fijan en Latinoamérica es por su ubicación geográfica, la diversidad cultural, los recursos naturales, la población trabajadora, las diferentes salidas para la exportación, los tratados que se tienen entre países y diferentes TLC. La globalización ha tenido un gran impacto en la evolución socio-política y económica de América Latina y su participación en el mercado. Debido a esto el atractivo de las empresas extranjeras es crear proyectos “Greenfield” que hacen referencia a la construcción y planeación de las instalaciones para llevar a cabo el proyecto o empresa en determinado país. (Spillan, Virzi, & Garita, 2014).

En el 2021, más específicamente en su segundo trimestre, América Latina alcanzó una cifra récord en el capital invertido en startups: 7.3 billones de dólares. (FORBES Colombia, 2021)

Latinoamérica y el caribe, son considerados una región de emprendedores, medido por el elevado número de empresas per cápita y caracterizada por la vitalidad de sus emprendimientos, así mismo, surgieron empresas multinacionales, a pesar de estos resultados, se ha evidenciado que América Latina tiene una debilidad en el panorama emprendedor: la limitación de innovación. Existe un margen, en términos de innovación entre América Latina y el Caribe y naciones y zonas comparables. Dicha brecha existe no sólo en el área de exploración y progreso y patentes, sino también en el ámbito de la innovación de procesos y productos; afectando a grandes y pequeñas empresas. (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rlgolini, 2014).

Debido a la “economía digital” los escenarios en donde se desarrollan los negocios en la actualidad se han transformado de manera notable, pues, a causa del surgimiento de nuevas tecnologías se han creado nuevos sectores, hábitos de consumo y de producción.

Según PRODEM<sup>1</sup>, en su informe denominado “*Condiciones sistémicas para el emprendimiento en américa latina 2019 Emprendimientos y digitalización: una agenda común de posibilidades y desafíos*” por medio del Índice de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico (ICSEd-Prodem) el cual calcula las situaciones para crear un nuevo negocio en 64 países, de los cuales 15 son de Latinoamérica; presenta los diferentes contrastes que existen entre los países que ocupan el top 5 donde predominan países de Norteamérica y en Europa del Oeste y los países de América Latina: el capital social, el financiamiento y la estructura empresarial.

En cuanto al financiamiento se evidencia que en la mayoría de los países no hay fácil acceso a fondos de inversión emprendedor así como a préstamos o apoyos

---

<sup>1</sup> Centro de pensamiento para la acción sobre ecosistemas de emprendimiento e innovación de América Latina a través de actividades de investigación, asistencia técnica y formación de recursos humanos.

gubernamentales, en cuanto a la interconectividad entre la gente, se refiere a aquellas relaciones que permiten la construcción de redes de contacto que no se realizan por condiciones sociales y culturales y en lo que se observa la estructura empresarial se enfoca en el factor de competitividad y productividad, pero por sobre todo en lo que respecta a la estructuración entre empresas.

Dentro de los países de América Latina que tienen el liderazgo en el emprendimiento se encuentran Chile, por su emprendimiento dinámico, Argentina, Colombia, Costa Rica, México y Uruguay. (Kantis et al., 2019).

Con el fin de lograr la transformación de la región, hay que garantizar que los jóvenes cuenten con educación de primera, se encuentren capacitados, que desarrollen ciertas habilidades para el mercado laboral y puedan competir en economías avanzadas y creen proyectos de emprendimiento pues a pesar de ser el continente con más habitantes jóvenes alrededor del 70% de ellos no cuentan con habilidades de gestiones avanzadas, profesionales y técnicas; el 21% no se educa, ni labora, ni recibe algún tipo de capacitación; y ante los inconvenientes para vincularse en un empleo legal, el 19% cuenta con empleos en el sector informal, otros no tienen la oportunidad de adquirir experiencia para tener idea del funcionamiento de un negocio formal y la carente inclusión de los jóvenes afecta la capacidad de recuperación económica de la región y limita las posibilidades de disminuir la desigualdad, esta inclusión se logra desde los gobiernos y sus diferentes políticas que benefician a los jóvenes emprendedores de clase media y mejorar el acceso al mercado laboral. (Bárcena, García, & Gurría, 2016)

### **Emprendimiento en Colombia**

El emprendimiento en el país ha avanzado mucho en las últimas décadas, a pesar de los inconvenientes económicos y sociales acontecidos, tanto a nivel nacional, como lo son los conflictos internos e internacionalmente, como la recesión de las economías europea y americana las cuales tuvieron un gran impacto en América Latina, no obstante, Colombia ha logrado mantener la estabilidad y el crecimiento desde principios de este siglo, esto se debe en gran medida a que el país ha invertido y creado mayor valor agregado, al

mismo tiempo que ha estimulado la economía de manera mucho más amplia. De manera estable, las perspectivas de futuro siguen creciendo, no sólo por la estabilidad económica y social que conocemos sino también por la forma en que las políticas públicas del país se enfocan en un crecimiento económico más ágil y confiable. (Nova, 2014).

Se crearon en Colombia durante el 2019, cerca de 310.000 empresas, equivalente al 2,1% más que en el 2018, de acuerdo con el Informe de Dinámica de Creación de Empresas elaborado por Confecámaras con base en la información del Registro Único Empresarial y Social – RUES. Las actividades económicas asociadas al sector servicios registraron subidas en cuanto a la creación de empresas con un incremento del 3,4%, seguido del sector industrial 2,0% y comercio 1,5% del total de empresas registradas, de las cuales el 75,7% corresponden a personas y el 24,3% a organizaciones. Las 32 actividades económicas que componen la Economía Naranja evidenciaron que en 2019 se crearon 9.122 nuevas empresas respecto al mismo periodo del año anterior, lo que supone un incremento del 7,7%. (CONFECÁMARAS, 2020).

No se puede negar el impacto que tuvo el país debido a la pandemia, sin embargo, esta también presentó nuevas oportunidades comerciales y alentó a los empresarios a buscar segmentos del mercado y desarrollar nuevos productos para satisfacer las necesidades de los consumidores. Según los datos estadísticos del producto interno bruto (PIB) publicados por el DANE, los sectores económicos que resultaron más perjudicados por la pandemia durante el 2020 fueron: construcción (-27,7 %), minería (-15,7 %), comercio, transporte, alojamiento y restaurantes (-15,1 %), recreación y entretenimiento (-11,7 %), industria manufacturera (-7,7 %), e información y comunicaciones (-2,7 %), en cuanto a la tasa de desempleo, en el 2019 fue de 10.8%, para el 2020 fue de 12.6% y para el 2021 se registró una tasa del 14.2%.

La pandemia fomentó un tipo de consumidor denominado “consciente”, lo que conllevó a la demanda por productos sostenibles con el medio ambiente artesanales, saludables, por esta razón, se han constatado oportunidades de emprendimiento en

sectores de las industrias agrícolas, la salud, belleza y aseo, la industria petroquímica y minero-energética; el comercio, el turismo y los servicios digitales. (ANDI, 2021).

Las perspectivas para 2022 eran más prometedoras: en 2022 se crearon en Colombia más de 310.000 nuevas empresas, un 1% más que en 2021. Adicionalmente, el 62,5% de las empresas fundadas por personas naturales son dirigidas por mujeres. Estos resultados demuestran los efectos positivos de las políticas públicas y el apoyo que organizaciones como las Cámaras de Comercio han brindado al emprendimiento femenino, convirtiéndolas en fuentes duraderas de empleo y crecimiento económico para la nación. (CONFECÁMARAS, 2023).

En resumen, en el primer semestre de este 2023 se crearon alrededor de 165.000 empresas. Las industrias que mostraron una variación positiva en el número de nuevas empresas creadas fueron las relacionadas con la salud humana y la asistencia social (6,35%), las inmobiliarias (5,48%), el suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado (4,0%), los viajes, el alquiler y arrendamiento de maquinaria, los call center y el servicio de aseo y limpieza general al interior de los edificios (2,36%). (PORTAFOLIO, 2023).

