



ANÁLISIS DE LA FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO EN PROGRAMAS DE  
PREGRADO

AUTORES:

ANGÉLICA LIZCANO VEGA

ASTRID CAICEDO ALVEAR

DIRECTOR DEL PROYECTO

DRA. MÓNICA FRANCO ÁNGEL

[monica.franco@uab.es](mailto:monica.franco@uab.es); [mfranco@icesi.edu.co](mailto:mfranco@icesi.edu.co)

UNIVERSIDAD ICESI  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SANTIAGO DE CALI

2015

## TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN .....	5
2. MARCO TEÓRICO .....	5
2.1. EL EMPRESARIO .....	6
2.2. EDUCACIÓN EMPRESARIAL .....	6
2.3 BASES TEORICAS .....	8
3. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	10
3.1 TIPO DE METODOLOGÍA .....	10
3.2 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN.....	10
4. MODELOS DE LA EDUCACIÓN EMPRESARIAL EN ESTADOS UNIDOS .....	12
4.1 MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE BABSON.....	12
4.2 MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE HARVARD.....	13
4.3 MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE STANDFORD:.....	14
4.4 CARACTERÍSTICAS EN COMÚN DE LA EDUCACIÓN EMPRESARIAL.....	15
5. ANÁLISIS DE LOS CASOS Y RESULTADOS .....	15
5.1 ANÁLISIS DE LOS CASOS INDIVIDUALES Y RESULTADOS .....	16
5.1.1 ROYAL ROADS UNIVERSITY .....	16
5.1.2 ESADE.....	18
5.1.3 HEC.....	18
5.1.4 TECNOLÓGICO DE MONTERREY .....	19
5.1.4 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ .....	25
7. CONCLUSIONES .....	29
8. TABLAS DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS.....	31
9. BLIBLIOGRAFÍA .....	33

**Resumen:**

El emprendimiento al igual que la creación de empresas se ha convertido en un tema de interés mundial por su aporte al desarrollo económico y social de una región. Es por esto que la educación para la formación empresarial es una actividad importante en los programas formativos de los jóvenes en sus carreras de pregrado. Así, el objetivo general de esta investigación es conocer los modelos y prácticas de educación empresarial que se ofrecen en los programas de pregrado de diferentes universidades de algunas regiones del mundo. Para esto, se hizo una revisión bibliográfica donde se encontraron posturas de autores como Varela, Shumpeter, Timmons, y Burt quienes plantean conceptos y modelos para la educación empresarial sustentadas en el desarrollo de competencias, aprendizaje en innovación e inmersión del estudiante en actividades prácticas para la creación de redes empresariales. También se realizó un estudio de casos con seis universidades del mundo y sus ofertas educativas relacionadas con el emprendimiento. Se encontró que hay tres variables comunes e influyentes en la educación empresarial las cuales son el contenido teórico y práctico de cursos en emprendimiento, la enseñanza de innovación en los programas y la oferta de actividades extra al pensum que tienen relación con la actividad empresarial y el emprendimiento.

**Palabras Claves:**

Emprendimiento, empresarios, modelos de educación empresarial, Educación Empresarial, Innovación, Universidades

**Abstract:**

Business creation and entrepreneurship have become a topic of worldwide interest about the contribution to economic and social development of a region. That is why the Education for Business Education is an important topic in the training programs for young people in their undergraduate activities. Therefore, the overall objective of this research is to understand the patterns and practices of business education offered in the undergraduate programs of different universities in some regions. We made a literature review with author's ideas as Varela, Schumpeter, Timmons, and Burt who propose concepts and models for business education in skills development, Immersion Learning and Innovation in student Activities Practices for entrepreneurial networks creation. Also, we made a case studies with six Universities and their educational offers related to entrepreneurship. It was found that are three influential variables in business education: the theoretical and practical content of the courses in entrepreneurship, innovation in education programs and additional activities offer that are related to business activity and entrepreneurship.

**Key words:**

Entrepreneurship, Entrepreneurs, Education Models, Entrepreneurial Education, Innovation, Colleges.

# 1. INTRODUCCIÓN

Desde siempre el empresarismo ha estado presente en las actividades humanas, contribuyendo al desarrollo económico de los sectores sociales por medio de la generación de riqueza, empleo y la dinamización de la economía al introducir una nueva unidad de negocio, lo que finalmente, termina impactando a toda la sociedad.

La educación empresarial empieza a tomar un papel fundamental en los campo de estudios universitarios, puesto que las estadísticas sugieren que se crean nuevas empresas cada vez con mayor celeridad. No obstante, la mortalidad de las nuevas empresas también es alta. De allí la trascendencia de una buena educación empresarial, puesto que varios autores contribuyen al éxito de los empresarios si han recibido una formación relacionada. Por esta razón esta investigación pretende conocer los diferentes modelos de educación impartidos en varias universidades del mundo, para lo cual se tomaron como base seis universidades de diferentes países como: Canadá, México, España, Estados Unidos y Chile, con el fin de analizar este fenómeno.

En cuanto a la metodología, se realizó un estudio de casos dividido en dos partes: la primera parte constó de una revisión bibliográfica acerca de las teorías y aportes de expertos que hablan sobre el empresarismo y algunos modelos educativos planteados. La segunda parte se enfocó en observar los programas de de administración de empresas en seis universidades: Adolfo Ibañez, Fundación Cauffman, Royal Roads University, ESADE y Tecnológico de Monterrey. Dichas universidades fueron elegidas de una lista de las universidades más destacadas en el mundo en temas de emprendimiento.

# 2. MARCO TEÓRICO

Algunos autores como (Varela, 2001); (Timmons,1999); (Shapero,1984); (MacClelland, 1961); (Gibb, 1988) han manifestado que la cultura empresarial se expresa básicamente en los siguientes elementos **a)** Fuerza vital. **b)** Deseo de superación y progreso. **c)** Capacidad de identificar oportunidades. **d)** Habilidad creadora e innovadora. **e)** Iniciativa. **f)** Capacidad de control. **g)** Liderazgo.

## 2.1. EL EMPRESARIO

En los últimos 30 años la definición de "*empresario*" ha cambiado constantemente, sin embargo, muchos autores convergen al definir que un empresario es una persona que se destaca por identificar oportunidades, administrar recursos donde hay escasez, tener habilidades para la obtención de clientes y proveedores, por ser habilidoso para vender y generar retornos, crear empresa y principalmente, generar riqueza a pesar de las dificultades que se le puedan presentar logrando un cambio y crecimiento económico (Burns, 2011).

Como lo dijeron en su artículo, (Cantillon, 1931); (Toulouse, 1997); (Timmons, 1994); (Shumpeter, 2002); (Grigore, 2012) las primeras expresiones de entrepreneurship fueron en el siglo XVIII, dadas por un banquero francés llamado Richard Cantillon quien dijo que un empresario era una persona "*dispuesta a comprar a un precio y vender a un precio indeterminado*".

