

PRELIMINAR
CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN UNIMINUTO – BOGOTÁ

ANGELA ELIANA FONSECA RODRIGUEZ
Trabajo de grado -Coinvestigadora

TUTOR:
YOLANDA BERMÚDEZ SÁNCHEZ

UNIMINUTO CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
BOGOTÁ D.C 2009

RESUMEN

Uniminuto comprometida con impulsar el crecimiento y desarrollo del país define el perfil del egresado caracterizado por la formación en “competencias referidas al ser humano” que lo hacen una persona “consciente de sus relaciones con los demás, en el respeto de la diferencia y la pluralidad, que le permite ser autónomo y crítico; consciente con su proyecto de vida, la visión ética, la disposición para ser creativo y transformador de vida de la localidad a la cual pertenece. Para ello desarrolla competencias profesionales, y sociales.

La educación en Uniminuto como un modelo universitario innovador el desarrollo forma “profesionales altamente competentes, éticamente responsables líderes de procesos de transformación social para construir un país justo, reconciliado, fraternal y en paz”

La facultad de Ciencias Empresariales desarrolla, lidera procesos organizacionales y sistematiza experiencias para la gestión del conocimiento al servicio del desarrollo humano sostenible. Forma tecnólogos profesionales, profesionales, especialistas y magísteres en ciencias empresariales con espíritu emprendedor, técnicamente competentes, éticamente responsables y socialmente comprometidos.

Desde la perspectiva del desarrollo del emprendimiento en la Universidad, el padre rector Camilo Bernal H, ha invitado a la comunidad académica con el siguiente pensamiento: “Debemos trabajar para convertir a Colombia en un país desarrollado, estimulando el emprendimiento, el desarrollo empresarial, el conocimiento, la innovación, la mayor vocación científica y el aprovechamiento de la tecnología. En aras de trabajar por la consolidación de la competitividad del aparato productivo colombiano así como por el fortalecimiento empresarial, la cobertura y calidad educativa y el mayor desarrollo de las regiones...”.

En la era del conocimiento para el desarrollo y transformación del aparato productivo, queremos a través de este estudio identificar cuál es el perfil del emprendedor de Uniminuto Bogotá, y si al hablar de los diversos tipos de emprendimientos propuestos en la institución, existen las condiciones que hagan posible no solo la sensibilización del espíritu emprendedor sino la creación de empresa que dinamicen el aparato productivo de las localidades de su entorno.

Esta investigación tendrá temas de estudio que permitirán cumplir con el objetivo de definir el perfil del emprendedor de Uniminuto, Identificar los factores que han favorecido el desarrollo personal y empresarial de emprendedor de Uniminuto y de esta manera proponer una política institucional que sirva de eje de trabajo y articulación en las diversas unidades de formación y gestión social de manera interdisciplinaria.

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO I.....	7
1.1. INTRODUCCION	7
1.2. PREGUNTA DE INVESTIGACION	8
1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.4 JUSTIFICACION	10
1.5 OBJETIVOS	11
1.5.1Objetivos general	11
1.5.2 Objetivos específicos	11
1.6 MARCO METODOLOGICO.....	12
1.6.1 Metodología	12
1.6.1.1 Fuentes de Información	12
1.7 MARCO TEORICO	12
1.7.1 El emprendimiento es una alternativa de el desarrollo	13
1.7.2 Emprendimiento desde una interpretación psicológica	13
1.7.3 emprendimiento a partir de un enfoque económico	14
1.7.4 El empresarismo	14
1.7.5 Formación en el espíritu emprendedor	14
1.7.6 El emprendimiento entendido en Uniminuto.....	15
1.7.7 Marco legal del emprendimiento en Colombia.....	18
1.8 MARCO	20
CONCEPTUAL.....	20
1.8.1 Emprendedor.....	20
1.8.2 ¿Qué es empresarismo?	21
1.8.3 ¿Qué es espíritu emprendedor?	21
1.8.4 ¿Qué es el espíritu empresarial / emprendimiento.....	21
1.8.5 ¿Qué es emprenderismo?	21
1.8.6 La educación y el nivel de emprendimiento en Colombia.	22

1.8.7 Motivaciones para crear empresas en Colombia.....	22
1.8.8 Tipos de empresas creadas.....	23
1.8.9 Espíritu emprendedor en Uniminuto.....	24
CAPITULO II.....	26
EVALUACION Y ANALISIS DE EMPRENDIMIENTO EN NIMINUTO.....	26
2.1 DESARROLLO DEL TRABAJO DE CAMPO.....	26
2.1.1 DESCRIPCIÓN SOCIO-ECONÓMICA DE LA POBLACIÓN OBJETIVO	27
2.1.1.1 Caracterización estudiantes Uniminuto primer semestre.....	27
2.1.1.2 Resultados caracterización de estudiantes primer semestre.....	27
2.1.1.3 Categorías socio-económicas de estudiantes Uniminuto.....	27
2.1.1.4 Caracterización demográfica de los estudiantes de Uniminuto.....	28
2.1.1.5 Caracterización socio-económica de los estudiantes de Uniminuto.....	28
2.1.1.6 Caracterización de escolaridad de los estudiantes de Uniminuto.....	29
2.1.2 DISEÑO DE ENCUESTAS.....	31
2.1.3 MUESTRA POR GRUPOS POBLACIONALES.....	32
2.1.4 TIPOS DE DATOS A COMOCER.....	32
2.2 CARACTERIZACION DEL EMPRENDIMIENTO EN UNIMINUTO.....	38
2.2.1 EMPRENDIMIENTO VISTO POR LOS DOCENTES.....	38
2.2.1.1 Emprendimiento visto por los docentes.....	38.
2.2.2 Experiencia de los docentes en la formación de emprendedores.....	39
2.2.3 EL EMPRENDIMIENTO Y EMPRESARISMO EN UNIMINUTO.....	40
2.2.4 COMPETENCIAS LOGRADAS EN LA FORMACION DE UN EMPRENDEDOR	42
2.2.5 EMPRESARIOS EN UNIMINUTO.....	43
2.2.6 ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA FORMACION DE EMPRENDEDORES.....	45
2.2.7 FORMACION DE EMPRENDEDORES EN UNIMINUTO.....	46.
2.3 EL EMPRENDIMIENTO VISTO POR LOS ESTUDIANTES.....	49
2.3.1 Emprendedores egresados desde la formación de Uniminuto.....	49
2.3.2 El perfil de emprendedor de Uniminuto.....	49
2.3.3 Tipo de emprendedor.....	49

2.3.4 Nivel de desarrollo y concepción.....	49
2.3.5 Factores externos que han incentivado su interés por el trabajo.....	49
2.3.6 Porqué no se considera ser empresario.....	49
2.3.7 El interés por la solución de los problemas económicos.....	49
2.3.8 Es un entrepreneur.....	49
2.3.9 Que le ha impedido ser empresario.....	49
2.4 EMPRENDIMIENTO VISTO POR LOS EGRESADOS.....	50
2.4.1 Tipo de emprendedor empresarial.....	50
2.4.2 Tipo de emprendedor según el nivel de desarrollo y concepción	50
2.4.3 Porque no se considera empresario.....	50
2.4.4 Factores externos que han incentivado el interés por el trabajo.....	50
CAPITULO III.....	52
EMPRENDIMIENTO COMO UN COMPROMISO DE FORMACION Y DESARROLLO.....	52
3.1 PROCESOS DE EMPRENDIMIENTO EN LAS FACULTADES DE UNIMINUTO.....	52
3.1.1Facultad de Ciencias Empresariales	52
3.1.2 Facultad de Ingeniería.....	55
3.1.3 Facultad de ciencias de la comunicación	57
3.1.4 Facultad de ciencias Humanas	58
3.1.5 Instituto Bíblico Pastoral.....	58
3.1.6 Facultad de educación.....	59
CAPITULO IV.....	60
CARACTERIZACION DE EMPRENDIMIENTO EN UNIMINUTO.....	60
4.1 Introducción (desde la visión de Uniminuto)	60
4.2 Uniminuto se compromete a formar empresarios y empresas.....	60
4.3 Perfil emprendedor(Actitudes y Aptitudes)	60
4.4 Que tipo de emprendedor.....	60
4.5 El docente y el compromiso en la formación de emprendedores.....	60
4.6 Los egresados de Uniminuto y la cultura emprendedora.....	60
CAPITULO V.....	61
CONCLUSIONES.....	61

CAPITULO 1

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. 1. INTRODUCCIÓN

Uniminuto comprometida con impulsar el crecimiento y desarrollo del país define el perfil del egresado caracterizado por la formación en “competencias referidas al ser humano” que lo hacen una persona “consciente de sus relaciones con los demás, en el respeto de la diferencia y la pluralidad, que le permite ser autónomo y crítico; consciente con su proyecto de vida, la visión ética, la disposición para ser creativo y transformador de vida de la localidad a la cual pertenece. Para ello desarrolla competencias profesionales, y sociales.

La educación en Uniminuto como un modelo universitario innovador el desarrollo forma “profesionales altamente competentes, éticamente responsables líderes de procesos de transformación social para construir un país justo, reconciliado, fraternal y en paz”

La facultad de Ciencias Empresariales desarrolla, lidera procesos organizacionales y sistematiza experiencias para la gestión del conocimiento al servicio del desarrollo humano sostenible. Forma tecnólogos profesionales, profesionales, especialistas y magísteres en ciencias empresariales con espíritu emprendedor, técnicamente competentes, éticamente responsables y socialmente comprometidos.

Desde la perspectiva del desarrollo del emprendimiento en la Universidad, el padre rector Camilo Bernal H, ha invitado a la comunidad académica con el siguiente pensamiento: “Debemos trabajar para convertir a Colombia en un país desarrollado, estimulando el emprendimiento, el desarrollo empresarial, el

conocimiento, la innovación, la mayor vocación científica y el aprovechamiento de la tecnología. En aras de trabajar por la consolidación de la competitividad del aparato productivo colombiano así como por el fortalecimiento empresarial, la cobertura y calidad educativa y el mayor desarrollo de las regiones...”.

