

CARACTERIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS INICIATIVAS DE
EMPRENDIMIENTO DE LOS ESTUDIANTES DE LOS PROGRAMAS DE MBA EN
BOGOTÁ D.C.

CARLOS ALBERTO JAIMES CASTRO

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE ESTUDIOS EN AMBIENTES VIRTUALES
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS – MBA
BOGOTÁ D.C.

2019

CARACTERIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS INICIATIVAS DE
EMPRESARIATO DE LOS ESTUDIANTES DE LOS PROGRAMAS DE MBA EN
BOGOTÁ D.C.

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS - MBA

CARLOS ALBERTO JAIMES CASTRO

ASESORA: LEIDY LORENA PIÑEIRO CORTÉS
PROFESIONAL EN RELACIONES ECONÓMICAS INTERNACIONALES
DOCTORA EN ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE ESTUDIOS EN AMBIENTES VIRTUALES
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS – MBA
BOGOTÁ D.C.

2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a las personas que desde que nacieron son mi continua motivación e ilusión, a las cuales espero contribuir, especialmente con el buen ejemplo, a su crecimiento como buenos seres humanos y futuros excelentes profesionales, a mis tres hijos: Paula Tatiana, Sandra Carolina y Carlos David. Porque los sueños y las aspiraciones nunca terminan.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a las dos personas que más admiro en mi vida, a mis padres, María Alcira (q.e.p.d.) y Edgar, quienes siempre me apoyaron e impulsaron a avanzar continuamente en los estudios a todo nivel, y especialmente, por su ejemplo de trabajo honesto, dedicación, responsabilidad, amor y compromiso por lo que se hace.

A Dios por la oportunidad de estudiar el MBA en la Universidad EAN, con el cual logro recorrer un nuevo camino en mi vida personal y profesional, a pesar de todas las dificultades que se presentaron durante el tiempo en el que lo realicé.

A todas las personas que con su colaboración contribuyeron para que pudiera desarrollar este trabajo de investigación hasta culminarlo exitosamente; a los profesores de la Universidad EAN, Dra. Lorena Piñeiro, quien ofició como mi Asesora, la Dra. Sandra Jennina Sánchez Perdomo, Coordinadora del MBA, y al Dr. Mauricio Javier Guerrero Cabarcas, quienes oficiaron como Jurados. A la profesora Susana Mejía Vélez, docente en el área de Estadística por apoyar en el análisis correlacional y descriptivo en el cruce de resultados del instrumento aplicado.

A los egresados, profesores y estudiantes de las universidades consultadas en la etapa de aplicación del instrumento tipo encuesta por su participación en el desarrollo de la misma.

RESUMEN

El tema del Emprendimiento ha tomado cada vez mayor presencia en los programas de Maestría en Administración y son varias las universidades que impulsan ese desarrollo empresarial desde el interior de las aulas. Sin embargo, surge la inquietud de qué tan relevante ha sido el estudio del Emprendimiento en la generación de iniciativas empresariales entre los estudiantes de los programas de MBA. Este trabajo presenta un estudio, análisis e investigación sobre la caracterización de las iniciativas de emprendimiento que han surgido de los programas de MBA ó Maestría en Administración en las universidades de Bogotá D.C. en las cuales se imparte este programa, considerando el período de tiempo entre los años 2010 y 2015. Se realiza un análisis de la importancia del Emprendimiento en distintos ámbitos, especialmente en el académico, y su incidencia en la economía, tanto a nivel nacional como internacional, para lo cual se analiza información de fuentes secundarias, realizando un estudio de carácter descriptivo. El componente investigativo se desarrolla con un instrumento tipo encuesta el cual se aplicó a estudiantes de los programas de MBA de las universidades contactadas en Bogotá D.C., con la cual se realiza una medición de tipo cuantitativo, con un diseño no experimental y transeccional.

Con base en los resultados del instrumento aplicado, se identifican unas tendencias entre los estudiantes consultados, con las cuales se determina el grado de trascendencia que tiene el tema del Emprendimiento en los mismos, como generadores de iniciativas empresariales.

ABSTRACT

The topic of Entrepreneurship has taken an increasing presence in the Master of Administration programs and there are several universities that promote this business development from inside the classrooms. However, there is a concern about how relevant the study of Entrepreneurship has been in the generation of business initiatives among students of MBA programs. This document presents a study, analysis and research on the characterization of the entrepreneurship initiatives that have emerged from the MBA or Master of Administration programs at the universities of Bogotá D.C. in which this program is taught, considering the time period between 2010 and 2015. An analysis is made of the importance of Entrepreneurship in different areas, especially in academics, and its impact on the economy, as nationally and internationally levels, for this, information from secondary sources is analyzed, developing a descriptive study. The research component is developed with a survey type instrument which was applied to students of the MBA programs of the universities contacted in Bogotá D.C., with which a quantitative, non-experimental and transectional measurement is made. Based on the results of the applied instrument, trends are identified among the students consulted, with which the degree of importance that the theme of Entrepreneurship has in them is determined, as generators of business initiatives.

CONTENIDO

1.	LISTA DE TABLAS	9
2.	LISTA DE FIGURAS.....	11
3.	INTRODUCCIÓN	12
4.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
4.1	Justificación.....	17
4.2	Preguntas de investigación.....	19
4.3	Objetivos	20
4.4	Resultados esperados.....	21
5.	MARCO TEÓRICO	22
5.1	El emprendimiento como pilar del desarrollo económico.....	22
5.2	La Universidad y su relación con el emprendimiento	31
5.3	Políticas que impulsan el emprendimiento en Colombia	39
5.4	Los enfoques de los programas de MBA	44
5.5	Los programas de Maestría en Administración de Empresas en Colombia como resultado de un nuevo contexto económico para el país	45
5.6	Emprendimiento generado desde los programas de Maestría en Administración de Empresas en Bogotá D.C.....	54
6.	METODOLOGÍA.....	58
6.1	Tipo y diseño de la investigación.....	58
6.2	Descripción conceptual de las variables.....	58
6.3	Dominio de contenido de la variable.....	64
6.4	Descripción operacional de las variables	67
6.5	Validez del instrumento.....	69
6.6	Población y selección de la muestra.....	71
6.7	Instrumento desarrollado	71
6.8	Aplicación del instrumento	76
6.9	Confiabilidad del instrumento	77
7.	APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO Y RESULTADOS OBTENIDOS	80

7.1	Análisis general	80
7.2	Análisis descriptivo	90
7.3	Análisis cruzado	91
8.	DISCUSIÓN	96
8.1	Hallazgos fundamentales.....	96
8.2	Conclusiones	98
8.3	Recomendaciones.....	100
8.4	Limitaciones	100
8.5	Implicaciones.....	101
9.	REFERENCIAS.....	102

1. LISTA DE TABLAS

Tabla No.1. Relación de la motivación empresarial según nivel educativo.....	23
Tabla No.2. Nivel educativo y género de los dueños de Micronegocios.	23
Tabla No.3. Enfoques de estudio del emprendimiento.	27
Tabla No.4. Líneas de investigación identificadas en el estudio.....	27
Tabla No.5. Tipos de emprendimiento según cifras de resultados.	32
Tabla No.6. Tipos de emprendimiento según cifras de resultados.	44
Tabla No.7. Competencias de un egresado de un programa de MBA.....	50
Tabla No.8. Relación de programas de MBA ofrecidos en Bogotá D.C. 2017	51
Tabla No.9. Participación de países en los primeros 50 lugares del ranking 2017 en América Latina.....	52
Tabla No.10. Unidades o programas de emprendimiento asociados a las universidades de Bogotá que ofrecen Maestría en Administración	54
Tabla No.11. Propuesta de emprendimiento generadas por estudiantes desde los programas de MBA en Bogotá D.C.	56
Tabla No.12. Enfoque de los programas de MBA en Bogotá D.C.	59
Tabla No.13. Propuesta de emprendimiento generadas por estudiantes desde los programas de MBA en Bogotá D.C.	60
Tabla No.14. Segmentos a los que pertenecen las propuestas identificadas.	61
Tabla No.15. Estado de implementación y operación de las propuestas identificadas.	62
Tabla No.16. Actitudes y competencias como motivaciones a desarrollar por un emprendedor.	63
Tabla No.17. Actitudes y competencias desarrolladas en la dimensión Emprendimiento en los programas de MBA.....	64
Tabla No.18. Relación de instrumentos disponibles para la medición de los factores de emprendimiento.	65
Tabla No.19. Operacionalización de las variables a estudiar.....	68
Tabla No.20. Relación de expertos que colaboraron con validar el instrumento.	70
Tabla No.21. Definiciones indicador Alfa de Cronbach.....	78
Tabla No.22. Alfa de Cronbach general de todos los elementos tipo Likert.	78
Tabla No.23. Alfa de Cronbach por elemento.....	78
Tabla No.24. Resultados de la pregunta No.1 de la encuesta aplicada.....	80
Tabla No.25. Resultados de la pregunta No.2 de la encuesta aplicada.....	81
Tabla No.26. Resultados de la pregunta No.3 de la encuesta aplicada.....	81
Tabla No.27. Resultados de la pregunta No.4 de la encuesta aplicada.....	82
Tabla No.28. Resultados de la pregunta No.5 de la encuesta aplicada.....	82
Tabla No.29. Resultados de la pregunta No.6 de la encuesta aplicada.....	83

Tabla No.30. Resultados de la pregunta No.7 de la encuesta aplicada.....	84
Tabla No.31. Resultados de la pregunta No.8 de la encuesta aplicada.....	84
Resultados de la pregunta No.9 de la encuesta aplicada.	85
Tabla No.32. Resultados de la pregunta No.9 de la encuesta aplicada.....	87
Tabla No.33. Resultados de la pregunta No.10 de la encuesta aplicada.....	88
Tabla No.34. Resultados de la pregunta No.11de la encuesta aplicada.....	89
Tabla No.35. Resultados de la pregunta No.12 de la encuesta aplicada.....	89
Tabla No.36. Resultados de la pregunta No.13 de la encuesta aplicada.....	90
Tabla No.37. Resultados de la pregunta No.13 de la encuesta aplicada.....	90
Tabla No.37. Resultados de la pregunta No.13 de la encuesta aplicada.....	91
Tabla No.38. Cruces con la pregunta 1 - El enfoque del MBA cursado por usted es hacia.	92
Tabla No.39. Mediana en enfoques de la pregunta 1 - El enfoque del MBA cursado por usted es hacia.....	92
Tabla No.40. Cruces con la pregunta 11 – Su interés en cursar el MBA se originó principalmente en.	93
Tabla No.41. Mediana en enfoques de la pregunta 11 - Su interés en cursar el MBA se originó principalmente en.....	94
Tabla No.42. Cruces con la pregunta 12 – Al iniciar su MBA usted era.....	94
Tabla No.43. Mediana en enfoques de la pregunta 12 - Al iniciar su MBA usted era.	94
Tabla No.44. Cruces con la pregunta 13 – En caso que usted actualmente dirija un negocio, ¿éste surgió como iniciativa durante sus estudios del MBA?.....	95
Tabla No.45. Mediana en enfoques de la pregunta 13 - En caso que usted actualmente dirija un negocio, ¿éste surgió como iniciativa durante sus estudios del MBA?.....	95
Tabla No.46. Conclusiones de la aplicación del instrumento conforme a las variables evaluadas.	99

2. LISTA DE FIGURAS

Figura No. 1. Relación de empresarios nacientes según nivel educativo.	24
Figura No. 2. Nivel de educación de los socios emprendedores.....	24
Figura No. 3. Exportaciones e importaciones como porcentaje de la renta nacional en el 2007.....	24
Figura No. 4. Exportaciones e importaciones como porcentaje de la renta nacional de EEUU 1960 - 2012.....	48
Figura No. 5. Exportaciones e importaciones como porcentaje de la renta nacional de Colombia 1960 - 2012.....	48

3. INTRODUCCIÓN

El actual desarrollo de los negocios, enmarcado especialmente por la globalización y la revolución de las Tecnologías de la Información y la Comunicación – TICs, genera nuevos desafíos para el siglo XXI; la búsqueda de nuevos mercados, y el posicionamiento en los existentes, implican intensificar las actividades de investigación, innovación y desarrollo de nuevos productos y servicios (Ortíz, 2011). Con base en estos planteamientos, la educación, en términos generales, es un factor que jugará un papel determinante en el desarrollo individual y colectivo, ya que aparte de ser un derecho inherente al desarrollo de la persona, se entiende como un factor que incide en las oportunidades y la calidad de vida de los individuos, de sus familias y de la sociedad (UNESCO, 2005).

En los países desarrollados e industrializados, la educación como pilar de la sociedad se extiende hasta los niveles superiores, siendo un factor de transformación y modernización del aparato productivo, basándose sobre las actividades del conocimiento generado en las universidades, especialmente en la investigación, innovación y desarrollo.

A su vez, esa continua necesidad de conocimiento del sistema productivo, motivada por la globalización de la estructura económica mundial, impulsa el desarrollo de las universidades hacia la innovación, la tecnología y la creación de nuevo conocimiento que aporte a la competitividad de las empresas (Moreno-Brid, 2009). Estos resultados de la academia, se transmiten hacia la economía, a través del capital humano vinculado a las organizaciones, con lo cual, la economía se dinamiza en la medida que se fortalezca la calidad de su equipo de trabajo (Magallanes, 2012).

En las condiciones actuales de globalización, los mercados se vuelven más exigentes con las empresas, y la educación superior toma importancia como contribución al mejor desempeño de los individuos dentro de la organización y hacia el exterior de la misma. En este marco, la formación en negocios, especialmente a nivel de

MBA¹, ha tomado una importancia preponderante a nivel mundial y Colombia no ha sido la excepción a esta tendencia (Torres, 2013).

Los programas de MBA, dentro de sus beneficios, deben ser generadores de iniciativas empresariales, ya sea como mejora de una organización ya existente o como creación de una nueva a partir de una propuesta de emprendimiento. En ambos sentidos, los programas de MBA pueden contribuir al crecimiento económico del país, por lo que este trabajo tiene por objeto identificar, caracterizar y analizar la incidencia que han tenido los programas de MBA que se imparten en la ciudad de Bogotá, como generadores de iniciativas de emprendimiento en sus estudiantes. Así se determinará el nivel de contribución de estos programas al fomento de propuestas emprendedoras, trascendiendo la tradicional expectativa de un mejor posicionamiento individual del egresado dentro de la estructura jerárquica de una organización a la cual se encuentre vinculado.

El rol que debe desempeñar un egresado de un MBA se ha venido revaluando en los últimos años, especialmente a partir de los cambios profundos que se han realizado en las organizaciones como resultado de las crisis económicas como la experimentada a nivel mundial en el año 2008 (Rosenthal, 2010). Un referente en este sentido, es una encuesta que se realizó por Aspen Institute y Net Impact en noviembre de 2008 entre 1850 estudiantes de MBA de 80 programas diferentes en los Estados Unidos, para determinar sus opiniones sobre la relación entre sus carreras, los negocios y los temas sociales y ambientales (Net Impact, 2009).

Entre los resultados más destacados de esa encuesta, se pueden mencionar los siguientes:

- El 31% de los encuestados considera que las empresas trabajan por mejorar la sociedad.

¹ MBA: Master in Business Administration. Maestría en Administración de Empresas. Programa de posgrado, que en general, desarrolla competencias orientadas al mejoramiento y competitividad organizacional (Universidad EAN, 2017)

- El 90% considera que la visión de corto plazo en los negocios es lo que ha conllevado a las recientes y sucesivas crisis económicas.
- El 57% están repensando sus objetivos de carrera, debido a las crisis económicas. En este sentido el 26% de los encuestados mostró alto interés en el emprendimiento y/o pequeños negocios, adicional a un 44% que mostraba algo de interés.

El nuevo contexto global de la economía impulsa la iniciativa empresarial, en la que claramente los egresados de los programas de MBA tienen una participación y liderazgo fundamental, especialmente cuando de proponer nuevas ideas de negocio se trata. Es aquí, cuando las habilidades desarrolladas por los estudiantes de MBA deben estar en contexto con la realidad de los negocios, donde no se limitan al enfoque a resultados, sino a capacidades para gestionar el riesgo y la iniciativa empresarial que requiere la complejidad del mercado global y dinámico actual (Canals, 2012).

El presente trabajo presenta una descripción de la relación que existe entre el emprendimiento, la educación y el desarrollo económico de una sociedad, identificando las iniciativas emprendedoras de egresados de los programas de MBA impartidos en Bogotá D.C. entre 2010 y 2015, así como los factores que contribuyen al cursar un programa de MBA con la generación de la iniciativa empresarial.

Metodológicamente este trabajo se fundamenta en una investigación descriptiva y cuantitativa, basada en primer término en una investigación documental, para lo cual se consultaron fuentes secundarias de información en bases de datos de publicaciones indexadas y sitios web de organismos nacionales e internacionales. Posteriormente, se revisó y definió una metodología para el estudio cuantitativo, realizado a través de un instrumento aplicado a emprendedores consultados de diferentes universidades, los que se identificaron a partir de las investigaciones realizadas en los programas de MBA que se imparten en Bogotá D.C.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta propuesta se enmarca dentro del interés que generan los programas de MBA como educación avanzada de alto nivel, para la formación de gerentes con habilidades para la toma de decisiones en el ámbito organizacional. Inherente a este desarrollo de habilidades, están una serie de características que deben destacar al egresado de esos programas, como son la innovación, la creatividad y la iniciativa, lo que permite que sean profesionales con un alto sentido de desarrollo, crecimiento y sostenibilidad empresarial (Canals, 2012).

Con estas cualidades profesionales, se espera que los egresados de los programas de MBA estén en la capacidad de impulsar el desarrollo económico de las organizaciones a las cuales se encuentren vinculados, y especialmente, puedan generar nuevas alternativas mediante el emprendimiento, entendiendo este como la generación de propuestas empresariales que generan valor, ya sea un crecimiento empresarial rápido, nuevos niveles de empleo, nuevos productos y servicios, entre otros. A partir de una definición formal, se puede manifestar como:

“Entrepreneurship is about identifying and acting upon (enterprising human activity) opportunities that create value (be that economic, cultural or social). Typically, entrepreneurial activities require the leveraging of resources and capabilities through innovation, but the opportunities themselves always relate to the identification of either new products, processes or markets.” (Ahmad, 2008, p.10). [El espíritu empresarial consiste en identificar y actuar sobre las oportunidades (actividad humana emprendedora) que crean valor (ya sea económico, cultural o social). Normalmente, las actividades empresariales requieren el aprovechamiento de los recursos y capacidades a través de la innovación, pero las oportunidades en sí mismas siempre se relacionan con la identificación de nuevos productos, procesos o mercados.]

En este sentido, es fundamental la relación que existe entre academia, gobierno y empresa, ya que entre estos se dan los cambios que necesitan las organizaciones para apropiarse conocimiento y adaptarse a los constantes cambios que actualmente se presentan en el ámbito organizacional, especialmente por los factores internacionales como la globalización, las privatizaciones, el impulso de economías emergentes, entre otros (Gil-Bolívar, 2012).

El identificar, caracterizar y analizar los aportes de los egresados de los programas de MBA, focalizados en la ciudad de Bogotá, en relación con sus iniciativas de emprendimiento permitirá determinar el nivel de pertinencia y relación de la formación en este nivel superior en el campo de la administración, con la tendencia y necesidad del país de impulsar la creación de empresas productivas, sostenibles y sustentables.

El crecimiento individual, que normalmente busca el estudiante de un MBA, no restringe ni es excluyente con la creación de empresas o de establecimientos comerciales, por el contrario, la formación obtenida en este programa brinda las herramientas y desarrolla las habilidades suficientes para que sus egresados tengan la capacidad de innovar en el mercado.

Naturalmente, como toda escuela de conocimiento, cada universidad fortalece o brinda orientación a sus programas hacia unos tópicos determinados. El trabajo propuesto incluye determinar las tendencias de los egresados de los programas de MBA en relación con las iniciativas de creación de empresas o de negocios.

Uno de los casos más destacados, en la relación entre un programa de MBA y el impulso al emprendimiento, es el del INALDE de la Universidad de La Sabana, que tiene entre sus premisas que la creación de riqueza en una empresa o en un país está estrechamente relacionada con el espíritu emprendedor de sus directivos y habitantes (Sepúlveda, 2008).

Con el fin de determinar la incidencia que los programas de MBA impartidos en Bogotá D.C., en el período 2010 – 2015, tuvieron en sus egresados que desarrollaron propuestas de emprendimiento, se realiza con este trabajo una investigación en la universidades que imparten el programa de Maestría en esta ciudad, identificando los emprendedores y consultando con ellos, de forma directa, los factores que consideran fueron relevantes en su formación en el programa y que los impulsaron a realizar sus proyectos empresariales.

4.1 Justificación

La universidad como generador de conocimiento debe ser la que impulse la innovación y el desarrollo en el país, especialmente en los niveles de formación superior como Maestría y Doctorado, dado que en estos niveles está la conformación y desarrollo de grupos y trabajos de investigación (Gómez H. D., 2014).

En este sentido, una Maestría en Administración de Empresas se puede considerar como uno de los pilares fundamentales del desarrollo en la generación de conocimiento e innovación para aplicación y desarrollo de la actividad empresarial en el país, especialmente en la generación de nuevas propuestas para el crecimiento de organizaciones ya operativas o para la creación de nuevas empresas.

En este contexto de generación de conocimiento a partir de la Academia, el presente trabajo tiene una justificación práctica (Bernal, 2010), ya que el estudio y análisis de la incidencia que pueden tener los programas de Maestría en Administración en el impulso del emprendimiento entre quienes cursan estos programas, es un impulso al trabajo investigativo en esta temática. Es así, como la Universidad EAN, en el campo del Emprendimiento y Gerencia, tiene el Grupo de Investigación en Emprendimiento (EAN Entrepreneurship Group, 2019), entre cuyas líneas de investigación están la de Liderazgo y Emprendimiento y la de Creación de Empresas, lo cual genera una proyección hacia el exterior de la Institución, más aun teniendo en cuenta que la misma promueve el emprendimiento sostenible como una filosofía dentro

de su modelo educativo como lo indica en su Manifiesto del emprendimiento sostenible (Universidad EAN, 2018).