Según el Global Startup Ecosystem Index 2023, Colombia tuvo un repunte en su lugar entre los ecosistemas de emprendimiento más sólidos del mundo ubicándose en el puesto 40 de 100 regiones evaluadas, así mismo, se encuentra en el tercer país de Latinoamérica para emprender y ubica a Medellín y Bogotá como las ciudades para desarrollar actividades emprendedoras, seguidas de Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Cartagena, Armenia, Popayán y Villavicencio, demostrando que la implementando iniciativas desde los diferentes programas del gobierno, se fortalecen las empresas. (iNNpulsa Colombia, 2023).

Para mejorar la actividad de emprendimiento se deben dar a conocer más los programas del gobierno, esta difusión se puede realizar desde la educación básica secundaria, propaganda en las alcaldías locales y con líderes sociales de las comunidades, de igual manera, realizar un seguimiento y acompañar a los emprendimientos conociendo

sus realidades y promoviendo las soluciones a los retos que presente, con el fin de que crezcan y se mantengan en el mercado, unificar procesos de registro de empresa, marca y de productos. (GEM Colombia, 2023).

### **Marco Legal**

A continuación, se mencionará aquella normatividad establecida en el marco jurídico colombiano que hacen referencia al emprendimiento en las universidades y apoyo a los emprendimientos

#### ***Constitución Política de Colombia***

**Art.333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común.**

El mencionado artículo estipula que la iniciativa privada y la actividad económica están permitidas siempre que no interfieran con el bien común. Para ejercer su actividad económica, deben contar con los permisos legales. Todo el mundo tiene derecho a la libre competencia económica, pero este derecho también conlleva obligaciones y restricciones. Como piedra angular del crecimiento, la empresa tiene un papel social que conlleva responsabilidades. El gobierno apoyará el crecimiento de las empresas y reforzará los grupos de solidaridad. (Constitución Política de Colombia, 1991).

#### ***Ley 1014 de 2006***

De fomento a la cultura del emprendimiento.

Por medio de esta ley, lo que se busca es fomentar la cultura del emprendimiento en todos los centros educativos del país planteando nuevas estrategias en los modelos pedagógicos con el fin de desarrollar la innovación y creatividad en los estudiantes en los niveles de educación preescolar, básica, básica primaria, básica secundaria y media, de igual manera, implementar dentro de los programas de formación competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales que vayan ligadas al sector productivo de la economía. Así mismo, junto con el SENA y diferentes entidades del estado desarrollar

actividades de promoción del emprendimiento social e iniciativas de negocios.

(MINISTERIO DE EDUCACION, 2019)

### ***Ley 1780 de 2016***

#### ***Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil***

Su objetivo es avanzar en la creación de empleo para las personas de entre 18 y 28 años y para las de entre 18 y 35 años. Asimismo, sienta las bases institucionales para el diseño e implementación de políticas de empleo, emprendimiento y formación de nuevas empresas jóvenes -definidas como aquellas conformadas por personas naturales o jurídicas que cumplan con los requisitos de pequeña empresa-, así como el desarrollo de mecanismos que tengan un enfoque positivo y diferencial de vinculación laboral y proporcionen beneficios financieros y jurídicos a largo plazo para las diversas empresas. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2016).

### ***Ley 2069 del 2020***

#### ***Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia***

El objetivo de la Ley 2069 es crear un entorno normativo que apoye la expansión empresarial y el espíritu emprendedor, la consolidación corporativa y la viabilidad a largo plazo con el propósito de promover la asistencia social y la igualdad. Mediante la reducción de tasas y la agilización de trámites, el fomento de la participación y la competencia leal, la facilitación de la obtención de recursos y opciones de financiamiento, el avance del marco institucional y la educación, promoción y desarrollo de habilidades y competencias relacionadas con el emprendimiento, esta ley busca fortalecer la formalización de las MIPYMES. (Funcion Publica, 2020).

### ***Ley 2294 de 2023***

#### ***Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia potencia Mundial de la Vida”.***

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo se encuentran aquellos artículos relacionados al impulso de la inclusión productiva, apoyo a las economías populares, a los

emprendimientos y a las PyMES, como, por ejemplo, en su artículo 88 en donde, por parte del Ministerio de Hacienda y Crédito Público se impulsará el desarrollo de instrumentos con el fin de promover la inclusión financiera de diferentes negocios en ciertos sectores económicos, así como en su artículo 98 mediante el cual se pretende fortalecer el patrimonio de las empresas del orden Nacional con el fin de que continúen desarrollando su objeto de negocio; entre otros, demostrando el interés que tiene el Gobierno del Cambio por beneficiar a toda esta población. (Función Pública, 2023).

### ***Decreto 639 de 2017***

### ***Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.***

Este decreto adiciona la sección 5 al capítulo 41 del título 2 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1074 de 2015 busca establecer requisitos específicos para las pequeñas empresas de reciente creación, con el fin de que accedan a los beneficios señalados en el artículo 3 de la Ley 1780 de 2016 para las pequeñas empresas jóvenes, entre ellos la exención del pago de la matrícula mercantil y de los derechos de renovación. Estas empresas se definen como aquellas que no emplean a más de 50 personas, tienen activos totales no superiores a 5.000 salarios mínimos legales vigentes y están conformadas por personas naturales entre los 18 y 35 años de edad. (Función Pública, 2017).

### **Marco Metodológico**

En su libro, El proceso de investigación, Carlos Sabino define la investigación como: “una determinación que se emprende para resolver un problema: no un problema cualquiera, sino un problema de conocimiento.” (p.47)

El presente trabajo es una investigación de tipo descriptiva pues por medio de esta se busca detallar las particularidades y perfiles de un grupo de personas (Hernández, 2014) en este caso, de los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre del programa de Administración de Empresas Comerciales, con el fin de realizar observaciones y análisis objetivos utilizando términos claros y concisos.

Así mismo se presenta un enfoque de la investigación mixto, pues involucra las características primordiales de los enfoques cualitativos y cuantitativos, como lo son la obtención de información y el análisis de datos para cumplir con los objetivos trazados en este.

Para el acceso de información en esta investigación se implementarán dos fuentes de información, las primarias y las secundarias. Como fuente primaria se elaborará y aplicará una encuesta la cual va dirigida a los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre del programa de Administración De Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, con el fin de caracterizar a los estudiantes y que aspectos tienen en cuenta al momento de emprender.

Como fuente secundaria, se tiene la reelección, recopilación, indagación y revisión de revistas, artículos, trabajos de investigación y libros, en los diferentes buscadores de consultas como SciELO, Google Scholar y en las bases ofrecidas por la Universidad como Academic Search Complete, ProQuest, Spocus y en repositorio de trabajos con la que esta cuenta, los cuales permitieron ampliar la información del emprendimiento en Colombia gracias al papel de las universidades.

### **Población y Muestra**

La pregunta problema y los objetivos del estudio definen la población, que es el conjunto determinado o infinito de elementos que tienen unas características similares. La muestra, por su parte, es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población. (Arias, 2012).

Para este caso la población fueron los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre del programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca del periodo 2022-2:

***Tabla 1. Cantidad de estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales de los semestres a encuestar.***

<b>Semestre</b>	<b>Cantidad de estudiantes</b>
<b>Octavo</b>	149
<b>Noveno</b>	132

<b>Décimo</b>	126
<b>Total</b>	<b>407</b>

*Fuente:* Autor.

Para establecer la muestra se implementó la siguiente fórmula, con un margen de error del 10% pues se corre con el riesgo de que no todos los estudiantes se animen a contestar la encuesta y un nivel de confianza del 95%, que también se entiende como el 1.96:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra buscado.

N: Tamaño de la población.

Z: Nivel de confianza

e: Error de estimación máximo aceptado.

$\bar{p}$ : Probabilidad de que ocurra el evento estudiado.