En la era del conocimiento para el desarrollo y transformación del aparato productivo, queremos a través de este estudio identificar cuál es el perfil del emprendedor de Uniminuto Bogotá, y si al hablar de los diversos tipos de emprendimientos propuestos en la institución, existen las condiciones que hagan posible no solo la sensibilización del espíritu emprendedor sino la creación de empresa que dinamicen el aparato productivo de las localidades de su entorno.

Esta investigación tendrá temas de estudio que permitirán cumplir con el objetivo de definir el perfil del emprendedor de Uniminuto, Identificar los factores que han favorecido el desarrollo personal y empresarial de emprendedor de Uniminuto y de esta manera proponer una política institucional que sirva de eje de trabajo y articulación en las diversas unidades de formación y gestión social de manera interdisciplinaria.

1. 2. PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Cuál es el nivel de desarrollo alcanzado del emprendimiento en Uniminuto, en la formación de emprendedores y empresarios que respondan a sus principios de desarrollo humano y social?

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la perspectiva de estimular el espíritu emprendedor en los estudiantes de Uniminuto Bogotano, se han desarrollado diversas actividades académicas pero difícilmente han respondido a los objetivos de participación en la transformación

de su entorno social y económico. Las practicas de formación orientadas a la sensibilización en los estudiantes, para ser emprendedores, además de ser parte de un plan de estudios, ha faltado articularlo mayor intervención con la población que requiere nuevas oportunidades de trabajo y mejores condiciones de vida.

El trabajo desarrollado para impulsar los proyectos productivos sociales y solidarios han sido aislados del ejercicio de las facultades, de tal manera que la única opción que tienen los estudiantes es a través de sus prácticas sociales sin que ello signifique el interés por ser parte activa de este tipo de proyectos en el contexto local, regional o nacional.

La Línea de investigación sobre Espíritu Emprendedor nace a raíz de la situación Económica actual del país que ha promovido la búsqueda de alternativas de trabajo, y que obliga a fomentar en los colombianos su espíritu emprendedor y de formación para crear alternativas de actividad empresarial que generen empleo en vez de demandar trabajo.

A este propósito no está exento UNIMINTO seccional Bogotá, que en la actualidad no tiene conocimiento exacto de los diferentes estilos y características de los emprendedores que existen al interior de la comunidad.

Al tiempo se analiza el contexto en materia de emprendimiento en las regionales; Bogotá, Bogotá Sur, Popayán, Cali y Bello, que hacen parte del sistema universitario UNIMINUTO y se encuentra que no existe un modelo estructurado de fomento al emprendimiento ni en la seccional Bogotá ni a nivel nacional, lo que se traduce en desarticulación sobre el tema; conocido lo anterior se evidencia la necesidad de motivar la construcción de una red interna de emprendimiento y emprendedores y de la participación en las redes emprendedoras existentes.

1.4. JUSTIFICACION

Una universidad como Uniminuto comprometida con la educación para mejorar las condiciones de vida de la población con escasos recursos; su objetivo ha sido formar profesionales que aporten al desarrollo de empresas, organizaciones sociales y comunidades. Es por ello que el emprendimiento es uno de los fines para tener mayores escenarios de estudio, reflexión, participación y acción para el desarrollo regional.

La universidad dentro de los principios fundamentales de formación de los jóvenes en su mayoría de condiciones socioeconómicas de bajos niveles de ingreso, se ha comprometido a impulsar el emprendimiento como un reto para estimular en los estudiantes diversas formas de ser emprendedores para que puedan gestionar proyectos que favorezcan su desarrollo personal, profesional y de compromiso con la sociedad a la que pertenece. Sin embargo, el emprendimiento en Uniminuto requiere de una orientación estructurada que tenga resultados reales en su entorno local y regional

La población de estudiantes que se matriculan en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en su mayoría jóvenes. Son personas poseedoras de un gran nivel motivacional, deseo de superación y esfuerzo, pero que por la premura del tiempo, las exigencias laborales y el agite de su diario vivir, no han tenido la posibilidad de ser orientadas en la elaboración de procesos personales que les permita la clasificación de sus sueños, el conocimiento de las diferentes dimensiones de su ser personal, de sus sentimientos, de sus cogniciones, y por ende en general, no poseen un proyecto de vida bien definido que canalice sus esfuerzos, muchas veces se presenta dificultades en cuanto a los prerrequisitos que pudieran favorecer , su desempeño académico y por consiguiente su preparación profesional, se percibe la carencia de hábitos y metodologías de estudio a esto se suman otros factores, como familiares económicas, el

desempleo, conciencia social, entre otros. Esto genera mediante el proceso de formación serias interferencias académicas y considerables niveles de estrés situaciones que inciden directamente y de manera negativa en su bienestar personal y su rendimiento académico.

Las universidades están dirigiendo sus esfuerzos a generar un clima académico favorable para que la formación empresarial sea parte de la estructura curricular. Para también impulsar actividades académicas que respondan a los nuevos cambios del entorno socio-económico. Nacional y mundial.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General:

Conocer las experiencias logradas en el proceso de formación de capacidades emprendedoras y empresariales de los estudiantes de Uniminuto Sede Principal y poder proponer estrategias de trabajo colaborativo y gestión con las sedes y Regionales donde Uniminuto hace presencia.

1.5.2 Objetivos específicos:

1. Identificar beneficios, ventajas y desventajas de la formación de emprendedores en Uniminuto.
2. Conocer niveles de formación alcanzados por estudiantes en el tema de emprendimiento (emprendedores y empresarios).
3. Conocer el nivel de formación y compromiso de los docentes en el desarrollo del emprendimiento en Uniminuto.

4. Tener claridad sobre los tipos de emprendedores que Uniminuto desea sensibilizar para el desarrollo y creación de proyectos productivos y sociales

1.6. MARCO METODOLOGICO

1.6.1. Metodología

Tipo de investigación: aplicada, descriptiva a partir del conocimiento de la comunidad universitaria en la participación del proceso de emprendimiento como una forma de asumir el desarrollo económico y social.

1.6.1.1. Fuentes de Información

Fuentes Primarias

Son aquellos datos obtenidos ya sea por encuestas directas, mediante la utilización de cuestionarios, o como resultado de la observación directa, es un técnica muy utilizada en estudios de carácter científico o en investigación de mercados.

Se realiza a través de una encuesta aplica a profesores que hayan trabajado el tema, estudiantes de VII, VIII, IX, X semestres y egresados que integran la Corporación Universitaria Minuto de Dios de la ciudad de Bogotá.

Fuentes secundarias: En éstas los datos se obtienen de publicaciones las cuales pueden ser reproducciones parciales o totales. Son valiosas para cualquier tipo de investigación, documento y registro de Uniminuto, tesis de grado elaborados en la facultad de ciencias empresariales, Normas y políticas de gobierno.

1.7. MARCO DE TEORICO

1.7.1 EL EMPRENDIMIENTO ES UNA ALTERNATIVA DE EL DESARROLLO

El emprendimiento a través de la historia surge como la alternativa de fortalecer el sistema productivo de los países industrializados en situación de crisis de empleo, y nuevas formas desarrollo de las empresas. Desde los años 30 se comienza a explicar el comportamiento de las personas al crear negocios que le permitan mayor participación en el mercado y al mismo tiempo esto redunde en el posicionamiento de las diversas actividades en el contexto nacional e internacional. Entender el emprendimiento es dar un escenario preponderante a las empresas privadas como promotoras de crecimiento y desarrollo.

1.7.2 EMPRENDIMIENTO DESDE UNA INTERPRETACIÓN PSICOLÓGICA

Desde la perspectiva psicológica emprendimiento es “una habilidad o atributo personal de la conducta de un sujeto que puede definirse como característica de su comportamiento lo que determina el perfil de un emprendedor con tres características principales : La capacidad de innovación, la pro actividad y el valor para afrontar riesgo o incertidumbre producto de influencias internas y externas de cada persona según sus condiciones socioeconómicas y culturales. Los avances logrados por investigadores como Varela (2001) en Colombia, ha identificado al emprendedor con:

- La capacidad para identificar nuevas oportunidades de negocio
- La habilidad para encontrar soluciones y respuestas a esas necesidades mediante procesos de innovación o creatividad
- Los deseos de llevar a cabo esas soluciones o respuestas
- La capacidad de mantener un ritmo de trabajo constante corrigiendo fallas y aprovechando aciertos.

Sin embargo, esto no quiere decir que los emprendedores no son personas con características especiales, sino aquellas personas que a través de procesos adecuados, a lo largo de la vida se pueden constituir la base del éxito empresarial Drucker (1986).

1.7.3 EMPRENDIMIENTO A PARTIR DE UN ENFOQUE ECONOMICO

Hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor y del riesgo. Tanto Adam Smith como Marshall (), no incluyeron el concepto en el análisis económico; recién a principios de siglo, Schumpeter (1936), reconoció al emprendimiento como centro del sistema económico. La ganancia proviene del cambio, y el cambio es producido por el empresario innovador. Para Schumpeter la innovación era la razón de ser del entrepreneur. A pesar de las definiciones de Schumpeter, todavía existen las dificultades teóricas de compatibilizar las variables socialmente orientadas y las teorías matemáticas que describen con exactitud un modelo.

1.7.4 EL EMPRESARISMO

La identificación del emprendedor desde el punto de vista empresarial se ha enfocado principalmente a identificar a personas, con capacidades y cualidades para crear negocios o empresas que además de garantizar oportunidades trabajo independiente y/o autónomo sean agentes de transformación económicas y social.