Como ejemplo de la integración del tema del emprendimiento en las líneas de investigación a nivel universitario, la Universidad EAN y su Instituto para el Emprendimiento Sostenible, a través de su Entrepreneurship Group, tiene entre sus líneas de investigación la de Pedagogía para el Emprendimiento (Universidad EAN, 2018). Es así, como el investigar sobre la relación entre academia y emprendimiento en los niveles de educación superior ha tomado cada vez más importancia, especialmente por la relación que los dos tienen con la sociedad. En el caso de la academia, las actividades de enseñanza, investigación, transferencia de tecnología y generación de conocimiento, son las funciones esenciales de la universidad, las cuales tienen incidencia directa en el desarrollo integral de la sociedad (Sanabria, 2015). Igualmente, (Sanabria, 2015) indica que actualmente el emprendimiento se puede interpretar como un puente entre la universidad y la sociedad, en donde las ideas que surgen de la primera se transforman en proyectos, que tienen no solamente un objetivo económico, sino que pueden tener un propósito social, ambiental, tecnológico o de conocimiento.

Como criterios que soportan la importancia de realizar el presente trabajo, y conforme a los indicados por (Hernández, 2014), se aplican los siguientes:

- **Conveniencia:** las universidades inciden en el desarrollo de la sociedad en la medida en que generen estudios que impulsen el conocimiento de una disciplina, y trasciendan al mundo productivo (Sanabria, 2015), es así como este trabajo de investigación contribuye con la identificación del nivel de relevancia que están teniendo los programas de Maestría en Administración en el impulso a los emprendedores que surgen de aquellas personas que los han cursado, como un indicador teórico de la relación entre este tipo de programas y la generación de emprendimientos.
- **Relevancia social e implicaciones prácticas:** con base en la revisión de estudios desarrollados en las universidades colombianas, se identifica que hay carencia de

investigaciones en la línea sobre la que se basa este trabajo, por lo que se considera relevante, siendo una primera aproximación en el estudio de la incidencia que los programas de MBA ó Maestría en Administración, en la región o en el país, tienen en la generación de emprendimientos reales, sustentables y sostenibles.

- **Valor teórico:** este trabajo establece un punto de partida para el desarrollo de estudios posteriores que exploren el nivel de incidencia que tienen los programas de Maestría en Administración en el desarrollo emprendedor, y por tanto, empresarial y económico del país. Cada universidad, conforme a sus orientaciones e intereses, podrá establecer lineamientos particulares en sus programas de posgrado en los cuales se incorpore el emprendimiento y poder evaluar el impacto de dicha temática en el desarrollo de la disciplina de la administración de organizaciones.
- **Utilidad metodológica:** los resultados de esta investigación permitirán determinar si las motivaciones para emprender están siendo efectivamente vinculadas con el desarrollo de competencias profesionales desde los programas de posgrado a nivel de Maestría, lo cual de manera directa puede impulsar la permanente evaluación de las propias universidades para determinar este grado de relevancia, lo cual constituye una contribución metodológica que sirva de base para definir posteriores evaluaciones a la población de estudiantes de la Maestría en Administración.

4.2 Preguntas de investigación

La investigación propuesta corresponde a un estudio descriptivo y cuantitativo (Hernández, 2014), el cual permitirá en primera instancia identificar y caracterizar las propuestas de emprendimiento asociadas a los estudiantes de MBA, y posteriormente, analizar la influencia que tuvo ese posgrado en el desarrollo de la iniciativa emprendedora, conforme a los objetivos propuestos, definidos a partir de las siguientes preguntas:

Pregunta general: ¿Cuál es la incidencia de los programas de MBA que se imparten en Bogotá D.C. en la generación de propuestas de emprendimiento?

Preguntas específicas:

¿Cuáles son los enfoques de los programas de MBA que se ofrecen en Bogotá D.C. en relación con el emprendimiento?

¿Cuáles han sido las iniciativas de emprendimiento generadas por estudiantes de los programas de MBA en Bogotá D.C. en el período 2010 – 2015?

¿Cuáles son los segmentos hacia los que se orientan las propuestas de emprendimiento?

¿Cuántas y cuáles son las propuestas que se han implementado? ¿Cuántas y cuáles son las propuestas que se han sostenido y se encuentran actualmente en operación?

¿Qué incidencia tuvo el MBA en el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras en los casos considerados?

4.3 Objetivos

Teniendo en cuenta lo anterior, los objetivos propuestos con esta investigación son los siguientes:

- Objetivo general: caracterizar la incidencia que han tenido los programas de MBA que se imparten en Bogotá D.C. en la generación de propuestas de emprendimiento entre sus estudiantes en el período 2010 - 2015.

Objetivos específicos:

- Describir los enfoques, que los programas de MBA que se ofrecen en Bogotá D.C., tienen en relación con el emprendimiento y su aporte al desarrollo de la iniciativa empresarial en los estudiantes de dichos programas.

- Determinar las iniciativas de emprendimiento generadas por estudiantes de los programas de MBA en Bogotá D.C. en el período 2010 – 2015.
- Identificar los segmentos económicos hacia los que se orientan las propuestas de emprendimiento.
- Determinar las propuestas implementadas y en operación durante el período objeto del estudio.
- Determinar la incidencia de la formación en el MBA en el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras en los casos considerados.

4.4 Resultados esperados

Con el desarrollo del trabajo propuesto, se espera:

- Obtener una relación descriptiva de las propuestas de emprendimiento originadas por los estudiantes de los programas de MBA ofrecidos por las universidades en Bogotá D.C.
- Conocer las tendencias en los enfoques de las propuestas de emprendimiento generadas por los estudiantes de los programas de MBA que se ofrecen en Bogotá D.C.
- Conocer el nivel de desarrollo y sostenibilidad de las propuestas de emprendimiento implementadas.
- Determinar el grado de trascendencia que tiene la formación en emprendimiento, de los estudiantes de MBA en Bogotá D.C., a partir de las propuestas de los mismos y en relación con el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras.

5. MARCO TEÓRICO

5.1 El emprendimiento como pilar del desarrollo económico

En el contexto colombiano hay una participación tripartita en el desarrollo económico del país, conformada por el Estado, la universidad y la empresa, de cuyas interrelaciones surgen iniciativas, que se apalancan especialmente en la innovación, como mecanismo para el impulso del desarrollo económico de la sociedad colombiana. Dentro de ese apoyo a esa relación de estos tres actores, se han conformado Comités Universidad – Empresa - Estado en varias regiones del país, desde el año 2007 y con la coordinación conjunta del Ministerio de Educación Nacional y Colciencias (Ramírez, 2010).

Esa relación entre la academia, el estado y el sector productivo, se refleja en una visión crítica de la realidad empresarial del país, más aún teniendo en cuenta los niveles de desarrollo organizacional en las MiPyMEs², que en su gran mayoría son las que absorben la mayor masa laboral del país (Revista Dinero, 2016). Es así, como en general, los programas de Administración de Empresas, tienen un alto grado de compromiso social, al ser formadores de profesionales que deben integrar aspectos sociales, empresariales, ambientales, generando oportunidades de desarrollo en las organizaciones (Reficco, 2009). Con estos aspectos, se abren muchas oportunidades para la generación de nuevas alternativas, especialmente por los factores de apertura y globalización del mercado internacional, del que naturalmente hace parte Colombia.

Sin embargo, encuestas recientes indican que los factores de motivación para el emprendimiento dependen de las necesidades económicas del individuo y de su nivel educativo, y en relación con este último, se encuentra una relación inversa (Varela R. G., 2014), como se puede apreciar en la siguiente tabla:

² MiPymes. Micro, pequeñas y medianas empresas. Se definen conforme a la Ley 905 de agosto 2 de 2004. (MinComercio Industria y Turismo, 2017)

Tabla No.1. Relación de la motivación empresarial según nivel educativo.

Nivel educativo	Porcentaje empresarios
Primaria	33%
Secundaria	22%
Técnica	15%
Universitaria	16%
Posgrado	12%

Empresarios nacientes/nuevos impulsados por necesidad vs Nivel educativo. Colombia 2013.
Fuente: (Varela R. G., 2014)

De acuerdo con los datos anteriores, los empresarios con educación en el nivel superior corresponden al 28%. Esto se correlaciona con los datos estadísticos siguientes, presentados por el DANE, en donde se indica el nivel educativo de los dueños de Micronegocios³. Con base en esos datos, el 20,1% de los propietarios de Micronegocios tienen formación superior.

Teniendo en cuenta que en este informe del DANE se manifiesta que en el año 2015 se identificaron 4,7 millones de Micronegocios, se tendría que 944.700 corresponden a propietarios con nivel de Educación Superior.

Tabla No.2. Nivel educativo y género de los dueños de Micronegocios.

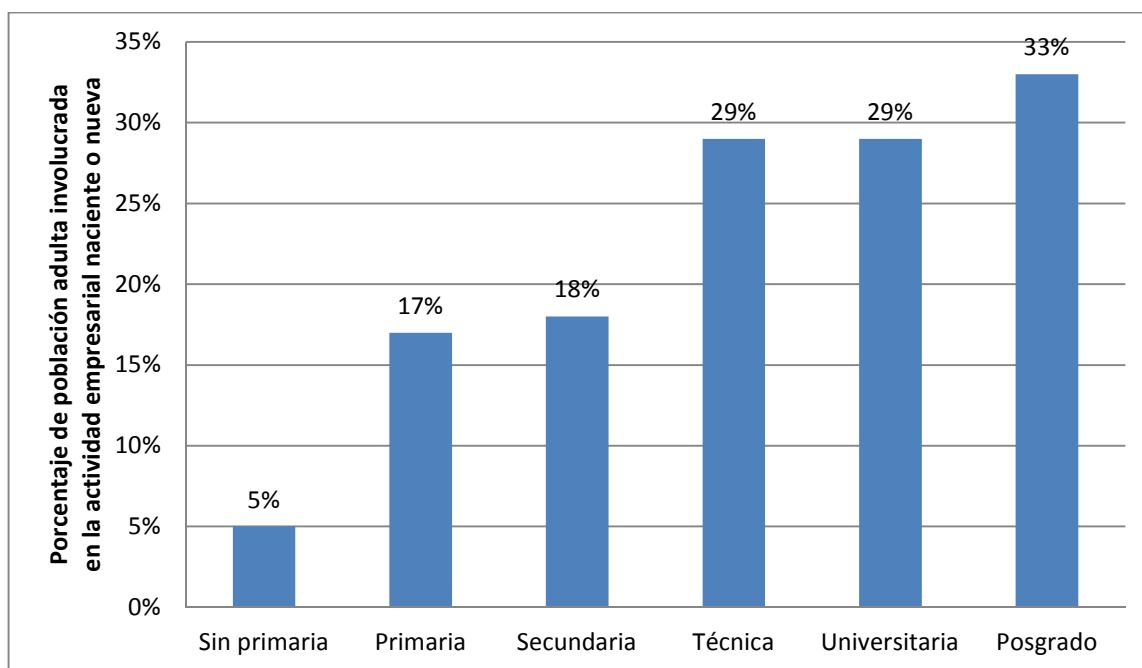
Nivel educativo de los dueños de los Micronegocios	Total (miles)	Total Hombres (miles)	Total Mujeres (miles)	Porcentaje Total	Porcentaje Hombres	Porcentaje Mujeres
Ninguno	196	92	104	4,2	46,9	53,1
Primaria	1.341	705	636	28,8	52,6	47,4
Secundaria	2.185	1.152	1.033	46,9	52,7	47,3
Superior o universitaria	939	507	432	20,1	54,0	46,0
No informa	1	0,0	1	0	0,0	100,0
Total	4.662	2.456	2.206	100	52,7	47,3

Fuente: (DANE, 2016)

Aún así, de los empresarios nacientes, el mayor porcentaje lo conforman los de posgrado, según se puede apreciar en la siguiente figura (Varela R. G., 2014):

³ Micronegocios. Unidades económicas con hasta 10 personas ocupadas en los sectores de industria, comercio, construcción, hoteles y restaurantes, transporte, almacenamiento, comunicaciones, y los demás servicios. (DANE, 2016)

Figura No. 1. Relación de empresarios nacies según nivel educativo.



Fuente: (Varela R. G., 2014)

En el caso de un estudiante de un programa de MBA, generalmente cuenta con una experiencia profesional, y una vivencia del ámbito empresarial, que le permiten tener elementos fundamentales para estar en la capacidad de estructurar un modelo de negocio. En este marco, algunas de las líneas de investigación desarrolladas en los programas de MBA en el país se enfocan al Emprendimiento y Empresarismo (Villegas D. T., 2010).

Estas investigaciones deben contribuir al desarrollo de modelos empresariales competitivos, científicos y tecnológicos, que son objetivos establecidos por la Política Nacional de Competitividad y Productividad de Colombia y la Ley 1286 de 2009 que formaliza el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, que entre varios objetivos tiene el de crear nuevas empresas basados en investigación, desarrollo tecnológico e innovación. Esto se correlaciona con el concepto de Spin-off⁴ (Thomas, 2011), en el cual, de las mismas empresas ya estructuradas, surgen nuevas iniciativas de

⁴ Spin-off. A new business created by separating part of a company. (Cambridge University Press, 2017)

emprendimiento, ya sean vinculadas a las empresas de origen en lo que denomina intraemprendimiento (Romero, 2015) o como nuevas organizaciones.

Diversos estudios, tanto a nivel nacional como internacional, relacionan la actividad emprendedora con el progreso económico. Algunos autores establecen un vínculo bidireccional, entre el emprendimiento y la actividad económica de una zona, basado en que las condiciones favorables que ésta ofrezca para el desarrollo del emprendimiento, se retroalimenta de manera positiva en un mayor desarrollo económico y social para la región (Durán, 2015).

Entre los factores que relacionan el emprendimiento con el desarrollo económico, se pueden destacar (Durán, 2015):

- El capital humano.
- El gasto fiscal.
- La ubicación de la zona.
- El nivel de inmigración de la zona.
- Factores de gobierno y seguridad.
- El nivel de educación de los habitantes de la zona.
- El nivel de desempleo.

Con base en el estudio de (Durán, 2015), fundamentado en información del año 2005, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

- Mayores tasas de emprendimiento inducen mayores niveles del PIB⁵ en los municipios de Colombia.
- Mayores tasas de educación superior llevan a un mayor nivel de PIB.
- A su vez, mayores tasas de PIB impactan positivamente en las tasas de emprendimiento.

⁵ PIB. Producto Interno Bruto: Es el total de bienes y servicios producidos en un país durante un período de tiempo determinado. Incluye la producción generada por nacionales residentes en el país y por extranjeros residentes en el país, y excluye la producción de nacionales residentes en el exterior. (Banco de la República - Colombia, 2013)

- Poblaciones con mayores niveles de urbanismo y modernidad, conllevan a mayores niveles de emprendimiento.
- La tasa de inmigración también tiene un efecto positivo directo en el nivel de emprendimiento de la región.
- La tasa de desempleo presenta, igualmente, un efecto positivo, ya que a mayor desempleo se induce a la creación de empresas, lo que se denomina un efecto refugio para las personas que no logran obtener un empleo.

A nivel internacional, se ha determinado que el emprendedor tiene un papel importante en la sociedad, siendo el motor de crecimiento, especialmente después de períodos críticos, como en las posguerras o de fuertes recesiones. Ante estas situaciones, generalmente, los gobiernos impulsan los mecanismos para la creación de empresas, con ayuda entre otros, de la academia, ya que a través de la investigación se soporta la ejecución de planes y políticas a favor del emprendimiento (Marulanda, 2014).

El emprendedor como ejecutor de la iniciativa empresarial ha sido el centro de diversos estudios, desde varios enfoques como el psicológico, el sociológico, el económico, entre otros, en los que en general, se obtienen unas características que destacan a este individuo, ya sea por conductas, habilidades y destrezas para generar iniciativas de desarrollo empresarial (Rodríguez, 2016). En general, no sólo se puede considerar al emprendedor como un ser con mentalidad diferente, sino con una carácter especial que conlleva a un desarrollo personal y empresarial como una alternativa cultural y de vida para ese individuo.

El emprendimiento es el resultado de unos factores que confluyen en los objetivos de su ejecutor, como son (Marulanda, 2014): las aspiraciones del emprendedor, sus competencias y recursos, las condiciones del entorno en lo referente a incentivos y oportunidades para el desarrollo empresarial.

El emprendimiento se ha constituido en objeto de estudio e investigación en los últimos 40 años, por entidades gubernamentales, organismos multilaterales, y

especialmente, por la academia (Serrano-Bedia, 2016). Los principales enfoques de los estudios realizados son los siguientes:

Tabla No.3. Enfoques de estudio del emprendimiento.

Perspectiva	Detalles y enfoque
Psicológica	Desarrollada en los años 70s. Emprendimiento individual.
Cualitativa	Desarrollada en los años 80s. Emprendimiento corporativo, desempeño de nuevas empresas y su financiación.
Multidisciplinaria	Desarrollada en los años 90s. Teorías y metodologías.
Multitemática	Primera década del siglo XXI. Los individuos y sus oportunidades. Emprendimiento en otros ámbitos: social, institucional, ambiental.

Autoría propia
Fuente: (Serrano-Bedia, 2016)

Lo anterior demuestra lo dinámico que ha sido el estudio del emprendimiento, sobre el cual se han desarrollado teorías, investigaciones y estudios, los que se han venido incrementando, especialmente, desde la perspectiva cuantitativa de publicaciones científicas y académicas. Es así, como en la revisión realizada por (Serrano-Bedia, 2016) se estudió una muestra de 387 artículos contenidos en 49 *special issues*, publicados en 23 revistas diferentes, las que se distribuyeron temporalmente, de la siguiente manera: 15 números publicados en 2011, 16 números en 2012 y 18 en 2013.

Algo destacable del estudio citado de (Serrano-Bedia, 2016), tiene que ver con las líneas de investigación identificadas en el conjunto de artículos revisados, las que se pueden resumir en la Tabla No.4:

Tabla No.4. Líneas de investigación identificadas en el estudio.

Línea de investigación	Número de artículos	Porcentaje del total
Análisis del campo en general	83	21,45%
Emprendimiento corporativo	45	11,63%

Emprendimiento y desarrollo económico	43	11,11%
Emprendimiento social	39	10,08%
Contexto y proceso	37	9,56%
Educación para el emprendimiento	33	8,53%
Características de los emprendedores	32	8,27%
Emprendimiento y empresa familiar	19	4,90%
Emprendimiento internacional	18	4,65%
Emprendimiento académico	17	4,39%
Otros temas	21	5,43%
Totales:	387	100,0%

Autoría propia
Fuente: (Serrano-Bedia, 2016)

De estas líneas de investigación, se pueden destacar los siguientes aspectos:

- Emprendimiento y desarrollo económico: el 43,3% de la muestra es originada en Europa y el 29,7% en América. Los temas principales de investigación se refieren a la relación en emprendimiento, competitividad y desarrollo económico; el rol del emprendimiento femenino, y la relación entre emprendimiento y pobreza.
- Educación para el emprendimiento: el 66,7% de la muestra es originada en Europa y el 16,6% en Multipaíses. Los temas principales de investigación se refieren al impacto de la educación en el emprendimiento, su evolución y efectividad de cursos de formación; la importancia de la educación en el emprendimiento social; el impacto de la educación en emprendimiento en el contexto regional, y la influencia de las políticas gubernamentales para fomentar el emprendimiento.
- Emprendimiento académico: correspondiente al 4,39% de la muestra, los estudios identificados básicamente se basan en evaluaciones empíricas (82,3% correspondientes a 14 estudios) y de naturaleza cuantitativa, mientras el resto son de

carácter cualitativo basados en estudios de casos. En esta temática se identificaron tres aspectos primordiales: una revisión profunda de la situación actual, los efectos legislativos sobre el emprendimiento y los efectos socioeconómicos del emprendimiento académico, liderado por universidades emprendedoras, a partir de su transferencia tecnológica a las regiones.

Entre las conclusiones de este estudio (Serrano-Bedia, 2016), se resalta la evidencia del dinamismo que el tema del emprendimiento ha tenido en la última década; lo variado de las temáticas que cubre, entre las que se destaca su relación con el desarrollo económico y social, la relación con la educación; los tipos de investigaciones realizadas, entre lo cual sobresale la naturaleza y las metodologías aplicadas, como son los trabajos empíricos, cuantitativos y con análisis de regresión, descripción, estudios de casos, ecuaciones estructurales y datos de panel. Otro aspecto que se destaca es la mayoritaria participación de fuentes de Europa y Estados Unidos, lo que denota la importancia que tiene el tema en esas dos áreas geográficas.

Lo anterior permite identificar en el emprendimiento un tema de estudio e investigación bastante amplio y con perspectivas, desde distintos enfoques. Entre los distintos aspectos que puede cubrir este tema, hay uno que socialmente ha tomado un significado especial, como lo es el de la participación de la mujer en el desarrollo económico de un país, a partir de propender por la igualdad de oportunidades y beneficios.

En la última década, a nivel global, el papel de la mujer como emprendedora ha tomado un protagonismo importante, pasando del típico rol de persona dedicada a las actividades del hogar y la familia, a ser una protagonista en el ámbito económico, a partir de sus posibilidades de educación, creatividad e innovación (Saavedra, 2015).

En el caso de América Latina, según (Saavedra, 2015), la mujer genera actividades de emprendimiento como respuesta a sus necesidades laborales, las que aún se encuentran limitadas o en desventaja frente al género masculino, especialmente por

las oportunidades en educación, acceso al crédito, responsabilidades familiares, las que constituyen un gran desafío adicional al de desarrollar una empresa o negocio. Entre los aspectos más destacados del estudio publicado por (Saavedra, 2015), se pueden destacar los siguientes:

- Según el GEM⁶ Women, en 2012 se estimó que la tercera parte de los emprendedores a nivel mundial eran mujeres. Se considera que existen dos razones para que una persona sea emprendedora, por oportunidad o por necesidad. En los países con bajos niveles de renta personal, la segunda causa es la más común.
- Aún en los países desarrollados, una de las motivaciones para que las mujeres incursionen en el mundo del emprendimiento, tiene que ver con la imposibilidad de ascender con sus profesiones dentro de una organización como lo esperarían. Adicionalmente, buscan armonizar sus actividades laborales con sus responsabilidades familiares, especialmente como madres.
- La mayor parte de las actividades emprendedoras de las mujeres se orientan al sector comercial, mientras los hombres se orientan preferentemente al sector servicios e industria. Esto básicamente justificado por las diferencias de acceso a capital y recursos en infraestructura.
- Existente diferencias notables en los rendimientos obtenidos en las empresas o negocios creados por hombres o mujeres, siendo mayores en el caso del género masculino. Esto se explica, en esencia, porque los hombres se orientan prioritariamente a los aspectos financieros y económicos, con parámetros de evaluación la rentabilidad y las inversiones. Por su parte, las mujeres empresarias dan más importancia a la calidad de vida, avanzando progresivamente, en la medida en que puedan atender sus intereses laborales con sus responsabilidades familiares y personales.
- La experiencia laboral previa al desarrollo de una actividad emprendedora es diferente entre hombres y mujeres, normalmente es mayor en los primeros y eso facilita que sus emprendimientos sean más estables y sobrevivan en el tiempo, respecto a los de

⁶ GEM. Global Entrepreneurship Monitor. Estudio Mundial de Emprendimiento, tiene por objeto brindar información confiable a los emprendedores a nivel mundial, con el apoyo de la ONU, el Foro Económico Mundial, el Banco Mundial y la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico OCDE, proporcionando datos, informes y opiniones de expertos. <http://gemconsortium.org/>

la contraparte femenina. Esto indica la necesidad que se tiene de formación en emprendimiento para que las mujeres puedan tener mejores oportunidades de sostenibilidad de lo que hasta el momento han tenido.