$\bar{q}$ : Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

De acuerdo con lo anterior tenemos que:

$$n = \frac{407 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{0.10^2 * (406) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 78$$

El instrumento que se implementó para esta investigación fue una encuesta la cual se diseñó en un formulario de Google, esta se aplicó de manera virtual, remitida a los correos electrónicos de 78 estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre del programa de Administración De Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

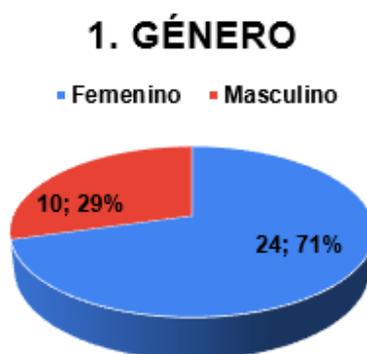
La finalidad de la encuesta fue obtener información acerca del aliento emprendedor de los estudiantes y el papel de la universidad en ellos. Las preguntas que se realizaron estuvieron enfocadas a resolver los objetivos formulados.

### **Desarrollo Metodológico**

El envío de la encuesta se realizó el día 9 de octubre del 2022 bajo la política de tratamiento de datos. Luego de obtenidos los resultados y una vez descargada y organizada la información, se observó que únicamente dieron respuesta 34 estudiantes de los semestres a los cuales fue dirigida, se realiza un primer análisis de las gráficas con respecto al perfil de los estudiantes, seguido de un análisis de la caracterización y finalmente del rol que juega la universidad, presentando así los siguientes gráficos estadísticos de tortas y barras:

#### **Gráfico 1.**

##### **Cantidad de personas por género**



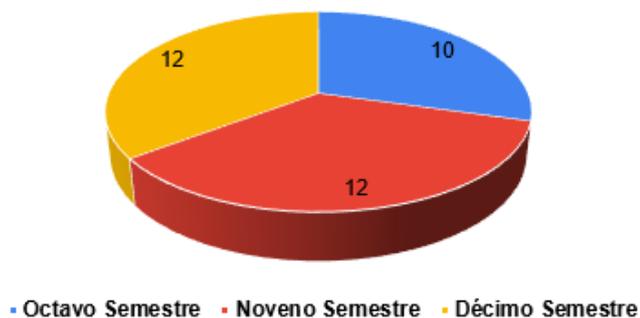
*Nota:* La ilustración muestra el porcentaje de participación de personas por género que dieron respuesta a la encuesta.

Para esta encuesta, se tuvo la participación de 24 mujeres equivalente al 71%, y 10 hombre para un 29% de participación de este género, esta pregunta se realizó con el fin de conocer la tasa de participación en la encuesta por género.

#### **Gráfico 2.**

##### **Semestre al que pertenece**

## 2. A qué semestre de Administración de Empresas Comerciales pertenece?



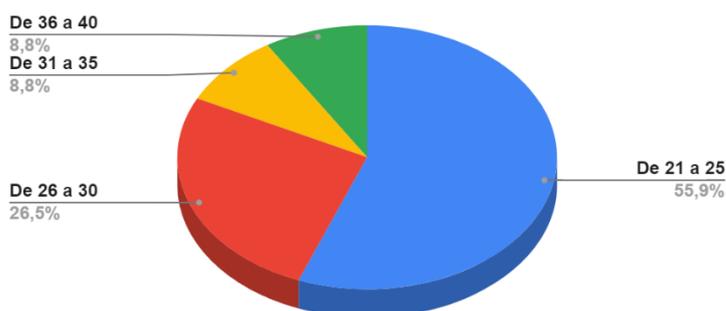
*Nota.* La ilustración muestra la cantidad de personas por semestre que dieron respuesta a la encuesta.

Se contó con las respuestas de 12 estudiantes de noveno semestre que representan un 35%, 12 estudiantes de décimo semestre y 10 estudiantes de octavo semestre, un equivalente al 29%. Era importante conocer la participación de los estudiantes de cada semestre, dado que, en cada uno, el emprendimiento se encuentra en una etapa diferente: en octavo semestre se comienza con el seminario de investigación complementado con la electiva de profundización, en noveno semestre se desarrolla la idea del emprendimiento y en décimo semestre se pone a prueba su idea de negocio. Es en el avance de cada uno de estos semestres en donde se ponen en práctica los estudios adquiridos durante carrera, de manera que el apoyo y la guía de los profesores es fundamental en la germinación del proyecto.

### **Gráfico 3.**

#### **Rango de edad**

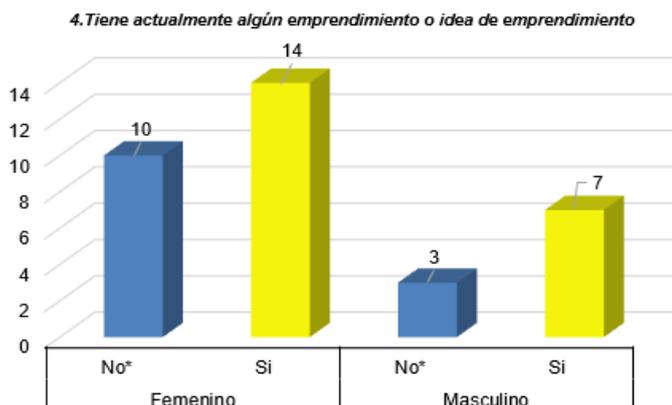
## 3. En qué rango de edad se encuentra?



*Nota.* El gráfico muestra el número total de personas que respondieron a la encuesta en los distintos grupos de edad.

Es evidente que el mayor rango de edad de los participantes el 56% se sitúa entre los 21 y los 25 años. Le siguen los estudiantes de 26 a 30 años.

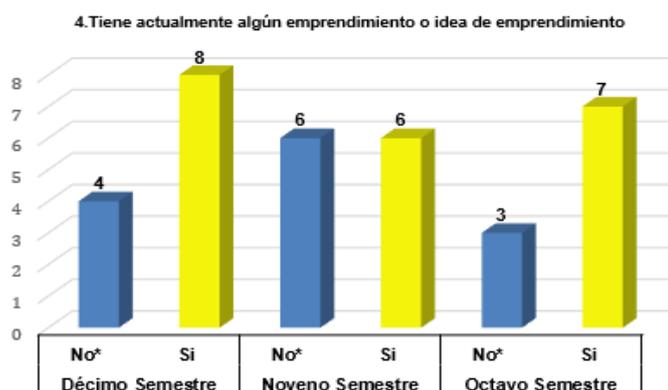
Con los datos de las preguntas anteriores se deseaba conocer con respecto al género, el semestre y la edad, cuántos de estos encuestados contaban con un emprendimiento, obteniendo los resultados presentados en las gráficas 4, 5 y 6, así:

**Gráfico 4.****Tiene actualmente algún emprendimiento o idea de emprendimiento (por género)**

*Nota.* Se busca identificar por tipo de género la cantidad de personas que cuentan o no con un emprendimiento o idea de emprendimiento.

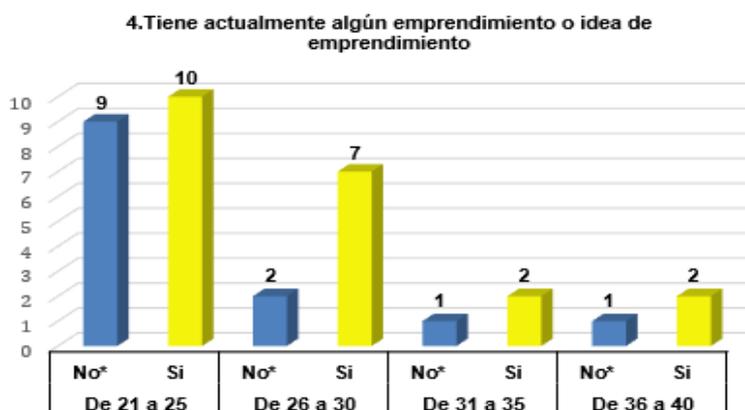
De 24 mujeres, el 41% de ellas cuentan con un emprendimiento o alguna idea de emprendimiento, de las encuestadas el 29% no cuentan con alguno de estos dos criterios, así mismo, de los 10 hombres que contestaron el 21% de ellos tiene un emprendimiento o una idea de negocio, obteniendo así una mayor participación del género femenino en la creación de empresas.