1.7.5 FORMACIÓN EN EL ESPIRITU EMPRENDEDOR

En "La educación de los emprendedores", Arieu (2003), se menciona que muy probablemente el fuerte énfasis que recibe la difusión y el desarrollo del espíritu

emprendedor tenga sus raíces en una multiplicidad de factores entre los cuales es posible mencionar:

- El reconocimiento de un destacado rol de las pequeñas empresas en la creación de riqueza y trabajo.
- El notable aporte de las nuevas tecnologías a la generación de nuevos productos y empresas, con la consecuente deslocalización espacial de una importante parte de la actividad económica.
- Una vida laboral caracterizada por ciclos de trabajo asalariado, autoempleo y desocupación.
- La orientación de las teorías económicas hacia factores humanos (capital humano) que afectan los procesos de crecimiento y desarrollo económico por ejemplo a partir de procesos de aprendizaje.
- Una necesidad que se evidencia para cultivar espíritus emprendedores es modificar profundamente los patrones de enseñanza y los de organización, esto además saber manejar la incertidumbre inicial.

1.7.6 EL EMPRENDIMIENTO ENTENDIDO EN UNIMINUTO

En UNIMINUTO el emprendedor se ha entendido desde el comportamiento del ser humano que lo lleva a evaluar, interpretar, cuestionar, proponer variaciones y comprobarlas con respecto a situaciones del mundo real. En este sentido, se consideran como campo de acción cinco (5) tipos o modalidades de emprendimiento:

1.7.6.1 Empresarial

Es aquel emprendimiento que permite al ser humano identificar oportunidades de negocio en su entorno y plantear propuestas empresariales organizadas encaminadas a generar rentabilidad. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como Empresario.

1.7.6.2 Privado

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a desarrollar entidades particulares, privadas enfocadas a la generación y acumulación de riqueza. El responsable de esta modalidad es el Centro Universidad Empresa. (CUE)Empresarial-Solidario.

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a trabajar con los individuos de una comunidad de tal forma que logren desarrollar rentabilidad en proyectos propios del territorio y generar bienestar común. El responsable de esta modalidad es la Escuela de Economía Solidaria. (ECOSOL)

1.7.6.3 Laboral

Es aquel emprendimiento que permite al ser humano, que desarrolla labores al interior de una organización, proponer nuevas estrategias, procesos, planes o ideas que permitan un mejoramiento de la organización en términos, administrativos, productivos, comerciales entre otros, pero que no implica la creación de nuevas instituciones. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como Intra emprendedor. El responsable de esta modalidad es el Centro Universidad Empresa (CUE)

1.7.6.4 Académico

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a mejorar su formación con el objeto de profundizar en un campo de acción específico y generar conocimientos mediante la aplicación de procesos de investigación y desarrollo. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como investigador. El responsable de esta modalidad es el Centro de Estudios e Investigaciones humanas y sociales (CEIHS)

1.7.6.5 Social

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a identificar necesidades de una comunidad y reflejar el inconformismo y el interés en modificar las condiciones para satisfacer estas necesidades mediante el desarrollo de proyectos y propuestas encaminadas a generar bienestar global para las comunidades. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como emprendedor social. Pueden ser iniciativas de creación de entidades sociales o solidarias. El responsable de esta modalidad es el Centro de Educación para el Desarrollo (CED)

El plan Visión Colombia 2019 se plantea construir una sociedad con mayor equidad, reduciendo la pobreza; son cuatro objetivos que se plantean para el desarrollo de este plan son:

- Una economía que garantice mayor nivel de bienestar.
- Una sociedad más igualitaria y solidaria.
- Una sociedad de ciudadanos libres y responsables.
- Un estado al servicio de los ciudadanos.

Para desarrollar estos objetivos según el plan "se espera reducir la pobreza de (45% a 15%) por medio de subsidios; aumentar el tamaño de la economía en 2.1 veces y lograr un nivel de inversión como porcentaje del PIB en 25%; reducir la tasa de desempleo a 5,0% (en 2004, según el DANE, la tasa promedio fue 13,6%); construir 3,9 millones de viviendas nuevas; reducir el homicidio a una tasa de 8 por 100.000 habitantes; consolidar un Estado funcionando por resultados; aumentar el espacio público en las ciudades de más de 100.000 habitantes de 4 a

10 m2 por habitante; integrar a Colombia al mundo con un papel articulador de bloques y grupos en el continente, gracias a su privilegiada posición geográfica."¹

En la economía colombiana para lograr los objetivos propuestos se necesita incrementar el ingreso por cada habitante y que estos se distribuyan de una manera más equitativa, entonces el acceso a los servicios públicos será más fácil para cualquier habitante; pero para esto se necesita primero que se aumente y fortalezca el tejido empresarial, con el fin de generar empleo, mejorar el ingreso per cápita, y por ende crear mayor riqueza colectiva.

Pero para que existan más empresas en Colombia, se deben aprovechar en mayor medida los recursos potenciales y mejorar en competitividad para expandir la frontera comercial, aprovechando la ubicación geográfica estratégica de Colombia y favorecer la balanza comercial del país.

Otro aspecto relevante para el desarrollo de este plan de disminución de pobreza y mayor equidad es *"El escenario macroeconómico para el período 2006-2019 que tiene como premisa que la inversión alcance el nivel de 25% del PIB al final del período y el ahorro doméstico aumente hasta 23,9%, con un déficit de la cuenta corriente de 2,2% entre 2006 y 2010; y a partir de ahí reducirlo a 1,0% del PIB"*.

1.7.7 MARCO LEGAL DEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

Con la aprobación de la Ley 1014 de 2006 "De Fomento A La Cultura Del Emprendimiento". El gobierno estipuló crear un vínculo entre los sistemas educativos y productivos mediante la formación de unas excelentes competencias empresariales.

¹ Departamento Nacional de Planeación, "Visión Colombia 2019" <http://www.zonaeconomica.com/blog/diego-herandez/plan-vision-colombia>

Esta ley muestra un conjunto de valores, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivo que establece una identidad entre sus miembros con el propósito de impulsar el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros, la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo²

- LEY 590 DEL 2.000 (Julio 10)

Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

- ACUERDO No. 0007 DE 2004

Por El Cual Se Establece El Reglamento Interno Del Fondo Emprender.

- DECRETO 934 11 de Abril de 2003

Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender.

² CAPITULO I, Disposiciones generales, Artículo 1°. Definiciones, Artículo 2°. Objeto de la ley, Artículo 3°. Principios generales, Artículo 4°. Obligaciones del Estado. CAPITULO II. Ley 1014 de 2006

Marco Institucional

Artículo 5°. *Red Nacional para el Emprendimiento*, Artículo 6°. *Red Regional para el Emprendimiento*, Artículo 7°. *Objeto de las redes para el emprendimiento*, Artículo 8°. *Funciones de las Redes para el Emprendimiento*, Artículo 9°. *Secretaría Técnica*, Artículo 10. *Mesas de trabajo de la red de emprendimiento*, Artículo 11. *Objeto de las mesas de trabajo*.

CAPITULO III, Fomento de la cultura del emprendimiento.

Artículo 12. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento, Artículo 13. Enseñanza obligatoria, Artículo 14. Sistema de información y orientación profesional, Artículo 15. Formación de formadores, Artículo 16. Opción para trabajo de grado, Artículo 17. Voluntariado Empresarial, Artículo 18. Actividades de Promoción. Artículo 19. Beneficios por vínculo de emprendedores a las Redes de Emprendimiento, Artículo 20. Programas de promoción y apoyo a la creación, formalización y sostenibilidad de nuevas empresas, Artículo 21. Difusión de la cultura para el emprendimiento en la televisión pública, Artículo 22. Constitución nuevas empresas, Artículo 23. Reglamentación, Artículo 24. Vigencia.

- LEY 789 DE 2002 (diciembre 27)

Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo

1.8 MARCO CONCEPTUAL

1.8.1 EMPRENDEDOR

Se denomina emprendedor o emprendedora a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa.

Las investigaciones de percepciones describen al emprendedor con términos como innovador, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento. La prensa popular, por otra parte, a menudo define el término como la capacidad de iniciar y operar empresas nuevas. De todas formas ninguna definición del acto de emprender es lo suficientemente precisa o descriptiva para señalar a la persona o grupo que en general (en sentido empresarial, social, investigativo o cualquier otro) que desea ser innovador, flexible y creativo..

1.8.2 ¿QUÉ ES EL EMPRESARISMO?

Etapa posterior del proceso emprendedor, se convierte en la estrategia que coadyuva en la construcción del tejido empresarial local, regional y nacional mediante la consolidación en la práctica de los planes de negocio, que conlleva a la creación de nuevas empresas, y su incidencia con acciones de capacitación y asesoría para su fortalecimiento, sostenibilidad y crecimiento, que a su vez se implementan en la atención a empresas constituidas de capital privado o de

economía solidaria, en la búsqueda de mayores niveles de productividad y competitividad.

1.8.3 ¿QUÉ ES EL ESPIRITU EMPRENDEDOR?

El espíritu emprendedor se define como la voluntad y actitud para poder realizar algo, dejar su marca y hacer la diferencia. El espíritu emprendedor es un fenómeno mundial

1.8.4 ¿QUÉ ES EL ESPIRITU EMPRESARIAL Y/O EMPRENDIMIENTO?

La literatura económica ha entendido tradicionalmente el emprendimiento como la creación de una empresa que se inicia con una jerarquía a cargo del empresario (Dyer 1994, Westhead y Wright 1998). Sin embargo, hace aproximadamente dos décadas, se ha multiplicado, en un sinnúmero de estudios en la literatura de gestión, una nueva perspectiva del emprendimiento.

1.8.5 ¿QUE ES EMPRENDERISMO?

La literatura económica ha entendido tradicionalmente el emprendimiento como la creación de una empresa que se inicia con una jerarquía a cargo del empresario (Dyer 1994, Westhead y Wright 1998). Sin embargo, hace aproximadamente dos décadas, se ha multiplicado, en un sinnúmero de estudios en la literatura de gestión, una nueva perspectiva del emprendimiento.

1.8.6 LA EDUCACIÓN Y EL NIVEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

El nivel alcanzado de emprendimiento por niveles de educación en Colombia sólo el 0.4% tienen educación, el 31.7% tienen formación universitaria o de postgrado y el 57% estudios de secundaria (Gem – Colombia, 2008) y de los que se afirma

que los que están en proceso de creación de empresas son los que tienen un nivel superior de educación.