De esta manera, existen muchísimas definiciones de empresario y de su forma de actuar. Estas definiciones son vitales para establecer las competencias que se deben desarrollar en el proceso formativo del empresario y que se asocian a la función empresarial en sí (Varela & Arturo, 2006). Según este modelo existen quince elementos fundamentales para la formación empresarial como son: 1) Identificación de la oportunidad, 2) Disposición al cambio. 3) Creatividad e Innovación en la puesta en marcha de la oportunidad. 4) Consecución y asignación de recursos tangibles e intangibles. 5) Participación en el diseño, en el montaje y en la operación. 6) Conformación y liderazgo del grupo empresarial. 7) Diseño e implementación de estrategias. 8) Conducta basada en Espíritu Empresarial. 9) Invierte dinero, tiempo, conocimiento, energía y prestigio. 10) Arriesga recursos financieros, tiempo y prestigio personal. 11) Busca recompensas expresadas en términos de beneficios monetarios y satisfacciones personales. 12) Crea riqueza y genera empleo. 13) Actúa con libertad e independencia. 14) Innovación y 15) Red de personas.

## 2.2. EDUCACIÓN EMPRESARIAL

Para la UNESCO (1989)<sup>1</sup> la educación empresarial enseña a las personas a ser innovadoras, e imparte las competencias necesarias para gestionar el crecimiento en pequeñas y medianas empresas, es por eso que los currículos formativos de la educación empresarial abarcan temas

---

<sup>1</sup> Conferencia Internacional de Educación en Beijing siglo XXI

como: generación de ideas empresariales innovadoras, planificación comercial estratégica y el uso de tecnologías de la información y la comunicación para mejorar los resultados de la empresa, por lo tanto existe una relación muy estrecha entre el crecimiento de la economía de una nación y el nivel y tipo de actividades empresariales. Adicionalmente, la educación empresarial está orientada a la formación de líderes empresariales capaces de crear organizaciones, sean ellas privadas o públicas, con ánimo de lucro o sin él, en cualquier sector de la economía, con cualquier estructura jurídica, con cualquier objetivo, de cualquier tamaño, con cualquier estructura administrativa (Varela & Arturo, 2006).

La naturaleza, relevancia, contenido y características de la educación empresarial ha sido un tema que ha aumentado su escrutinio en los años recientes (Block & Stumptf, 1992); (Kourilsky & Carlson, 1997)

Particularmente, se sugiere que la educación empresarial ha sufrido una evolución (Harrison & Leitch, 1994) que se presentará en tres etapas como sigue: La primera etapa caracterizó a la educación Empresarial como un sub-conjunto de temas de gestión de la administración en general. La segunda etapa se basó en el argumento que la educación empresarial debe ser cualitativamente diferente de la educación administrativa convencional de gestión de empresas grandes, que maneja esencialmente diferentes problemas, organizaciones y contextos. Y la tercera etapa fue una re-conceptualización emergente del campo, basado en parte de un renovado interés por la naturaleza y el rol de liderazgo en el cambio de las estructuras organizacionales, que proporcionan las bases para la reintegración de la educación administrativa y educación empresarial (Filion, 1991).

Además de estas teorías también existen condiciones históricas (Forray & Mir, 1994) que influyeron en la creación de programas de educación en administración de ciertas localidades, como lo es el modelo americano, el cual ha sido referenciado internacionalmente para la formulación de educación en gestión empresarial. Tomando en cuenta los datos históricos, antes de la década de 1860 el modelo inglés educativo enfatizó las artes liberales y las ciencias puras el cual fue el diseño más común para la educación superior en los Estados Unidos (Forray & Mir, 1994). Sin embargo, después de la guerra civil en América, la necesidad de estimular el desarrollo económico era de vital importancia y por lo tanto se adoptó el modelo académico de especialización alemana al igual que la enseñanza técnica y profesional. Este modelo, que fue considerado un medio apropiado para el sostenimiento del desarrollo económico, sirvió de base para el desarrollo de la educación de negocios. Como Forray y Mir (1994) indican, se establecieron varias escuelas

en el periodo de 1880 hasta la Primera Guerra Mundial (1914). Durante el período entre 1914 y 1940, casi todas las universidades públicas importantes en los EE.UU. establecieron escuelas de negocios, aumentando su énfasis desde el punto de una perspectiva gerencial en el contenido del curso. Después de la segunda guerra mundial siguiendo las recomendaciones presentadas en los informes patrocinados por la Fundación Ford y la Corporación Carnegie (Pierson, 1959) fue creada una base sólida para las escuelas de negocios de Estados Unidos basado en las ciencias administrativas. Como resultado, las escuelas de negocios eliminaron los cursos específicos de la industria altamente especializados, tales como cursos de flujos de capital bancario, que habían sido una característica de sus programas desde su fundación. La característica más importante de las escuelas de las escuelas de negocio durante la época de durante la época de 1960 y 1970 fue el énfasis puesto principalmente en el desarrollo de la creación del conocimiento científico acorde con sus otras disciplinas afiliadas de psicología, economía y sociología. (Forray & Mir, 1994)

## **2.3 BASES TEORICAS**

Muchos autores desde sus perspectivas, tiempo, época, educación y vivencias han publicado diferentes conceptos, definiciones y teorías que sustentan en sus estudios y experiencias.

Las conclusiones principales a lo largo del tiempo en temas de emprendimiento pueden atribuirse a tres corrientes importantes de su investigación: 1) El impacto y los resultados del emprendimiento como el motor del desarrollo económico. 2) Las causas de la iniciativa empresarial, donde los mismos empresarios son el objeto de investigación que la investigación acerca de la iniciativa empresarial entra en un periodo de sombra debido a que un número considerable de economistas entre los cuales se destacan, Ricardo Marx, creían que el empresario no era relevante para sus modelos y teorías económicas. Por lo tanto, dejaron el emprendimiento fuera de sus hallazgos. 3) El emprendimiento como un proceso de gestión e innovación con el fin de seguir siendo competitivos en el mercado.

Esta situación cambiaría con los estudios realizados por Schumpeter, (2002) quien demostró que el empresario representa el agente de cambio dentro de una economía y que por sus acciones se puede lograr el crecimiento económico. También presenta la diferencia entre la innovación y la invención (1934) también argumentó que la iniciativa empresarial o emprendimiento consiste en



hacer innovaciones y que el ser empresario solamente se adquiere durante el proceso de la innovación.