5.2 La Universidad y su relación con el emprendimiento

Recientemente, se identificó que las escuelas de negocios de los EEUU están realizando seguimientos a las *startups*⁷ generadas por los egresados de sus programas de MBA (Gellman, 2014), dado el impulso que los egresados están dando el emprendimiento, el cual incluso, se vuelve en un factor de marketing para dichas escuelas por la relevancia que tiene dicha proyección empresarial. Entre las escuelas de negocios partícipes en estas evaluaciones, se encuentran el Centro de Emprendimiento Rock de la Escuela de Negocios de Harvard, la Escuela de Posgrado en Negocios de Stanford, la Escuela de Negocios Booth de la Universidad de Chicago y el Centro de Emprendimiento Eugene Lang de la Escuela de Negocios de la Universidad de Columbia.

Entre las causas de la orientación de los programas de MBA hacia el emprendimiento, una muy importante es la relacionada con los cambios en el entorno económico, especialmente cuando se presentan crisis, los estudiantes replantean sus objetivos y el emprendimiento surge como una alternativa con un costo de oportunidad bajo que lo hace atractivo (Gellman, 2014).

Uno de los principales parámetros que se puede analizar en la incidencia que el emprendimiento tiene en el desarrollo social y económico de un país, es evaluar su impacto en función de su velocidad de crecimiento, rentabilidad y sostenibilidad, lo que se refleja en lograr un nivel de ventas significativo en su primera década de operación (Cámara de Comercio de Bogotá, 2012).

⁷ Startups. A group that provides resources for entrepreneurs and business individuals to post questions, information, jobs, and more. Mainly targeted at alumni networks. (Harvard University Office of Technology Development, 2011)

Con base en este último estudio citado, se pueden determinar los siguientes tipos de emprendimiento:

Tabla No.5. Tipos de emprendimiento según cifras de resultados.

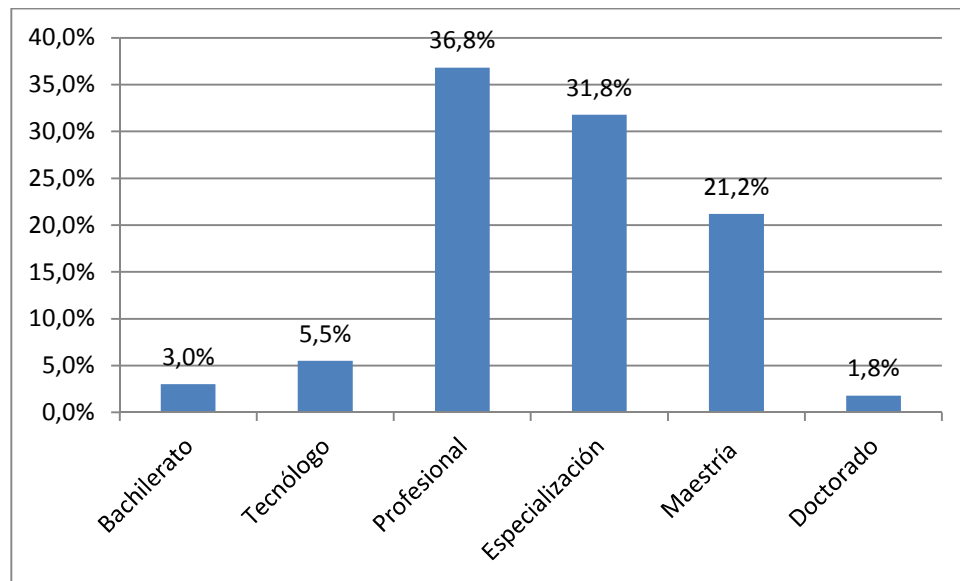
Tipo de Emprendimiento	Crecimiento	Rentabilidad	Sostenibilidad
Alto Impacto	Ventas >\$6.000 MM COP	>10% en el 2010	Promedio histórico de margen operativo >7%
Dinámico	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas iniciales de \$400MM COP en sus 3 primeros años • Potencial de llegar a \$4.000MM COP en el año 10 	>8% en el 2010	Promedio histórico de margen operativo >4%
Tradicional	Resto de las empresas fundadas en la última década		

Fuente: (Cámara de Comercio de Bogotá, 2012)

El emprendimiento dinámico se fundamenta en la obtención de metas altas de crecimiento a partir de propuestas innovadoras de sus actividades, las cuales sirven de línea base para sus competidores, demostrando qué es viable ir más allá de los parámetros establecidos. Este impulso beneficia, no solamente a las empresas en el desarrollo de sus actividades, sino también a la sociedad, en la medida en que se repliquen los modelos exitosos, con lo cual se da un impulso al conocimiento y avance en la materia, con lo cual se logra tener un alto impacto en la sociedad (Vesga, 2015).

El estudio desarrollado y publicado por (Vesga et al., 2015), focalizado en emprendedores dinámicos, correspondientes a 178 empresas en 28 ciudades y 15 departamentos de Colombia, identificó que la mayoría de los mismos contaban con estudios universitarios de pregrado, especialización y maestría, conforme a la siguiente gráfica:

Figura No. 2. Nivel de educación de los socios emprendedores.



Fuente: (Vesga et al., 2015)

Con base en la gráfica anterior, se identifica que el 89,8% de los emprendedores objeto del estudio señalado, tienen alta formación académica correspondiente a niveles universitarios, lo cual permite identificar la importancia de la educación como base para la generación e implementación de propuestas de emprendimiento, que en el caso de ese estudio son de tipo dinámico.

El emprendimiento ha sido objeto de evolución en su estudio, pero la enseñanza para el emprendimiento también ha evolucionado con el transcurrir de las décadas. Las primeras tendencias en formación en emprendimiento se basaban en conferencias impartidas por empresarios exitosos, en las cuales, transmitían sus experiencias personales, por tanto, eran cursos orientados a la motivación con base en acciones realizadas en casos específicos, que no brindaban herramientas generales a los asistentes para formarse como emprendedores (Castillo, 1999).

La formación en emprendimiento se estructura y evoluciona como un renglón en la formación empresarial, por lo que empieza a estructurarse una base teórica, desde la cual se desarrollan análisis estratégicos, sistemas de comunicación, inteligencias

organizacionales, entre otros aspectos, con los cuales se crean modelos aplicables a distintos entornos y actividades económicas (Castillo, 1999).

La inclusión del emprendimiento en el ámbito académico se manifiesta en el incremento de la oferta de programas que lo contemplan dentro de sus planes de formación profesional. En el caso de los Estados Unidos, entre 1971 y 1997, se pasó de 16 a 800. Uno de los criterios que más se ha posicionado, en la orientación de los cursos de formación en emprendimiento, es el de la creación y aplicación de modelos teóricos para determinar la toma de decisiones, sin perder la consideración de que el emprendimiento se fomenta como una manera de pensar y actuar (Castillo, 1999).

Entre los pioneros en el desarrollo de modelos aplicados a la práctica, enfocados al emprendimiento, está el de Jeffrey Timmons, que fue profesor de emprendimiento en Babson College, Harvard Business y Northwestern University, y quien desarrolló un modelo basado en su experiencia acumulada en 20 años de estudios y actividades empresariales, fundamentado en tres pilares: el mercado, las personas y los recursos. Estos pilares, según el modelo Timmons, se entrelazan entre sí, sujetos al efecto de las personas que dirigen la empresa. Bajo este precepto, las ideas se transforman en oportunidades, los recursos que se requieren se determinan y las evaluaciones se realizan con base en múltiples alternativas (Cuevas, 2011).

Entre otros autores destacados que han impulsado el estudio del emprendimiento, se encuentra a Howard Stevenson, profesor de Harvard, quien planteó que la decisión emprendedora es el resultado de un sistema de gestión soportado más en las oportunidades que en los recursos (Cuevas, 2011). El planteamiento de Stevenson contempla cuatro elementos clave, que son la base sobre la cual se debe impartir la educación en emprendimiento (Cohan, 2011):

- **Conocimiento:** es útil en situaciones específicas, pero lo más importante es la capacidad para determinar qué es lo que se necesita saber y aprenderlo.
- **Habilidad:** para realizar un trabajo duro y lograr el objetivo en corto plazo y conforme a las condiciones establecidas.

- **Alternativas:** conocer diferentes casos de la vida real, tanto exitosos como fracasados, de tal forma que se conozcan una variedad de alternativas de desarrollo empresarial.
- **Actitud:** para Stevenson es el más importante, considera que es lo que brinda seguridad y confianza al emprendedor al afrontar los retos y dificultades en el desarrollo empresarial, especialmente al momento de presentar y justificar sus proyectos.

A partir de los pilares establecidos por autores como Timmons y Stevenson, la academia estructuró modelos de formación para los emprendedores, uno de los que más aceptación e implementación ha tenido es el de Steve Pinelli, el cual se basa en tres elementos fundamentales, así (Cuevas, 2011):

- **Elaboración del plan de empresa:** en esencia se considera como la ruta o mapa que seguirá la empresa en su desarrollo, basado en el modelo de Timmons, fija los objetivos, la manera de alcanzarlos, y especialmente, el proceso para generar riqueza y distribuirla.
- **Contacto con la realidad y su interpretación:** se basa en el contacto directo con emprendedores, el análisis de las experiencias compartidas, lo que enriquece el proceso formativo, tanto al interior como al exterior de la academia.
- **Los casos:** el análisis de situaciones presentadas impulsa el desarrollo del pensamiento estratégico, a partir de la comparación basada en la captura de información relevante, su consolidación, evaluación y uso para la toma de decisiones.

Por lo general, la estructura de un programa académico orientado al emprendimiento cubre el desarrollo de competencias emprendedoras, mediante estrategias y metodologías diseñadas para el proceso enseñanza – aprendizaje (Gómez M. P., 2011).

En la mayoría de Instituciones de Educación Superior en Colombia, correlacionan los programas sobre emprendimiento con la creación de nuevas empresas y la administración de pequeños negocios, por lo que la formación no se plantea para el emprendimiento, con el consiguiente estudio y desarrollo de habilidades del

emprendedor, sino como un curso convencional de administración de MiPymes (Gómez M. P., 2011).

Se considera que la formación para el emprendimiento debe basarse en el desarrollo de competencias, las cuales se proyectan como un enfoque pedagógico y didáctico, cuyo objetivo es el de mejorar la calidad de la formación, los procesos de capacitación para el trabajo y la formación de investigadores en el área correspondiente (Tobón, Formación Basada en Competencias: Pensamiento Complejo, Diseño Curricular y Didáctica, 2006).

Con base en la perspectiva planteada por (Tobón, Formación Basada en Competencias: Pensamiento Complejo, Diseño Curricular y Didáctica, 2006), el proceso de formación debe integrar las siguientes facetas:

- El saber hacer: aplicación de procedimientos y estrategias.
- El saber conocer: comprensión del contexto.
- El saber ser: desarrollar iniciativa y motivación.

Con base en lo anterior, y considerando una realidad en constante cambio, las competencias se desarrollarán para tener una autonomía intelectual, una conciencia crítica, creatividad y espíritu de reto, elementos que son propios de un emprendedor y con los cuales podrá transformar el contexto externo (Tobón, Las competencias en el sistema educativo: De la simplicidad a la complejidad., 2004).

Se consideran competencias básicas para un proceso emprendedor, las siguientes (Gómez M. P., 2011): conformación de redes, resolución de problemas, orientación al logro, enfrentar riesgos, trabajo en equipo, creatividad, autonomía e iniciativa.

Sobre estas competencias básicas, en general, los programas de formación en emprendimiento estructuran sus contenidos, los elementos básicos de competencia y los criterios de desempeño. Las estrategias de enseñanza en emprendimiento deben

definirse claramente en los objetivos deseables y el tipo de impacto a lograr en los estudiantes (Gómez M. P., 2011).

Debido a las condiciones cambiantes del entorno económico, social, ambiental, entre otros, a los que el mundo de las organizaciones se ha visto enfrentado en las últimas dos décadas, se han revaluado los paradigmas del emprendedor, pasando del empresario pragmático hacia el empresario con una visión soportada en conocimientos y actitudes, que le permitan adaptarse a las condiciones del entorno (Sepúlveda, 2008).

En el caso de Colombia, y específicamente en la ciudad de Bogotá, los programas de MBA han incorporado en sus planes de estudio cursos orientados al emprendimiento. Los ejemplos más destacados de esto, son los siguientes:

- **Universidad de La Sabana:** su Escuela de Dirección y Negocios INALDE, fundada en 1985, incorporó desde el 2001 en su programa de MBA el curso “Nuevas Aventuras Empresariales – NAVES”, el cual tiene por objetivo fomentar en los estudiantes el desarrollo de oportunidades de negocio, ya sea como emprendedores independientes o como intraemprendedores. Este curso se imparte en el último semestre del MBA, y en su desarrollo los estudiantes deben elaborar y presentar un plan de negocios, el cual hace parte de su trabajo de grado para optar al título correspondiente (Sepúlveda, 2008).
- **Universidad Externado de Colombia:** en su programa de MBA, incluye en el primer semestre, la unidad académica de Emprendimiento y desarrollo de la capacidad empresarial con una intensidad de 24 horas, correspondiente a 2 créditos de un total de 65 créditos (Universidad Externado de Colombia, Universidad Externado de Colombia, 2017).
- **Universidad de Los Andes:** en el segundo semestre de su programa de MBA contempla el curso Emprendimiento e Innovación con 24 horas, correspondiente a 2 créditos de un total de 59 (Universidad de Los Andes, Universidad de Los Andes, 2017).
- **Universidad Sergio Arboleda:** en su plan de estudio del MBA en el tercer ciclo correspondiente a competencias específicas, contempla el curso de Emprendimiento e

Innovación con 30 horas presenciales, correspondiente a 2 créditos de un total de 45 (Universidad Sergio Arboleda, 2017).

- **Universidad EAN:** dentro de las unidades de estudio transversal, incluye la de Iniciativa y desarrollo empresarial, correspondiente a 3 créditos de un total de 52, la cual se enfoca al desarrollo de competencias emprendedoras vinculadas con la identificación y el aprovechamiento de oportunidades de proyectos y negocios (Universidad EAN, 2017).
- **Universidad Nacional de Colombia:** en su programa de Maestría en Administración ofrece el curso de Innovación y Emprendimiento – Herramientas para la generación de dinamismo económico, correspondiente a 3 créditos de un total de 56 créditos (Universidad Nacional de Colombia, 2017).

Lo anterior permite visualizar el espacio académico que el emprendimiento ha ido adquirido en los programas que se imparten a nivel de Maestría en las principales universidades de Bogotá D.C. Sin embargo, aún se mantiene el enfoque tradicional de orientar los cursos de emprendimiento hacia la creación de empresa y el plan de negocio, integrándose al marco general de los programas de posgrado en Administración, que tienen una fuerte orientación a los proyectos de inversión, mercadeo y finanzas (Porras, 2015).

Entre los aspectos que más se deben impulsar en la formación en emprendimiento, están el fomento de la cultura emprendedora, la innovación, modelos asociativos, creatividad, iniciativa empresarial, aspectos legales, modelos de financiación y la motivación hacia el logro. Estos aspectos se derivan de los enfoques formadores que las instituciones definan en sus programas, lo cual requiere a su vez, de que los docentes se encuentren formados y orientados hacia los mismos. De tal forma, se pueden plantear enfoques hacia las capacidades, los tipos de emprendimientos y el tipo de impacto que se quiere lograr en la sociedad. Estos enfoques o diseños conceptuales se asocian con la formación perceptiva de la realidad, motivacional, de capacidades, de acciones e interacciones dinámicas que se pueden revisar en modelos desarrollados internacionalmente (Porras, 2015).

Los perfiles de los docentes son fundamentales para lograr avanzar en la formación en emprendimiento, considerando básicamente que deben reunir los siguientes aspectos generales (Pertuz-Peralta, 2016): entre sus habilidades ser facilitador del proceso enseñanza-aprendizaje, habilidad en la comunicación bidireccional, fomento del trabajo en equipo, capacidad de enseñar en procesos y contextos prácticos, capacidad para evaluar y controlar procesos y resultados, promover la habilidad para plantear alternativas para solucionar problemas, capacidad para identificar las necesidades de sus estudiantes.

5.3 Políticas que impulsan el emprendimiento en Colombia

En las dos últimas décadas el tema del emprendimiento ha tomado un lugar importante en las políticas económicas gubernamentales, al punto de contar con la Ley 1014 del 26 de enero de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento expedida por el Congreso de la República (Mincomercio Industria y Turismo, 2006). Entre los aspectos más relevantes que se encuentran en esta Ley, se tienen los siguientes:

- **Definición de emprendedor:** es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.
- **Objeto:** entre otros, tiene el propósito de promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos del país; disponer de unos principios para establecer las bases para una política de Estado que promueva el emprendimiento y la creación de empresas dentro de un marco jurídico e institucional; establecer un vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo, para lo cual a través de una cátedra de emprendimiento, se generen competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y empresariales; impulsar el desarrollo productivo de las MiPymes innovadoras y fomentar la sostenibilidad de las nuevas empresas, a través de las redes para el emprendimiento, con un acompañamiento adecuado.
- **Obligaciones del Estado:** promover en todo nivel educativo, la relación entre el sistema educativo y el sistema productivo; generar asignación de recursos públicos, a

través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para el apoyo a las redes de emprendimiento; impulsar acuerdos con entidades financieras, para que los nuevos empresarios obtengan créditos, teniendo como garantía sus planes de negocios, teniendo aval en los miembros de la Red Nacional para el Emprendimiento.

- **Red Nacional para el Emprendimiento:** adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, está integrada por delegados de ese Ministerio, así como de las carteras de Educación Nacional y la Protección Social, el SENA, el Departamento Nacional de Planeación, ColCiencias, la Asociación de Universidades (ASCUN), la de Instituciones Tecnológicas (ACIET), la de Instituciones Técnicas Profesionales (ACICAPI), la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas – ACOPI, la Federación Nacional de Comerciantes – FENALCO, de la Banca de desarrollo y microcrédito, de las Asociaciones de jóvenes empresarios, de las Cajas de Compensación Familiar, de las Fundaciones dedicadas al emprendimiento y de las incubadoras de empresas del país.

- **Fomento de la cultura del emprendimiento:** se establecen unos objetivos específicos de la formación para el emprendimiento; enseñanza obligatoria en los niveles de educación, desde preescolar hasta media, dentro de un marco denominado Cátedra Empresarial; formación de formadores; en los niveles técnico, tecnológico y universitario se podrá ofrecer el desarrollo de planes de negocio, como opción en reemplazo de los trabajos de grado; voluntariado empresarial y actividades de promoción impulsadas por las Cámaras de Comercio.

Esta Ley constituye un primer paso en la estructuración de una política pública orientada al emprendimiento, entendiendo por política pública como el conjunto de decisiones que una autoridad gubernamental establece para realizar acciones en procura de unos objetivos bien definidos (Tarapuez E. O., 2013).

Si bien es cierto, que hubo dos antecedentes correspondientes a la Ley 590 de 2000 que permitió la creación del Fondo Emprender y la expedición en ese mismo año del documento de “Política para el fomento del espíritu empresarial y la creación de empresas” que fue liderado por el Ministerio de Desarrollo Económico, estos fueron más

impulsados por la necesidad de la época de reducir los altos niveles de desempleo que estaban entre el 19,7% y el 20,5% durante el año 2000 (DANE, 2000), lo cual se evidenciaba en que durante el período del gobierno de Andrés Pastrana de 1998 a 2002 se tenían los más altos índices históricos de desempleo en el país (Villegas A. , 2003).

En el desarrollo de las acciones que han impulsado el emprendimiento en Colombia, conforme a (Tarapuez E. O., 2013), se han tenido los siguientes aspectos por resaltar:

- Entre los grupos de mayor influencia en la inclusión del emprendimiento en las agendas de gobierno entre 2002 y 2010 se destacaron las universidades y el SENA, y sectores de empresarios, gremios e incubadoras de empresas.
- Con miras a una política de emprendimiento, se consideraron fundamentales la experiencia y el liderazgo de las personas y entidades que impulsan el emprendimiento.
- Entre las recomendaciones estratégicas para las políticas de emprendimiento, se considera prioritario orientarse hacia sectores de exportación y con base tecnológica, seguido de un enfoque integral y de largo plazo.

Las políticas y programas gubernamentales, son de las variables estructurales que más condicionan el desarrollo de iniciativas empresariales en el país, lo cual es una generalidad en el contexto regional latinoamericano. Por el contrario, en otras latitudes, como en Europa, se considera que la condición estructural más relevante es la educación, como lo determinó el Global Entrepreneurship Monitor en el año 2014, (Varela R. M., 2014).

En el año 2009, se adoptó oficialmente en Colombia la Política Nacional de Emprendimiento – PNE, a través de un documento emitido en julio de ese año por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MCIT, 2009), y en el que se indica la participación del Estado en tres aspectos fundamentales:

- Promotor de la alianza público-privada-académica.

- Facilitador de las condiciones para el emprendimiento.
- Desarrollador de la dimensión del emprendimiento en los contextos local, regional, nacional e internacional. El contexto nacional se atenderá con la Red Nacional para el Emprendimiento, mientras las Redes Regionales se encargarán del contexto local.

Adicionalmente, la PNE estableció los objetivos estratégicos de la siguiente manera:

- Facilitar el inicio formal de las actividades empresariales.
- Promover el acceso a la financiación para emprendedores y empresas recién creadas.
- Promover las relaciones interinstitucionales para el fomento del emprendimiento.
- Fomentar la industria de soporte no financiero, que corresponde a aquella que realiza soporte y acompañamiento a los emprendedores para la puesta en marcha.
- Impulsar emprendimientos que incorporen ciencia, tecnología e innovación.