Tabla 3: Distribución porcentual de los nuevos empresarios colombianos según su nivel educativa

Nivel educativo de los nuevos empresarios	(%)
Sin educación	0.40
Primaria	10.50
Secundaria	36.40
Técnica	20.90
Universitaria	29.00
Postgrado	2.70

Fuente: Datos GEM 2006

Cabe resaltar que las personas con nivel de formación técnica el 20.90% y el universitaria 29% son empresarios que comparado con los que tienen un nivel de secundaria el 36% son empresarios; surgen dos explicaciones a este fenómeno la primera de ellas a facilidad de conseguir un puesto de trabajo y en segunda instancia a una formación orientada más a ser empleados

1.8.7 MOTIVACIONES PARA CREAR EMPRESAS EN COLOMBIA

De las personas empresarias en Colombia una de las razones para crear empresa es su interna por incrementar sus ingresos personales y el 44,04 por lograr una mayor independencia, el 10,68% mantener su nivel de ingresos; como podemos apreciar este informe nos refleja el sentir del empresario más desde un enfoque económicos de compromiso en la internacionalización del sistema productivo del país, en pro de lograr mayores niveles de internacionalización a nivel nacional e internacional

1.8.8 TIPOS DE EMPRESAS CREADAS

Desde los mismos análisis de la GEM se identifican dos tipos de emprendedores: los emprendedores por necesidad y los emprendedores por oportunidad, estas últimas surgidas de una oportunidad en el mercado, diferente a aquellos denominados por necesidad porque se ven obligados a crear una opción de trabajo y de vida. Las empresas por oportunidad en Colombia se registra en un nivel del 60,85% y que responden a los niveles de formación superior dado el nivel de conocimiento.

En cuanto a los niveles de utilización de tecnología el reporta muestra el 17,54% de los empresarios usan tecnología de punta y el 55,02% no.

Los empresarios han contado en un 51% con fuentes de financiación propias, el 11% expresan no tener ninguna fuente de financiamiento y el 38% tienen parte de ella.

FUENTE DE INGRESO	PORCENTAJE
Bancos	48%
Familiares	46%
Programas de apoyo	35%
Compañeros de trabajo	27%
Otros parientes	18%

1.8.9 El espíritu emprendedor en Uniminuto

UNIMINUTO entiende por EMPRENDIMIENTO aquel comportamiento del ser humano que lo lleva a evaluar, interpretar, cuestionar, proponer variaciones y comprobarlas con respecto a situaciones del mundo real. En este sentido, se consideran como campo de acción cinco (5) tipos o modalidades de emprendimiento:

- Empresarial

Es aquel emprendimiento que permite al ser humano identificar oportunidades de negocio en su entorno y plantear propuestas empresariales organizadas encaminadas a generar rentabilidad. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como Empresario.

- Privado

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a desarrollar entidades particulares, privadas enfocadas a la generación y acumulación de riqueza. El responsable de esta modalidad es el Centro Universidad Empresa (CUE)

- Empresarial-Solidario

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a trabajar con los individuos de una comunidad de tal forma que logren desarrollar rentabilidad en proyectos propios del territorio y generar bienestar común. El responsable de esta modalidad es la Escuela de Economía Solidaria. (ECOSOL).

- Laboral

Es aquel emprendimiento que permite al ser humano, que desarrolla labores al interior de una organización, proponer nuevas estrategias, procesos, planes o ideas que permitan un mejoramiento de la organización en términos, administrativos, productivos, comerciales entre otros, pero que no implica la creación de nuevas instituciones. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como Intra emprendedor. El responsable de esta modalidad es el Centro Universidad Empresa (CUE).

- Académico

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a mejorar su formación con el objeto de profundizar en un campo de acción específico y generar conocimientos mediante la aplicación de procesos de investigación y desarrollo. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como investigador. El responsable de esta modalidad es el Centro de Estudios e Investigaciones humanas y sociales (CEIHS).

- Social

Es aquel emprendimiento que lleva a la persona a identificar necesidades de una comunidad y reflejar el inconformismo y el interés en modificar las condiciones para satisfacer estas necesidades mediante el desarrollo de proyectos y propuestas encaminadas a generar bienestar global para las comunidades. El individuo que se desenvuelve en este campo se reconoce como emprendedor social. Pueden ser iniciativas de creación de entidades sociales o solidarias. El responsable de esta modalidad es el Centro de Educación para el Desarrollo (CED).

CAPITULO 2

EVALUACIÓN Y ANALISIS DE EMPRENDIMIENTO EN UNIMINUTO –SEDE PRINCIPAL

INTRODUCCIÓN

El objetivo es definir el emprendimiento de Uniminuto Bogotá, para establecer relaciones trabajo colaborativo y gestión con las sedes y Regionales donde Uniminuto hace presencia, Identificar las capacidades empresariales de los estudiantes de UNIMINUTO, y definir un perfil emprendedor para determinar su identidad, para lo cual se desarrolló un trabajo de campo tal y como se describe a continuación.

En este capítulo evalúa qué ha caracterizado el emprendimiento en Uniminuto a partir de identificar una serie de variables de tipo personal de los agentes participantes (estudiantes, egresados y docentes), así como el análisis de tipo descriptivo que han determinado los factores que han hecho del emprendimiento en UNIMINUTO una institución que cada día avanza más en el compromiso de generar una cultura del emprendimiento desde lo social, empresarial, académico.

2.1. DESARROLLO DEL TRABAJO DE CAMPO

Al buscar respuesta a los objetivos planteados sobre las características del emprendimiento en Uniminuto, se desarrolló de la siguiente manera:

2.1.1. Descripción socio – económica de la población objetivo

La población de estudiantes de Uniminuto se caracterizan por ser una población que acude a Uniminuto con la finalidad de lograr un mejor nivel de formación para el mejoramiento de su calidad de vida y de sus familias; siendo en un gran porcentaje mujeres. A continuación se muestran aspectos socio-económicos de los estudiantes que ingresan a primer semestre en el segundo periodo de 2009.

Tabla 1:

CARACTERIZACIÓN ESTUDIANTES PRIMER SEMESTRE 2009 – II

INSTITUCION ENCARGADA	CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
Tipo de población a caracterizar.	Estudiantes de primer semestre facultades Corporación Universitaria Minuto de Dios.
Departamento encargado.	Corporación universitaria minuto de dios – sede principal Vicerrectoría académica dirección de primer año Fredy E. Cárdenas R. Director Primer Año Uniminuto. Sede Principal Tel: 2916520 Ext. 6668
Cantidad de población	1433 estudiantes de primeros
Universo	1684 estudiantes inscritos en el periodo 2009-II
Periodo	2009 – II

Fuente: Uniminuto Vicerrectoría de Primeros 2009

2.1.1.1 Caracterización estudiantes Uniminuto primer semestre

Para determinar los rasgos que influyen al emprendedor en Uniminuto centrado desde los perfiles que ingresan desde primer semestre se debe tener como punto de referencia, el estudio socio económico de los estudiantes al iniciar su carrera, por esto se toma como información secundaria el resultado de la caracterización de estudiantes 2009- II periodo orientado desde la coordinación de primeros en la Vicerrectora Académica (**VAC**) de Uniminuto ya que factores de tipo social, económico y educativo los que influyen directamente al estudiante, al optar por un perfil educativo o como ocurre para efectos de esta caracterización el emprendimiento en cada perfil profesional ya sea de tipo empresarial, privado, solidario, laboral, académico o social.

2.1.1.2 Resultados de la caracterización estudiantes primer semestre.

De acuerdo a la caracterización de **VAC de primeros** se toma una muestra de 1433 inscritos para el periodo de 2009-II de un total de 1684 lo que da una información acerca de cuantos estudiantes pueden acceder a procesos ligados con el emprendimiento en Uniminuto en la Sede principal calle 80 Bogotá.

2.1.1.3 Categorías socio-económicas en los estudiantes de Uniminuto.

Las categorías descritas en esta caracterización son el departamento de origen, genero, edad, estrato socio-económico, localidad, características del lugar de residencia, información del padre, la madre y hermanos, ocupación e ingresos mensuales de la familia, situación de dependencia, características del nivel educativo y actividades económicas actuales. Estos datos describen al estudiante

de primer semestre que ingresa a Uniminuto lo que refleja algunas características comunes, o en otros casos cuando es minoría características diferenciadoras.

2.1.1.4 Características demográficas de los estudiantes de Uniminuto.

En este campo encontramos que los estudiantes inscritos son de Cundinamarca: 86.13%, Boyacá: 3.32%, Santander: 2.13%, Tolima: 1.92% lo que nos describe una diversidad cultural que aporta a generar procesos de emprendimiento ricos en multiculturalidad. En cuanto a el porcentaje de estudiantes por edad encontramos que el rango de edad mas alto en Uniminuto es de personas jovenes entre los 18 y 23 años con un 60% seguido de estudiantes con rango de edad entre 48 y 53 años con un 20% lo que coincide con el informe **GEM 2008** (Global Entrepreneurship Monitor) que es una red internacional de investigación entorno a la creación de empresas en el cual el referente es el emprendedor en todo el mundo y el cual indica que emprendedores se forman entre los 18 y 25 años y ponen en marcha sus ideas emprendedoras entre lo 26 y 35 años de edad.

Remitiendonos al genero de los estudiantes de primeros en Uniminuto encontramos que el 50.5% son mujeres y el 49.5 % son hombres, en cuanto al estado civil encontramos que la mayoría de estudiantes son solteros con un 84% , seguido de unión libre 10 % y casados 6 6%

2.1.1.5 Características socio-económicas de los estudiantes de Uniminuto.

De acuerdo al estrato, la actividad economica de los familiares y el estudiante el 50% de los estudiantes es estrato 2 seguido de el 41% que es de estrato 3 lo que indica que de acuerdo al lugar de residencia esta concentrado en localidades como engativa con un 27% suba con un 18% y otras localidades con menor participación como Kennedy, Fontibon, Antonio Nariño entre otras lo que nos

permite ver que el emprendedor es de clase baja media, en cuanto a nivel de ingresos se concentra entre \$300.000 y \$800.000 pesos seguido de ingresos entre \$800.000 y \$1.300.000 pesos lo que nos indica que la capacidad de inversión de los estudiantes es mínima para empezar proyectos de emprendimiento lo cual deja a responsabilidad de la Universidad la formación del emprendedor.