Schumpeter presenta cinco tipos de comportamiento empresarial:

1. La introducción de un nuevo producto
2. La introducción de un nuevo método de producción
3. La apertura de un nuevo mercado
4. La conquista de una nueva fuente de suministro de materia prima
5. La creación de una nueva organización de una industria

También presenta tres pilares para un empresario:

1. La voluntad de poder y la independencia
2. El objetivo de triunfar
3. La satisfacción por crear

Peter Drucker, quien cree que el empresario no nace, se hace, sigue la definición dada por Say en el siglo XIX y sostiene que el empresario no es necesariamente quien provoca el cambio, pero si es quien aprovecha las oportunidades generadas por el cambio: *"el empresario siempre busca el cambio, responde a él, y lo explota como una oportunidad"* (Drucker, 1985) . Por otra parte, el mismo autor también señala un conjunto de cuatro áreas fundamentales en el proceso de gestión de la iniciativa empresarial requiere de políticas y prácticas claras, a fin de tener éxito. Estas políticas y prácticas se centran en la empresa como un empresario:

1. La organización debe estar preparada para aceptar la innovación y para observar el cambio como una oportunidad y no como un obstáculo.
2. Una obligatoria evaluación sistemática de la empresa viéndola como un emprendedor y un innovador.
3. Prácticas relacionadas con la gestión del personal, gestión de la estructura organizacional, y la generación de recompensas.

Según las teorías de Ronald Burt, las oportunidades empresariales se pueden encontrar en la red de una persona si esta se estructura en forma determinada (Burt, 1995) Una red representa todas las relaciones y conexiones que uno tiene con los demás, sin importar su naturaleza y características.

El concepto de red, en opinión de Burt es fundamental para el capital social y sugiere que hay dos posibles interpretaciones de la misma. Por un lado una red puede ser considerada importante porque es la forma en que puede conducir a los recursos y oportunidades significativas y por otra parte una red puede ser considerado muy importante para el hecho de que en sí misma es un recurso, capaz de ofrecer un mejor acceso , en tiempo o posibilidades. Teniendo en cuenta esta última interpretación, Burt, presenta una teoría estructural de la iniciativa empresarial. Esta sostiene que uno puede actuar como un empresario sólo si está en condiciones de mediar entre miembros distintos de su red. Por otra parte, le llama a la oportunidad empresarial "*un agujero estructural*", es la información y el acceso a una situación dada que el empresario puede obtener de su red. Por lo tanto, dependiendo de la calidad de su estructura de red, un empresario puede aumentar o disminuir sus tasas de retorno. Hablando acerca de la motivación empresarial y la oportunidad, dentro de la misma teoría de la iniciativa empresarial como se dijo anteriormente, Burt argumenta que el tipo de red que se construye también representa un motor importante para el comportamiento. En consecuencia, concluye que "*una red rica en oportunidad empresarial rodea a un jugador motivado y lo convierte en emprendedor*", mientras que "*en el otro extremo, un jugador escaso de motivación empresarial vive en una red que carece de oportunidad empresarial*" (Burt, 1995)

### **3. METODOLOGÍA Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 TIPO DE METODOLOGÍA**

Es una investigación cualitativa y exploratoria realizada por medio de un estudio de casos. En el primer semestre se realizó la construcción del marco teórico a partir del análisis de 50 artículos con temas relacionados de emprendimiento y educación empresarial y en el segundo semestre se realizó la investigación sobre seis universidades del mundo sus modelos educativos en temas de emprendimiento, innovación y demás actividades prácticas complementarias al pensum.

#### **3.2 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN**

Según los últimos datos en Global Entrepreneurship Monitor del 2014, que se extrae de una investigación de 70 países alrededor del mundo, se puede concluir que los niveles y tipos de

empresarial en algunos países con un producto interno bruto similar tienen algunas características en común. En comparación con países desarrollados, los países en desarrollo con ingresos medios son más activos en emprendimiento específicamente en la etapa temprana del emprendimiento. Los empresarios de estos países introducen nuevos productos y servicios en el mercado y hacen los logros excepcionales en la adopción de nueva tecnología y la innovación (GEM, 2014).

La pregunta más fundamental relativa al empresarismo (McMullan & Long, 1987) es si se puede o no enseñar a ser empresario. A menudo es argumentado que la cultura empresarial es desarrollada naturalmente; sin embargo, debido a las condiciones ambientales que están cambiando actualmente sostienen que con el fin de proporcionar educación empresarial eficaz, los estudiantes deben trabajar con casos que tengan tanto ambigüedad y complejidad, puesto que deben aprender a identificar problemas así como cómo encontrar soluciones y deberían tener experiencia práctica para poder desempeñarse en el futuro. Mientras que se percibe que el emprendimiento puede enseñarse, es fundamental asegurar la calidad de los métodos de enseñanza y en ser conscientes de las barreras que existen. Varios estudios sugieren que el papel empresarial puede ser culturalmente aprendido y la experiencia adquirida bajo la influencia de la educación empresarial. Esto crea la pregunta en sí que anima el sistema educativo de la realización del concepto de una cultura empresarial puesto que existe la preocupación que el mismo sistema pone demasiado énfasis en el aprendizaje de conocimientos y la habilidad para analizar, explicando que no es suficiente solo enseñar a los estudiantes a adquirir algunas habilidades y depender de la teoría para la creación de conocimiento. Es por eso que el aprendizaje de la acción es una teoría de administración el cual consiste que el gerente aprende reflexionando sobre las acciones que se toman para la solución de problemas reales de la organización con directivos o jefes de similar posición jerárquica que también están experimentan situaciones difíciles (McLaughlin & Thorpe, 1993). Este modelo de aprendizaje fue propuesto por el Físico de Cambridge Revans (1971), quien creía que los estudiantes aprenden más efectivamente con otros empresarios al intentar encontrar soluciones a problemas reales de las empresas. En este proceso se puede discutir con los gerentes no sólo las consecuencias prácticas de sus soluciones, sino también las aplicaciones o uso incorrecto de las teorías y conceptos propuestos.

## **4. MODELOS DE LA EDUCACIÓN EMPRESARIAL EN ESTADOS UNIDOS**

La educación empresarial en las universidades americanas se enfocan en cambiar el concepto del empleo de los estudiantes. El empleo es el proceso de ser contratado y por lo general los alumnos son relativamente pasivos en el empleo, pero en la educación empresarial se debe de transformar este concepto de pasivo en activo, es por eso que la educación empresarial alienta a los estudiantes a tomar el emprendimiento como una de sus opciones de carrera. Las universidades americanas por lo general prestan gran atención a desarrollar sus propios rasgos de educación de espíritu empresarial, dado que ellos mejoran sus sistemas de educación de espíritu empresarial basados en condiciones diferentes en la calidad de enseñanza de los profesores, recursos, importancia, historia y cultura. (Lili, 2011). Ha habido cambios graduales de la estructura social e industrial en la década de 1980 y así la educación empresarial estadounidense experimento un importante florecimiento en su historia. La presencia de este rápido desarrollo y el estado activo de las actividades empresariales en los Estados Unidos tienen una estrecha relación con el sistema de educación empresarial en sus universidades. El gobierno estadounidense afirma que su educación empresarial hace énfasis en el aprendizaje de la práctica, es decir, aparte de los cursos empresariales, programa de pasantías y entrenamiento de profesores, sistemas de apoyo social que consisten en la administración de pequeños negocios proporcionando capital, información y consulta e instituciones profesionales tales como Kauffman Center for Entrepreneurial son también una característica importante de la educación para el emprendimiento estadounidense en las universidades.