Quienes cuentan con el espíritu emprendedor son las mujeres, pues de las 21 respuestas de aquellos que cuentan con el emprendimiento 14 de ellas son del género femenino. El Fondo para la Promoción de la Autonomía y el Emprendimiento de las Mujeres se creó con el objetivo de diseñar e implementar acciones e instrumentos financieros y no financieros para apoyar y financiar proyectos e iniciativas que promuevan la autonomía, la dignificación del trabajo de las mujeres en Colombia y el empoderamiento económico para incentivar la creación de empresas dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, a través del emprendimiento, formalizar y fortalecer negocios en términos de sostenibilidad, adecuación ambiental a cambio climático y teniendo en cuenta la dinámica económica y social de las regiones, con el fin de contribuir a reducir la brecha de género. (COLOMBIA, 2023).

**Gráfico 5.****Tiene actualmente algún emprendimiento o idea de emprendimiento (por semestre)**

*Nota.* Se busca identificar por semestre la cantidad de personas que cuentan o no con un emprendimiento o idea de emprendimiento.

De los estudiantes encuestados se observa que de aquellos que tienen un emprendimiento el 23% de los estudiantes pertenecen a décimo semestre, el 18% son de noveno semestre y de octavo semestre son el 20%.

**Gráfico 6.****Tiene actualmente algún emprendimiento o idea de emprendimiento (por rango de edad)**

*Nota.* Se busca identificar por rango de edad la cantidad de personas que cuentan o no con un emprendimiento o idea de emprendimiento.

Se evidencia que un 29% de las personas que cuentan con un emprendimiento se ubican en el rango de edad de entre los 21 a 25 años, un 21% equivalen a los que se

encuentran entre el rango de 26 a 30 años y aquellos que se encuentran entre los 31 a 35 y 36 a 40 años equivalen a un 6%, observando así, que los de mayor participación en la creación de empresa son aquellos que se encuentran en un rango de edad de los 21 a 25 años.

### Gráfico 7.

#### Dificultades para no crear el emprendimiento



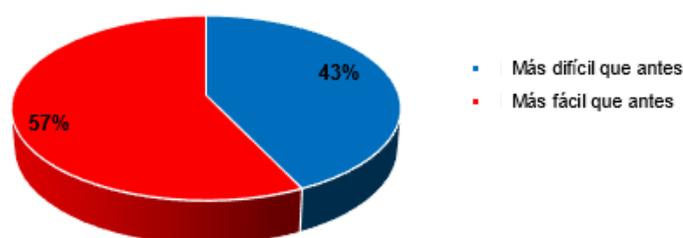
*Nota.* En la ilustración se identifican los motivos por los cuales aquellas personas que no cuentan con un emprendimiento no están interesadas en emprender.

De los 13 estudiantes que no cuentan con un emprendimiento, 5 de ellos consideran que la falta de capital es el principal motivo para no llevar a cabo esta actividad, seguido de la falta de motivación, el riesgo económico y la falta de educación emprendedora.

### Gráfico 8.

#### Percepción de emprendimiento

#### 6. Considera usted que emprender es:



*Nota.* La ilustración muestra que tan fácil o difícil consideran las personas que es emprender actualmente.

De aquellos estudiantes que contestaron que cuentan con un emprendimiento, el 57% consideran que actualmente es más fácil emprender que antes.

Según cifras de Fenalco, el 72% de los jóvenes cree que emprender en Colombia es difícil, pues hay factores que obstaculizan la creación de sus negocios, como la falta de recursos económicos propios, la carencia de fomento del Gobierno a los emprendimientos. (Fenalco Antioquia, 2022).

Lo que nos demuestra que, en el programa, el optimismo y las expectativas de los estudiantes en el éxito de sus emprendimientos está por encima de la incertidumbre y la posibilidad al fracaso.

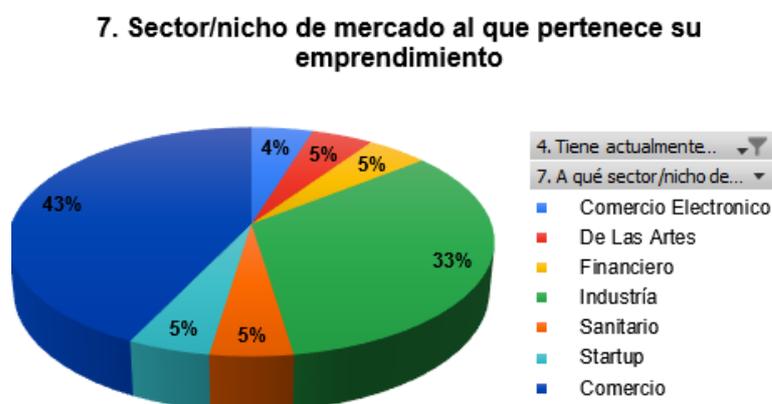
## Resultados

**Caracterización de los emprendimientos de los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre, del programa de administración de empresas comerciales de la universidad colegio mayor de Cundinamarca, con relación al sector o actividad económica.**

Se identificarán los aspectos y elementos esenciales de los emprendimientos como las características de las personas, recursos con los que se cuentan, tiempo de vida del emprendimiento, entre otros aspectos.

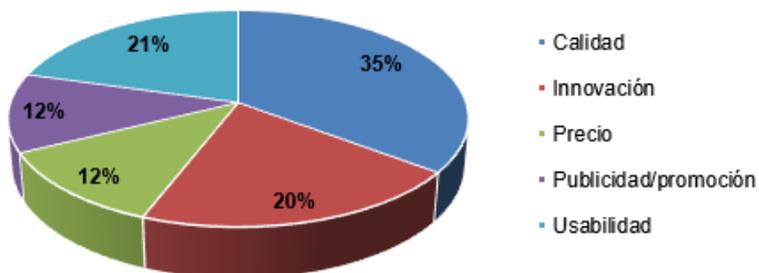
### Gráfico 9.

#### Sector económico del emprendimiento



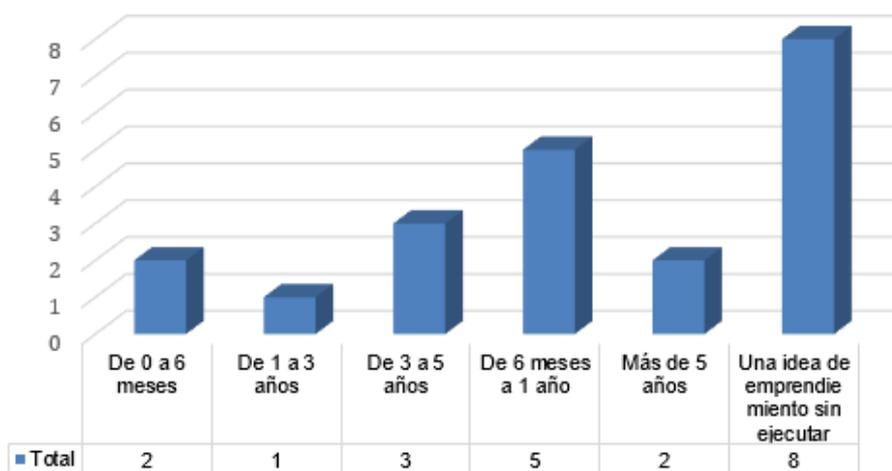
*Nota.* Se busca identificar en que sector se encuentra su emprendimiento.

Se evidencia que de los emprendimientos o ideas de emprendimiento el 43% pertenecen al sector del comercio y servicio, seguido del 33% de estos que se ubican en el sector de la industria y los demás se ubican en el sector Financiero, de las Artes, sanitario, Startup.

**Gráfico 10.****Factor diferenciador del emprendimiento.****8. Valor diferenciador del emprendimiento**

*Nota.* La ilustración muestra el factor que los emprendedores consideran diferenciador en sus emprendimientos.

Para el 35% de los emprendedores uno de los factores que más lo diferencia de la competencia es la calidad de su servicio o producto, seguido del uso que se le da y la innovación de este.