2.1.1.6 Características de escolaridad de los estudiantes de Uniminuto.

Es de destacar que los estudiantes de Uniminuto vienen de colegios públicos representado por un 61% y colegios privados un 39% en el cual la modalidad de los colegios, se representa con un 70% colegios normalistas, 26% técnico y 4% académico en el cual solo el 62% recibió orientación académica y el 38% no. Otra variable de escolaridad que influye al estudiante es el nivel educativo de sus familiares para el cual en su mayoría los padres realizaron secundaria completa y seguido de secundaria incompleta.

Estas características influyen en una medida al estudiante de Uniminuto para ser emprendedor o practicar el empresarismo en su profesión, por lo cual para nuestra caracterización se ha tomado uno de los procesos de los estudiantes de Uniminuto el cual está determinado por la estadía en primer semestre de cualquier carrera.

2.1.2 Diseño de encuestas

Dentro de los métodos existentes para la recolección de datos se optó por emplear la encuesta. Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos sobre, actitudes, opiniones y sugerencias. Existen dos maneras de obtener información con este método: la entrevista y el cuestionario.

En la realización de la encuesta y específicamente en lo referente al tipo de pregunta: Dicotómicas, Abiertas, de múltiple respuesta y de filtro, en el caso de las primeras presentan dos tipos de respuesta (SI, NO), en el caso de las preguntas abiertas estas se encuentran relacionadas con las de tipo cerrada ya que se da la opción al encuestado de ampliar su respuesta al encuestado en caso de decir (Si o No).

Este cuestionario fue sometido a prueba, realizando una encuesta preliminar (piloto) a una población de 60 profesores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede principal Bogotá, de su ejecución, se realizaron los ajustes necesarios y se procedió a su aplicación.

El trabajo de campo definido para esta investigación abarca tres grupos poblacionales: estudiantes, egresados y docentes- administrativos; en la tabla siguiente se presenta un resumen de las variables y los resultados de la muestra de cada uno.

estudiantes, egresados y docente, suministrados por Decanatura de Admisiones y Registro de Uniminuto.

Tabla 2:

Cálculo de la muestra por grupos poblacionales

VARIABLES	ESTUDIANTES	EGRESADOS	DOCENTES
N		5088	60
Z		95% =1.96	95% =1.96
p		5%	5%
E		5%	3%
Q		5%	5%
n		1206	42

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

2.1.3. Muestra por grupos poblacionales

En las tablas 3,4, y 5 se describe la muestra definida por facultad de acuerdo al nivel de participación, lo cual permite conocer el grado de aplicación de las encuestas en las mismas. La base de datos se presenta dentro de los anexos de este estudio.

2.1.4 Tipos de datos a conocer

Actitudinales

- **DEMOGRAFICOS:** Datos más específicos de los encuestados quienes son actualmente profesores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios y que hacen parte de las diferentes facultades de la sede principal Bogotá que integran la comunidad educativa.

2.1.5 Método de recolección de datos: Es importante destacar que los métodos de recolección de datos, se puede definir como: el medio a través del cual el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación.

De modo que para recolectar la información hay que tener presente:

1. Seleccionar un instrumento de medición el cual debe ser válido y confiable para poder aceptar los resultados.
2. Aplicar dicho instrumento de medición
3. Organizar las mediciones obtenidas, para poder analizarlos.

Dentro de los métodos existentes para la recolección de datos se optó por emplear la encuesta. Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos sobre, actitudes, opiniones y sugerencias. Existen dos maneras de obtener información con éste método: la entrevista y el cuestionario.

Para llevar a cabo la recolección de los datos se empleo el uso del cuestionario. Es el método que utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el investido o consultado llena por sí mismo.

Este cuestionario fue sometido a prueba, realizando una encuesta preliminar (piloto) a una población de 60 profesores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede principal Bogotá, de su ejecución, se realizaron los ajustes necesarios y se procedió a su aplicación.

2.1.6 Método de recolección de datos: Es importante destacar que los métodos de recolección de datos, se puede definir como: el medio a través del cual el

investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación.

De modo que para recolectar la información hay que tener presente:

1. Seleccionar un instrumento de medición el cual debe ser válido y confiable para poder aceptar los resultados.
2. Aplicar dicho instrumento de medición
3. Organizar las mediciones obtenidas, para poder analizarlos.

Dentro de los métodos existentes para la recolección de datos se optó por emplear la encuesta. Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos sobre, actitudes, opiniones y sugerencias. Existen dos maneras de obtener información con éste método: la entrevista y el cuestionario.

Para llevar a cabo la recolección de los datos se empleo el uso del cuestionario. Es el método que utiliza un instrumento o formulario impreso, destinado a obtener respuestas sobre el problema en estudio y que el investido o consultado llena por sí mismo.

Este cuestionario fue sometido a prueba, realizando una encuesta preliminar (piloto) a una población de 60 profesores de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede principal Bogotá, de su ejecución, se realizaron los ajustes necesarios y se procedió a su aplicación.

2.1.7 Procedimiento muestral: La muestra se define como un conjunto de medidas o el recuento de una parte de los elementos pertenecientes a la población. Los elementos se seccionan aleatoriamente, s decir, todos los

elementos que componen la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados.

Dentro del muestreo aleatorio se selecciono el muestro aleatorio simple para llevar a cabo la realización del presente proyecto, ya que en este se da igual oportunidad de selección a cada elemento o a la muestra dentro de la población.

2.1.8 Definición del tamaño de la población: es la decisión que se toma sobre cuantas personas deben ser encuestadas para que la información obtenida sea representativa de la población meta.

Dependiendo del número de unidades o elementos de observación, la población puede ser considerada como finita o infinita.

Para éste caso la población se considera como finita ya que esta constituida por un determinado o limitado número de elementos o unidades.

Con el fin de determinar el tamaño de la muestra, tomamos como base total de los docentes los cuales manejan o hacen parte en el proceso de emprendimiento de cada facultad de la ciudad de bogota (Sede principal calle 80) que hace parte de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, teniendo en cuenta las tres jornadas académicas mañana tarde y nocturna), para un total de 60 docentes todos de la sede principal.

La formula para el tamaño óptimo en el muestreo aleatorio simple, cuando la población es finita y cuando se **calculan** proporciones, se obtiene de la siguiente manera:

Tabla 3**Muestra de docentes por facultades**

Facultades	Número docentes a encuestar	Encuestas recibidas	Porcentaje
Facultad de Ciencias Empresariales		23	38%
Facultad de Ciencias de la Comunicación		1	1.6%
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales		2	3.3%
Departamentos de Filosofía		0	0%
Educación		4	6.66%
Ingeniería		11	18.33%

Tabla 4**Muestra de egresados por facultades**

Facultades	Número egresados	Encuestas recibidas	Porcentaje
Facultad de Ciencias Empresariales	839		
Facultad de Ciencias de la Comunicación	689		
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales	932		
Departamentos de Filosofía	502		
Educación	1803		
Ingeniería	1012		

Tabla 5

Muestra de estudiantes por facultades

Facultades	Número de estudiantes a encuestar	Encuestas recibidas	Porcentaje
Facultad de Ciencias Empresariales			
Facultad de Ciencias de la Comunicación			
Facultad de Ciencias Humanas y Sociales			
Departamentos de Filosofía			
Educación			
Ingeniería			

Para el desarrollo de la encuesta, se contó con la colaboración de los docentes de las facultades encargados del tema de emprendimiento que conforman la Corporación Universitaria Minuto de Dios, para lo cual se tuvo una participación del 38% de la facultad de Ciencias Empresariales, Ingeniería 18.33%, educación 6.6% facultad de educación, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales 3.3%, Facultad de Ciencias de la Comunicación, 1.6%.

A continuación se mostrará la clasificación de los programas académicos entre la población encuestada.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO EN UNIMINUTO – SEDE PRINCIPAL SEGÚN LA PERCEPCIÓN DE DOCENTES, ESTUDIANTES Y EGRESADOS. (COMUNIDAD ACADEMICA DE UNIMINUTO)

Basados en los resultados del trabajo de campo (anexo 2) y en otras fuentes de información secundaria, se puede identificar las características del emprendimiento en Uniminuto vistos por los docentes, estudiantes y egresados, en los que se puede resaltar:

2.2.1 EM PRENDIMIENTO VISTO POR LOS DOCENTES

El objetivo es definir el emprendimiento de Uniminuto Bogotá, para establecer relaciones trabajo colaborativo y gestión con las sedes y Regionales donde Uniminuto hace presencia, Identificar las capacidades empresariales de los estudiantes de UNIMINUTO, y definir un perfil emprendedor para determinar su identidad, para lo cual se desarrolló un trabajo de campo tal y como se describe a continuación.

2.2.2.1 Experiencia de los docentes en la formación de emprendedores y empresarios Uniminuto

Al analizar el proceso de formación de los emprendedores y empresarios de los estudiantes de la universidad partiendo de la experiencia de los docentes vemos que su participación se ha visto afectada por el tiempo de vinculación en la institución dado que el 64% de los profesores están vinculados en un periodo inferior a dos años, y el 36% en periodos superiores a dos años, razón por la cual el modelo pedagógico entendido como una enseñanza basada en la teoría y la práctica es útil para la formar emprendedores solo es asumido de forma relevante por el 51% de los formadores dado que han aplicado modelos magistrales tradicionales en un 62%.

Lo anterior trae como consecuencia que al querer conocer sobre la forma como se ha orientado la formación en emprendimiento el trabajo en trabajo aula ha sido incipiente en el 69% de los profesores, de tal manera que otras prácticas académicas fuera de aula solo en un 35% son aplicadas, pero que al considerar el tiempo de dedicación al tema de emprendimiento solo el 35% de los docentes consideran que es una de los temas de su interés y dedicación.