### **4.1 MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE BABSON.**

Babson College puede considerarse la más famosa en la educación de administración empresarial y de investigación en el mundo. Esta se caracteriza principalmente por sus centros de investigación, destinados a ayudar a los estudiantes a desarrollar diferentes métodos de pensamiento, agresividad, flexibilidad, creatividad, deseo de aventura, capacidad de análisis estratégico y ser capaz de ver los cambios del mercado como oportunidades (2011). El Profesor Timmons en Babson College, ha

investigado profundamente en gestión la educación empresarial y afirma que el emprendimiento es un proceso de ajuste, integración y equilibrio de tres factores importantes: oportunidades, recursos y equipo. El concepto de Timons sobre la educación empresarial impulsó la formación del currículo de emprendimiento de la universidad de Babson y entre el centro de investigación de educación empresarial y el centro de investigación de la universidad han diseñado un currículo muy completo de educación empresarial para estudiantes universitarios. Este modelo apoya la educación empresarial y promueve el espíritu empresarial junto con innovadores programas de enseñanza, extendiendo y ampliando los planes y las investigaciones académicas.

Tipos de materias	Diseño del Currículum
Materias Requeridos	*Experiencia administrativa para estudiantes nuevos* *Estableciendo una nueva empresa* *Administración de un negocio creciente* *Financiamiento de una empresa emprendedora*
Materias Electivas	*Cadena de Producción* *Emprendimiento en la empresa* *Empresas Familiares* *Operaciones e Impuestos* *Management buy-out y management buy-in*
Materias Prácticas	*Mercadeo para Empresarios* *Capital y crecimiento de empresas* *Temas en el area de Emprendimiento* *Programas de Administración Emprendedora* *Marketing Empresarial*

#### 4.2 MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE HARVARD.

La Escuela de negocios de Harvard define el emprendimiento como el comportamiento de buscar oportunidades más allá del control sobre los recursos actuales. De acuerdo con esto, el emprendimiento puede verse como innovación y espíritu empresarial juntos, más que un fenómeno económico especial o la presentación de rasgos personales. A finales de 2001, Harvard Business School ha creado en su totalidad 15 cursos sobre gestión empresarial, como "financiamiento empresarial", "gestión empresarial", "marketing empresarial", "Corporaciones de servicios profesionales", "funcionamiento y crecimiento de las pequeñas empresas", "Espíritu Empresarial, creatividad y organización", "Creación de nuevas empresas" etc. Adicionalmente cuenta con información muy completa de casos basados en administración empresarial, posee un ambiente de aprendizaje muy apropiado para investigadores y es la única universidad en Estados Unidos, que

ha emitido un periódico en administración empresarial y su educación. La escuela de negocios de Harvard hace énfasis en llevar casos de emprendimiento en el proceso de enseñanza, incluyendo tanto casos exitosos como fallidos. Al hacer un estudio sobre esos casos selectivos, los estudiantes pueden desarrollar su capacidad de aprender por la experiencia y cómo identificar y analizar problemas en emprendimiento, innovación y pensamiento empresarial. Los profesores tienen muy en cuenta la importancia de mantener contacto cercano con las empresas, para crear oportunidades de práctica empresarial para los estudiantes. Además, expertos en emprendimiento de diferentes campos (tales como derecho, propiedad intelectual, valoración de empresas, administración de contratos) a menudo son invitados a dar conferencias para el provecho de los estudiantes. La universidad de Harvard quiere cultivar en los estudiantes conciencia, espíritu y habilidades sobre el espíritu empresarial. Por ejemplo, el curso "*Creación de nuevas empresas*" se centra en las habilidades necesarias de establecer una nueva empresa y los conocimientos necesarios para estimular el desarrollo de la misma. Con respecto a los métodos de enseñanza, los maestros a menudo dividen los estudiantes en grupos y luego, cada grupo hace un completo plan de funcionamiento de la nueva compañía basado en sus ideas y lo pone luego en práctica. En este proceso, los estudiantes pueden aprender la teoría sobre emprendimiento y también habilidades específicas. Esto se aplicó en el curso "*Operación y crecimiento de las pequeñas empresas*", donde los maestros adoptan un caso de estudio en grupos, entonces, refiriéndose a estos casos, los estudiantes hablan sobre los problemas de producción y gestión de operaciones en empresas pequeñas, de cómo debe de obtenerse préstamos de instituciones financieras o cómo lidiar con la presión del trabajo rutinario, la toma de decisiones críticas que afectan las ventajas competitivas de las empresas y cómo manejar la crisis con eficacia. De esta manera, los estudiantes pueden aprender cómo identificar y obtener oportunidades para iniciar negocios con recursos limitados en un entorno de incertidumbre y cómo tomar diversos desafíos en el desarrollo de las empresas y los problemas en proceso emprendedor en aras de alto rendimiento y productividad.

#### **4.3 MODELO DE LA UNIVERSIDAD DE STANFORD:**

En comparación con Harvard Business School, Stanford, una conocida Universidad Politécnica, no solo destaca por sus prácticas empresariales, sino también por sus investigaciones a largo plazo en teorías de economía, finanzas y operaciones en el mercado. Los resultados de investigación proporcionan a la educación empresarial con continuas principales teorías, métodos y logros. Con

el fin de implementar la educación empresarial, Stanford presta gran atención a identificar y atraer a los mejores profesores y mientras tanto, invitando a los empresarios y los inversionistas a dar conferencias constantemente. Por otra parte, Stanford ha construido un sistema de currículo de educación integral empresarial y en el proceso de construcción, Stanford mantiene tres principios básicos: la combinación de las artes y las ciencias, docencia e investigación y la educación cultural y vocacional.