**Gráfico 11.****Tiempo de creado del emprendimiento****9. Cuánto tiempo lleva con su emprendimiento?**

*Nota.* La ilustración muestra el rango de edad de los emprendimientos.

La edad de vida de los emprendimientos de los estudiantes, de acuerdo con los datos obtenidos, está entre los 6 meses y 1 años, sin embargo, se observa también que

aquellos que tienen una idea de negocio, pero están pendientes de ejecutar lo representa un 38% de los estudiantes.

### **Gráfico 12.**

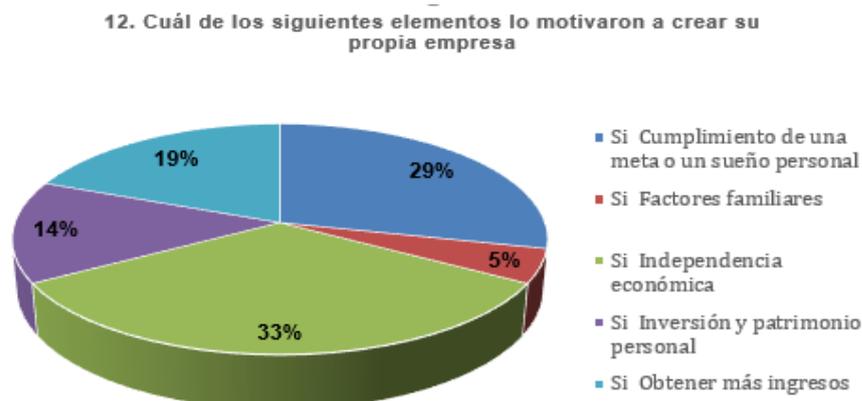
#### ***Apoyo de entidades para emprender***

11. Para llevar a cabo su emprendimiento recurrió a alguna de las siguientes entidades?



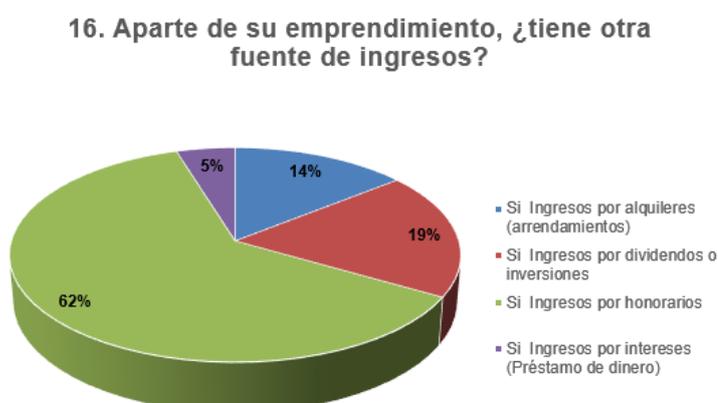
*Nota.* La ilustración presenta si los estudiantes recurrieron a alguna entidad para la creación de sus emprendimientos.

Con respecto a esta pregunta planteada en donde se deseaba conocer si los estudiantes habían recurrido a ciertas entidades para encontrar apoyo en la creación de su emprendimiento, las cuales eran Fondo Emprender, Bancóldex, Cámara de comercio, La Andi e INNpulsas, sin embargo y con respecto a las respuestas obtenidas, solamente un estudiante recurrió a la Cámara de Comercio, entendiendo este resultado como la falta de conocimiento de la existencia de las leyes, demás entidades y programas en los cuales no solamente los estudiantes, si no las personas, se pueden respaldar para hacer crecer sus negocios, ya sea por medio de las asesorías ofrecidas o aplicación a apoyos económicos para el financiamiento de la transformación de las ideas de negocios, sorprende un poco el desconocimiento de esto ya que los mismos consideran que en la actualidad es más fácil emprender ahora que antes.

**Gráfico 13.****Factores que motivaron la creación del emprendimiento**

*Nota.* La ilustración muestra los factores externos que motivaron a los estudiantes a emprender.

Para las personas que tienen un emprendimiento, el factor más importante al momento de crearlo es alcanzar su independencia económica, seguido del cumplimiento de una meta personal y la obtención de más ingresos.

**Gráfico 14.****Ingresos extras**

*Nota.* La ilustración muestra los ingresos que obtienen los emprendedores diferente a los obtenidos por su negocio.

El 62% de los emprendedores, obtienen sus ingresos también por sus honorarios o trabajos actuales, seguido de aquellos que tienen algún tipo de inversión en el mercado bursátil.

Con respecto a cuál de los sectores económicos estaban enfocados los emprendimientos de los estudiantes se observó que de las 21 personas que tienen un emprendimiento su mayoría enfocó los emprendimientos en el sector del comercio tal y como se evidencia en la ilustración 9.

Las empresas que venden y distribuyen productos al por mayor y al por menor en diversos entornos comerciales constituyen el sector del comercio en Colombia. Esta industria representa el 17,4% de todos los empleos del país (La Nota Económica, 2023), para el 2022 el PIB tuvo un crecimiento del 7.5% en donde los sectores de transporte, comercio y alojamiento fueron los que más puntos porcentuales (2,1) aportaron al resultado total del PIB, con un crecimiento anual de 10,7% frente al año 2021. (La República, 2023).

Así mismo, se observa que uno de los factores que los estudiantes consideran diferenciadores de su emprendimiento es la calidad.

La calidad es un término que puede tener diferentes definiciones, como las enunciadas en el libro *Calidad, herramientas y gestión de la calidad para Pymes* (Miguel, 2019):

“La idoneidad de un bien o servicio para el fin al que se destina es su calidad. En otras palabras, la calidad es lo que el cliente desea. (...) La calidad puede definirse como la satisfacción o superación de las expectativas de los clientes en cuanto al bien o servicio.” (cap.1, p. 9)

Referente a las edades de los emprendimientos, se observa que hay alguna que aun recientes en el mercado, que pueden entrar en una etapa de impulso y supervivencia, dependiendo de la facilidad que tengan para acceder al mercado internacional, a la atracción del capital económico y del talento humano y el entorno en el cual se están desarrollando, sin embargo, se logra evidenciar también que existe otro dato importante y

es el deseo de conocer si los estudiantes han accedido a algún programa o incentivo por parte del gobierno, es sabido que desde hace unos años, el gobierno está enfocado en la generación de empleo y apoyo a los emprendedores desde diferentes programas, incluso, entidades privadas están dispuestas a dar asesorías y guiar el proceso de la creación de estos proyectos.

**Rol de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca en los emprendimientos de los estudiantes de octavo, noveno y décimo semestre, del programa de administración de empresas comerciales de la universidad colegio mayor de Cundinamarca.**

De acuerdo con los resultados, se procede a analizar la percepción de los estudiantes con respecto a la influencia y el papel que juega la universidad en el desarrollo de sus emprendimientos.

**Gráfico 15.**

**Motivación por parte de la universidad**

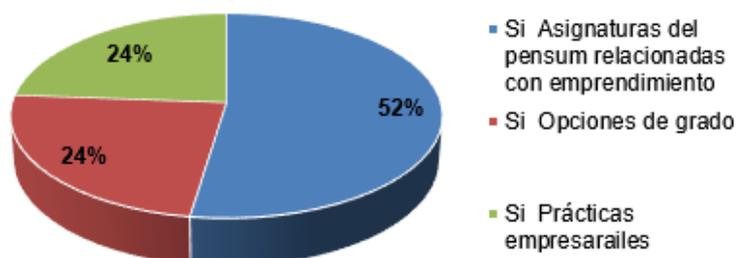


*Nota.* La ilustración muestra la influencia de la universidad para crear el emprendimiento.

El 62% de los estudiantes considera que la universidad de alguna manera lo motivo a involucrarse en actividades de emprendimiento o para crear sus ideas de emprendimiento para poder desarrollarlas más adelante.