Las anteriores puntos analizados nos llevan a deducir que un 35% promedio de los profesores de Uniminuto han tenido experiencia y dedicación al emprendimiento; si embargo al encontrar que el 55% de los profesores manifiestan tener experiencia como empresarios se tiene la suficiente experiencia para recibir mayores aportes de los docentes en el desarrollo de la formación de emprendedores y empresarios en la Universidad. **Tabla No. 1.**

2.2.2 LOS DOCENTES DE UNIMINUTO Y SU EXPERIENCIA EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES

Formación	69% (28.6)
Antigüedad como docente en Uniminuto	1 a 2 años (64%) Más 2 a 5 años (27%) Más de 5 (9%)
Experiencia como empresario	54.8%
Metodología aplicada en la formación de emprendedores dentro del aula	Bajo y regular 69% Bueno y Excelente 31%
Metodología aplicada en la formación de emprendedores fuera de aula	Bajo y regular 65% Bueno y Excelente 35%
Aplicación del modelo praxeológico de Uniminuto	Bajo y medio – 49% Bueno y excelente 51%
Otros modelos pedagógicos aplicados	Bajo y medio 39% Bueno – Excelente 62%
Tiempo de dedicación a la formación en emprendimiento	Bajo medio 65% Bueno – Excelente 35%

2.2.3 EL EMPRENDIMIENTO Y EL EMPRESARISMO EN UNIMINUTO POR ÁREAS DE FORMACIÓN.

Teniendo en cuenta la información anterior desde el entorno institucional, la Corporación Universitaria Minuto de Dios como fruto de su experiencia y proyección social a lo largo de su existencia, se ha caracterizado por formar jóvenes gestores y actores de cambio social, cultural, económico y sobretodo gran impacto entre las comunidades.

Uniminuto tiene como marco de referencia la ideología social y el desarrollo de la obra Minuto de Dios, por otra parte se destaca el claro anhelo por tener estudiantes con un claro proyecto de vida, fundamento en valores, con espíritu creativo, solidario y con fuerte responsabilidad social.

Basados en la información obtenida encontramos que solo el 18% de los docentes concientizan al estudiante sobre la importancia de ser emprendedor o empresario, no se esta creando éste hábito de una cultura empresarial desde los primeros semestres, no se están buscando formas de incentivar al estudiante a crear empresa, los docentes no se están capacitando constantemente en el tema de emprendimiento, encontramos que únicamente el 13% de los docentes tiene un interés por el tema, es muy importante la participación de los docentes como del alumno en la realización de eventos enfocados al emprendimiento representado en un 67% y el apoyo constante en tutorías que en un 79% no se realiza.

Sensibilización	Nivel mínimo 18% participación 64% Nivel medio:18% Nivel alto 18
Formación empresarial (plan de negocios mercados y finanzas)	Nivel mínimo 51% Nivel medio:31% Nivel alto 18
Participación en eventos	Nivel mínimo 67% Nivel medio:21% Nivel alto 13
Salidas pedagógicas en emprendimiento	Nivel mínimo 68% Nivel medio:22% Nivel alto 8
Dedicación a la capacitación en emprendimiento	Nivel mínimo 68% Nivel medio:19% Nivel alto 13%
Tutorías	Nivel mínimo 79% Nivel medio:13% Nivel alto 28%
Apoyo a crear empresas,	Nivel mínimo 66% Nivel medio:17% Nivel alto 17%
seguimiento a proyectos empresariales	Nivel mínimo 61% Nivel medio:24% Nivel alto 14%
Investigación en emprendimiento.	Nivel mínimo 58% Nivel medio:22% Nivel alto 18%

2.2.4 COMPETENCIAS LOGRADAS EN LA FORMACIÓN DE UN EMPRENDEDOR EN UNIMINUTO

Dentro del conjunto de modelos educativos existentes y dada la caracterización de los estudiantes, la Corporación Universitaria Minuto de Dios ha optado por el modelo educativo praxeológico centrado en la formación integral, entendida como la educación que pretende el desarrollo armónico de todas las dimensiones de la persona, que integra el saber (teoría) con actuar (praxis) y es fundamental para articular e integrar con la sociedad el proyecto de vida y el trabajo que, en si misma, ha realizado.

Tomando como referencia los resultados, obtenidos encontramos que en un 65% se generan planes de negocio, considerando que, este tema debe tener mayor impacto en los primeros semestres partiendo de un porcentaje 65% de los docentes apoyan ideas de negocio y un porcentaje mas alto del 74% apoyan ideas innovadoras .

El 65% de la formación académica esta basada en la en la generación de planes de negocio, pero en su mayoría no son proyectos que tienen salida, estamos desaprovechando la oportunidad que nos brindan entidades como el Sena la cámara de comercio entre otras instituciones. En parte nuestro proyecto está buscando generar mayor compromiso desde el docente para identificar de que manera podemos fortalecer la mentalidad emprendedora desde el comienzo de la carrera en los estudiantes y poder crear una cultura en el docente de apoyo continuo de aquellos estudiantes que se identifiquen como emprendedores comprometidos, que el docente pueda realizar una gestión más teórico - práctica la cual pueda ser complementada con el trabajo en la etapa de formación profesional.

Formación académica	Nivel mínimo 46% Nivel medio:23% Nivel alto 55%
Planes de negocio	Nivel mínimo 23% Nivel medio:22% Nivel alto 65%
Ideas innovadoras	Nivel mínimo 8% Nivel medio:14% Nivel alto 74%
Construcción de iniciativas en empresa actual	Nivel mínimo 8% Nivel medio:14% Nivel alto 74%

2.2.5 EMPRESARIOS EN UNIMINUTO

Entidades como el fondo de desarrollo empresarial que tiene como objetivo apoyar de forma directa al emprendedor en los procesos de creación y puesta en marcha de empresas, así como en mejorar la competitividad y sostenibilidad de las empresas de menor escala a través de la asesoría y la capacitación directa. Otras opciones como el programa de creación de empresas, que apoya a aquellas personas que deseen iniciar, ampliar o fortalecer su empresa con ideas rentables y generadoras de empleo e ingresos, promoviendo la expansión de micro y pequeñas empresas en los sectores económicos de la industria, el comercio y los servicios.

Basados en ésta la información los últimos semestres el docente debe brindar todo su apoyo al estudiante en temas como, orientación y dirección para

emprendedores, estructuración de nuevas empresas, servicios de legalización de nuevas empresas, impulso y consolidación para nuevas empresas.

En el proceso de formación en emprendimiento en Uniminuto que en un 43% desde el concepto de los profesores se ha orientado a la creación de ideas innovadoras, se ha orientado en un 79% a consolidar proyectos en actividades del sector de servicios, siguiéndole en importancia el comercio; solamente el 21% se han orientado a negocios de producción, lo que nos indica que si el compromiso es también aportar al desarrollo del aparato productivo de Bogotá, con actividades que no limiten su campo de acción como ha ocurrido con el 70% de las experiencias vividas, los niveles de participación son bajos; lo que contrasta con la tendencia a crear negocios más para satisfacer las necesidades familiares y encontrar un empleo, y no realmente a actividades que sean parte de un proyecto de vida y el desarrollo autónomo. Por lo tanto podemos considerar que el emprendimiento en Uniminuto entendido por los profesores alcanza un nivel de desarrollo de empresas creadas en actividades con un reducido nivel de innovación para la competitividad.

Proyectos puestos en marcha	Industrial: 21 Servicios:79 Comercio: 29
Espíritu emprendedor (emprendimiento)	Necesidad: 70% Oportunidad: 30%
Impacto de los proyectos	Local : 70% Departamental :8% Regional : 0 Otro: 17%
Política institucional para crear empresas innovadoras	Si: 43% No: 56%

2.2.6 Actividades desarrolladas en la formación de emprendedores y empresarios.

En torno al tema empresarial, la universidad esta dirigido sus esfuerzos a generar un clima académico favorable para que a formación empresarial sea parte de la estructura curricular. Para también impulsar las actividades académicas que respondan a los nuevos cambios del entorno socio-económico nacional y mundial.

Uniminuto ha establecido dentro del sistema de desarrollo humano la implementación de programas transversales, cuyo fin es el de orientar al alumno a reconocer y potenciar las actitudes, aptitudes y valores que en él existen con el objetivo de sensibilizarlo y así encaminarlo al descubrimiento de su espíritu emprendedores con el propósito de fomentar en él futuras acciones de emprendimiento necesarias para afrontar los retos en el mercado.

Las jornadas de sensibilización representadas en un 45% se evidencia que la formación empresarial está siendo aplicada en la formación de una forma significativa cuyo objetivo es darle a conocer el proceso lógico para la creación de una empresa y el reconocimiento y formación de las capacidades emprendedoras.

La formación en ferias formaciones que representa un gran nivel de compromiso del 66% por parte de los docentes ayudan a los estudiantes a mejorar las experiencias que lo motivan a ser emprendedores, a estudiar y analizar la posibilidad de ampliar las temáticas de espíritu emprendedor, se deben considerar ejemplo de empresarios exitosos, como parte fundamental para generar un proceso formador de personas con espíritu emprendedor.

Jornadas de sensibilización	Bajo: 20% Medio 35% Bueno – excelente : 45%
Talleres de formación	Bajo: 20% Medio: 23% Bueno-excelente: 57%
Publicación de artículos en revistas o periódicos.	Bajo: 30% Medio: 38% Bueno-excelente: 32%
Ferias empresariales	Bajo: 21% Medio:13% Bueno excelente: 66%
Seminarios	Bajo: 36% Medio: 18 % Bueno excelente: 46%
Otros	Bajo: 10 Medio: 10 Bueno excelente: 80

2.2.7 FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES EN UNIMINUTO

La profundización y el enfoque de temas a nivel de currículo de los diferentes programas académicos, son base fundamental en la formación de emprendedores en Uniminuto, encontramos el emprendimiento empresarial el cual es apoyado por el 64% de los docentes, lo que significa que la universidad ha estado apoyando a los estudiantes, para desarrollar el espíritu emprendedor como parte de su proyecto de vida, desarrollando ideas en las que se puede asumir el compromiso de ser empresario.