Conforme a un estudio de GEM Colombia de 2007, cuyos resultados se presentan en el documento de la PNE (MCIT, 2009), se recomendaba que se adoptaran políticas que faciliten la creación de empresas, mediante mecanismos institucionales de financiamiento como los fondos de capital de riesgo. Esto teniendo en cuenta, que según ese estudio, sólo el 14% de las iniciativas empresariales en Colombia surgen en el marco de la creación formal de una empresa y que el 93,3% de los inversionistas en empresas lo hacen en establecimientos de familiares ó amigos cercanos, con lo cual el financiamiento tiene un origen informal.

En la estructuración de la política gubernamental de emprendimiento en Colombia, se pueden destacar los siguientes resultados entre el 2002 y el 2010 (Tarapuez E. O., 2013):

- Se conformaron 339 unidades de emprendimiento en las universidades y sedes del SENA en todo el país, con lo cual se estima que hay una amplia participación de instituciones, tanto privadas como públicas, en temas de emprendimiento.

- Creación del Fondo Emprender, como un programa de capital semilla. Entre 2005 y 2010 se realizaron 50 convocatorias, 10 nacionales y 40 regionales, en las cuales se asignaron \$121.198 millones de COP, para 2.111 proyectos que involucraron a 5.726 emprendedores, en 315 municipios y 31 departamentos.
- Se expidió la Ley 1258 de 2008, con la cual se crearon las S.A.S. – Sociedades Anónimas Simplificadas, las que tienen procesos más simplificados para su creación.

La orientación de la PNE ha sido la de integrar a los diferentes actores que tienen incidencia en la innovación, productividad, financiamiento, investigación, entre los cuales la academia ha tenido un lugar importante, incluyendo universidades, instituciones técnicas y tecnológicas, y especialmente el SENA. Sin embargo, hay una diferencia en los alcances logrados por los emprendedores provenientes de las universidades, respecto a los del SENA. En los primeros, el acceso al capital semilla no ha sido tan efectivo como se aspiraría, mientras que el SENA lo ha podido articular en su gestión como parte activa en el Fondo Emprender (Tarapuez E. O., 2013).

Derivados del PNE se generan los Planes Regionales, en los cuales se definen estrategias para el desarrollo empresarial, a partir de diagnósticos y perfiles económicos de la región, en articulación con los planes de desarrollo municipal y departamental. Entre los factores, que por lo general se identifican como comunes a las distintas regiones, se tienen los de infraestructura, logística, capital humano, innovación y sostenibilidad ambiental. En torno a esos factores, se desarrollan clusters de acuerdo con los sectores productivos de cada región, siendo los más tradicionales los de la agroindustria, textiles, confecciones, marroquinería, cosméticos, y algunos sectores de servicios como turismo, TICs, diseño y construcción (Comisión Regional de Competitividad, 2010).

En términos generales, las políticas se han orientado a la creación de empresas y a su ubicación en regiones específicas para impulsar la generación de empresas, soportada en la coordinación y cooperación de los actores involucrados. Pero en esas mismas condiciones estructurales, se presentan aún limitaciones como la infraestructura

en las regiones, las políticas de innovación, el capital humano, el clima de negocios, los incentivos tributarios, la estructura sectorial de las cadenas de abastecimiento, la estructura institucional, la implementación de tecnologías y la formación en emprendimiento. Las grandes disparidades entre las distintas regiones, se pone de manifiesto cuando el 70% de las empresas manufactureras están concentradas en las cuatro principales ciudades que son Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla, lo cual se manifiesta en los niveles de ingreso y desarrollo que pueden tener los habitantes de las regiones apartadas de estos centros urbanos (Banco Mundial, 2007). Es así como se pueden clasificar las regiones de Colombia, según sus ingresos, de la siguiente manera:

Tabla No.6. Tipos de emprendimiento según cifras de resultados.

Ingresos altos	Bogotá, Antioquia, Atlántico, y Valle
Ingresos medios	Bolívar, Boyacá, Cesar, Huila, Meta, Quindío, Risaralda, Santanter y Tolima
Ingresos bajos	Caquetá, Cauca, Chocó, Córdoba, Magdalena, Nariño, Norte de Santander y Sucre

Fuente: autoría propia con base en (Banco Mundial, 2007)

Para la estructuración de las políticas gubernamentales, y el logro efectivo de su aplicación, se deben tener en cuenta las condiciones diferentes de ingresos, productividad, formación, nivel y ambiente de inversiones, desempeño económico y sostenible de las regiones. En lo que respecta al nivel de inversiones, las variables a considerar son infraestructura, gobierno, finanzas, calidad, innovación, habilidades empresariales y control (Banco Mundial, 2007).

5.4 Los enfoques de los programas de MBA

El tipo de oferta de un programa de Maestría en Administración ó MBA, se enfoca tradicionalmente según la experiencia y disponibilidad de tiempo de los interesados para cursarlo, teniendo estas tres típicas opciones (Universidad Sergio Arboleda, 2017):

- **MBA:** orientado a profesionales que no tengan mucha experiencia en cargos directivos, se puede realizar a tiempo parcial o tiempo completo, duración estimada de dos años. Puede enfocarse, mediante el trabajo de grado, hacia la modalidad investigación.
- **Executive MBA (EMBA):** orientado a profesionales con experiencia en niveles directivos, generalmente a tiempo parcial, su enfoque es más orientado a gestión empresarial y responsabilidad de nivel ejecutivo.
- **Global Executive MBA (GEMBA):** es similar al EMBA pero incluyendo actividades en un entorno internacional mediante estancias cortas en otros países, se exige por lo tanto, algún nivel de idioma extranjero para atender adecuadamente esas pasantías y el presupuesto requerido para las mismas. Normalmente se orienta, y puede ser un criterio de admisión, que los interesados pertenezcan a cuadros directivos de importantes empresas.

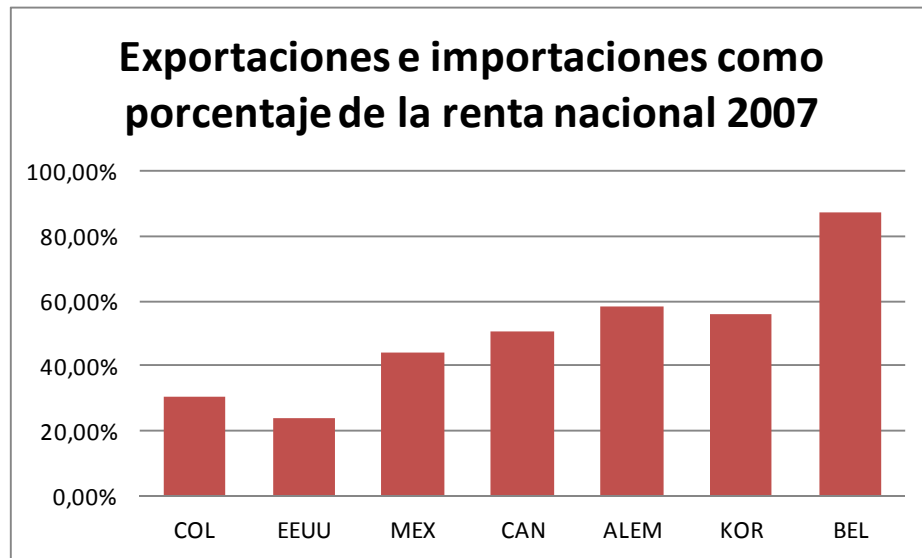
5.5 Los programas de Maestría en Administración de Empresas en Colombia como resultado de un nuevo contexto económico para el país

Los cambios estructurales que originó la Constitución Política de 1991 en Colombia, junto con los cambios coyunturales derivados de las nuevas políticas económicas, asociadas a la apertura al comercio internacional, la globalización y los principios neoliberales, aplicados durante la década de los años 90s, conllevaron a una nueva visión del contexto económico colombiano, tanto a nivel interno como externo (Rubiano-Aldana, 2016).

La implementación de las políticas de apertura y globalización mundial de la economía, han modificado el desarrollo de la misma en la mayoría de países en el contexto capitalista. Algunos países posiblemente no tienen una fuerte dependencia del comercio exterior, dado que pueden soportar su economía con el desarrollo interno de la misma, puede ser el caso de los Estados Unidos (Krugman, 2012). Otros países, pueden tener una dependencia mayor, como se puede ilustrar en la Figura No.2, en la cual se aprecia como el comercio exterior tiene una menor participación de la renta nacional de

los EEUU, mientras es mayor en países más pequeños. Esto se debe a que los elementos que aportan al ingreso nacional son los sueldos y salarios que reciben los trabajadores, los beneficios que reciben los dueños de las empresas y del capital, y los retornos que reciben los dueños de las tierras (Banco de la República, 2015).

Figura No. 3. Exportaciones e importaciones como porcentaje de la renta nacional en el 2007.



Basado en (Krugman, 2012)

Fuente datos: World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files.

Colombia no ha sido ajena a los cambios en las relaciones comerciales entre los países, especialmente durante los últimos 20 años en donde ha integrado en sus políticas, tanto internas como externas, ajustes para incorporarse en el contexto económico mundial. Esas políticas han estado orientadas por el Neoliberalismo, que propendía por el libre comercio, la descentralización del poder y la reducción de las actividades del Estado en el sector productor mediante la privatización de las empresas públicas (Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015).

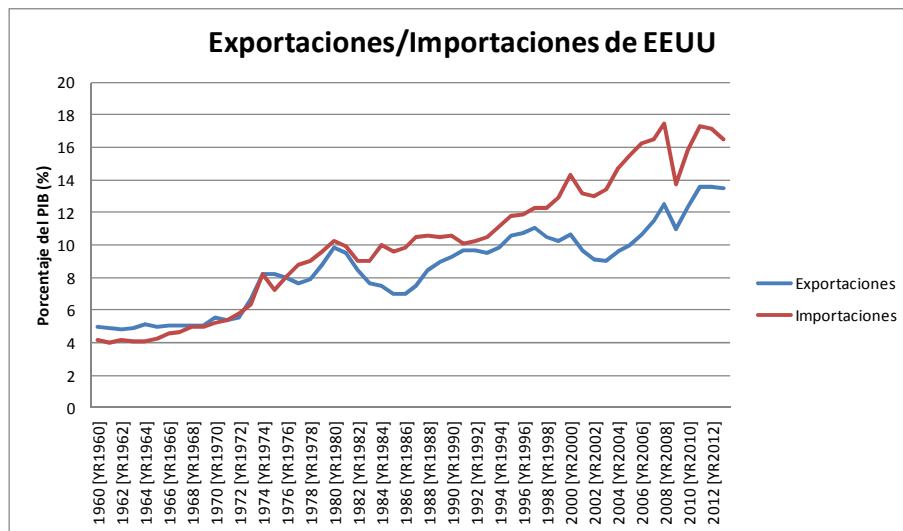
La última década del siglo XX y la primera del siglo XXI constituyen un período de tiempo en el cual se desarrollaron fuertemente las denominadas tecnologías de la información – TICs, las cuales modificaron de forma estructural el relacionamiento, no

sólo de los individuos, sino de las organizaciones y de las naciones, generando una nueva revolución tecnológica, en la cual se establecen plataformas globales sobre las cuales se desarrollan las actividades comerciales.

Esta nueva revolución tecnológica, no sólo ha exigido establecer normas y reglamentos técnicos, sino nuevas reglas del juego, en las que se definen nuevas fortalezas y debilidades.

El desarrollo comercial se ha incentivado en los últimos 20 años, prueba de eso es la tendencia creciente de la balanza comercial de los países. En la siguiente figura se presenta la de los Estados Unidos entre 1960 y 2012:

Figura No. 4. Exportaciones e importaciones como porcentaje de la renta nacional de EEUU 1960 - 2012.

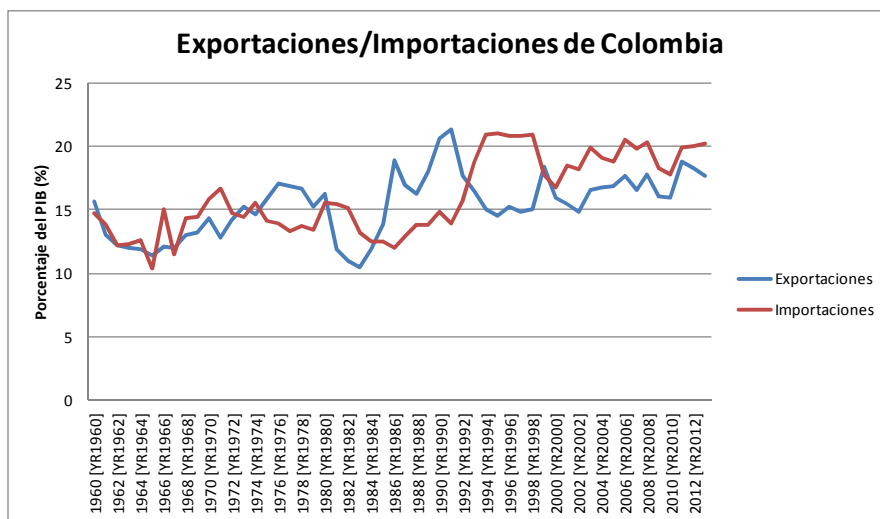


Basado en (Krugman, 2012)

Fuente datos: World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files.

En el caso de Colombia, para el mismo período presentado en la figura anterior, se tiene el siguiente comportamiento:

Figura No. 5. Exportaciones e importaciones como porcentaje de la renta nacional de Colombia 1960 – 2012.



Basado en (Krugman, 2012)

Fuente datos: World Bank national accounts data, and OECD National Accounts data files.

En el caso de la figura 4 se aprecia un incremento del comercio, tanto en importaciones como en exportaciones, de más del 60% en los últimos 20 años y con una tendencia creciente constante. En el caso de la figura 5, igualmente hay una tendencia de aumento, aunque con un comportamiento un tanto más irregular. En los últimos 20 años se destaca el incremento de las importaciones en un orden del 33%.

En el año 2008 se presenta a nivel mundial una crisis financiera y económica, manifestada en los mercados energéticos, alimenticios, hipotecarios y bancarios, en las principales economías mundiales, con lo cual se evidenció lo vulnerable de las políticas económicas globalizadas, especialmente en los casos en los que el Estado no ejerce un control estricto en el desarrollo de los mercados (Rosenthal, 2010).

Tanto previamente, como posterior a la crisis del año 2008, se realizaron en varios países de Latinoamérica discusiones sobre los enfoques que se deben realizar a las políticas económicas para impulsar los países de esta región hacia el desarrollo

sostenible social y económico, y en algunos casos, cómo mantener una independencia del contexto global (Rosenthal, 2010).

Entre los parámetros más comunes de discusión, el de la educación tiene una importancia primordial, dado que la inversión social en los países de América Latina que incluye la mejora en las condiciones de cobertura y calidad educativa, ha contribuido a reducir las diferencias sociales y de oportunidades entre los grupos poblacionales (Lustig, 2011).

Dentro de los cambios originados por el nuevo contexto económico mundial la educación en Colombia ha sido uno de los sectores que ha tenido que realizar importantes ajustes. Fue así, como en 1992 se expide la Ley 30, en la cual se define la Educación Superior como un servicio público de carácter cultural e inherente a la finalidad social del Estado (Rubiano-Aldana, 2016).

Las nuevas necesidades sociales y económicas, originadas en las condiciones cada vez más cambiantes y exigentes del contexto productivo, generaron nuevas ofertas en la Educación Superior, en programas, modalidades, cobertura y financiación, permitiendo que especialmente el sector privado, identificara y desarrollara nuevos segmentos de mercado, brindando una oferta que incluyera nuevas tecnologías y servicios (Rubiano-Aldana, 2016).

Debido al alto potencial que tiene la educación como factor influyente en el desarrollo social y económico de un país, basado en el impulso al desarrollo empresarial, a través de la innovación y la formación del capital humano, las instituciones universitarias se constituyen en instrumentos dinamizadores de la economía, a través de la creación de empresas y los nuevos sistemas de enseñanza-aprendizaje (Urbano, 2008).

Considerando que la acción innovadora, la investigación, los procesos de adaptación a los cambios tecnológicos, son generados desde la academia, toma suma importancia que la educación superior y la formación empresarial universitaria se

orienten hacia esos aspectos del desarrollo social y económico de una sociedad (Benavides, 2004).

Se habla actualmente de la sociedad del conocimiento, en el que las instituciones universitarias tienen el importante trabajo de formar líderes que impulsen el desarrollo de esa sociedad. En esta vía, los programas de Administración avanzan con la oferta de estudios a nivel de Maestría, con el fin de ofrecer no solamente complementos a las tradicionales competencias de un gerente, sino llevando sus capacidades directivas a otros niveles vinculados con la productividad, competitividad, innovación y dirección en un entorno competitivo (Sanín, 2003). Es así, como las competencias de un egresado de un MBA se consideran como las siguientes:

Tabla No.7. Competencias de un egresado de un programa de MBA.

Competencias	Acciones
Capacidad de exploración	Obtener información relevante, identificar tendencias y desarrollos para determinar cómo actuar con el entorno.
Pensamiento gerencial	Diferencia entre la información existente para tomar decisiones, proponiendo alternativas de mejoras.
Entendimiento estratégico organizacional	Identifica objetivos y define la visión de la organización, hace análisis estratégico hacia el futuro.
Trabajo de equipo	Selecciona y conforma grupos de trabajo con metas específicas, receptivo a iniciativas, propuestas y experiencias de otras personas, transmite ideas e información.
Liderazgo	Genera cooperación y compromiso de los miembros de su equipo, focalizando esfuerzos para lograr objetivos de la organización.
Negociación y relaciones	Logra influir a otros para soportar sus iniciativas o

	impulsar que otros hagan acciones específicas.
Orientación a objetivos	Define metas y dirige las acciones de la organización, estableciendo agenda de actividades, sistemas de verificación y medición.
Proactividad	Toma iniciativa y actúa anticipadamente a los cambios del entorno y a sus tendencias, procurando obtener una ventaja competitiva.
Proyección social	Influye en grupos de personas en diversos campos de la sociedad.
Habilidad personal	Autocontrol y habilidad para construir relaciones con las personas y en ambientes de trabajo.
Integridad personal	Respeto principios y valores, actuando de manera transparente individual y colectivamente.

Fuente: (Sanín, 2003)

Los cambios requeridos en las organizaciones, para ajustarse a las variaciones del entorno económico, son oportunidades de desarrollo para los profesionales que adquieran las competencias indicadas en la tabla anterior, por lo que el cursar un MBA ha tenido, no solo aceptación sino importancia como elemento diferenciador, tanto a nivel individual como organizacional (Torres, 2013).

Los programas de Maestría en Administración, en general, que se imparten en Bogotá D.C. son los siguientes:

Tabla No.8. Relación de programas de MBA ofrecidos en Bogotá D.C. 2017

Universidad	Escuela	Programa	Fecha creación	Acreditaciones
EAN	-	MBA	2014	-
Externado	-	MBA		CNA Comisión Nacional de Doctorados y Maestrías
Javeriana	-	MBA		
La Sabana	INALDE	MBA	1985	AMBA

	Business School			
La Salle	-	Maestría en Administración		
Los Andes	-	MBA	1974	AMBA-AACSB-EQUIS - CNA
Nacional	-	Maestría en Administración	1997	
Rosario	Graduate School of Business	MBA	2015	CNA
Sergio Arboleda	Prime Business School	MBA		

Fuente: autoría propia.

Las universidades colombianas no solamente deben ser soporte para el desarrollo económico del país dentro del contexto competitivo mundial, sino también deben adaptarse a un entorno competitivo académico regional y mundial. Cada año se miden las capacidades de las universidades, con lo cual se clasifican en rankings, que aceptados o no, tienden a ser referentes para hacer comparativos nacionales e internacionales, que a su vez se asocian al grado de desarrollo de los respectivos países en materia de educación (BBC Mundo, 2017).

Conforme al ranking 2017 de Times Higher Education Latin America, que consideró 81 universidades en su estudio, los países que lideran las 50 primeras posiciones de las mejores universidades de la región, son (Times Higher Education, 2017):

Tabla No.9. Participación de países en los primeros 50 lugares del ranking 2017 en América Latina

País	Universidades
Brasil	Universidad Estatal de Campinas Universidad de São Paulo Universidad Federal de São Paulo (UNIFESP) Universidad Federal de Rio de Janeiro Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro (PUC-Rio) Universidad Federal de Minas Gerais

	<p> Universidade Estadual de São Paulo (UNESP) Universidade Federal de ABC (UFABC) Universidade Federal de Santa Catarina Pontifícia Universidade Católica de Rio Grande do Sul (PUCRS) Universidade Federal de São Carlos Universidade de Brasília Universidade Estadual de Rio de Janeiro (UERJ) Universidade Federal de Pernambuco Universidade Federal de Viçosa Universidade Federal de Ceará (UFC) Universidade Federal Fluminense Pontifícia Universidade Católica de Paraná </p>
Chile	<p> Pontifícia Universidade Católica de Chile Universidade de Chile Universidade de Concepción Pontifícia Universidade Católica de Valparaíso Universidade Técnica Federico Santa María Universidade Austral de Chile Universidade de Santiago, Chile (USACH) Universidade Adolfo Ibáñez Universidade de La Frontera Universidade de Talca Universidade de Valparaíso Universidade de Desenvolvimento Universidade Diego Portales Universidade Católica do Norte Universidade Andrés Bello (UNAB) </p>
México	<p> Instituto de Tecnologia y Alta Educação de Monterrey Universidade Nacional Autónoma of México Universidade Autónoma Metropolitana Universidade Politécnica Nacional (IPN) Universidade Autónoma de Puebla Universidade Autónoma do Estado de México </p>
Colômbia	<p> Universidade de Los Andes Universidade de Antioquia Universidade Nacional de Colômbia Pontifícia Universidade Javeriana Universidade del Rosario </p>
Venezuela	<p> Universidade Simón Bolívar Universidade de Los Andes, Venezuela Universidade Central de Venezuela </p>
Argentina	<p> Universidade Nacional de Córdoba </p>
Costa Rica	<p> Universidade de Costa Rica </p>
Ecuador	<p> Universidade de San Francisco, Quito </p>

Fuente: autoría propia con base en (Times Higher Education, 2017).

De la tabla anterior, se identifica que Brasil lidera con 18 instituciones, siguen Chile con 15, México con 6, Colombia con 5, Venezuela con 3, Argentina, Costa Rica y Ecuador con 1 cada uno de estos tres países. De las cinco universidades colombianas entre las primeras 50 del ranking mencionado, cuatro están ubicadas en Bogotá D.C., y las mismas, ofrecen la Maestría en Administración.