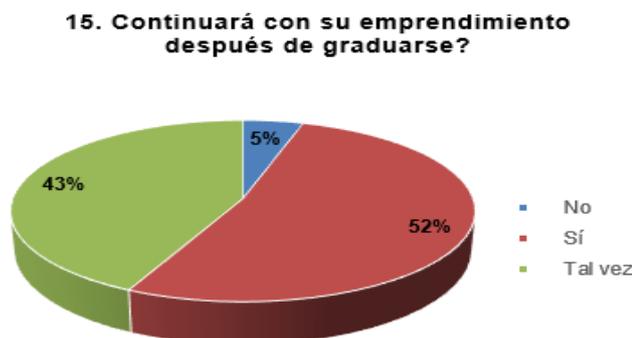
La Universidad fue el principal motivador y quien fomentó en los estudiantes la creatividad para crear su emprendimiento debido los espacios apropiados propiciados para la transformación de sus ideas. El emprendimiento se desenvuelve en los

estudiantes de manera transversal, para que sean poseedores de ideas novedosas, productivas y sostenibles transferidas a la acción, como aporte al desarrollo de las empresas, sectores y regiones.

**Gráfico 16.****Papel de la universidad****14. cuál ha sido el aporte de la universidad para el desarrollo de su emprendimiento?**

*Nota.* La ilustración muestra el aporte de la universidad en los emprendimientos.

De los encuestados que cuentan con un negocio, el 52% de los estudiantes manifiestan el mayor aporte de la institución son las asignaturas ofrecidas en el pensum relacionadas con emprendimiento, como el Desarrollo de Competencias Empresariales, Desarrollo del Talento Humano, Investigación de Mercados, sin dejar atrás las experiencias que se adquieren en los diferentes escenarios de prácticas, espacios auténticos, en donde los roles, que están enfocados a la factores de la realidad laboral y vivencial, desempeñan un rol fundamental en el desarrollo de las habilidades, competencias y capacidades adquiridas a lo largo de la carrera, pues dentro de la visión del programa, se desea ser reconocido nacional e internacionalmente, impactando mediante la generación de modelos empresariales que trasciendan a nivel global. El programa de Administración de Empresas Comerciales maneja una oferta académica incluyente con la que se busca la igualdad de oportunidades en el ámbito nacional y de intercambio internacional.

**Gráfico 17.****Continuidad del emprendimiento**

*Nota.* Se desea conocer si los estudiantes continuarán con sus emprendimientos después de terminar la carrera.

El 52% de los encuestados continuaran con su emprendimiento después de graduarse esta situación conlleva a reflexionar sobre las posibles herramientas que puede brindar la universidad para que el estudiante no desista de esta iniciativa una vez se convierte en egresado.

Cabe recalcar el papel del docente como parte fundamental de esta educación emprendedora, pues son ellos los encargados de presentar estrategias efectivas de aprendizaje promoviendo la creatividad, pensamientos críticos para la toma de decisiones, fomentar el trabajo en equipo trabajando en la comunicación asertiva y la resolución de conflictos, preparando así, profesionales y ciudadanos emprendedores capaces de generar impactos económicos y sociales en el país. (García, Hernández & Florez., 2017).

Las universidades son espacios que incuban y fomentan el conocimiento e impulsan, por medio de sus programas de investigación y lineamientos institucionales. Como se evidencia en los resultados de la encuesta, los estudiantes consideraron que principalmente, el aporte de la universidad para llevar a cabo sus emprendimientos es por medio de las asignaturas que integran el programa de Administración de Empresas Comerciales, aun cuando el papel de la universidad va un poco más allá con sus planes, proyectos y políticas.

El Consejo de Facultad de Administración y Economía, mediante acta No. 08 del 22 de abril de 2021 dio concepto favorable al proyecto de Acuerdo de la Unidad de

Emprendimiento y en su sesión ordinaria, el Consejo Académico mediante el acuerdo 085 del 2021 aprobó la creación de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, como una Unidad de Gestión del Modelo Institucional de Proyección Social y Extensión – MIPSE, la creación de la Unidad de Emprendimiento es el resultado de años de trabajo con la comunidad en la capacitación y generación de oportunidades para el emprendimiento. Esta Unidad de Emprendimiento será la encargada de diseñar, supervisar y ejecutar la política de emprendimiento, innovación y desarrollo dirigido a estudiantes, egresados, funcionarios, emprendedores, y empresarios de la comunidad, lo que se espera con esta Unidad de Emprendimiento es el fortalecimiento del entorno emprendedor a través de iniciativas de nuevas empresas para convertirlas en unidades productivas formales que promuevan el desarrollo económico así como aplicar planes de mejoramiento que impliquen el ejercicio de las capacidades para materializar proyectos sostenibles en el mediano y largo plazo de las empresas ya existentes, de igual manera, utilizará estrategias de sensibilización, capacitación, pre-incubación, acompañamiento en todas las fases, fomento de las iniciativas, articulación con los sistemas de financiamiento e inversión de acuerdo con la normatividad vigente. Dentro de algunas funciones de esta Unidad se encuentran la generación de espacios de participación que permitan a la comunidad de futuros empresarios, dar a conocer sus capacidades innovadoras y creativas enfocadas en la articulación con el sector productivo y organizaciones que fomenten y apoyen el emprendimiento, establecer los lineamientos, criterios de evaluación, herramientas, metodologías y otros aspectos relacionados con las convocatorias para ser parte de la Unidad de Emprendimiento. Cabe recalcar, que dicha Unidad deberá estar coordinada por un docente de tiempo completo y la función integral de esta estará a cargo del programa de Administración de Empresas Comerciales. (Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, 2021).

La investigación es la base para desarrollar los proyectos de emprendimiento, pues en cuando se cuestiona y surgen interrogantes de la viabilidad de la idea de negocio.

La Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca considera como un eje fundamental en el desarrollo del conocimiento la investigación, presente en funciones importantes del Proyecto Educativo Institucional – PEP. Hoy en día, en el marco del Acuerdo 069 del 10 de octubre de 2022 la universidad cuenta con 9 líneas institucionales de Investigación, el programa de Administración de Empresas Comerciales por sus electivas de profundización trabaja esencialmente en las líneas de: desarrollo humano sostenible y productividad y competitividad en las organizaciones. Participar en proyectos de investigación institucionales dirigidos por profesores o investigadores de los centros de investigación es otra forma de poner en práctica el componente de investigación, al igual que los trabajos de grado.

### **Estado del arte sobre las experiencias de emprendimiento en los estudiantes del programa de Administración de Empresas Comerciales**

En relación con el desarrollo la sistematización de las experiencias universitarias se demostró que, en la mayoría, los estudiantes cuentan en con una idea de negocio aun sin desarrollar y aquellos que tienen su negocio, desconocen muchas de las herramientas ofrecidas no solo por la universidad sino por las entidades gubernamentales y privadas que apoyan y fomentan las iniciativas emprendedoras en el territorio nacional.

Adicional a las experiencias de los estudiantes encuestados, se contó con la investigación en el repositorio institucional de trabajos de grado con el que cuenta la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, en el cual se encontró un estudio realizado enfocado en la formalización de una empresa familiar denominado “*Viabilidad para la Formalización de la Empresa Fersan Distribuciones*” (PULIDO, 2022), la cual su actividad económica está enfocada en la distribución y comercialización de productos de belleza cuyo objetivo es analizar la viabilidad de formalizar la empresa teniendo en cuenta los factores que repercuten en este proceso, mediante el análisis del sector y el impacto de la formalización, análisis de su información financiera. Se realizaron diferentes entrevistas a las empresas similares y la revisión de documentos de estudios de referencia. La

experiencia que ha tenido la empresa es que ve distintas debilidades como por ejemplo al momento de emitir documentos contables, pues no cuenta con los softwares adecuados para expedir facturación electrónica y esto ha llevado a la pérdida de clientes en su papel como proveedores pues varios de estos exigen estos documentos como soportes para sus empresas, dado que la marca no está registrada formalmente y el producto que los distingue de los demás se ha visto involucrado en plagios, pues hay quienes están utilizando la misma marca pero con una calidad deficiente, ha provocado disgustos y molestias entre los clientes, en cuanto a las crisis económicas, la empresa ha buscado diferentes apoyos pero al no cumplir con los requisitos mínimos y el perfil solicitado, las entidades privadas no le permiten el acceso a préstamos, lo cual los ha llevado a recurrir a prestamistas informales representando un riesgo para su empresa pues las tasas de interés que manejan este tipo de préstamos son tan altos que incluso pueden llegar al límite de la usura y la mejor decisión para los empresarios es desistir de continuar con su negocio, así mismo, la pandemia fue un factor que los impacto de manera tal que durante el tiempo de cuarentena no lograron comercializar sus productos ni contar con los apoyos gubernamentales debido a su informalidad, sin embargo a pesar de todo esto, Fersan ha realizado alianzas con empresas reconocidas con el fin de continuar en el mercado de la belleza.