#### **4.4 CARACTERÍSTICAS EN COMÚN DE LA EDUCACIÓN EMPRESARIAL**

Poder comprender el contenido básico de la educación empresarial se ha convertido en un pre requisito y base para todas las acciones con el fin de hacer efectiva la educación empresarial y para garantizar que realmente se puede capacitar a personas cuando este en la verdadera práctica de negocios. Los sistemas de educación empresariales en las universidades americanas en su gran mayoría han formado un marco básico que comprende las teorías, innovación, espíritu y capacidades empresariales. Estos cuatro aspectos complementan y forman un integral orgánico y eficiente. En primer lugar, las teorías empresariales analizan las actividades empresariales y los procesos de creación de negocios y permite a los empresarios saber los conocimientos básicos sobre el emprendimiento y las reglas básicas de desarrollo y creación de empresas. En segundo lugar, la innovación es el núcleo de la iniciativa empresarial, puesto que el espíritu empresarial no podría existir sin la capacidad de innovar. En tercer lugar, este fomenta principalmente una variedad de factores no intelectuales incluyendo la motivación empresarial, la ética del empresario, las actitudes, valores y así sucesivamente en el proceso de la creación de un negocio. La cuarta son las capacidades empresariales, y según el estudio de los educadores de este tema de los EE.UU., las habilidades requeridas por los empresarios generalmente incluyen habilidades técnicas, habilidades directivas y capacidades emprendedoras personales.

#### **5. ANÁLISIS DE LOS CASOS Y RESULTADOS**

La iniciativa empresarial es en la actualidad un tema de interés mundial. De esta manera, la educación empresarial es un tema de bastante interés para la comunidad mundial. Por esto, se ha realizado una revisión de los programas de pregrado y algunos postgrados de universidades

importantes del mundo, las cuales han sido reconocidas o identificadas como entidades sobresalientes a la hora de formar emprendedores.

Para este análisis se han estudiado las siguientes universidades:

1. Royal Roads University de Canadá
2. ESADE de Barcelona
3. HEC de Montreal
4. Universidad Adolfo Ibañez
5. Tecnológico de Monterrey
6. Kauffman Foundation

Estas universidades geográficamente muy diferentes, muestran un panorama de lo que se ofrece en el mundo en cuanto a educación empresarial. Se realizó una revisión de materias en cuanto a cantidad y contenido de aquellas asignaturas que fomentaran la creación de empresa, de igual manera se revisó la existencia de centros de apoyo para la creación de empresas o actividades como talleres, conferencias, congresos y concursos que vayan en la vía de la misma temática.

A continuación se explicará con detalle los hallazgos más importantes de la oferta educativa en dichas universidades.

## **5.1 ANÁLISIS DE LOS CASOS INDIVIDUALES Y RESULTADOS**

### **5.1.1 ROYAL ROADS UNIVERSITY**

Ofrece a sus alumnos dos grados en: Administración de Negocios y Gerencia Comercial. La oferta de cursos en dichos grados comprende contenidos teóricos y prácticos para la enseñanza en emprendimiento, tales como simulaciones en computadoras y proyectos reales como el Capston Project. Dentro de la oferta en educación en emprendimiento existe un total de ocho cursos con contenido empresarial como sigue:

#### **BUSINESS FIELD SCHOOL**

Los estudiantes se verán inmersos en un curso de campo experiencia que proporcionará una oportunidad para acercarse al mundo real. Las visitas al sitio se combinarán con los cursos y tareas, y los conocimientos adquiridos durante esta experiencia servirán de base para un proyecto final que se completará como parte del curso.



## ENTREPRENEURSHIP IN THE INTERNATIONAL ENVIRONMENT

Este curso explora lo que se requiere para poner en marcha y ejecutar un proyecto empresarial en el mercado global. Por medio de la simulación por computador, los participantes experimentan lo que se necesita para ser un empresario internacional, luchando con los conocimientos adquiridos acerca del negocio y la interacción entre la comercialización, distribución, manufactura, recursos humanos, finanzas, contabilidad, la sostenibilidad y la gestión de equipos.

## ENTREPRENEURSHIP

En este curso se explora el pensamiento y las acciones de un empresario, incluyendo: orientación empresarial, el estado de alerta ante el entorno, conocimientos, motivaciones, la identificación de oportunidades, aprender de los fracasos y el papel que juega el pensamiento empresarial en las organizaciones grandes y pequeñas. También se pretende estudiar el pensamiento empresarial desde una perspectiva histórica como la evolución del pensamiento empresarial a partir de la Revolución Industrial hasta el concepto más moderno de la iniciativa empresarial intrapreneurship- en un entorno corporativo.

## APPLIED BUSINESS CHALLENGE A; B y C

Proporciona a los estudiantes la oportunidad de desarrollar y aplicar las habilidades aprendidas durante los cursos anteriores, además de integrar estos conocimientos.

## VENTURE CHALLENGE

Se centra en la aplicación de los conceptos aprendidos sobre el espíritu empresarial. Una característica importante de este curso es la práctica, mediante un proceso de planificación y el lanzamiento de una idea de negocio. Este proyecto se culmina en un terreno de juego por \$ 10.000 para establecer una empresa de alto crecimiento con base en la idea piloto. Si se recibe la inversión o no, un estudiante que se destaca en este curso claramente habrá logrado un objetivo mucho más importante.

## CAPSTONE PROJECT

Se integra el aprendizaje logrado en todos los cursos en el programa. Se realizara plan de negocio para una nueva empresa o un proyecto de consultoría de negocios que se ocupa de un problema de negocio o asunto de gestión. Culmina en una presentación profesional a cualquiera de un inversor externo (en el caso de una nueva empresa) o para un cliente (en el caso de un proyecto de consultoría de negocios).

### 5.1.2 ESADE

Ofrece un grado en Administración de Empresas, los estudiantes podrán participar de la cumbre anual de negocios y pueden ser parte activa de varios blogs con temas de interés como innovación y creatividad para los negocios. Los cursos en emprendimiento que se ofrecen en ESADE son:

#### ENTREPRENEURSHIP Y PREPARACIÓN DE BUSINESS PLAN

El Departamento de Política de Empresa, en el ámbito de la iniciativa empresarial, ofrece la asignatura Entrepreneurship. Esta es una asignatura imprescindible para aquellos alumnos que deseen acogerse a la modalidad de Business Plan como Trabajo de Fin de Grado. La asignatura Entrepreneurship proporciona a los alumnos los elementos clave para crear una empresa, identificar nuevas oportunidades en el mercado y construir modelos de negocio que las hagan económicamente viables y, en el caso de proyectos con finalidad lucrativa, financieramente atractivas. Asimismo, los alumnos aprenderán a utilizar las herramientas que necesitan los emprendedores para convertir ideas en oportunidades, como el plan de empresa o los modelos de viabilidad de nuevos proyectos empresariales. También conocerán los instrumentos financieros de que disponen los emprendedores para poner en marcha una empresa, y acelerar su crecimiento.