Tomando como referencia el Global MBA Ranking 2017 de Financial Times (Financial Times, 2017), se encuentra que entre los primeros 100 programas de MBA a nivel mundial solo figuran por Latinoamérica el Incae Business School de Costa Rica y el Ipade Business School de México. Lo que denota que aún falta mucho por avanzar en la consolidación y proyección de los programas de MBA de Colombia, especialmente hacia el contexto internacional.

5.6 Emprendimiento generado desde los programas de Maestría en Administración de Empresas en Bogotá D.C.

Este trabajo tiene entre sus objetivos identificar las propuestas de emprendimiento que se han generado desde los programas de MBA ó Maestría en Administración, entre los años 2010 y 2015, en las universidades de Bogotá en las cuales se imparten dichos programas. Revisando las universidades relacionadas en la Tabla No.8, se encuentra que algunas de ellas tienen estructurado un programa o plan específicamente orientado al emprendimiento, los que se presentan en la siguiente tabla:

Tabla No.10. Unidades o programas de emprendimiento asociados a las universidades de Bogotá que ofrecen Maestría en Administración

Universidad	Unidad / Programa	Objetivo
Nacional de Colombia	Unidad de Emprendimiento e Innovación	Promover y gestionar la cultura del emprendimiento. (UEI, 2017)
Los Andes	Centro de Emprendimiento	Implementar cambios a través de la creación de emprendimientos de alto

		impacto para el país. (Universidad de los Andes, 2017)
Javeriana	Innovación y Emprendimiento Social	Articular y facilitar la formación de alianzas entre los micros y pequeños con los medianos y grandes empresarios para generar redes de valor a partir de la formulación y co-creación de modelos de negocios innovadores. (Universidad Javeriana, Universidad Javeriana, 2017)
EAN	Instituto para el Emprendimiento Sostenible	Facilitar el desarrollo de las políticas de la Universidad bajo los conceptos de emprendimiento, liderazgo, innovación y sostenibilidad. (Universidad EAN, 2018)
Sergio Arboleda	Centro de Innovación, Emprendimiento y Empresa	Transferir el conocimiento científico e innovador de la Universidad a la industria y sociedad colombiana, y promover la cultura emprendedora (Universidad Sergio Arboleda, 2017)
Del Rosario	Centro de Emprendimiento	Promover el talento para emprender y facilitar el desarrollo de nuevas iniciativas y proyectos. (Universidad del Rosario, 2017)

Fuente: autoría propia.

Como se puede apreciar el emprendimiento hace parte activa del trabajo académico de estas universidades y de la proyección hacia la sociedad, dado que estos planes o programas se orientan a la interacción con la misma, a través de la generación de propuestas de creación de empresas.

Consultando directamente con cada una de estas universidades, se obtuvo la información que se presenta en la Tabla No.11 relacionada con propuestas de

emprendimiento generadas por estudiantes en desarrollo de sus programas de MBA ó Maestría en Administración. Sobre estas propuestas de emprendimiento se desarrollará este trabajo en su componente metodológico para evaluar la incidencia que tuvo en sus gestores el cursar el programa de MBA correspondiente.

Tabla No.11. Propuesta de emprendimiento generadas por estudiantes desde los programas de MBA en Bogotá D.C.

Universidad	Propuesta emprendimiento	Objeto social
La Sabana - Inalde	Ofi www.ofi.com.co Fundador: Ricardo Parra, MBA	Proveer soluciones en productos y servicios en plataforma e-Procurement para suministro empresarial, marketing digital y herramientas de gestión de compras.
La Sabana - Inalde	Lifecycle Solutions Colombia www.lscolombia.com Fundador: Iván José Herrera, MBA	Servicios relacionados con riesgos de confidencialidad y ambientales, y soluciones de tecnología reacondicionada; también, alquila infraestructura y ofrece soluciones de IT
La Sabana - Inalde	Inncubated www.inncubated.com Fundador: David Palacios, MBA	Brindar cambios a los espacios educativos en Latinoamérica mediante el apoyo a emprendedores interesados en opciones de educación tecnológica ecoambiental.
La Sabana - Inalde	Wedubox www.eduvolucion.com Cofundador: Jorge Eduardo Borrero, MBA	Ofrecer cursos virtuales mediante la vinculación de profesores a la plataforma educativa, hay oferta de microcursos sin costo y otros con pago.
Los Andes	Goya Santana Cárnicos Fundador: Juan Carlos Posada Escobar, MBA jcarlosposada@hotmail.com	Venta y distribución de carnes maduradas.

Los Andes	Cloud Based S.A.S. www.guarumo.com www.contactalos.com Fundador: Felipe Andrés Muñoz Rodríguez, MBA	Desarrollo de aplicaciones basadas en tecnologías móviles sms, voz y ussd.
Los Andes	Isowell S.A.S. www.isowell.com.co Fundador: Jorge Enrique Suárez Barrera, MBA	Servicios de diseño e ingeniería de instalaciones para tratamiento de hidrocarburos y aguas de producción.
Los Andes	WSI Ltda. www.wsiltda.com Fundador: William Javier, MBA	Servicios de ingeniería, construcción, interventoría de obras civiles y gerencia de proyectos para la industria petrolera.

Fuente: autoría propia.

Las nueve universidades relacionadas en la Tabla No.8 fueron consultadas sobre las iniciativas de emprendimiento que han surgido en desarrollo de sus programas de Maestría y solamente se encontraron las que se relacionan en la Tabla No.11. La mayoría de trabajos de investigación que se han desarrollado en las universidades consultadas se han realizado sobre análisis y evaluaciones de propuestas externas de emprendimiento y ya en operación, adicionalmente se enfocan a micro o pequeñas empresas, normalmente de carácter familiar y artesanal.

Un factor común que se encuentra entre las ocho propuestas a estudiar, indicadas en la Tabla No.11, es que se orientan a la prestación de servicios, y cuatro de ellas se enfocan al uso de plataformas tecnológicas en internet para el desarrollo de sus actividades.

Lo anterior denota un bajo desarrollo de iniciativas emprendedoras desde los programas de Maestría en Administración, así como una tendencia muy marcada hacia los servicios que se pueden prestar a través de plataformas informáticas en la internet.

6. METODOLOGÍA

Una vez realizada la identificación de los emprendimientos desarrollados por estudiantes de MBA, conforme a lo indicado en la Tabla No.11, se continúa con el estudio y evaluación cuantitativa de los factores, que para los emprendedores consultados, se consideran fueron importantes al desarrollar su programa de posgrado y que tuvieron relevancia en la estructuración de su negocio.

6.1 Tipo y diseño de la investigación

Con base en los objetivos de la investigación, se define la misma como de tipo no experimental, cuantitativa y transeccional; lo cual se precisa de la siguiente manera (Hernández, 2014):

- No experimental: no contiene la manipulación deliberada de variables para determinar su relación y comportamiento.
- Transeccional: se recopilan datos en un momento específico y único.

Dentro del diseño transeccional de esta investigación, la misma es de tipo exploratorio, dado que consiste en una exploración inicial sobre una población y temática poco o nada estudiada. Adicionalmente, dentro de su marco transeccional, esta investigación es descriptiva de sus objetos y su población identificada.

6.2 Descripción conceptual de las variables

Conforme a los objetivos propuestos, en el numeral 4.3, se realiza la siguiente descripción de cada una de las variables identificadas, así:

Variable No.1 Enfoques de los programas de MBA que se ofrecen en Bogotá D.C.: con base en los programas identificados, y presentados en el numeral 4, se encuentra que los mismos tienen los siguientes enfoques:

Tabla No.12. Enfoque de los programas de MBA en Bogotá D.C.

Universidad	Enfoque
EAN	Liderazgo y gestión de organizaciones: sostenibles, exitosas, modernas y adaptables. (Universidad EAN, 2018)
Externado	Gestión de organizaciones: vínculo universidad – empresa, entorno internacional. (Universidad Externado, 2018)
Javeriana	Dirección y creación de empresas: énfasis en áreas transversales. (Universidad Javeriana, 2018)
La Sabana	Liderazgo empresarial: ejecutivos de alta dirección, con visión global y equipos de personas a cargo. (Inalde Business School, 2018)
La Salle	Solución de problemas en las organizaciones: ético, socialmente responsable y humanamente sustentable. (Universidad de La Salle, 2018)
Los Andes	Liderazgo estratégico: planeación, toma de decisiones, incursión en mercados internacionales. (Universidad de Los Andes, 2018)
Nacional	Formulación y gestión de solución a problemas organizacionales: base ética, responsabilidad social, metodologías de investigación y herramientas de consultoría. (Universidad Nacional de Colombia, 2018)
Rosario	Multidisciplinario: sostenibilidad y sustentabilidad de las empresas, con principios humanísticos, de responsabilidad social y valor compartido. (Universidad del Rosario, 2018)
Sergio Arboleda	Liderazgo integral: innovación, creatividad, pensamiento estratégico y entorno internacional, como soportes para un desarrollo organizacional y una mejor sociedad. (Universidad Sergio Arboleda, 2018)

Fuente: autoría propia. Basado en información primaria de cada programa en su web.

Variable No.2 Iniciativas de emprendimiento generadas por estudiantes de los programas de MBA en Bogotá D.C. en el período 2010 – 2015: las iniciativas de emprendimiento identificadas, correspondientes al período entre los años 2010 y 2015, dentro de los programas que se ofrecen en Bogotá D.C., son los siguientes:

Tabla No.13. Propuesta de emprendimiento generadas por estudiantes desde los programas de MBA en Bogotá D.C.

Universidad	Propuesta emprendimiento
La Sabana - Inalde	Ofi www.ofi.com.co Fundador: Ricardo Parra, MBA
La Sabana - Inalde	Lifecycle Solutions Colombia www.lcscolumbia.com Fundador: Iván José Herrera, MBA
La Sabana - Inalde	Inncubated www.inncubated.com Fundador: David Palacios, MBA
La Sabana - Inalde	Wedubox www.eduvolucion.com Cofundador: Jorge Eduardo Borrero, MBA
Los Andes	Goya Santana Cárnicos Fundador: Juan Carlos Posada Escobar, MBA jcarlosposada@hotmail.com
Los Andes	Cloud Based S.A.S. www.guarumo.com www.contactalos.com Fundador: Felipe Andrés Muñoz Rodríguez, MBA
Los Andes	Isowell S.A.S. www.isowell.com.co Fundador: Jorge Enrique Suárez Barrera, MBA
Los Andes	WSI Ltda. www.wsiltda.com Fundador: William Javier, MBA

Fuente: autoría propia.

Variable No.3 Segmentos económicos hacia los que se orientan las propuestas de emprendimiento: las actividades económicas a las que se orienten las propuestas de emprendimiento pueden ser diversas, teniendo en cuenta los niveles de formación, experticia e intereses de sus desarrolladores. A continuación se presentan los segmentos a los que se orientaron los emprendimientos identificados:

Tabla No.14. Segmentos a los que pertenecen las propuestas identificadas.

Universidad	Propuesta emprendimiento	Segmento económico
La Sabana - Inalde	Ofi www.ofi.com.co Fundador: Ricardo Parra, MBA	Suministro de hardware, software y suministros de proveedores apoyados en e-commerce.
La Sabana - Inalde	Lifecycle Solutions Colombia www.lcscolumbia.com Fundador: Iván José Herrera, MBA	Gestión de activos de TICs.
La Sabana - Inalde	Inncubated www.inncubated.com Fundador: David Palacios, MBA	Servicios educativos apoyados en TICs.
La Sabana - Inalde	Wedubox www.eduvolucion.com Cofundador: Jorge Eduardo Borrero, MBA	Servicios educativos apoyados en TICs.
Los Andes	Goya Santana Cárnicos Fundador: Juan Carlos Posada Escobar, MBA jcarlosposada@hotmail.com	Alimentos procesados.
Los Andes	Cloud Based S.A.S. www.guarumo.com www.contactalos.com Fundador: Felipe Andrés Muñoz Rodríguez, MBA	Servicios de TICs.
Los Andes	Isowell S.A.S. www.isowell.com.co Fundador: Jorge Enrique Suárez Barrera, MBA	Servicios de ingeniería.
Los Andes	WSI Ltda. www.wsiltda.com Fundador: William Javier, MBA	Servicios de ingeniería.

Fuente: autoría propia.

Variable No.4 Propuestas implementadas y en operación durante el período objeto del estudio: tan importante como lograr el reto de estructurar e implementar una propuesta de emprendimiento, es el de lograr su sostenibilidad en el tiempo. Las propuestas identificadas tienen las condiciones actuales, según se relaciona en la siguiente tabla:

Tabla No.15. Estado de implementación y operación de las propuestas identificadas.

Universidad	Propuesta emprendimiento	Estado actual
La Sabana - Inalde	Ofi www.ofi.com.co Fundador: Ricardo Parra, MBA	Implementada En operación
La Sabana - Inalde	Lifecycle Solutions Colombia www.lcscolumbia.com Fundador: Iván José Herrera, MBA	Implementada En operación
La Sabana - Inalde	Inncubated www.inncubated.com Fundador: David Palacios, MBA	Implementada No se encuentra en operación
La Sabana - Inalde	Wedubox www.eduvolucion.com Cofundador: Jorge Eduardo Borrero, MBA	Implementada En operación
Los Andes	Goya Santana Cárnicos Fundador: Juan Carlos Posada Escobar, MBA jcarlosposada@hotmail.com	Implementada En operación
Los Andes	Cloud Based S.A.S. www.guarumo.com www.contactalos.com Fundador: Felipe Andrés Muñoz Rodríguez, MBA	Implementada En operación
Los Andes	Isowell S.A.S. www.isowell.com.co Fundador: Jorge Enrique Suárez Barrera, MBA	Implementada En operación
Los Andes	WSI Ltda. www.wsiltda.com Fundador: William Javier, MBA	Implementada En operación

Fuente: autoría propia.

Variable No.5 Incidencia de la formación en el MBA en el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras: la formación avanzada en Administración de Empresas impulsa el desarrollo de los procesos de capacitación enfocados hacia el trabajo y la investigación, como parte de una estructura de cualidades, actitudes, conocimientos, habilidades y valores, que permiten que el individuo pueda realizar transformaciones de

la realidad empresarial (Gómez M. P., 2011). Esa estructura, dentro del marco de un MBA, reúne una serie de factores que se pueden catalogar, en términos generales, como actitudes y competencias.

Con base en (Cobo, 2012), se entienden las actitudes, como conductas hacia una actividad determinada, que en el caso empresarial se asocia a la búsqueda de generar valor a través del desarrollo de una labor económica, ya sea como creación de una nueva o expansión de una existente. Por su parte, las competencias se pueden entender como las capacidades de una persona para desenvolverse en un ambiente conforme a sus conocimientos, habilidades y experiencias, de forma autónoma y responsable.

Diversos autores presentan las actitudes y competencias que se estiman debe desarrollar un emprendedor, como las motivaciones para su proyecto empresarial, entre las cuales, se pueden destacar:

Tabla No.16. Actitudes y competencias como motivaciones a desarrollar por un emprendedor.

Actitud/Competencia	Referencias
Innovación	(López, 2012), (Mora, 2011)
Motivación	(López, 2012), (Mora, 2011)
Autonomía	(López, 2012), (Mora, 2011), (Gómez M. P., 2011)
Visión	(Aldana, 2011)
Liderazgo	(López, 2012)
Actitud ante el riesgo	(Mora, 2011), (Gómez M. P., 2011)
Confianza	(Mora, 2011)
Pasión	(Aldana, 2011)
Adaptabilidad	(Aldana, 2011)

Negociación	(Gómez M. P., 2011)
-------------	---------------------

Fuente: autoría propia.

Conceptualmente, estas actitudes y competencias se pueden definir de la siguiente manera:

Tabla No.17. Actitudes y competencias desarrolladas en la dimensión Emprendimiento en los programas de MBA.

Actitud/Competencia	Descripción conceptual
Innovación	Búsqueda y desarrollo de nuevas formas de realizar las actividades (Mora, 2011).
Motivación	Satisfacción por lograr los resultados proyectados (Mora, 2011).
Autonomía	Independencia para la toma de decisiones y para el desarrollo laboral (López, 2012).
Visión	Generación de nuevas ideas para resolver problemas (Borasi, 2010).
Liderazgo	Disposición para asumir nuevas responsabilidades, afrontar situaciones de crisis y convertirlas en oportunidades positivas, capacidad para persuadir a su equipo en procura de los objetivos (Borasi, 2010).
Actitud ante el riesgo	Disposición para aprovechar las oportunidades en escenarios inciertos (Mora, 2011).
Confianza	Disposición para determinar estrategias o enfoques alternativos para la solución de problemas, la toma de decisiones y demás acciones que se requieran (Borasi, 2010).
Pasión	Mantener un nivel de persistencia en procura de los objetivos (Borasi, 2010).
Adaptabilidad	Ajustarse a nuevas condiciones de recursos, de relaciones, de toma de decisiones, resolución de problemas, entre otros (Borasi, 2010).
Negociación	Construcción de nuevas relaciones personales, empresariales y laborales en búsqueda del éxito (Borasi, 2010).

Fuente: autoría propia.

6.3 Dominio de contenido de la variable

El dominio de contenido de la variable corresponde al contenido específico de lo que se quiere determinar, y normalmente está asociado con las fuentes de información, como son las investigaciones, trabajos y teorías relacionadas con el estudio en desarrollo.

El desarrollo de un emprendimiento requiere de unas competencias específicas sobre las que el individuo soporta su toma de decisiones para llevar a cabo su actividad comercial o empresarial. El dominio de contenido de la variable ya identificada se basa en las teorías y trabajos que se han realizado sobre los factores que impulsan el emprendimiento y sus instrumentos correspondientes, los cuales se pueden resumir en la siguiente tabla:

Tabla No.18. Relación de instrumentos disponibles para la medición de los factores de emprendimiento.

Instrumento	Objetivos	Resumen	Fuente
Desarrollado sobre 50 preguntas y basado en el método de decisión multicriterio conocido como AHP, The Analytic Hierarchy Process, que consiste en construir matrices a partir de la comparación por pares de elementos.	Determinar y analizar las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior.	Este instrumento se utilizó en estudiantes de últimos semestres de 94 carreras profesionales. El instrumento arrojó que las personas más emprendedoras son los hombres El promedio de los emprendedores que salen de las Universidades es de 74%. La finalidad de las Instituciones de Educación Superior, es que profundicen en su impacto, es decir, que cuenten con mas estrategias, diversificar e incentivar a los estudiantes a que generen mas ideas de emprendimiento.	(Cabana-Villca, 2013)
Entrevista -	Este instrumento	Establece	(Vargas, 2015)

<p>Metodología para validar el ciclo de formación aplicado por el componente TU (Trabajemos Unidos) que corresponda al Ciclo de Aprendizaje por Experiencia – CAE.</p>	<p>pretende identificar las cualidades de los estudiantes, y de ellos, cuales tienen el potencial de emprender, también pretende saber cuáles son las características del "pensum" que deben llevar a cabo los formadores, para que inculquen en los estudiantes el emprendimiento.</p>	<p>indicadores basados en competencias blandas, las cuales se basan en la naturaleza emocional del individuo y que discrimina conceptualmente en su dimensión axiológica (valores), praxiológica (acción) y cognoscitiva (conocimiento).</p>	
<p>Encuesta tipo Likert basada en el marco conceptual de la Teoría del Comportamiento Planeado, aplicada a estudiantes universitarios de último semestre en el Departamento del Quindío.</p>	<p>Identificar actitudes hacia el comportamiento, normas subjetivas y control de comportamiento percibido, que en conjunto determinan la intención de crear empresa</p>	<p>Identifica factores personales, familiares, socioculturales, creencias y valores en la intención de creación de empresas.</p>	<p>(Tarapuez E. G., 2015)</p>
<p>Encuesta para determinar cuáles son las competencias que caracterizan a los emprendedores bogotanos creadores de empresas de rápido crecimiento.</p>	<p>Identificar las competencias con base en su clasificación según la investigación cuantitativa desarrolladas, determinando si existe un perfil específico de emprendedor exitoso.</p>	<p>Identifica competencias por su naturaleza, como cognoscitivas (agilidad analítica), de personalidad (autoconfianza), de conocimiento (políticas y normas) y actitudes (compromiso).</p>	<p>(Albán, 2012)</p>
<p>Instrumento que evalúa 6 actitudes emprendedoras (proactividad, ética profesional, empatía, innovación,</p>	<p>Identificar las actitudes del profesorado, como un diagnóstico del ámbito español, con proyección a Hispanoamérica.</p>	<p>Identifica el comportamiento diferencial de las actitudes emprendedoras en profesores en relación con la</p>	<p>(Galiana, 2016)</p>

autonomía y toma de riesgos), basado en la Escala de Actitudes Emprendedoras para estudiantes de Oliver y Galiana.		edad, sexo, situación laboral, tipo de centro y nivel educativo.	
Instrumento basado en un cuestionario de Escala de Habilidad Emprendedora, que contempla cinco áreas: conocimiento de sí mismo y autoconfianza, visión de futuro, motivación de logro, planificación y persuasión.	Determinar la capacidad de emprendimiento de los ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial del año 2008.	Se determina que la formación en el colegio y el tipo de preparación preuniversitaria son factores que condicionan la habilidad emprendedora, presentando un potencial en los evaluados.	(Tinoco, 2008)
Instrumento para determinar la intención emprendedora desde el enfoque psicológico.	Determinar la intención emprendedora mediante la clasificación de los factores psicosociales considerando 5 variables sociodemográficas y 8 personales (competencias empresariales).	Se propone el instrumento como un primer paso para identificar el perfil del emprendedor de base tecnológica, y que será la base para crear un marco teórico general y analítico de las nuevas empresas y sus creadores.	(Lanzas, 2009)

Fuente: autoría propia con base en las fuentes indicadas.

6.4 Descripción operacional de las variables

Operacionalizar una variable es transformarla en indicadores medibles y verificables (Hernández, 2014), para ello las variables ya indicadas se describen operacionalmente a través del instrumento desarrollado y con el que se pretende determinar el nivel de incidencia de cada variable en la población objeto del instrumento. Por tanto, la unidad de muestro corresponde a los individuos a los cuales se aplique el instrumento.

Teniendo en cuenta que las variables presentadas en 6.1 se encuentran directamente asociadas, en términos generales, al desarrollo de los programas de MBA, el enfoque de la evaluación es general, donde las dimensiones están indicadas por las actitudes y competencias vinculadas al dominio del Emprendimiento.