Dentro de los resultados de esta investigación se determinaron y construyeron los estados financieros y para así obtener una idea de la trayectoria económica de esta empresa, así mismo, se determinó el tipo de empresa que es de acuerdo a su constitución, tamaño, cantidad de empleados y activos, si su marca se podía registrar para lo cual se realizó una verificación en el RUES, encontrando que el nombre está disponible para su formalización, se recomendó también que al momento de realizar la constitución legal de la empresa ante la notaría, se debe presentar el acta de constitución y los estatutos de la empresa, previa revisión de un abogado con el fin de evitar vacíos que puedan dar lugar a futuros inconvenientes, finalmente es importante que la empresa se inscriba en el RUT y se registre ante la Cámara de Comercio.

Gracias a los diferentes escenarios de práctica que hacen visibles algunos de los emprendimientos de los estudiantes, es así como se conoció una experiencia de emprendimiento llamado Anudando Sueños, el cual es un emprendimiento creado por la estudiante Natalia Urbano, que consiste en la creación de muñecos Amigurumi en la técnica de crochet, en donde su factor diferenciador es crear muñecos personalizados de mascotas, en la video entrevista realizada por Gestión de Eventos Empresariales, Natalia indica que hace 2 años surgió este proyecto y fue gracias a ese gusto adquirido por estos muñecos, manifiesta que una de las ventajas de emprender es el manejo de su propio tiempo, el uso de redes sociales ha sido su aliado para el reconocimiento y crecimiento, así como el voz a voz le ha permitido llegar a más personas, la recomendación de esta emprendedora es empezar así se tenga miedo al comienzo. (Programa AEC Unicolmayor, 2020).

## Conclusiones

Mediante los resultados de esta investigación, al mirar el tema del emprendimiento en Colombia, se puede deducir que hay un factor determinante en los Colombianos y es el hecho de ser personas que encuentran los medios para alcanzar sus objetivos sobre todo en momentos de adversidad, y en ese sentido podemos observar que al momento de crear su propio negocio, a los colombianos el emprender se ha convertido en una herramienta de lucha que usan para “ganarse la vida” como una manera de superar las dificultades que el entorno económico nacional y global le coloca enfrente, esto hace que les surjan muchas ideas las cuales, puede que funcionen o no, pero les da a los ciudadanos de nuestro país, el valor de arriesgarse a crear empresa, una pequeña luz de esperanza para salir adelante, tratando de mejorar su situación laboral y financiera, lo cual también es aprovechado por las instituciones nacionales encargadas de llevar las estadísticas de empleabilidad, para mejorar sus índices de desempleo y así “ir cumpliendo” con sus promesas de mejoramiento en el tema laboral.

Algo que debería ser casi un requisito obligatorio en el programa de Administración de Empresas Comerciales de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, es que sus candidatos a estudiantes lleguen con una idea de emprendimiento la cual deben desarrollar en el transcurso de sus estudios de pregrado, en otras palabras, que al entrar al primer semestre, su mayor meta, sea que al terminar su carrera profesional, dicho proyecto sea una realidad, pues desafortunadamente, muchos de los estudiantes del programa, solo piensan en emprender sí y solo sí su escenario de práctica es el de creación de empresa o el consultorio empresarial, en el cual se dan cuenta que el tener su propio negocio es una opción para desarrollar lo aprendido a lo largo del programa, pero muchas veces, al ser un tema de solo dos semestres, esas ideas se caen y no llegan a ningún lado, haciendo que realmente el emprendimiento en la universidad sea solamente, por una nota y no tenga el valor suficiente para que sea tomado en serio y se convierta efectivamente en el objetivo de los estudiantes y / o profesionales egresados el programa.

Continuando con lo referente al papel que desarrolla la Universidad en cuanto a los emprendimientos, se considera indispensable que el escenario de práctica SALAS DE FORMACIÓN ABIERTA (SAFO), se convierta en un aliado para los emprendedores que hay en el programa y en la universidad en general. Dado que, como su nombre lo indica el escenario fomenta charlas y capacitaciones dictadas por personas que tengan la facultad y conocimientos requeridos, en este caso, para instruir a aquellas personas que quieren formar su emprendimiento, desde las diferentes temáticas que este campo abarca. Así como dar a conocer todos los beneficios y programas de apoyo que entidades públicas y privadas ofrecen.

Algo que sería totalmente beneficioso para los estudiantes emprendedores del programa y en general de la universidad, sería que hubiese una cooperación interdisciplinaria con las otras carreras que son ofrecidas en la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Por ejemplo, tener una asesoría y un acompañamiento de estudiantes de Derecho en cuanto a todos los temas jurídicos y legales que se deben de tener en cuenta a la hora de emprender, como cumplir con las normativas del código de comercio, la inscripción ante los diferentes entes regulatorios, la verificación de que el nombre que le quiere poner a su negocio no este registrado y no tenga ningún impedimento legal, el tema de facturación, etc., así como el apoyo del programa de diseño digital y multimedia para piezas publicitarias o consejos a la hora de elegir los colores indicados para usar en su marca, en sus logos, empaques y papelería en general.

## Bibliografía

- ANDI. (30 de Junio de 2021). Obtenido de <https://www.andi.com.co/Home/Noticia/16001-emprendimiento-factor-clave>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de la investigación*. Caracas: Episteme.
- Bárcena, A., García, E., & Gurría, y. Á. (octubre de 2016). *CEPAL*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/articulos/2016-latinoamerica-necesita-jovenes-formados-mejores-oportunidades-emprendimiento>
- Business, G. (2021). A brief history of entrepreneurship. *Gulf Business*.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2 de Mayo de 2016). Obtenido de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/a7d993a2-a64c-4071-88a9-382823550242>
- Cardona, L. D., & Martin, J. J. (2020). *Universidad del Bosque*. Obtenido de [https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/3033/Andrade\\_Martin\\_Jesus\\_Javier\\_2020.pdf?sequence=1](https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/3033/Andrade_Martin_Jesus_Javier_2020.pdf?sequence=1)
- COLOMBIA, E. C. (19 de mayo de 2023). *Función Pública*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510>
- Colther, Cristian M., Fecci, Ester, Cayun, Gloria, & Rojas-Mora, Julio. (2020). Enseñanza de la cultura emprendedora en la universidad: El caso de la Universidad Austral de Chile. *Formación universitaria*, 13(4), 129-138. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062020000400129>
- CONFECÁMARAS. (21 de Enero de 2020). Obtenido de <https://confecamaras.org.co/noticias/732-en-2019-aumento-10-4-la-creacion-de-sociedades-en-colombia-2>
- CONFECÁMARAS. (24 de Enero de 2023). Obtenido de <https://confecamaras.org.co/noticias/865-mas-de-310-mil-en-empresas-se-crearon-en-colombia-en-2022>
- Constitución Política de Colombia*. (1991). Obtenido de <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

Cundinamarca, U. C. (ABRIL de 2020). *Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca*.

Obtenido de <https://www.unicolmayor.edu.co/universidad/planes-proyectos/plan-desarrollo-institucional-p-d-i-2015-2019>

Cundinamarca, U. C. (21 de mayo de 2021). *Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca*.

Obtenido de <https://www.unicolmayor.edu.co/portal/index.php?idcategoria=3449>

Europeas, C. d. (2003). *Libro Verde. El espíritu empresarial en Europa*.