### 5.1.3 HEC

En HEC, se ofrece una especialización en emprendimiento la cual se hace en los últimos años de la carrera profesional y consta de cuatro materias como: Creatividad-innovación-emprendimiento; Proyecto empresarial supervisado; Planificación proyecto empresarial I y Planificación proyecto empresarial II. Esta especialización se ofrece como parte de un contexto empresarial. Su objetivo es capacitar y apoyar a los estudiantes que quieren ser empresarios y emprendedores para desarrollar sus habilidades, conocimientos y herramientas de gestión, además de que les permite entrar en el mundo de los Negocios. Esto se hace a través de una aplicación práctica, es decir, un proyecto como: Empezar un nuevo negocio; Sucesión de empresas familiares; Desarrollo de un negocio existente; Compra de participaciones y Proyecto intraempresarial.

El curso "Proyecto Empresarial supervisado" y "Planificación de Proyecto Empresarial 1 y 2" ayudan al estudiante a desarrollar su "plan de negocios". Además de estas asignaturas, cada universidad cuenta con un plan de estudios muy similar, el cual incluye materias donde se enseñan temáticas correspondientes a la contabilidad, los negocios internacionales, marketing, comprensión del entorno, política y leyes locales e internacionales, liderazgo y organizacionales.

También, los estudiantes podrán hacer parte del centro de emprendimiento donde se les brinda asesoría y acompañamiento con los proyectos que tengas los estudiantes.

#### 5.1.4 TECNOLÓGICO DE MONTERREY

La licenciatura en Administración y Estrategia de Negocios del Tecnológico de Monterrey forma profesionales con competencias en la administración y dirección empresarial con un enfoque en la dirección estratégica de negocios fundamentada en la administración de los procesos de innovación y orientada a la identificación y capitalización de oportunidades de negocio. Dentro del plan de Estudios del Tecnológico de Monterrey hay alrededor de 8 materias que incorporan la innovación, la creatividad y el emprendimiento. Estas tienen tres créditos cada una y mínimo son 8 horas (incluye las horas de clase) de estudio que se deben dedicar a la materia en los programas de pregrado que son:

##### Administración e innovación en modelos de negocios

###### Objetivo general:

Analizar e identificar la forma en que las estrategias de la administración y la innovación de modelos de negocios generan valor en las organizaciones.

##### Aprendizaje organizacional y administración del conocimiento

###### Objetivo general:

Al finalizar el curso el alumno será capaz de comprender cómo el aprendizaje permanente enfatiza las habilidades y actitudes de los empleados para favorecer el trabajo en equipos de alto desempeño, de tal manera que la organización genere ventajas competitivas. Asimismo, será capaz de elaborar propuestas que apoyen la toma de decisiones, y analizará cómo se debe administrar el conocimiento en las organizaciones que aprenden.

##### Empresas familiares y gobierno corporativo

###### Objetivo general:

Al finalizar el curso el alumno será capaz de proponer estrategias con liderazgo y visión para hacer crecer el negocio. Administrar el proceso de sucesión de una empresa familiar; diseñar y administrar los protocolos familiares; administrar los consejos de administración y de familia; identificar oportunidades para acrecentar el patrimonio familiar.

#### Innovación, mercados y desarrollo tecnológico

##### Objetivos generales:

Analizar y entender el impacto del desarrollo tecnológico sobre la dinámica de los mercados e industrias. Entender el proceso de innovación y de identificación de oportunidades en el mercado. Conocer el pensamiento de diseño (design thinking) para la creación de valor.

#### Cultura organizacional e innovación tecnológica

##### Objetivo general:

El alumno será capaz de comprender que una cultura organizacional orientada a la innovación y a la tecnología se puede convertir en una ventaja competitiva, que distinga a una empresa de otras donde la nueva cultura de trabajo permita una alta productividad creándose progresivamente y sosteniéndose en el largo plazo contribuyendo a la rentabilidad de la organización.

#### Innovación de modelos de negocio y gestión de empresas familiares

##### Objetivo general:

Al finalizar el curso el alumno será capaz de analizar los elementos de un modelo de negocio, su configuración y relevancia para el desarrollo del análisis estratégico en las empresas familiares en el contexto actual. A su vez podrá conocer y aplicar herramientas de diseño así como conceptos de análisis estratégico y de innovación para la creación, desarrollo y mejora de modelos de negocios que generen valor. El alumno será capaz de evaluar el impacto del modelo de negocios en la gestión de empresas familiares.

#### Planeación, innovación y sustentabilidad estratégica

Objetivo general:

Analizar e identificar el proceso de innovación estratégica, como una fuerza crítica para la generación y crecimiento organizacional.

Mercadotecnia y creatividad

Objetivo general:

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

Conocer lo referente a la evolución del concepto de Mercadotecnia, la Creatividad, los sistemas de información e investigación de mercados, la segmentación de mercados, el comportamiento de compra del consumidor y el mercado de negocios, así como el desarrollo de estrategias de producto, precios, distribución y mezcla promocional. Se analiza también lo referente a Mercadotecnia de Servicios, Mercadotecnia Internacional y creatividad.

Emprendimiento

En esta materia se selecciona una de las siguientes tres opciones y todas tienen 3 créditos y tiene un proyecto a realizar.

- Desarrollo de empresas de impacto social (Curso con proyecto)
- Desarrollo de empresas de impacto social (Curso con proyecto)
- Formación para el desarrollo del liderazgo emprendedor (Curso con proyecto)
- Planeación de microempresas para el desarrollo social (Curso con proyecto)

Las materias que tratan temas de innovación estratégica son cinco pero solo una tiene contenido práctico: 1) Innovación, mercados y desarrollo tecnológico 2) Cultura organizacional e innovación tecnológica 3) Innovación de modelos de negocio y gestión de empresas familiares 4) Planeación, innovación y sustentabilidad estratégica (Curso con proyecto) 5) geo-economía. Inteligencia competitiva y geo-economía.

Las concentraciones de la carrera que tienen énfasis en emprendimiento son tres y todas están en el área de Administración y Finanzas que son: 1) Administración del Conocimiento, 2) Emprendimiento Internacional, 3) Gestión de Pequeñas Empresas y 4) Innovación. En términos de contenido práctico en las materias, el Tecnológico de Monterrey tiene una estrategia de aprendizaje

en la que los alumnos llevan a cabo actividades que se concretan en un producto que puede ser una herramienta, un servicio, un plan de negocios, una investigación, etc. en donde se aplica el aprendizaje de una materia o disciplina, o de un conjunto de éstas. El periodo de trabajo en un proyecto tiene normalmente duración de un semestre y al principio del semestre se presenta a los alumnos el proyecto y son ellos quienes planean la forma en que trabajarán para entregar los resultados del mismo al final del periodo.

En el área de negocios y administración hay tres maestrías que abordan temas de emprendimiento que son: Maestría en Administración y Dirección de Empresas, Maestría en Dirección Global de Negocios y Maestría en Administración.