Correlacionando el grado de pertinencia de los programas de MBA, conforme a sus enfoques indicados en 5.4 y su relación con la dimensión de las variables planteadas, se podrían determinar dos niveles, así (Sanín, 2003):

- Por competencias: destacando las competencias desarrolladas y su aplicación por parte de los egresados del programa.
- Por procesos: vinculado a la adquisición de valor por parte del egresado al transitar por el proceso educativo, asociado a la interacción académica, profesional y social en el mismo.

Para el caso del presente estudio, se focaliza el objetivo en las competencias desarrolladas por los estudiantes del MBA dentro del dominio del Emprendimiento.

Conforme a lo anterior, la definición operacional de las variables se presenta en la tabla No.19 siguiente:

Tabla No.19. Operacionalización de las variables a estudiar.

Variable	Dimensión	Indicadores	Ítems
Enfoques de los programas de MBA que se ofrecen en Bogotá D.C.	Orientación al emprendimiento	Enfoque de cada programa.	Liderazgo. Gestión organizacional. Estrategia. Incurción en mercados internacionales. Solución de problemas. Emprendimiento.
Iniciativas de emprendimiento generadas por estudiantes de los programas de MBA	Emprendimientos desarrollados	Emprendimientos propuestos. Emprendimientos implementados.	Propuestas elaboradas. Emprendimientos desarrollados.

en Bogotá D.C. en el período 2010 – 2015			
Segmentos económicos hacia los que se orientan las propuestas de emprendimiento	Emprendimiento y economía	Sectores de la economía.	Sector servicios. Sector TICs. Sector ingeniería. Sector educación.
Propuestas implementadas y en operación durante el período objeto del estudio	Sostenibilidad	Propuestas implementadas y desarrolladas.	No implementada. Implementada y en operación. Implementada y suspendida.
Incidencia de la formación en el MBA en el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras	Actitudes y competencias	Actitudes. Competencias. Habilidades.	Innovación. Motivación. Autonomía. Visión. Liderazgo. Actitud ante el riesgo. Confianza. Pasión. Adaptabilidad. Negociación. Creatividad.

Fuente: autoría propia con base en (Hernández, 2014).

6.5 Validez del instrumento

Con el fin de determinar la incidencia de los factores que aporta un MBA al emprendimiento, en la generación de las iniciativas de los egresados de dicho programa, se elaboró una encuesta con preguntas cerradas con varias opciones de respuesta.

El cuestionario se estructuró con base en el modelo de la escala de Likert, con el fin de realizar una codificación de los datos asociada a la asignación de valores numéricos que los represente (Hernández, 2014). En este sentido, la dirección de afirmaciones en positivo va desde el 5 hasta el 1 en orden descendente, según el orden en que se presentan las respuestas.

Para la validez del instrumento, se acudió a la revisión del mismo por los siguientes expertos:

Tabla No.20. Relación de expertos que colaboraron con validar el instrumento.

Nombre	Formación Académica y Experiencia Laboral
<p>Sandra Jennina Sánchez Perdomo</p>	<p>Formación Académica:</p> <p>Doctorado en Competitividad Empresarial y Desarrollo Económico – Universidad De Deusto Bilbao.</p> <p>MBA – University of Dallas.</p> <p>Especialista en Finanzas – Universidad de La Sabana</p> <p>Administradora de Empresas – Universidad Externado de Colombia.</p> <p>Experiencia laboral:</p> <p>Coordinadora del Programa de MBA – Universidad EAN.</p> <p>Consultora empresarial.</p> <p>Profesora Asociada – Administración de Empresas – Universidad Jorge Tadeo Lozano.</p> <p>Profesora Asistente – Administración de Empresas – Universidad Pontifica Javeriana.</p> <p>Bilingual Accountant & Auditor – Celanese – Estados Unidos.</p> <p>Jr. Accountant – Southwest Logistical Solutions.</p> <p>Directora Financiera – Colinagro S.A.</p>
<p>María del Pilar Ramírez Salazar</p>	<p>Formación Académica:</p> <p>Doctorado en Gestión – Universidad EAN</p> <p>Doctorado en Ciencias Empresariales – Universidad de Nebrija</p> <p>Master en Gestión de Organizaciones – Universidad de Quebec.</p> <p>Especialización en Gestión – Universidad EAN.</p> <p>Administradora Empresas – Universidad EAN.</p>

	<p>Experiencia laboral:</p> <p>Docente en Administración - Universidad EAN.</p> <p>Investigadora y consultora en Economía y Negocios.</p>
--	--

Fuente: autoría propia.

6.6 Población y selección de la muestra

Como unidades de muestreo se definen los emprendedores egresados de los programas de MBA y/o Maestría en Administración de la ciudad de Bogotá en el período 2010 – 2015. Conforme a esto, la población objetivo de la investigación es limitada y es no probabilística (Hernández, 2014).

La población objeto de la aplicación del instrumento, en primer término, está conformada por los empresarios identificados que cursaron el programa de MBA en Bogotá D.C. y que desarrollaron sus iniciativas de emprendimiento en el período de tiempo definido para este estudio que corresponde entre 2010 y 2015.

Adicionalmente, y con el fin de determinar la relevancia de las variables determinadas, se aplicará el instrumento a una población por conveniencia conformada por estudiantes de la Maestría en Administración que actualmente cursan el programa en su etapa final y que de manera voluntaria desean participar en la aplicación de la encuesta.

Se consideró que una muestra de 5 participantes por cada programa y universidad consultada según la Tabla No.12 es adecuada, con un mínimo total aceptable de 30, teniendo en cuenta que por la naturaleza de la investigación, dado que no es probabilística, no se establece una representatividad en una población mayor, pero que se considera suficiente para la delimitación dada al estudio (Hernández, 2014).

6.7 Instrumento desarrollado

Con el fin de determinar la incidencia de los factores que aporta un MBA al emprendimiento, en la generación de las iniciativas de los egresados de dicho programa, se elaboró una encuesta con preguntas con varias opciones de respuesta.

El cuestionario contó con 13 preguntas en total, 7 de las cuales se basaron en el modelo de la escala de Likert y 6 con tipo de pregunta cerrada con opciones de respuesta delimitadas.

A continuación se presentan las preguntas que conforman el cuestionario:

Pregunta No.1.

El enfoque del MBA cursado por usted es hacia (por favor indique una sola opción):

- Liderazgo.
- Gestión organizacional.
- Estrategia.
- Incursión en mercados internacionales.
- Solución de problemas.
- Emprendimiento.
- Otro:_____.

Pregunta No.2.

En el Plan de Estudios de su MBA, ¿la temática sobre *Emprendimiento* tiene un fuerte contenido? :

- Absolutamente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Parcialmente de acuerdo.
- Parcialmente en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Absolutamente en desacuerdo.

Pregunta No.3.

Durante sus estudios del MBA, ¿usted generó ideas de emprendimiento, que fueron motivadas por sus estudios?:

- Absolutamente de acuerdo.

- De acuerdo.
- Parcialmente de acuerdo.
- Parcialmente en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Absolutamente en desacuerdo.

Pregunta No.4.

¿El ámbito del MBA facilita la formación de Emprendedores?:

- Absolutamente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Parcialmente de acuerdo.
- Parcialmente en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Absolutamente en desacuerdo.

Pregunta No.5.

Para un emprendedor en actividad, ¿cursar el MBA le aporta valor agregado a su desarrollo empresarial?:

- Absolutamente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Parcialmente de acuerdo.
- Parcialmente en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Absolutamente en desacuerdo.

Pregunta No.6.

¿Cursar el MBA impulsó o generó un interés en el emprendimiento?:

- Absolutamente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Parcialmente de acuerdo.
- Parcialmente en desacuerdo.
- En desacuerdo.

- Absolutamente en desacuerdo.

Pregunta No.7.

En términos generales, ¿cursar el MBA aporta aspectos positivos para el desarrollo de un emprendedor?:

- Absolutamente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Parcialmente de acuerdo.
- Parcialmente en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Absolutamente en desacuerdo.

Pregunta No.8.

Durante sus estudios del MBA, ¿usted generó una idea de emprendimiento, que considera fue motivada por sus estudios?:

- Si.
- No.
- Si su respuesta fue **Si**, ¿hacia cuál de los siguientes sectores de la economía estaba orientada **esa propuesta** de emprendimiento?:

Sector	
Agricultura	
Ganadería, pesca y afines	
Minería, petróleo y afines	
Manufactura	
Servicios en general	
Servicios financieros	

Pregunta No.9.

Califique los siguientes aspectos, según considere el nivel de aporte de cada uno, en el impulso al emprendimiento que se ofrece en el MBA que usted cursó:

¿Qué tan importante fue este aspecto?	Muy importante (5)	Importante (4)	Medianamente importante (3)	Poco importante (2)	Nada importante (1)
Innovación					
Autonomía					

Visión					
Liderazgo					
Actitud ante el riesgo					
Confianza					
Pasión					
Adaptabilidad					
Negociación					
Creatividad					
Otro (por favor indique):					
Otro (por favor indique):					

Pregunta No.10.

Durante ó después de sus estudios del MBA, ¿usted implementó algún emprendimiento, que considera fue motivado por sus estudios?:

- Si.
- No.
- Si su respuesta fue **Si**, ¿hacia cuál de los siguientes sectores de la economía estaba orientado ese emprendimiento?:

Sector	
Agricultura	
Ganadería, pesca y afines	
Minería, petróleo y afines	
Manufactura	
Servicios en general	
Servicios financieros	

- Si su respuesta fue **Si**, ¿se encuentra actualmente en operación ese emprendimiento? (Si ó No):
SI _____. NO _____.

Pregunta No.11.

Su interés en cursar el MBA se originó principalmente en (marque una sola opción):

- Mejorar su posicionamiento laboral.
- Un interés académico.
- Deseo de adquirir conocimientos complementarios.
- Explorar un nuevo campo para su desempeño laboral.
- Otro: _____.

Pregunta No.12.

Al iniciar su MBA, usted era:

- Empleado.
- Trabajador independiente.
- Desempleado.
- Empresario con su negocio actual.
- Empresario con otro negocio diferente al actual.

Pregunta No.13.

En caso que **usted actualmente dirija un negocio**, ¿éste surgió como iniciativa **durante** sus estudios

del MBA?:

- Si.
- No, fue anterior al MBA.
- No, fue posterior al MBA.
- Actualmente no dirijo ningún negocio.

6.8 Aplicación del instrumento

El instrumento desarrollado se aplicó a la siguiente población de encuestados:

- Emprendedores identificados conforme se relacionaron en la Tabla No.14.
- Estudiantes de los programas de MBA ó Maestría en Administración de Empresas conforme a la relación presentada en la Tabla No.12.

Cada encuesta se acompañó de una breve presentación del proyecto, indicando el título, el autor, sus objetivos, el propósito de la encuesta y consentimiento de informado con el cual el participante manifestaba su aceptación y participación en la misma, asegurando la confiabilidad y custodia de la información suministrada por cada participante, la cual queda a cargo del autor de este estudio.

El cuestionario tuvo dos formas de aplicación, uno en el que el documento en formato Word se envió vía correo electrónico para que los participantes respondieran

directamente sobre el texto y lo remitieran firmado y con sus datos en formato pdf, en esta modalidad se contó con 8 participantes. La otra forma de aplicación fue mediante una aplicación electrónica en internet, para lo cual se utilizó el portal www.e-encuesta.com, en el cual el participante respondía directamente las preguntas en el aplicativo y al finalizar la encuesta queda registrada para descargarla, con este método se obtuvieron 28 participantes. El total de participantes fue de 36.

6.9 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad del instrumento se relaciona con la coherencia de los resultados obtenidos cuando se aplica el mismo en diferentes ocasiones sobre la misma situación o población (Hernández, 2014).

Teniendo en cuenta que el instrumento se aplicará una sola vez a los encuestados, para determinar la confiabilidad del instrumento, se aplicará una consistencia interna con base en el Coeficiente Alfa de Cronbach, el cual emplea el promedio de las correlaciones existentes entre los ítems medidos (Barraza, 2007).

Este índice tiene una escala de valor de consistencia entre 0,0 y 1,0 considerando los siguientes niveles:

- Muy bajo: entre 0,0 y 0,2.
- Bajo: entre 0,2 y 0,4.
- Moderado: entre 0,4 y 0,6.
- Bueno: entre 0,6 y 0,8.
- Alta: entre 0,8 y 1,0.

Para este estudio, se considera que el coeficiente debe ser bueno, con lo cual debe estar en un nivel mayor a 0,7 considerando que la investigación es de tipo exploratorio como lo plantean algunos autores citados por (Hernández, 2014), conforme al diseño transeccional que tuvo, siendo una exploración inicial sobre una población y temática poco o nada estudiada y acorde con los objetivos planteados en el numeral 4.3.

Para determinar el Alfa (α) de Cronbach, se disponen de dos métodos, así:

Tabla No.21. Definiciones indicador Alfa de Cronbach.

Mediante la varianza de los ítems	Mediante la matriz de correlación
$\alpha = \frac{K}{K-1} \cdot \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$ <p>Donde:</p> <p>K = número de ítems</p> <p>Vi = varianza de cada ítem</p> <p>Vt = varianza del total</p>	$\alpha = \frac{n \cdot p}{1 + p \cdot (n-1)}$ <p>Donde:</p> <p>n = número de ítems</p> <p>p = promedio de las correlaciones lineales de cada uno de los ítems</p>

Fuente: autoría propia.

Para este estudio se aplicará el primer método que es el más generalizado, considerando las 7 preguntas bajo esquema de escala de Likert, con lo cual:

Tabla No.22. Alfa de Cronbach general de todos los elementos tipo Likert.

Alfa de Cronbach	No. de elementos
0,949	7

Fuente: autoría propia.

Por lo que el instrumento cuenta con Alta Confiabilidad. Verificando el nivel de confiabilidad, mediante la eliminación alternada de cada ítem considerado, se tienen los siguientes valores:

Tabla No.23. Alfa de Cronbach por elemento.

Ítem	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P2 - En el Plan de Estudios de su MBA, ¿la temática sobre Emprendimiento tiene un fuerte	16,194	77,075	0,859	0,940

P3 Durante sus estudios del MBA, ¿usted generó ideas de emprendimiento, que fueron motivadas	16,750	71,107	0,883	0,936
P4 ¿El ámbito del MBA facilita la formación de Emprendedores?	16,556	76,654	0,898	0,937
P5 Para un emprendedor en actividad, ¿cursar el MBA le aporta valor agregado a su desarrollo	16,056	75,883	0,871	0,938
P6 ¿Cursar el MBA impulsó o generó un interés en el emprendimiento?	16,556	74,425	0,909	0,935
P7 En términos generales, ¿cursar el MBA aporta aspectos positivos para el desarrollo de un	16,083	76,250	0,890	0,938

Fuente: autoría propia.

7. APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO Y RESULTADOS OBTENIDOS

El instrumento fue aplicado a 36 personas, conforme a lo indicado en el numeral 6.7. A continuación se presentan los análisis de los resultados obtenidos.

7.1 Análisis general

Una vez obtenidas las encuestas diligenciadas por los participantes, tanto vía correo electrónico, como del aplicativo del portal www.e-encuesta.com, se procedió a tabular las respuestas mediante Excel y procesar la información de cada pregunta mediante tablas dinámicas para obtener los valores consolidados de las respuestas y realizar análisis con base en los mismos.

A continuación se presentan los resultados y análisis de los mismos para cada pregunta de la encuesta:

Tabla No.24. Resultados de la pregunta No.1 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.1.

El enfoque del MBA cursado por usted es hacia (por favor indique una sola opción):

		Encuestados	Porcentaje
a.	Liderazgo	0	0%
b.	Gestión organizacional	11	31%
c.	Estrategia	12	33%
d.	Incursión en mercados internacionales	0	0%
e.	Solución de problemas	0	0%
f.	Emprendimiento	10	28%
g.	Otro	3	8%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

Con base en los resultados, se puede destacar que el 28% de los encuestados manifiestan que el enfoque de su MBA cursado se orientaba hacia el Emprendimiento; mientras, el 31% y el 33% consideran orientaciones hacia la Gestión Organizacional y la Estrategia respectivamente. Se puede considerar que el enfoque hacia el Emprendimiento tiene una participación importante en los programas de MBA.

Tabla No.25. Resultados de la pregunta No.2 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.2.

En el Plan de Estudios de su MBA, ¿la temática sobre Emprendimiento tiene un fuerte contenido? :

		Encuestados	Porcentaje
a.	Absolutamente de acuerdo	6	17%
b.	De acuerdo	9	25%
c.	Parcialmente de acuerdo	7	19%
d.	Parcialmente en desacuerdo	10	28%
e.	En desacuerdo	3	8%
f.	Absolutamente en desacuerdo	1	3%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

De los encuestados, se puede identificar que el 42% consideran que el Emprendimiento es una de las temáticas importantes en su MBA, mientras que el 11% expresan lo contrario. Este permite identificar que la temática de Emprendimiento tiene una posición importante en el programa del MBA cursado.

Tabla No.26. Resultados de la pregunta No.3 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.3.

Durante sus estudios del MBA, ¿usted generó ideas de emprendimiento, que fueron motivadas por sus estudios?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Absolutamente de acuerdo	6	17%
b.	De acuerdo	8	22%
c.	Parcialmente de acuerdo	1	3%
d.	Parcialmente en desacuerdo	7	19%
e.	En desacuerdo	11	31%
f.	Absolutamente en desacuerdo	3	8%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

En esta pregunta, el 39% manifiesta que generaron ideas de emprendimiento motivadas por sus estudios del MBA; mientras, el 39% manifiestan que no generaron ideas emprendedoras. Esto indica que hay prácticamente la misma cantidad de

población que se motivó a generar ideas emprendedoras por motivación de su MBA, que los que no tuvieron ese tipo de iniciativa. Aunque considerando los resultados en dos tendencias, los que generaron ideas pueden ser el 42% mientras los que no generaron iniciativas son el 58% restante. En general, se puede considerar que algo menos de la mitad de la población que cursó un MBA generan iniciativas emprendedoras originadas por motivación de dicho programa.

Tabla No.27. Resultados de la pregunta No.4 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.4.

¿El ámbito del MBA facilita la formación de Emprendedores?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Absolutamente de acuerdo	4	11%
b.	De acuerdo	6	17%
c.	Parcialmente de acuerdo	9	25%
d.	Parcialmente en desacuerdo	10	28%
e.	En desacuerdo	6	16%
f.	Absolutamente en desacuerdo	1	3%
	Totales:	36	100%

Fuente: autoría propia.

En esta pregunta, se aprecia que el 53% de los encuestados consideran que el MBA facilita la formación de Emprendedores; mientras, el 47% restante consideran que no. Estos resultados indican que prácticamente las opiniones están divididas por mitad, lo cual se puede interpretar como positivo, dado que el MBA brinda las condiciones adecuadas para la formación de Emprendedores.

Tabla No.28. Resultados de la pregunta No.5 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.5.

Para un emprendedor en actividad, ¿cursar el MBA le aporta valor agregado a su desarrollo empresarial?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Absolutamente de acuerdo	4	11%
b.	De acuerdo	6	17%
c.	Parcialmente de acuerdo	9	25%
d.	Parcialmente en desacuerdo	10	28%
e.	En desacuerdo	6	17%
f.	Absolutamente en desacuerdo	1	2%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

En esta pregunta, se aprecia que el 53% de los encuestados consideran que el MBA aporta parcialmente valor agregado a su desarrollo empresarial; los que lo si consideran que hay un aporte son del orden del 28% y los que no son el 19%. Esto permite manifestar que se requiere dar más impulso al Emprendimiento como desarrollo empresarial en los programas de MBA.

Tabla No.29. Resultados de la pregunta No.6 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.6.

¿Cursar el MBA impulsó o generó un interés en el emprendimiento?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Absolutamente de acuerdo	4	11%
b.	De acuerdo	10	28%
c.	Parcialmente de acuerdo	3	8%
d.	Parcialmente en desacuerdo	10	28%
e.	En desacuerdo	8	22%
f.	Absolutamente en desacuerdo	1	3%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

Con base en los resultados de los encuestados, en esta pregunta se puede apreciar que son bastante divididos en relación con el interés que se despierta hacia el Emprendimiento una vez cursado el programa de MBA, con cifras del orden del 25% y un global del 53% donde consideran que no se generó interés, frente a un 39% que si

consideran se generó un nivel de interés en el Emprendimiento y un global del 47% en esa línea. Esto se puede interpretar como un aceptable nivel de interés hacia el Emprendimiento entre los que cursan un programa de MBA.

Tabla No.30. Resultados de la pregunta No.7 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.7.

En términos generales, ¿cursar el MBA aporta aspectos positivos para el desarrollo de un emprendedor?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Absolutamente de acuerdo	8	22%
b.	De acuerdo	8	22%
c.	Parcialmente de acuerdo	5	14%
d.	Parcialmente en desacuerdo	13	36%
e.	En desacuerdo	1	3%
f.	Absolutamente en desacuerdo	1	3%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

Conforme a los resultados de la tabla anterior, se puede apreciar que el 44% de los encuestados considera que el MBA aporta aspectos positivos para el desarrollo de un emprendedor, frente a un 6% que consideran que no; mientras el 50% están en una zona de parcialmente en acuerdo / desacuerdo. De acuerdo con esto, se puede considerar que en general, se recibe un aporte positivo con el programa del MBA para el desarrollo de un emprendedor, aunque posiblemente hay aspectos por mejorar.

Tabla No.31. Resultados de la pregunta No.8 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.8.

8.1 Durante sus estudios del MBA, ¿usted generó una idea de emprendimiento, que considera fue motivada por sus estudios?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Si	14	39%
b.	No	22	61%
Totales:		36	100%

8.2 Si su respuesta fue Si, ¿hacia cuál de los siguientes sectores de la economía estaba orientada esa propuesta de emprendimiento?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Agricultura	0	0%
b.	Ganadería, pesca y afines	0	0%
c.	Minería, petróleo y afines	1	3%
d.	Manufactura	1	3%
e.	Servicios en general	11	30%
f.	Servicios financieros	1	3%
	No Aplican	22	61%
	Totales:	36	100%

Fuente: autoría propia.

Con base en la primera parte de la pregunta, se aprecia que el 61% de los encuestados no generó una iniciativa de Emprendimiento durante sus estudios del MBA, siendo positiva la respuesta en el 39% restante. Esto en primer término, indica que falta por impulsar la iniciativa emprendedora entre los estudiantes de los programas de MBA. Entre el 39% de los que sí generaron una propuesta de emprendimiento, el 30% se orientó a servicios en general.