*Fenalco Antioquia*. (17 de Noviembre de 2022). Obtenido de

<https://www.fenalcoantioquia.com/blog/el-72-de-los-jovenes-creo-que-emprender-es-muy-dificil-en-colombia/>

Filion, L. J. (2021). "Chapter 8: Defining the entrepreneur". In *World Encyclopedia of Entrepreneurship*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing

*FORBES Colombia*. (14 de julio de 2021). Obtenido de <https://forbes.co/2021/07/14/red-forbes/america-latina-la-mira-del-emprendimiento-global>

Forum, W. E. (2011). *Global Entrepreneurship and the Successful Growth Strategies of Early-Stage Companies*. New York: World Economic Forum USA Inc.

*Función Pública*. (19 de abril de 2017). Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=80994>

*Funcion Publica*. (31 de 12 de 2020). Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966#:~:text=La%20presente%20Ley%20tiene%20por,bienestar%20social%20y%20generar%20equidad.>

*Función Pública*. (19 de Mayo de 2023). Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=209510>

García, J. C. S., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. [Entrepreneurial Education: State of the Art] *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-437. <https://doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

GEM Colombia. (2023). *ACTIVIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA 2022 - 2023: EN CAMINO HACIA LA REACTIVACIÓN*. Cali: Universidad Icesi.

*Global Entrepreneurship Institute*. (s.f). Obtenido de <https://gcase.org/>

Global Entrepreneurship Monitor. (5 de mayo de 2021). *Global Entrepreneurship Monitor*.

Obtenido de <http://gemcolombia.org/>

Gutierrez, O. R. (2016). INFLUENCIA DE LA UNIVERSIDAD EN LA CREACIÓN DE EMPRESA. ESTUDIO DE CASOS COLOMBIANOS. *Boletín Redipe*, 70-78.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico D.F: McGRAW-HIL.

*iNNpulsa Colombia*. (09 de Junio de 2023). Obtenido de

<https://www.innpulsa.com/colombia-y-11-ciudades-del-pais-se-posicionaron-entre-los-mejores-ecosistemas-emprendedores-del-mundo/>

Ivan Misner. (17 de agosto de 2016). *Ivan Misner*. Obtenido de

<https://ivanmisner.com/networking-the-true-definition/>

Kantis, H., Federico, J., & García, S. I. (2019). *Condiciones sistemáticas para el emprendimiento en América Latina: emprendimientos y digitalización : una agenda común de posibilidades y desafíos*. Argentina: Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur.

La Nota Economica. (1 de junio de 2023). *La Nota Economica*. Obtenido de

<https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/el-sector-comercio-en-colombia-retos-y-perspectivas/#:~:text=El%20sector%20comercio%20en%20Colombia%20abarca%20empresas%20que%20venden%20y,del%20empleo%20total%20del%20pa%C3%AAs.>

La República. (16 de Febrero de 2023). *La República*. Obtenido de Sectores de comercio e industria impulsaron el crecimiento del PIB a 7,5% en 2022:

<https://www.larepublica.co/economia/sectores-de-comercio-e-industria-impulsaron-el-crecimiento-del-pib-a-7-5-en-2022-3546601>

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El Emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Washington, D.C.: World Bank Publications.

Miguel, P. A. (2019). *Calidad, herramientas y gestión de calidad para Pymes*. España: Ediciones Paraninfo SA.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (26 de Julio de 2023). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/programa-aldea-fortalecera-emprendimientos>

MINISTERIO DE EDUCACION. (05 de 02 de 2019). Obtenido de <https://www.mineducacion.gov.co/portal/normativa/Leyes/94653:Ley-1014-de-Enero-26-de-2006>

Nova, J. A. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 7-21.

Point franchise. (s.f.). Obtenido de <https://www.pointfranchise.co.uk/dictionary/global-entrepreneur-definition-68/>

PORTAFOLIO. (27 de Julio de 2023). Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/creacion-de-empresas-en-colombia-en-el-primer-semester-de-2023-586453>

Porter, M. (1990). *La ventaja competitiva de las naciones*.

Programa AEC Unicolmayor [@unicolmayor\_aec]. (Septiembre 2020). Conoce nuestra Cuarta capsula emprendedora ¡Anudando Sueños! de la estudiante Natalia Urbano de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. [Video]. [https://www.instagram.com/reel/Crwzt41NYOY/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%](https://www.instagram.com/reel/Crwzt41NYOY/?igshid=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D)

PULIDO, S. R. (mayo de 2022). *Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca*. Obtenido de <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/>

Ries, E. (2015). Obtenido de <https://www.techinasia.com/what-is-startup-definition>

Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas: Panapo.

Salinas Sánchez, J. M., Manzano Muñoz, F. J. (2021). *Empresa e iniciativa emprendedora*. McGraw-Hill Interamericana. <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.biblore.gov.co/?il=16608>

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.

- Somers, M. (15 de Febrero de 2022). *MIT Sloan School of Management*. Obtenido de <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/5-types-entrepreneur-which-one-does-your-firm-need-most>
- Spillan, J., Virzi, N., & Garita, & M. (2014). *Doing Business In Latin America: Challenges and Opportunities*. Taylor & Francis.
- Think with google*. (2017). Obtenido de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/futuro-del-marketing/transformacion-digital/6-claves-para-internacionalizar-tu-negocio/>
- Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. (9 de Noviembre de 2021). *Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca*. Obtenido de <https://www.unicolmayor.edu.co/universidad/normatividad/consejo-academico/acuerdos/acuerdos-2021/acuerdo-85-2021>
- Universidad Externado de Colombia*. (s.f.). Obtenido de <https://www.uexternado.edu.co/administracion-de-empresas/centro-de-emprendimiento/>
- Vélez-Romero, X. A., & Ortiz-Restrepo, S. (2016). Emprendimiento e innovación: Una aproximación teórica. *Dominio de las ciencias*, 346-369.

## Anexos

### Anexo 1. Encuesta

**Link:**

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSes8GBRNmIDLry5Nhll4Mwh8PYwxHR2PLFVzNPaaxX67mN87A/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSes8GBRNmIDLry5Nhll4Mwh8PYwxHR2PLFVzNPaaxX67mN87A/viewform?usp=sf_link)

1. ¿Tiene actualmente algún emprendimiento o idea de emprendimiento?  
Si (continúe en la pregunta 3)  
No\*  
\*Diríjase a la pregunta 2
2. Considera que uno de los motivos por los cuales no ha creado su emprendimiento son:  
Riesgo económico  
Falta de capital  
Falta de educación emprendedora  
No cuenta con la capacitación suficiente para desarrollarlo  
No está motivado o no le interesa
3. ¿A qué sector/nicho de mercado pertenece su emprendimiento? Ejemplo: (Industrial, gastronómico, cosmético) \_\_\_\_\_
4. ¿Cuál considera que es el valor diferenciador o valor añadido de su emprendimiento o idea de negocio, en comparación con otros del mismo tipo?  
Calidad  
Innovación  
Precio  
Publicidad/promoción  
Usabilidad
5. ¿Cuánto tiempo lleva con su emprendimiento? (pregunta abierta)
6. Del 1 al 5 clasifique los aspectos que más dificultad presenta a la hora de emprender, siendo 1 el menos importante y el 5 el más importante:  
Falta de financiamiento  
Competencia  
Acceso a los mercados  
Falta de planeación  
Trámites para su constitución
7. Para llevar a cabo su emprendimiento recurrió a alguna de las siguientes entidades:  
Fondo Emprender  
Bancóldex  
Cámara de comercio  
La Andi  
INNpalsa

8. ¿Cuál de los siguientes elementos lo motivaron a crear su propia empresa?
- Independencia económica
  - Factores familiares
  - Cumplimiento de una meta o sueño personal
  - Obtener más ingresos
  - Inversión y patrimonio personal
9. la universidad lo motivo para involucrarse en actividades emprendedoras
- \*Si
  - \*No
10. ¿Continuara con su emprendimiento después de graduarse?
- \*Si
  - \*No
  - \*Tal vez