Sobre los programas de apoyo al emprendimiento, el tecnológico de Monterrey tiene dos programas que son muy destacados que son:

- **Curso Sello de Liderazgo para el Desarrollo de Emprendedores:** Después de ver el éxito que alcanzó en los primeros años de operación de una materia optativa que se ofrecía a los alumnos que realizaban sus estudios profesionales en el Tecnológico de Monterrey, se estructura formalmente en 1985 el Programa Emprendedor y en 1992 de *Desarrollo de Emprendedores*, que recientemente se le cambia el nombre a *Formación para el Liderazgo del Desarrollo Emprendedor*, siendo un antecedente importante para el surgimiento de la materia de *Planeación de Microempresas para el Desarrollo Social*. La materia de Desarrollo de Emprendedores se destacaba por ser un curso obligatorio para todas las carreras en donde se les daba una guía para realizar un plan de negocio sobre algún producto o idea de los alumnos. A partir del programa emprendedor y de este curso sello, se generó en el 2003 una red de incubadoras que funciona a lo largo del Sistema Tecnológico de Monterrey, como resultado de estas iniciativas se han logrado formar y consolidar diversas empresas que impulsan el desarrollo económico y social de sus regiones y otros programas académicos.
- **Modalidad Emprendedora:** Uno de los programas académicos que surgió en el 2003, fue la Modalidad Emprendedora que tiene como finalidad, fortalecer en los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarias (competencias) para gestar y desarrollar una nueva empresa, aprovechando la infraestructura de apoyo que ofrece la institución para la creación

de la misma, durante sus estudios profesionales. Esta modalidad puede ser cursada a partir de cuarto semestre por los alumnos de cualquier carrera profesional interesados en crear una empresa a la par de que realizan sus estudios profesionales en el Tecnológico de Monterrey.

Los centros de emprendimiento más conocidos del tecnológico son:

- **Centros de Familias Emprendedoras:** En el Tecnológico de Monterrey se reconoce el gran impacto y efecto positivo que tienen las empresas familiares en la economía global, y principalmente en la economía de México, considerando que el 90% de las empresas del país son familiares. Sus principales características son:
  - Más orientado a la familia y menos a los negocios
  - Más enfocado a las medianas y pequeñas empresas, y menos a las grandes
  - Con modelos educativos más pragmáticos
  - Con materiales educativos muy innovadores

El objetivo de la Red de Centros de Familias Emprendedoras es desarrollar competencias y habilidades en: 1) Apoyar el nacimiento, desarrollo, crecimiento, consolidación y sucesión de las empresas familiares en México. 2) Mejorar la competitividad y permanencia a largo plazo de la empresa familiar en el país y 3) Apoyar el desarrollo regional a través de las familias emprendedoras.

- **Centros Incubadoras de Empresas:** representa una plataforma integral de apoyo para la creación y desarrollo de nuevas empresas, brindando las herramientas y el soporte necesario para que los emprendedores tengan más y mejores oportunidades de iniciar y hacer crecer su propio negocio, teniendo como objetivos esenciales:
  - Ofrecer a los alumnos, a los egresados y a la comunidad emprendedora un modelo de desarrollo de nuevas empresas.
  - Formar empresarios y empresas competitivas en el ámbito nacional e internacional, que contribuyan al desarrollo social de la comunidad.

- Propiciar la contribución de los campus del Tecnológico de Monterrey al desarrollo de la región de influencia.

- **Red de Incubadoras de Base Tecnológica:**

Impulsa la transformación de ideas y proyectos innovadores en empresas de alto valor agregado que generan nuevo conocimiento en sectores avanzados como lo son: agrobiotecnología, biotecnología, desarrollo de tecnologías de información, farmacéutica, ingeniería biomédica, energía, aeroespacial y automotriz, entre otros.

- **Red de Incubadoras de Tecnología Intermedia:**

Apoya la creación, desarrollo y consolidación de empresas cuyo modelo de negocio, involucra procesos que incorporan elementos de innovación. Atiende empresas en: consultoría, telecomunicaciones, desarrollo de franquicias, servicios de software, construcción, agronegocios y comercio entre otros

- **Red de Incubadoras Sociales:**

Impulsa la creación y el fortalecimiento de microempresas a través de la capacitación y asesoría a los emprendedores, para que puedan llevar a cabo proyectos productivos, que al mismo tiempo sean generadores de fuentes de trabajo e impulsen el crecimiento de sus comunidades. Adicionalmente se ofrecen programas educativos que desarrollan y complementan las capacidades empresariales de las personas.

- **Centros Aceleradoras de Empresas:** La Red de Aceleradoras de Empresas del Tecnológico de Monterrey apoya a las empresas con alto potencial de crecimiento con el fin de estimular el mismo a través de consultorías especializadas de alto nivel, en donde se evalúa e implementan procesos de mejora e innovación en las áreas clave de la empresa, permitiendo así, un crecimiento sostenido y sustentable. Las empresas que ingresan al proceso de aceleración, son aquellas capaces de generar importantes tasas de crecimiento en materia de ventas y generación de empleos; que cuentan con una infraestructura flexible para adaptarse a las constantes exigencias y cambios del mercado.



El Tecnológico de Monterrey está acreditado por la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES) y por la Comisión de Universidades de la Asociación de Escuelas y Universidades del Sur de Estados Unidos para otorgar títulos profesionales y grados académicos de maestría y doctorado.

Hay más de 1,100 grupos estudiantiles que se realizan en todos los campus distribuidos estratégicamente en el país. Además, cada semestre, se realizan importantes eventos nacionales de liderazgo entre los que destacan la Convención Internacional de Líderes Estudiantiles para los alumnos de profesional y el Congreso Nacional de Liderazgo para los estudiantes de preparatoria.

- Universidad de Houston, que ofrece concentración en Hotelería y Turismo.
- Intercambios de Excelencia en la Universidad de Stanford y la Universidad de Berkeley.
- Intercambios en diversas universidades, de las cuales destacan: Universidad Pontificia Comillas de Madrid, en España; Escuela de Administración de Empresas, en España; The University of British Columbia, en Canadá; ESCP – EAP European School of Management, en Francia; University of Essex, en Inglaterra; Kansai Gaidai University, en Japón; Colorado State University, en Estados Unidos; University of Texas at Austin, en Estados Unidos.

#### 5.1.4 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

La carrera de Ingeniería Comercial cuenta con una sólida formación en artes liberales, la cual permite fomentar la capacidad crítica y analítica del estudiante, además de una línea completa de talleres, donde se realizan proyectos que permiten la interacción con el mundo real de los negocios. En el tercer año de estudios, los alumnos eligen su mención de licenciatura, donde podrán escoger entre administración de empresas y economía. En el año 3 y 4 los alumnos cursan una segunda mención o minor, para completar su formación y en el quinto año, los alumnos pueden elegir una de las 12 alternativas de especialización existentes en los programas de magíster.