Resultados de la pregunta No.9 de la encuesta aplicada.

Los resultados a esta pregunta se presentan en la siguiente tabla., de la cual se puede apreciar los siguientes como los más relevantes:

- El aspecto más categorizado como Muy Importante es el Liderazgo con un 61%.
- El aspecto más Importante es la Adaptabilidad con un 64%.
- El aspecto más calificado como Medianamente Importante es la Autonomía con un 44%.
- El aspecto Poco Importante más calificado por los encuestados es el de la Innovación con un 28%.
- Sólo 6 de los encuestados encontraron algunos temas que calificaron como Nada Importantes en su relación con el Emprendimiento, los que eran la Visión, la Actitud ante el riesgo, la Confianza, la Pasión, la Adaptabilidad y la Negociación.

Con base en los anteriores resultados, se puede señalar que los aspectos que los encuestados consideran aportan más al impulso al Emprendimiento, conforme a los programas cursados, son los que se vinculan con las condiciones personales del individuo, como lo son el Liderazgo, la Adaptabilidad y la Autonomía, lo que se puede entender a partir del reto que representa para una persona asumir su rol de emprendedor.

Tabla No.32. Resultados de la pregunta No.9 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.9.

Califique los siguientes aspectos, según considere el nivel de aporte de cada uno, en el impulso al emprendimiento que se ofrece en el MBA que usted cursó:

		¿Qué tan importante fue este aspecto?											
		Muy importante	Muy importante	Importante	Importante	Medianamente importante	Medianamente importante	Poco importante	Poco importante	Nada importante	Nada importante		
		a	a	b	b	c	c	d	d	e	e	Encuestados	Porcentaje
Innovación	9.1	12	33%	5	14%	9	25%	10	28%	0	0%	36	100%
Autonomía	9.2	3	8%	13	36%	16	44%	4	12%	0	0%	36	100%
Visión	9.3	11	31%	20	56%	3	8%	1	3%	1	3%	36	101%
Liderazgo	9.4	22	61%	13	36%	1	3%	0	0%	0	0%	36	100%
Actitud ante el	9.5	4	11%	19	52%	10	28%	2	6%	1	3%	36	100%
Confianza	9.6	10	28%	15	41%	10	28%	0	0%	1	3%	36	100%
Pasión	9.7	12	33%	16	44%	7	20%	0	0%	1	3%	36	100%
Adaptabilidad	9.8	5	14%	23	64%	7	19%	0	0%	1	3%	36	100%
Negociación	9.9	12	33%	15	42%	8	22%	0	0%	1	3%	36	100%
Creatividad	9.10	9	25%	14	38%	11	31%	2	6%	0	0%	36	100%

Fuente: autoría propia.

Tabla No.33. Resultados de la pregunta No.10 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.10.

10.1 Durante ó después de sus estudios del MBA, ¿usted implementó algún emprendimiento, que considera fue motivado por sus estudios?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Si	7	19%
b.	No	29	81%
	Totales:	36	100%

10.2 Si su respuesta fue Si, ¿hacia cuál de los siguientes sectores de la economía estaba orientado ese emprendimiento?:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Agricultura	0	0%
b.	Ganadería, pesca y afines	1	3%
c.	Minería, petróleo y afines	2	6%
d.	Manufactura	0	0%
e.	Servicios en general	4	11%
f.	Servicios financieros	0	0%
	No Aplican	29	80%
	Totales:	36	100%

10.3 Si su respuesta fue Si, ¿se encuentra actualmente en operación ese emprendimiento? (Si ó No):

		Encuestados	Porcentaje
a.	Si	5	14%
b.	No	2	6%
	No Aplican	29	80%
	Totales:	36	100%

Fuente: autoría propia.

En la primera parte de esta pregunta el 81% de los encuestados manifiesta que no implementó una iniciativa de emprendimiento como resultado de sus estudios del MBA. Del 19% restante, el mayor porcentaje orientó su emprendimiento hacia el sector de los Servicios en general. De estos 7 encuestados que implementaron un emprendimiento, 5 manifestaron que actualmente se encuentra en operación el mismo.

En general, los resultados de esta pregunta, permiten identificar que es bastante bajo el número de emprendimientos desarrollados como resultado de cursar el programa de MBA.

Tabla No.34. Resultados de la pregunta No.11 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.11.

Su interés en cursar el MBA se originó principalmente en (marque una sola opción):

		Encuestados	Porcentaje
a.	Mejorar su posicionamiento laboral	24	66%
b.	Un interés académico	0	0%
c.	Deseo de adquirir conocimientos complementarios	6	17%
d.	Explorar un nuevo campo para su desempeño laboral	2	6%
e.	Otro	4	11%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

De los anteriores resultados se puede identificar que el 66% se interesó en cursar el MBA con el propósito de mejorar su posicionamiento laboral, siendo muy común este objetivo entre los profesionales vinculados a empresas en las cuales pueden ascender dentro de la estructura de la organización y recibiendo mejores beneficios, en la medida en que se consiga mejorar su perfil con formación avanzada en el campo de la Administración.

Tabla No.35. Resultados de la pregunta No.12 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.12.

Al iniciar su MBA, usted era:

		Encuestados	Porcentaje
a.	Empleado	30	83%
b.	Trabajador independiente	4	11%
c.	Desempleado	0	0%
d.	Empresario con su negocio actual	2	6%
e.	Empresario con otro negocio diferente al actual	0	0%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

El 83% de los encuestados indicaron que al inicio de su programa de MBA, ellos eran empleados

Tabla No.36. Resultados de la pregunta No.13 de la encuesta aplicada.

Pregunta No.13.

En caso que usted actualmente dirija un negocio, ¿éste surgió como iniciativa durante sus estudios del MBA?

		Encuestados	Porcentaje
a.	Si	2	6%
b.	No, fue anterior al MBA	7	19%
c.	No, fue posterior al MBA	2	6%
d.	Actualmente no dirijo ningún negocio	25	69%
Totales:		36	100%

Fuente: autoría propia.

7.2 Análisis descriptivo

Los siguientes procesos se realizaron con el total del instrumento en términos porcentuales (puntajes de 0 a 100) y con la colaboración de la Profesora Susana Mejía Vélez, profesional y docente en el área de Estadística, apoyada en el software para análisis estadístico SSP. El promedio obtenido fue de 55 con una desviación de 28,5, lo que indica homogeneidad en las respuestas. El promedio en la población está entre 45,36 y 64,63 con una confianza del 95%. La mediana fue de 51,42, valor situado en la mitad, es decir, la mitad de los que respondieron la prueba puntuaron por debajo de 51,42 como se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla No.37. Resultados de la pregunta No.13 de la encuesta aplicada.

Parámetro	Estadístico	Error estándar (%)
Media	55,0000	4,74470
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	45,3678
	Límite superior	64,6322
Media recortada al 5%	55,0617	
Mediana	51,4286	
Varianza	810,437	
Desviación estándar	28,46818	
Mínimo	0,00	

Fuente: autoría propia.

En la prueba de Normalidad, de acuerdo con la tabla siguiente, la variable no presenta una distribución normal, se aplica la prueba Shapiro-Wilk⁸ por ser una muestra menor de 50. Para que la distribución sea normal, la significación debe ser superior a 0,05. (0,003<0,05), esto implica que los datos no deben representarse con la media (55,0), sino con la mediana (51,4).

Tabla No.37. Resultados de la pregunta No.13 de la encuesta aplicada.

Índice de Kolmogorov-Smirnov			Índice de Shapiro-Wilk		
Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
0,211	36	0,000	0,897	36	0,003

Fuente: autoría propia.

7.3 Análisis cruzado

Para realizar los análisis cruzados entre preguntas, se compara el puntaje total en la prueba en los grupos de cada una de las preguntas, realizándolo en las preguntas que representan relevancia con los objetivos del estudio.

7.3.1 Cruces con la pregunta No.1

Para los siguientes cruces, en los cuales se compara el puntaje total en la prueba en los grupos de cada una de las preguntas, se usó la prueba Kruskal-Wallis⁹, por no presentarse distribución normal en el puntaje total del instrumento.

Prueba de Kruskal-Wallis

La siguiente tabla muestra los rangos promedio dentro de cada grupo, descriptivamente un rango más alto representa mayores puntuaciones en ese grupo.

⁸ Prueba de Normalidad de Shapiro-Wilk. Contraste de ajuste que se emplea para comprobar si unos datos determinados han sido extraídos de una población normal, adecuado para muestras pequeñas (n<50).

⁹ Prueba No Paramétrica de Kruskal-Wallis. Para k muestras independientes, se realiza esta prueba para determinar si las mismas proceden de una misma población o de poblaciones idénticas con la misma mediana. http://www.ub.edu/aplica_infor/spss/cap6-4.htm

Tabla No.38. Cruces con la pregunta 1 - El enfoque del MBA cursado por usted es hacia.

Enfoque	Población	Rango promedio
Gestión organizacional	11	10,95
Estrategia	12	16,08
Emprendimiento	10	25,20
Otro	3	33,50
Total	36	-

Fuente: autoría propia.

Según la tabla anterior, el puntaje superior en el instrumento, se presenta en quienes marcaron Otro y el menor en Gestión Organizacional.

Considerando el análisis con base en las Medianas, se ratifican la menor y mayor puntuaciones en Gestión Organizacional y Otro, respectivamente.

Tabla No.39. Mediana en enfoques de la pregunta 1 - El enfoque del MBA cursado por usted es hacia.

Enfoque	Porcentajes (%)
Gestión organizacional	28,5714
Estrategia	40,0000
Emprendimiento	80,0000
Otro	94,2857
Total	51,4286

Fuente: autoría propia.

7.3.2 Cruces con la pregunta No.9

Para asociar la puntuación del instrumento con las calificaciones de la pregunta 9, se aplicó el Coeficiente de Rangos de Spearman¹⁰, por tratarse de calificaciones en escala ordinal.

Las correlaciones se presentan en la tabla elaborada en Excel del Anexo No.1. Las correlaciones negativas indican asociación inversa, esto se da porque las calificaciones se tabularon al contrario, es decir 1 correspondía a Muy Importante y

¹⁰ Coeficiente de Rangos de Spearman (ρ). Medida de la correlación entre dos variables aleatorias. https://www.academia.edu/12414780/coeficiente_de_correlaci%C3%B3n_de_spearman

valores altos a Menos Importante. Para que exista asociación, el valor absoluto (sin signo) debe ser superior a 0,4 y la significación inferior a 0,05. Las asociaciones significativas están marcadas con (*) en la tabla mencionada.

Ejemplo: al establecer la calificación del elemento Innovación con el Total, se obtiene que este elementos tiene el mayor coeficiente de correlación ($0.846 \text{ sig} = \rho = 0.000 < 0.05$), es decir a mayor puntaje en Innovación, mayor puntaje en la calificación del instrumento. Entre los elementos Innovación y Autonomía se tiene un coeficiente de correlación 0,738 que es el mayor de las correlaciones establecidas. Esto indica que son los elementos más asociados. Entre Innovación y Visión, el coeficiente es de 0,054 que es el menor de las correlaciones obtenidas, lo cual indica que están poco asociados estos dos elementos.

7.3.3 Cruces con la pregunta No.11

La siguiente tabla muestra los rangos promedio dentro de cada grupo, descriptivamente un rango más alto representa mayores puntuaciones en ese grupo.

Tabla No.40. Cruces con la pregunta 11 – Su interés en cursar el MBA se originó principalmente en.

Enfoque	Población	Rango promedio
Mejorar su posicionamiento laboral	24	16,48
Adquirir conocimientos complementarios	6	21,00
Explorar un nuevo campo	2	29,00
Otro	4	21,63
Total	36	-

Fuente: autoría propia.

Según la tabla anterior, hay una distribución equitativa y representativa entre quienes marcaron Otro y Adquirir conocimientos complementarios; el mayor lo representa el interés de Explorar un nuevo campo laboral. Considerando el análisis con base en las Medianas, se ratifican los mayores como son Explorar un nuevo campo laboral, Otro y Adquirir conocimientos complementarios.

Tabla No.41. Mediana en enfoques de la pregunta 11 - Su interés en cursar el MBA se originó principalmente en.

Enfoque	Porcentajes (%)
Mejorar su posicionamiento laboral	34,2857
Adquirir conocimientos complementarios	75,7143
Explorar un nuevo campo	84,2857
Otro	81,4286
Total	51,4286

Fuente: autoría propia.

7.3.4 Cruces con la pregunta No.12

La siguiente tabla muestra los rangos promedio dentro de cada grupo, descriptivamente un rango más alto representa mayores puntuaciones en el grupo.

Tabla No.42. Cruces con la pregunta 12 – Al iniciar su MBA usted era.

Enfoque	Población	Rango promedio
Empleado	30	18,20
Trabajador independiente	4	15,50
Empresario con su negocio actual	2	29,00
Total	36	-

Fuente: autoría propia.

Esta distribución establece a pesar de que la mayor población consultada corresponde a empleados, éstos tienen una baja relevancia en relación con el interés en el Emprendimiento. Esto se ratifica analizando la mediana, en donde el grupo de empleados es el de menor incidencia en el impulso de las iniciativas de emprendimiento.

Tabla No.43. Mediana en enfoques de la pregunta 12 - Al iniciar su MBA usted era.

Enfoque	Porcentajes (%)
Empleado	40,0000
Trabajador independiente	50,0000
Empresario con su negocio actual	85,7143
Total	51,4286

Fuente: autoría propia.

7.3.5 Cruces con la pregunta No.13

La siguiente tabla muestra los rangos promedio dentro de cada grupo, descriptivamente un rango más alto representa mayores puntuaciones en el grupo.

Tabla No.44. Cruces con la pregunta 13 – En caso que usted actualmente dirija un negocio, ¿éste surgió como iniciativa durante sus estudios del MBA?

Enfoque	Población	Rango promedio
Sí	2	35,50
No, fue anterior al MBA	7	18,36
No, fue posterior al MBA	2	19,50
Actualmente no dirijo ningún negocio	25	17,10
Total	36	-

Fuente: autoría propia.

Esta distribución, similar a la del caso anterior, indica que la mayor parte de la población al no tener actualmente un negocio en desarrollo, reconoce que es muy baja su incidencia en el desarrollo del emprendimiento, en relación con sus estudios del MBA.

Tabla No.45. Mediana en enfoques de la pregunta 13 - En caso que usted actualmente dirija un negocio, ¿éste surgió como iniciativa durante sus estudios del MBA?

Enfoque	Porcentajes (%)
Sí	98,5714
No, fue anterior al MBA	68,5714
No, fue posterior al MBA	54,2857
Actualmente no dirijo ningún negocio	34,2857
Total	51,4286

Fuente: autoría propia.

8. DISCUSIÓN

A continuación se presentan hallazgos fundamentales, conclusiones, recomendaciones, limitaciones e implicaciones, obtenidos con el desarrollo del presente trabajo, conforme lo propone (Hernández, 2014) como parte final de un trabajo de investigación.

8.1 Hallazgos fundamentales

Con el desarrollo de este Trabajo, se identificaron los aspectos más relevantes de la incidencia que ha tenido la temática del Emprendimiento de los programas de Maestría en Administración que se imparten en Bogotá D.C., en relación con el impulso a las iniciativas emprendedoras entre los estudiantes que han cursado esos programas.

En términos generales, se puede identificar que la temática del Emprendimiento ha ganado una posición importante dentro de los planes de estudios. De los nueve programas identificados, según se presentan en la Tabla No.12, seis programas tienen implementados planes orientados hacia el Emprendimiento, conforme se indica en la Tabla No.10.

Sin embargo, la generación de propuestas de Emprendimiento originadas desde el desarrollo de los programas de MBA, es bastante escasa, conforme se identificaron y presentaron en la Tabla No.11, donde sólo ocho propuestas fueron encontradas. Esto denota un bajo nivel de desarrollo de iniciativas empresariales desde las aulas de las Maestrías en Administración de Empresas.

Conforme a lo encontrado en el desarrollo del presente Trabajo, se identificó que la mayor tendencia de los trabajos de grado a nivel de Maestría en Administración, es la evaluación de PyMes existentes y en operación, en donde por ejemplo, se aplican métodos de evaluación de gestión de organizaciones, que contribuyen con la mejora de esas empresas al brindarles resultados de su estado actual, proponer planes y acciones de mejora, que de ser adoptadas por las mismas, seguramente impulsarán el crecimiento económico de dichas empresas.

Es así, como de los nueve planes de Maestría de Administración identificados y estudiados, sólo en dos de ellos se identificaron seis iniciativas empresariales desarrolladas en el período objeto de estudio 2010 – 2015. Esto ratifica los bajos niveles de desarrollo de iniciativas empresariales generados por los estudiantes que desarrollan un programa de MBA.

En términos específicos, conforme al instrumento tipo encuesta aplicado a estudiantes de los programas de MBA, se encontraron los siguientes aspectos relevantes:

- Se considera que los programas tienen una importante inclusión del tema de Emprendimiento, siendo del orden del 28% de los consultados según la Tabla No.21 y del 45% según la Tabla No.22, lo cual es consistente con lo presentado en la Tabla No.12. Esto indica que el Emprendimiento ha sido incorporado dentro de los planes de estudios de manera importante.
- En cuanto a la motivación para la creación de ideas de emprendimiento, así como la generación de las mismas, durante el desarrollo de los estudios de un programa de MBA, se considera que menos del 50% de los encuestados tuvieron respuestas afirmativas, ver Tabla No.23. Esto indica que si bien es cierto que la temática de Emprendimiento se imparte con buena participación en el programa de Maestría, es muy poco lo que genera como iniciativas empresariales, lo cual se ratifica en el hecho que la mayoría de los estudiantes cursan el programa en calidad de empleados y con un objetivo muy fuerte a mejorar su posicionamiento dentro de la organización a la cual se encuentra vinculado, lo que se presenta en las Tablas Nos. 31 y 32. Igualmente, en las Tablas Nos.28 y 30 se aprecia que fueron muy bajos los niveles de incidencia que tuvo el MBA para la generación de propuestas de Emprendimiento, entre los estudiantes consultados, lo cual ratifica lo expuesto en las tablas anteriormente mencionadas.
- Finalmente, se puede considerar que los programas de MBA tienen mucho que mejorar en el impulso al Emprendimiento, entre lo que se incluye la motivación, iniciativa y formación para ser un emprendedor. Conforme a los resultados de la encuesta, lo que se identifica en las Tablas Nos.26 y 27, hay una moderada incidencia de los programas de MBA en el impulso a los posibles emprendedores que pudieran surgir de esos programas.

8.2 Conclusiones

Los programas de Maestría en Administración han incorporado en sus contenidos la temática del Emprendimiento con un importante soporte en centros de emprendimiento estructurados al interior de las universidades, se pueden destacar los siguientes:

- Universidad de Los Andes: cuenta con el Centro de Emprendimiento (CE) de la Facultad de Administración, brinda apoyo a emprendedores, construcción de comunidad y cultura emprendedora al interior de la universidad. Cuenta con profesores y mentores, quienes brindan asesorías y talleres, y tiene el Programa de Emprendedores (PEMP) (Universidad de Los Andes, 2019).
- Universidad Javeriana: tiene el Centro Javeriano de Emprendimiento, que es una unidad que articula, planea y coordina actividades orientadas hacia el emprendimiento (Universidad Javeriana, 2019).
- Universidad Externado de Colombia: tiene la Unidad de Emprendimiento – Emprende +, que con profesores, investigadores y tutores brindan formación y asesoría a estudiantes de pregrado y posgrado y a egresados para la creación y desarrollo de sus iniciativas de emprendimiento (Universidad Externado de Colombia, 2019).
- Universidad del Rosario: su Centro de Emprendimiento desarrolla actividades para promover y facilitar las iniciativas y proyectos de la comunidad académica de la universidad (Universidad del Rosario, 2019).
- Universidad Sergio Arboleda: su Centro de Innovación, Emprendimiento y Empresa ofrece programas de formación como electivas transversales en los programas académicos y como opción de grado, brindando herramientas para la elaboración del plan de negocio (Universidad Sergio Arboleda, 2019).
- Universidad EAN: su Instituto para el Emprendimiento Sostenible capacita y asesora en el proceso de emprendimiento, desarrollando la Política General de la Universidad bajo los conceptos de emprendimiento, liderazgo, innovación y sostenibilidad (Universidad EAN, 2019).

Conforme a los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento, los índices correspondientes a las variables consideradas, según las competencias desarrolladas, que fueron expuestas en la Tabla No.19, se tienen las siguientes conclusiones:

Tabla No.46. Conclusiones de la aplicación del instrumento conforme a las variables evaluadas.

Variable	Indicadores	Resultados	Conclusión
Enfoques de los programas de MBA que se ofrecen en Bogotá D.C.	Enfoque de cada programa.	Estrategia. Gestión organizacional. Emprendimiento.	El Emprendimiento ocupa el tercer enfoque dentro de los programas considerados.
Iniciativas de emprendimiento generadas por estudiantes de los programas de MBA en Bogotá D.C. en el período 2010 – 2015	Emprendimientos propuestos. Emprendimientos implementados.	Propuestas elaboradas. Emprendimientos desarrollados.	Prácticamente el 61% de los encuestados no generó propuestas de emprendimiento derivadas de sus estudios de posgrado.
Segmentos económicos hacia los que se orientan las propuestas de emprendimiento	Sectores de la economía.	Sector servicios. Sector TICs. Sector ingeniería. Sector educación.	El 30% de las propuestas de emprendimiento se orientaron al sector de los Servicios.
Propuestas implementadas y en operación durante el período objeto del estudio	Propuestas implementadas y desarrolladas.	No implementada. Implementada y en operación. Implementada y suspendida.	El 14% de las iniciativas continúan en operación.
Incidencia de la formación en el MBA en el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras	Actitudes. Competencias. Habilidades.	Innovación. Motivación. Autonomía. Visión. Liderazgo. Actitud ante el riesgo. Confianza. Pasión. Adaptabilidad. Negociación. Creatividad.	Se destacan el Liderazgo, la Adaptabilidad y la Autonomía.

Fuente: autoría propia.

Con base en los resultados anteriores, se considera que a pesar de que el tema del Emprendimiento ha tomado una relevancia importante dentro de los programas de posgrado en Administración, y ha conllevado la implementación y desarrollo de centros de emprendimiento al interior de las universidades, aún su incidencia en la generación de iniciativas emprendedoras por parte de los estudiantes de esos programas es aún baja.