Los docentes manifiestan el grado de importancia a los diversas formas de emprendimiento en Uniminuto el emprendimiento solidario es el que mas sobresale con su nivel de opinión en un 68% siguiéndole en importancia el emprendimiento académico y con un mínimo nivel de diferencia con los otros dos tipos de emprendimiento enunciados anteriormente representados en un 57% nivel éste que también se determino para los emprendimientos académicos y laborales.

Emprendimiento empresarial	Nivel mínimo: 13% Nivel medio: 23% Nivel alto: 64
Emprendimiento solidario	Nivel mínimo: 8% Nivel medio: 24% Nivel alto: 68%
Emprendimiento social	Nivel mínimo: 22% Nivel medio: 21% Nivel alto: 57%
Emprendimiento laboral	Nivel mínimo: 31% Nivel medio: 18% Nivel alto: 51
Emprendimiento académico	Nivel mínimo: 26% Nivel medio: 18% Nivel alto: 56%

2.2.8 El papel de la universidad en lo relacionado al emprendimiento y la creación de empresas

El fomento de la creación de empresas por parte de los estudiantes de uniminuto esta basado en los conocimientos generados en la propia universidad, es muy importante fomentar la mentalidad empresarial mediante la educación y la formación en el ámbito Universitario, que tienen como fin apoyar la vocación emprendedora entre los estudiantes.

Buscar cooperaciones entre las diferentes instituciones para intercambiar buenas prácticas empresariales.

Crear empresas en uniminuto ha significado para los docentes que la tares de desarrollar por parte de uniminuto esta orientada en un 72% a la sensibilización del espíritu emprendedor especialmente hacia la creación de empresas familiares con ideas innovadoras y fuentes de financiamiento, sin embargo solo el 23% de los encuestados consideran que el emprendimiento en la universidad se puede orientar a la creación de empresas innovadoras y de base tecnológica.

Por tanto el sentido que los profesores le dan a la creación de empresas en Uniminuto se orienta principalmente a estimular las empresas en familia con ideas innovadoras y fuentes de financiamiento.

Sensibilizar a los estudiantes para potenciar sean emprendedores	Nivel mínimo: 13% Nivel medio: 15% Nivel alto: 72%
Ayudar a estudiantes a crear negocios familiares	Nivel bajo: 23% Nivel medio: 15% Nivel alto: 62%
Apoyar el desarrollo de ideas innovadoras y buscar fuente de apoyo.	Nivel bajo: 16 Nivel medio: 15 Nivel alto: 69
Formar empresarios que desarrollen empresas innovadoras y de base tecnológica	Nivel bajo: 23% Nivel medio: 18% Nivel alto: 23%

2..3 EL EMPRENDIMIENTO VISTO POR LOS ESTUDIANTES

2.3.1. Emprendedores egresado desde la formación de Uniminuto Nivel de satisfacción, metodologías, recursos y apoyos ofrecidos

2.3.2. El perfil de emprendedor de Uniminuto características personales
Valor.....

Tipo de emprendedor: Social, solidario, productivo (empresarial), académico

2.3.4. Tipo de emprendedor según el nivel de desarrollo y concepción de su idea de empresa

Emprendedor por necesidad y por oportunidad

2.3.5. Por que no se considera empresario

2.3.6. Factores externos que han incentiva su interés por el trabajo autónomo, independiente.

2.3.7. Es un entrepreneur

2.3.8. El interés por la solución de los problemas económicos y sociales de su localidad, o región.

2.3.9. Que le ha impedido para ser empresario y/o emprendedor

2.4. EMPRENDIMIENTO VISTO POR LOS EGRESADOS

2.4.1. Emprendedores egresado desde la formación de Uniminuto Nivel de satisfacción, metodologías, recursos y apoyos ofrecidos.

Tomando en cuenta los procesos académicos de Uniminuto, este ha brindado desde su visión principios profesionales en la línea de desarrollo humano y principios de liderazgo comunitario que le permite al egresado estar comprometido con la transformación y desarrollo de proyectos comunitarios en donde el componente es el desarrollo de ideas empresariales en la comunidad, en cuanto a lo que concierne al proceso de emprendimiento los egresados referencian presentar una mayor aplicabilidad desde que se inician los proyectos hasta la adquisición de recursos, y a la vez no descuidar los temas como cambio del país, escenario para la apropiación como emprendedores, y a su vez conocimiento de experiencias emprendedoras de manera real.

Un segundo indicador es el del compromiso a nivel local en donde a partir desde cada profesional aporta a la transformación local.

2.4.2. Tipo de emprendedor: Social, solidario, productivo (empresarial), académico.

El perfil del egresado de Uniminuto se destaca por ser un emprendedor productivo y creador de empresas con ánimo de lucro para el cual el componente de mayor similitud entre los egresados calificándolo de 1 a 5 un nivel de importancia 4. Siguiendo el tipo de emprendedor de tipo académico el cual imparte conocimientos y transforma a través de la vida académica, en tercer lugar se encuentra aquel emprendedor laboral que transforma desde su que hacer profesional en la empresa; tomando en orden de preferencia por los egresados encontramos el emprendedor solidario que transforma comunidades de manera asociativa para el bienestar común, en minoría encontramos el emprendedor

social que se compromete con las condiciones socio-económicas de la comunidad.

2.4.3 Tipo de emprendedor según el nivel de desarrollo y concepción de su idea de empresa

El tipo de emprendedor que se gesta en Uniminuto es aquel que se esmera por aprovechar oportunidades en el mercado empresarial; lo que lo motiva a ser independiente, y tener un proyecto de vida enfocado a la ayuda mutua y el desarrollo como profesional integral. Ya en un segundo y tercer plano se encuentra el egresado que se compromete con la transformación social, en organizaciones de tipo comunitario.

2.4.4 Por que no se considera empresario

Las razones por el cual no se considera empresario es porque el egresado esta interesado en primer medida en adquirir mayor experiencia, el interés por tener un empleo estable, o simplemente por que el ser empresario no hace parte de su proyecto de vida, o como ocurre en otros casos falta de apoyo económico o garantías estatales para los empresarios.

2.4.5 Factores externos que han incentiva su interés por el trabajo autónomo, independiente.

Una de los mayores motivantes para ser independientes es el hecho de son las fuentes de apoyo y financiamiento, el aporte al desarrollo regional local, y a la vez ser un sustento y apoyo a la familia como núcleo de la sociedad. Y la principal razón es el interés por mejorar sus ingresos.

CAPITULO III.

EL EMPRENDIMIENTO COMO UN COMPROMISO DE FORMACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL UNIMINUTO

Uniminuto en virtud de propiciar espacios de emprendimiento en la sede principal calle 80 ha desarrollado procesos enfocados hacia el tema de manera micro en cada una de las facultades; actualmente se inicia un proceso diseccionado desde la Vicerrectoría Académica (**VAC**) en el cual de acuerdo al PCP Plan Curricular del Programa en los planes de estudios universitarios se incluye la materia emprendimiento.

3.1. Procesos de emprendimiento en las facultades de Uniminuto

3.1.1 Facultad de Ciencias Empresariales (FCE)

La FCE lleva actualmente lidera 3 procesos alternos enfocados al emprendimiento y el empresarismo en el cual se ha involucrado a todas las facultades de Uniminuto sede principal para prestarles asesoría, vinculación laboral, o investigación en el área de emprendimiento; estos procesos son:

- **Centro universidad empresa (CUE)** que apoya las iniciativas empresariales a cargo de Claudia Narváez.
- **Unidad Académica de emprendimiento** con el curso transversal de emprendimiento (reemplazando el curso de formación humana III) a cargo de Jairo Izquierdo.
- **Línea de investigación en emprendimiento** a cargo de Yolanda Bermúdez que se proyecta con trabajo interdisciplinario entre las diversas seccionales y regionales donde Uniminuto hace presencia con la Red Uniminuto Emprendedora. Actualmente se está realizando la primera investigación entre seccionales y regionales de Bello, Cali, Villavicencio y Bogotá Sede Principal, con el tema: Caracterización del emprendimiento en Uniminuto.

Tomando en cuenta la intervención del plan de estudios en el tema de emprendimiento encontramos que la facultad cuenta con tres programas en el cual se desarrolla un curso de emprendimiento cuyo objetivo es *“Capacitar y formar al estudiante en los temas y conceptos básicos concernientes a la creación y administración de empresas, que le permita tener la capacidad de abordar un proyecto de manera integral en los temas correspondientes a aspectos conceptuales, administrativos, técnicos, financieros, económicos, legales y de mercado.”*³

Esta temática pretende que el estudiante genere capacidades de tipo emprendedor en las siguientes componentes:

- Identificar claramente los conceptos básicos que le permitan tener un criterio sólido para la creación de una empresa.
- Diferenciar claramente las diferentes etapas del proceso administrativo y adquirir las habilidades para desarrollarlas.
- Identificar y analizar de manera integral los riesgos que implica la creación de una empresa.
- Realizar los trámites y compromisos indispensables para la creación y montaje de una empresa.