8.3 Recomendaciones

Considerando este trabajo como un primer paso en el estudio y evaluación de la incidencia de los programas de Maestría en Administración en el impulso al emprendimiento, se recomienda que se propongan nuevos trabajos de investigación que continúen sobre esta línea. Igualmente, se recomienda que dentro de las opciones de trabajo de grado en estos programas se apoye el desarrollo de planes de negocio y propuestas emprendedoras, vinculándolo con alternativas de financiación que faciliten la viabilidad e implementación sostenible de esas propuestas.

Se considera importante que se establezca una red de emprendimiento a nivel local y nacional, donde las universidades aúnan esfuerzos, iniciativas, mecanismos, programas, y demás aspectos que impulsen fuertemente los proyectos emprendedores, logrando un mayor nivel de incidencia en la economía nacional.

8.4 Limitaciones

Debido a que el tema de este trabajo es nuevo sobre la línea de investigación en emprendimiento, se tuvieron algunas dificultades para acceder a información de fuentes primarias de las universidades consideradas, en primer término porque la mayoría de los trabajos que se han desarrollado en los programas de posgrado se orientan a evaluar PyMes en operación, y en segundo término, porque algunas universidades fueron un tanto restrictivas en el suministro de información.

Se considera importante que en la medida en que las universidades establezcan acuerdos para trabajar conjuntamente temas de emprendimiento, se podrá mejorar el apoyo

interinstitucional a este tipo de trabajos y a la generación de propuestas de investigación en la temática de emprendimiento.

8.5 Implicaciones

Este trabajo presenta una aproximación a la evaluación de la incidencia que han tenido los programas de Maestría en Administración en la generación y desarrollo de propuestas de emprendimiento. Colombia es un país en el que se considera que emprender es difícil y en el que se debe trabajar mucho para impulsar el emprendimiento como motor dinamizador de una economía que tradicionalmente ha sido dependiente de productos del sector primario como el petróleo, la minería y agropecuarios (Revista Dinero, 2018).

Por tanto, este trabajo pretende dar un impulso al interés de evaluar la incidencia que tiene la Educación Superior en el desarrollo económico del país, dado que no se puede desligar la importancia y la trascendencia que deben tener las universidades en el progreso de la nación, siendo autocríticos a nivel individual y colectivo. Posiblemente algunas universidades estudian estos puntos, y tratan la información de manera confidencial, otras tal vez no lo han hecho. Pero es importante reconocer que se debe vincular el desarrollo académico del país con el desarrollo económico.

El emprendimiento toma cada vez más relevancia en la sociedad, por ser en algunos casos la única opción laboral para algunas personas, ó por ser objeto del interés individual de otras, entre otras motivaciones (Cámara de Comercio de Bogotá, 2016), por lo que toda investigación que se realice alrededor de esta temática tendrá una relevancia en el avance de la disciplina de la Administración de Empresas.

9. REFERENCIAS

- Ahmad, N. S. (24 de Enero de 2008, p.10). *The Organisation for Economic Co-operation and Development*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=std/doc\(2008\)1](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=std/doc(2008)1)
- Albán, N. C. (2012). *Construcción de un instrumento para identificar el perfil de emprendedores bogotanos de la última década*. Bogotá D.C.: Universidad del Rosario.
- Aldana, E. I. (2011). El modelo de negocios como reforzador del emprendimiento en las universidades. Caso del Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México. *Ciencias Estratégicas No.26*, 185-201.
- Banco de la República - Colombia. (2013). Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de <http://www.banrep.gov.co/es/contenidos/page/qu-producto-interno-bruto-pib>
- Banco de la República. (2015). Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/ingreso_nacional
- Banco Mundial. (2007). *Colombia: contribuciones para políticas de competitividad sub-regional*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- Barraza, A. (2007). Apuntes sobre metodología de la investigación. *Investigación Educativa*, 6-10.
- BBC Mundo. (21 de Julio de 2017). *World Economic Forum*. Recuperado el 25 de Julio de 2017, de <https://www.weforum.org/es/agenda/2017/07/estas-son-las-mejores-universidades-de-america-latina-en-2017>
- Benavides, M. S. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Dirección y Organización*, 34-48.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Bogotá D.C.: Pearson Educación.
- Borasi, R. F. (2010). Entrepreneurial Attitudes and Behaviors That Can Help Prepare Successful Change-Agents in Education. *The New Educator*, 1-29.

- Cabana-Villca, R. e. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. *Journal of Technology Management & Innovation*, 65-75.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (Octubre de 2016). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://www.ccb.org.co/Sala-de-prensa/Noticias-Cree-su-empresa/2016/Octubre/Crecimiento-del-emprendimiento-en-Colombia>
- Cámara de Comercio de Bogotá, T. B. (Febrero de 2012). *Cámara de Comercio de Bogotá Biblioteca Digital*. Recuperado el 20 de Mayo de 2017, de <http://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/3093>
- Cambridge University Press. (2017). *Cambridge Dictionary*. Recuperado el 13 de Marzo de 2017, de <http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/spin-off>
- Canals, J. (2012). *Leadership development in a global world*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Santiago: First Public Inc Chile S.A.
- Cobo, C. (24 de Enero de 2012). *Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/comp_empre_cobo.pdf
- Cohan, P. (15 de Junio de 2011). *Forbes*. Recuperado el 20 de Junio de 2017, de <https://www.forbes.com/sites/petercohan/2011/06/15/harvards-lion-of-entrepreneurship-packs-up-his-office/#4dbf1a604e89>
- Comisión Regional de Competitividad. (2010). *Plan regional de competitividad. Bogotá y Cundinamarca. 2010-2019*. Bogotá D.C.: Comisión Regional de Competitividad.
- Cuevas, M. (2011). ¿Cómo despertar el emprendimiento y la innovación desde la academia por medio de modelos de enseñanza establecidos? *Revista de Investigación*, 115-125.
- DANE. (Diciembre de 2000). Recuperado el 25 de Julio de 2017, de https://www.dane.gov.co/files/banco_datos/cronica_economica/cronica_2000/Cronica_Econ_IVtrim2000.pdf

- DANE. (2 de Mayo de 2016). Recuperado el 13 de Marzo de 2017, de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios>
- Durán, J. (2015). Una aproximación a la relación entre el desarrollo regional y el emprendimiento en Colombia. *Sotavento MBA*, 92-98.
- EAN Entrepreneurship Group, E. (2019). *Investigación EAN*. Recuperado el 05 de Mayo de 2019, de <https://universidadean.edu.co/investigacion/entrepreneurship-group>
- Financial Times. (2017). *Financial Times*. Recuperado el 5 de Agosto de 2017, de <http://rankings.ft.com/exportranking/global-mba-ranking-2017/pdf>
- Galiana, O. C.-G. (2016). Medida del emprendizaje: adaptación y validación de la escala de actitudes emprendedoras EASS en profesores españoles. *Búsqueda*, 41-52.
- Gellman, L. (28 de Diciembre de 2014). *The wall street journal*. Recuperado el 27 de Marzo de 2016, de <http://lat.wsj.com/articles/SB10972589309364634370204580343610197956180>
- Gil-Bolívar, F. (2012). La relación universidad-empresa-estado-sociedad, una estrategia necesaria para el desarrollo. *Hojas de Administración*, 1-2.
- Gómez, H. D. (2014). Innovación y emprendimiento en Colombia: balance, perspectivas y recomendaciones de política, 2014-2018. *Cuadernos Fedesarrollo* 50, 50-94.
- Gómez, M. P. (2011). Educación en emprendimiento: fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. *Economía Gestión y Desarrollo*, 125-151.
- Harvard University Office of Technology Development. (2011). *Startup Guide*. Cambridge: The President and Fellows of Harvard College.
- Harvard, B. S. (2019). *Entrepreneurship*. Recuperado el 15 de Abril de 2019, de <https://entrepreneurship.hbs.edu/programs/alumni/rock-100-network/Pages/default.aspx>
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la investigación 6a. ed.* México D.F.: McGraw Hill Education.

- Inalde Business School. (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <https://www.inalde.edu.co/home>
- Investigación Universidad EAN. (2019). *Universidad EAN*. Recuperado el 5 de Mayo de 2019, de <https://universidadean.edu.co/investigacion/entrepreneurship-group>
- Krugman, P. O. (2012). *Economía internacional*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Lanzas, V. L. (2009). Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. *Scientia et Technica*, 267-272.
- López, M. R. (2012). Motivaciones para emprender: un análisis de diferencias entre hombres y mujeres. *Economía Industrial* Nº 383, 75-84.
- Lustig, N. L.-C.-J. (Agosto de 2011). *The decline in inequality in Latin America: How much, since when and why*. Recuperado el 10 de Julio de 2017, de <http://www.ecineq.org/milano/WP/ECINEQ2011-211.pdf>
- Magallanes, R. (2012). *Globalización de la educación superior : impacto en países desarrollados y subdesarrollados*. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Marulanda, F. M. (2014). Aportes teóricos y empíricos al estudio del emprendedor. *Cuadernos de Administración* No.51, 89-99.
- MCIT. (Julio de 2009). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado el 25 de Julio de 2017, de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=24353&name=PoliticaEmprendimiento2009.pdf&prefijo=file>
- Mincomercio Industria y Turismo. (Enero de 2006). *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=2331&name=Ley1014de2006.pdf>
- MinComercio Industria y Turismo. (13 de Febrero de 2017). *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. Recuperado el 13 de Marzo de 2017, de http://www.mincit.gov.co/mipymes/publicaciones/2761/definicion_tamano_empresa_micro_pequena_mediana_o_grande
- Mora, R. (2011). Estudio de actitudes emprendedoras con profesionales que crearon empresa. *Revista EAN* No.71, 70-83.

- Moreno-Brid, J. R.-N. (2009). *La educación superior y el desarrollo económico en América Latina*. México D.F.: Naciones Unidas, CEPAL.
- Net Impact, T. A. (2009). *New leaders, new perspectives. A Survey of MBA Student Opinions on the Relationship Between Business and Social/Environmental Issues*.
- Ortíz, J. (2011). Siglo XXI: desafío para los negocios internacionales. *Revista MBA EAFIT*, 54-61.
- Pertuz-Peralta, V. R.-C.-R. (2016). Perfil docente y fomento de la cultura del emprendimiento: búsqueda de una relación. *Educación y Educadores*, 29-45.
- Porras, J. (2015). Aproximación al estado de la formación en emprendimiento en instituciones de educación terciaria en Bogotá D.C. *Criterio Libre*, 202-213.
- Ramírez, M. P. (2010). La alianza Universidad-Empresa-Estado: una estrategia para promover innovación. *Revista EAN No.68*, 112-133.
- Reficco, E. O. (2009). Empresa y sociedad en América Latina: una introducción. *Revista Latinoamericana de Administración No.43*, 1-25.
- Revista Dinero. (14 de Abril de 2016). *Dinero*. Recuperado el 13 de Marzo de 2017, de <http://www.dinero.com/edicion-impres/pymes/articulo/evolucion-y-situacion-actual-de-las-mipymes-en-colombia/222395>
- Revista Dinero. (6 de Julio de 2018). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/reporte-global-de-emprendimiento-resultados-de-colombia-2018/259199>
- Rodríguez, C. (2016). El emprendimiento solidario: una alternativa empresarial para enfrentar los desafíos de la globalización en el siglo XXI. *CrearE, Cuadernos de Emprendimiento No.1*, 10-25.
- Romero, G. (9 de Mayo de 2015). *Universidad Javeriana, MBA*. Recuperado el 15 de Mayo de 2017, de <http://www.javeriana.edu.co/maestria-administracion-mba/noticias-profesores/-/blogs/intraemprendimiento-la-innovacion-dentro-de-las-organizaciones>
- Rosenthal, G. (2010). La crisis financiera y económica de 2008 y su repercusión en el pensamiento económico. *Revista CEPAL*, 29-39.
- Rubiano-Aldana, D. B.-J. (2016). La educación en Colombia: dinámica del mercado y la globalización. *Cooperativismo & Desarrollo No.24*, 161-177.

- Saavedra, M. C. (2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina. *Criterio Libre*, 130-152.
- Sanabria, P. E. (2015). Interacción universidad y entorno: marco para el emprendimiento. *Educ Educ Universidad de La Sabana*, 111-134.
- Sanín, H. e. (Noviembre de 2003). *Asociación Colombiana de Facultades de Administración*. Recuperado el 25 de Julio de 2017, de <http://www.ascolfa.edu.co/web/archivos/educacionydocsrelacionados/Escuelas-de-Negocios.pdf>
- Sepúlveda, P. Z. (2008). Los cursos de emprendimiento en los programas MBA: un estudio de caso sobre evaluación de impacto. *Cuadernos de Administración No.39*, 61-74.
- Serrano-Bedia, A. P.-P.-R.-F. (2016). Emprendimiento: visión actual como disciplina de investigación. Un análisis de los números especiales publicados durante 2011-2013. *Estudios Gerenciales No.32*, 82-95.
- Subgerencia Cultural del Banco de la República, B. (2015). *Banco de la República*. Recuperado el 10 de Octubre de 2015, de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/politica/el_neoliberalismo
- Tarapuez, E. G. (2015). Elementos para la construcción de un instrumento que permita medir la intención empresarial en estudiantes universitarios de último semestre. *Tendencias*, 209-227.
- Tarapuez, E. O. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios Gerenciales 29*, 274-283.
- Thomas, B. M. (2011). *Innovation and small business - Volume 1*. Ventus Publishing ApS.
- Times Higher Education. (2017). *Times Higher Education*. Recuperado el 5 de Agosto de 2017, de https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2017/latin-america-university-rankings#!/page/3/length/25/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/scores
- Tinoco, O. (2008). Medición de la capacidad emprendedora de ingresantes a la Facultad de Ingeniería Industrial de la UNMSM. *Industrial Data*, 18-23.
- Tobón, S. (2004). *Las competencias en el sistema educativo: De la simplicidad a la complejidad*. Medellín: MinEducación.

- Tobón, S. (2006). *Formación Basada en Competencias: Pensamiento Complejo, Diseño Curricular y Didáctica*. Bogotá D.C.: Ecoe Ediciones.
- Torres, J. (2013). *Universidad del Rosario - Repositorio*. Recuperado el 15 de Junio de 2016, de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4589/1019060367-2013.pdf?sequence=1>
- UEI. (2017). *Unidad de Emprendimiento e Innovación*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/>
- UNESCO, O. R. (2005). *Objetivos de desarrollo del milenio: una mirada desde América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Universidad de La Salle*. (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <https://www.lasalle.edu.co/maestria-en-administracion>
- Universidad de los Andes. (2017). *Universidad de Los Andes*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/relaciones-corporativas/centro-de-emprendimiento>
- Universidad de Los Andes. (2017). *Universidad de Los Andes*. Recuperado el 30 de Junio de 2017, de <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/mba>
- Universidad de Los Andes*. (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/programas/mba/mba-tiempo-completo-parcial/informacion-general>
- Universidad de Los Andes. (2019). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://administracion.uniandes.edu.co/index.php/es/relaciones-corporativas/centro-de-emprendimiento>
- Universidad del Rosario. (2017). *Universidad del Rosario*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <http://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/Inicio/>
- Universidad del Rosario*. (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <http://gsb.urosario.edu.co/Inicio/>
- Universidad del Rosario. (2019). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://www.urosario.edu.co/Centro-de-Emprendimiento/Inicio/>

- Universidad EAN.* (Febrero de 2017). Recuperado el 13 de Marzo de 2017, de <http://universidadean.edu.co/seccion/maestria-en-administracion-de-empresas-mba-modalidad-virtual.html>
- Universidad EAN.* (2017). *Universidad EAN.* Recuperado el 30 de Junio de 2017, de <http://universidadean.edu.co/es/formacion/maestrias/maestria-en-administracion-de-empresas-virtual>
- Universidad EAN.* (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <https://universidadean.edu.co/es/formacion/maestrias/maestria-en-administracion-de-empresas-virtual>
- Universidad EAN.* (2018). Recuperado el 28 de Julio de 2018, de <https://universidadean.edu.co/es/facultades/instituto-para-el-emprendimiento-sostenible/que-es-el-instituto-para-el-emprendimiento>
- Universidad EAN.* (2018). Recuperado el 6 de Agosto de 2018, de <https://universidadean.edu.co/es/la-universidad/sostenibilidad/investigacion-e-innovacion>
- Universidad EAN.* (2018). Recuperado el 6 de Agosto de 2018, de <https://universidadean.edu.co/es/la-universidad/manifiesto-del-emprendimiento-sostenible>
- Universidad EAN.* (2019). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://universidadean.edu.co/facultades/instituto-para-el-emprendimiento-sostenible>
- Universidad Externado.* (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <https://www.uexternado.edu.co/programa/administracion-de-empresas/maestria-administracion-empresas/>
- Universidad Externado de Colombia.* (2017). *Universidad Externado de Colombia.* Recuperado el 30 de Junio de 2017, de <https://www.uexternado.edu.co/programa/administracion-de-empresas/maestria-administracion-empresas/>
- Universidad Externado de Colombia.* (2019). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://www.uexternado.edu.co/administracion-de-empresas/centro-de-emprendimiento/>

Universidad Javeriana. (2017). *Universidad Javeriana*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <http://cea.javeriana.edu.co/academia/centros-investigacion-consultoria/centro-javeriano-competitividad-empresarial/innovacion-emprendimiento-social>

Universidad Javeriana. (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <http://www.javeriana.edu.co/maestria-administracion-mba/mba-programa-admin>

Universidad Javeriana. (2019). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://www.javeriana.edu.co/investigacion/equipoemprendimiento>

Universidad Nacional de Colombia. (2017). *Facultad de Ciencias Económicas*. Recuperado el 30 de Junio de 2017, de <http://fce.unal.edu.co/maestria-en-administracion/oferta-de-cursos.html>

Universidad Nacional de Colombia. (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <http://www.fce.unal.edu.co/maestria-en-administracion/generalidades-del-programa.html>

Universidad Sergio Arboleda. (5 de Junio de 2017). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de <http://gemba.usergioarboleda.edu.co/blog/mba-executive/>

Universidad Sergio Arboleda. (2017). Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <http://www.usergioarboleda.edu.co/escuelas/sobre-sergio-ie/>

Universidad Sergio Arboleda. (2017). *Universidad Sergio Arboleda*. Recuperado el 30 de Junio de 2017, de <http://www.usergioarboleda.edu.co/escuela-de-negocios-prime/wp-content/uploads/2015/02/Plan-de-Estudios-MBA2.pdf>

Universidad Sergio Arboleda. (2018). Recuperado el 30 de Marzo de 2018, de http://admisiones.usergioarboleda.edu.co/prime/mba_maestria_administracion_negocios/

Universidad Sergio Arboleda. (2019). Recuperado el 18 de Mayo de 2019, de <https://www.usergioarboleda.edu.co/events/organizer/centro-de-innovacion-y-emprendimiento/>

Urbano, D. T. (2008). Los sistemas de formación universitaria y su influencia en las actitudes empresariales de los estudiantes: un estudio de casos múltiple. *Oikos*, 87-103.

- Varela, R. G. (2014). *Dinámica empresarial colombiana 2013*. Bogotá D.C.: Universidad ICESI, Universidad del Norte, Universidad de Los Andes, Universidad Javeriana Cali.
- Varela, R. M. (2014). *Cepal*. Recuperado el 25 de Julio de 2017, de <http://caribbean.cepal.org/content/entrepreneurship-caribbean-region>
- Vargas, M. V. (2015). *Indicadores y metodología para la medición de competencias blandas*. Bogotá D.C.: Cetics - Vital.
- Vesga et al. (2015). *Emprendedores en crecimiento 1*. Bogotá D.C.: Universidad de Los Andes.
- Vesga, R. R. (2015). *Emprendedores en crecimiento 1*. Bogotá D.C.: Universidad de Los Andes.
- Villegas, A. (2003). Comportamiento del mercado laboral en el cuatrienio Pastrana: deterioro alarmante. *Perfil de Coyuntura Económica*, 84-105.
- Villegas, D. T. (2010). Las PyMEs: una mirada a partir de la experiencia académica del MBA. *Revista MBA EAFIT*, 86-101.

Anexo No.1. Tabla de correlaciones entre las preguntas.

Correlaciones

		PORTOTL	P9.1 Innovación	P9.2 Autonomía	P9.3 Visión	P9.4 Liderazgo	P9.5 Actitud ante el riesgo	P9.6 Confianza	P9.7 Pasión	P9.8 Adaptabilidad	P9.9 Negociación	P9.10 Creatividad
Rho de Spearman	PORTOTL	1,000	-,846**	-,815**	-,222	-,294	-,558**	-,390	-,383	-,260	,141	-,672**
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)		,000	,000	,194	,081	,000	,019	,021	,126	,413	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.1 Innovación	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,846**	1,000	,738**	,054	,130	,438**	,385*	,345*	,224	-,332*	,636**
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000		,000	,752	,448	,008	,020	,040	,189	,048	,000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.2 Autonomía	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,815**	,738**	1,000	,072	,273	,501**	,287	,325	,257	-,129	,481**
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000	,000		,675	,108	,002	,090	,053	,131	,453	,003
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.3 Visión	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,222	,054	,072	1,000	,571**	,409*	,301	,419*	,262	,492**	,099
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,194	,752	,675		,000	,013	,074	,011	,123	,002	,567
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.4 Liderazgo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,294	,130	,273	,571**	1,000	,395*	,312	,519**	,495**	,637**	,264
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,081	,448	,108	,000		,017	,064	,001	,002	,000	,120
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.5 Actitud ante el riesgo	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,558**	,438**	,501**	,409*	,395*	1,000	,725**	,670**	,554**	,290	,418*
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000	,008	,002	,013	,017		,000	,000	,000	,087	,011
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.6 Confianza	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,390	,385*	,287	,301	,312	,725**	1,000	,705**	,625**	,274	,405*
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,019	,020	,090	,074	,064	,000		,000	,000	,106	,014
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.7 Pasión	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,383	,345*	,325	,419*	,519**	,670**	,705**	1,000	,726**	,389*	,286
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,021	,040	,053	,011	,001	,000	,000		,000	,019	,091
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.8 Adaptabilidad	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,260	,224	,257	,262	,495**	,554**	,625**	,726**	1,000	,522**	,256
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,126	,189	,131	,123	,002	,000	,000	,000		,001	,132
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.9 Negociación	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,141	-,332*	-,129	,492**	,637**	,290	,274	,389*	,522**	1,000	-,164
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,413	,048	,453	,002	,000	,087	,106	,019	,001		,339
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
P9.10 Creatividad	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	-,672**	,636**	,481**	,099	,264	,418*	,405*	,286	,256	-,164	1,000
	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,000	,000	,003	,567	,120	,011	,014	,091	,132	,339	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).