³ Contenido programático FCE UNIMINUTO programa de emprendimiento 2009-II

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS FCE	SENSIBILIZACION	MERCADEO	ADMINISTRATIVA	FINANCIERA	PLAN NEGOCIOS
ADMÓN.	Emprendimiento Conceptos básicos	Emprendimiento Constitución de la empresa	Emprendimiento Planeación	Emprendimiento Componentes de los planes de negocio.	Emprendimiento Plan de negocio
TEC. COSTOS Y AUDITORIA	Practica profesional 1 Identificación de prioridades en las organizaciones. Apoyo técnico y apoyo de diagnóstico.	Mercadeo Manejo de herramientas estratégicas Variables típicas del mercadeo Estudio de competencia para empresas publicas o solidarias.	Procesos administrativos. Conoce la administración como una ciencia u proceso evolutivo, corrientes y pensamientos.	Matemática Financiera. Elementos conceptuales y metodológicos que le permiten analizar e interpretar herramientas.	Plan de negocios Prepara presupuestos y estados financieros proyectados, presupuesto de ventas y producción.
TEC. NEGOCIOS Y MERCADEO	Electiva Emprendimiento Opciones de mercado para ser aprovechadas. Emprendimiento con dimensión humana, Practica emprendedora y empresarial con capacidad de autogestión. Negocios con vocación exportadora Merchandising.	Publicidad y comunicación grafica. Comprender la importancia de los mecanismos de publicidad y comunicación gráfica en el diseño de estrategias competitivas.	Legislación comercial Fundamentos y elementos del derecho comercial, indispensable en los procesos de creación y gestión empresarial en general y específicamente comercial, en el sector privado y en la empresa comunitaria y solidaria.	Costos y finanzas Conceptos de la contabilidad administrativa Lecturas de información contable comercial. Presupuesto como plan de toma de decisiones. Comprensión de un sistema de costeo en una organización.	Líneas que plantea el programa. Generación de negocios Generación de ideas creativas aplicadas a PIMES. Identificación de oportunidades de mercado local e internacional. El mercadeo como instrumento de competencia en la pequeña, mediana y gran empresa.
CONTADURIA	Emprendimiento VAC	Mercados I-II Desarrollar habilidades en los estudiantes para investigar, crear, innovar y desarrollar productos y servicios competitivos en mercados nacionales e internacionales. El estudiante identificará los elementos claves del mercadeo de tal forma que le permitan implementar de manera práctica un plan de mercadeo de acuerdo con: el consumidor, el producto y las Políticas generales de la empresa	Procesos Administrativos Comprender la pertinencia del proceso administrativo con el fin de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos disponibles y potenciales de una empresa, con el propósito de alcanzar la metas corporativas.	Costos y presupuestos Proporcionar los conocimientos y las herramientas necesarias a fin de comprender, identificar, utilizar y analizar los conceptos y funciones de los procesos presupuestales a fin de obtener las competencias necesarias en la planeación, control y toma de decisiones dentro de la gestión empresarial a nivel nacional e internacional	Evaluación de proyectos. Comprender, analizar y aplicar las metodologías existentes para la evaluación financiera ex ante, en proyectos de inversión y/o planes de negocios previa formulación de sus diferentes componentes estructurales

En el tema de emprendimiento en el programa de Tecnología en Negocios y Mercadeo se evidencia como un escenario global en el que intervienen las organizaciones y el individuo en el que se genera una constante pro actividad para el cual se da cambios de empleabilidad reciproca con el alto desempeño laboral. Mirando ya el tema de la cultura emprendedora este programa se vincula con la creación autogestionaria y responsable socialmente por parte de los estudiantes. En cuanto a la formación de un ser emprendedor se desarrolla mediante cursos con la visión de formar individuos emprendedores cuyos escenarios son propiciados por la facultad.

3.1.2 Facultad de Ingeniería

La Facultad de ingeniería lidera procesos de emprendimiento al interior de la facultad en cada uno de sus respectivos programas para el cual la orientación esta dada por el pémsun en el cual se incluye una materia denominada emprendimiento que se da hace un año y medio a continuación se muestran los procesos que se llevan en cada programa.

- **Ingeniería Civil:** En el cual se dicta el curso transversal que dicta la FCE en tercer semestre en el que se orientan a los estudiantes a solucionar las necesidades del país por medio de la administración de su propia empresa contratista, contratos con el sector publico y privado, proyectos de obras civiles como consultores, trabajos con grupos de investigación.
- **Ingeniería Agro ecológica:** Actualmente en el plan de estudios maneja el curso transversal en tercer semestre y a la vez< maneja una línea de Agro-negocio que finaliza con la practica profesional en el cual se tiene un

proceso en el que se formula el proyecto, se crea, se mejora, se evalúa y finalmente se lanza al mercado. Este proceso estuvo a cargo por el docente German Castañeda orientado desde el CUE. Esta línea esta dada así: Agro-negocio en segundo semestre, seguido de planeación del agro-negocio en tercer semestre, evaluación del agro-negocio y mercadeo agropecuario.

- **Tecnología en Logística:** En este programa se dicta el curso transversal de emprendimiento en 6 semestre. Otro proceso involucrado hacia el emprendimiento es el de accesoria a los estudiantes que quieren crear empresa para el cual se les da la posibilidad de realizar su practica profesional a través de este medio. Este proceso estaba a cargo del asesor Manuel Botero del CUE.
- **Ingeniería Industrial:** En tema de emprendimiento este programa ha desarrollado proceso de sensibilización y emprendimiento con Claudia Narváz con el CUE en donde participan de las Ferias Empresariales desde primer semestre, otra modalidad de vinculasen al tema en mención es a través del Plan de Emprendimiento de Seguros Bolívar en donde todos los estudiantes acceden a este plan esto lo lidera el Director del programa de Ingeniería Industrial William Pulido. En lo que respecta a poner en practica los proyectos de emprendimiento en 5 y 6 semestre hay un Convenio con el SENA en el que se obtiene un asesor de proyectos para ingresar a Tecnoparque este proceso esta liderado por el docente Carlos Oliveya; hay que destacar que el proceso de emprendimiento esta dado en la sensibilización de ser emprendedor en cada una de las materias de la Carrera especialmente en organizaciones, introducción a la ingeniería industrial y administración de operaciones.
- **Tecnología en informática:** En tema de emprendimiento tiene en su pénsum académico en tercer semestre emprendimiento para el cual hay un grupo de docentes encargados del tema.

- **Tecnología en electrónica:** Esta dado en un curso de emprendimiento en cuarto semestre en el que se enfoca al estudiante a indagar, investigar y generar innovación para las empresas a través de la automatización al interior de las organizaciones y a la vez a dar soluciones a problemas habituales relacionados con el tema electrónico y que finalmente culmina con la practica profesional en donde se trabajan grupos de investigación, problemas empresariales y trabajo en empresas la materia que mayor influencia tiene sobre el tema de emprendimiento es diseño mecatronico.

3.1.3 Facultad de Ciencias de La Comunicación.

Debido a que esta facultad es la segunda con mayor antigüedad en Uniminuto se han dado procesos de emprendimiento en gran escala a continuación se presentan los procesos dados en el tema de emprendimiento.

- **Comunicación Grafica:** En este programa se incentiva al alumno a ser tanto emprendedor laboral como emprendedor productivo a través de proyectos creativos, ejecutivos, de diseño y multimedia en el que se incentiva a no ser un emprendedor por necesidad si no a la vez ser innovador y creativo mas alla de la necesidad de la empresa o el individuo mismo; para esto se da un trabajo de emprendimiento a través de la creación de empresas graficas o el Freelance (Trabajo libre o negocios libres) en el cual el estudiante durante toda la carrera es consultor y un emprendedor dinámico, las materias que intervienen en este proceso son Diagramación, emprendimiento diseccionado por el docente Gilberto Goyes, textos estratégicos, expresión grafica, diseño grafico, diseño de tipo, dibujo vectorial y mapa de bits, técnica de ilustración, fotografía digital, ética, comunicación corporativa, proyecto creativo, diseño de multimedia, animación y video, negocios electrónicos, presupuestos de producción,

publicidad y mercadeo, y practica profesional. En este programa se dicta emprendimiento liderado por la docente Alexandra Chaparro de la FCE. Una cualidad que hay que resaltar es en su mayoría los docente poseen negocios. De acuerdo al programa de empleabilidad el 60% de estudiantes de comunicación grafica montan su propia empresa, como impresión de ploter, diseño de multimedia, ilustración y fotografía. Hay creadas a través de 300 empresas creadas por egresados del programa.

- **Comunicación social y periodismo:** En este momento no hay ningún proceso que este relacionado con el emprendimiento, pero se incentiva al estudiante a ser transformador de su propio entorno a través de una materia de desarrollo local y regional llamada comunicación y participación, comunicación y desarrollo cultural en el que el estudiante a través de la lecto-escritura y comunicación en el cual se interviene en ONG, proyectos de desarrollo, instituciones del estado. Actualmente desde el direccionamiento de la VAC se iniciara el tema de emprendimiento en el componente minuto de Dios.

3.1.4 Facultad de Ciencias Humanas

- **Trabajo Social:** En este programa el emprendimiento esta diseccionado desde la Facultad de Administración con el curso que comenzará en el I-periodo de 2.010 con los estudiantes de segundo semestre; en el cual se transmite un emprendimiento social diseccionado a generar alternativas de empleo y bienestar comunitario a través del desarrollo de ONG.

3.1.5 Instituto Bíblico Pastoral IBPL

Actualmente se comenzara con el curso de emprendimiento con los estudiantes de sexto semestre.

3.1.6 Facultad de educación:

Actualmente solo cuenta con el curso transversal de la Vicerrectoría Académica. Pero desde materias como Gestión y Administración educativa se dan principios para ser emprendedor en el área pedagógica. Otras materias que aportan a este proceso son Gestión de proyectos, y saberes que se desarrollan en el aula.

CAPITULO IV
CARACTERIZACION DEL EMPRENDIMIENTO EN UNIMINUTO

4.1 Introducción (desde la visión de Uniminuto....)

4.2 UNIMINUTO SE COMPROMETE A FORMAR EMPRESARIOS Y EMPRESAS?

4.3 PERFIL EMPRENDEDOR (Actitudes y aptitudes)

4.4 QUE TIPO DE EMPRENDEDOR

4.5 EL DOCENTE Y EL COMPROMISO EN LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES DE UNIMINUTO

4.6 LOS EGRESADOS DE UNIMINUTO Y LA CULTURA EMPRENDEDORA

V CONCLUSIONES

ANEXO No. 1

FORMATOS DE ENCUESTA

ANEXO No. 2

TABULACION Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

ANEXO No. 3.

Ley 10 14

Anexo No 4.

Conceptualización del emprendimiento desde el Centro Universidad empresa

Anexo 5.

Políticas institucionales del emprendimiento para el 2010

No. 6

Planes del emprendimiento por facultades

No. 7.