Los alumnos de la sede Viña del Mar cursan su magíster de especialidad en la sede Santiago. (Universidad Alfonso Ibañez, n.d.). Entre sus Magisters esta Magíster en Marketing, Magíster en Finanzas, Magíster en Gestión Estratégica, Magíster en Ingeniería Financiera, Magíster en Management Science, Magíster en Innovación y Emprendimiento, Magíster en Economía y Políticas Públicas, Magíster en Psicología de las Organizaciones y Magíster en Innovación y Diseño y Master of Science - International Management.

De acuerdo al plan de estudios y al contenido de la página de la universidad, las materias que tienen contenido tanto teórico como práctico en temas de emprendimiento se centran en el desarrollo de habilidades, observación grupal, aplicación de aspectos éticos, diagnósticos y definición de necesidades, propuesta de valor de grupo y trabajo en equipo. Hay actividades grupales como salidas, por ejemplo, salida en veleros para trabajar las habilidades de trabajo en grupo y la importancia de una buena logística.

En el primer año de la carrera los alumnos forman equipos de 8 personas para diseñar e implementar un proyecto de negocios o del ámbito social.

- Taller Entorno
- Liderazgo I
- Taller Innovación
- Taller Innovación

Dentro de la escuela de negocios, hay otros cursos complementarios al programa que son: Desarrollo de Habilidades de Comunicación, Gobernando Empresas, Gerenciamiento de Proyectos, Women's Leadership Program, El Poder del Relato en las Organizaciones, Advanced Management Program y Gestión de Talentos en Organizaciones. Ph.D. en Management y también esta Soluciones Corporativas, el cual es van desde programas académicos hasta intervenciones organizacionales, tales como desarrollo de equipos de alto rendimiento, procesos de cambio organizacional y dirección de proyectos de negocios.

La acreditación es un proceso de certificación de calidad de las universidades chilenas. El máximo de acreditación es 7 años y la UAI es la única universidad privada que ha logrado aprobar por 6 años. Esto se debe a la calidad de sus alumnos y profesores, su riguroso proceso académico y sus importantes logros en investigación.

Dentro de la escuela de negocios, no hay doctorados con temas de emprendimiento pero existen afines relacionados con la administración de empresas: Ph.D. en Management, , Ph.D. en Finanzas y Doctorado en Ingeniería Industrial e Investigación de Operaciones (arreglar). Esto se debe a la calidad de sus alumnos y profesores, su riguroso proceso académico y sus importantes logros en investigación.

Existen actividades complementarias de emprendimiento a la carrera que promueven la universidad como el programa Emprende Claro y La Papa. Emprende Claro es un programa que apoya la consolidación y maduración de proyectos relacionados a las tecnologías móviles para luego potenciar su salida al mercado con Claro Chile. Nació en 2011 y cuenta con una alianza con el Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología de la Universidad Adolfo Ibáñez, institución que apoya con las herramientas necesarias para potenciar el desarrollo y consolidación de proyectos. Los resultados de Emprende Claro en estos cuatro años son: 3.665 emprendedores capacitados; 597 ideas presentadas; 149 proyectos madurados; y 17 emprendimientos ganadores. El proyecto La Papa es un proyecto generado y patrocinado por la Fundación para la Innovación Agraria (FIA) con el apoyo del Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología de la Universidad Adolfo Ibáñez. La iniciativa tiene por objetivo incentivar la creación de soluciones innovadoras y potenciar el nacimiento de nuevos emprendimientos en el sector silvoagropecuario, con la finalidad de que las ideas se transformen en proyectos y puedan lanzarse al mercado.

### **Kauffman FastTrac**

Kauffman FastTrac es un proveedor global de cursos de educación que equipan aspirantes y empresarios existentes con habilidades de negocio y percepciones, instrumentos, recursos, y redes para comenzar y cultivar negocios con oportunidades de crecer en el mercado.

FastTrac® NewVenture™

Para aspirantes y empresarios nuevos, FastTrac NewVenture es un curso flexible de 30 horas con un marco teórico y práctico que ayuda a aspirantes empresarios a empezar su empresa y comenzar su camino hacia el éxito. De este curso, hay dos módulos que tratan el tema de emprendimiento y tres módulos que tratan el tema de innovación: Exploring Entrepreneurship y Build The Organization and Team: La primera trata sobre las definiciones del emprendimiento y lo que trata ser empresario. Adicionalmente, contiene temas como los rasgos de un empresario, riesgos, visiones y misiones personales al momento de crear una empresa y la segunda es sobre la importancia de tener un buen equipo de trabajo a la hora de crear una empresa.

Las materias que tratan el tema de innovación están muy relacionadas con lo que es mercadeo y la creación de productos/servicios nuevos. Estas son: Planning the Product/Service, Researching and Analyzing the market, Reaching the market. Los temas principales que estas tienen son plan de producto, la creación del producto, valor agregado, características únicas, temas de diferenciación

con la competencia, plan de mercadeo, la creación de la marca, imagen, nombre, medios de publicidad y estrategias de Mercadeo.

### **Planning the Entrepreneurial Venture™**

Para jóvenes estudiantiles y universitarios, es un semestre completo es un curso de aprendizaje para proporcionar a los estudiantes los conocimientos básicos que necesitan para lanzar con éxito un negocio. Este curso tiene sólidos conocimientos de planificación de negocios, estrategias de marketing y de precios, la comprensión de las necesidades de capital y los estados financieros, y amplia visión sobre sus habilidades como emprendedores.

### **FastTrac® TechVenture™**

FastTrac TechVenture es un curso de 30 horas con un marco probado para ayudar a aspirantes a empresarios lanzan con éxito tecnología y los negocios basados en la ciencia.

### **FastTrac® GrowthVenture™**

Para los empresarios ya establecidos FastTrac GrowthVenture es un curso flexible de 30 horas para ayudar a los empresarios establecidos que se den cuenta del potencial de su empresa a través del crecimiento sostenible y la eficiencia operativa.

### **Talleres complementarios de los programas:**

#### **The Intentional Entrepreneur™**

Para los empresarios que aspiran a establecer una visión de un año. Es para el empresario intencional un taller interactivo de cuatro horas que explora la actitud emprendedora y profundiza en los aspectos emocionales y prácticos de la propiedad del negocio.

#### **Listening to Your Business™**

Para los empresarios existentes que quieran establecer una visión de tres años. Escuchando a su negocio, un taller interactivo de cuatro horas, ayuda a los dueños de negocios a establecer una visión de tres años.

## **Contenido Práctico complementario a los programas ofrecidos:**

Como contenido práctico, el Kauffman Foundation tiene muchos programas y herramientas para el desarrollo de habilidades empresariales, entre ellas se encuentran: 1 Million Cups, Angel Resource Institute, Astia, Entrepreneurship.org, Get in the Ring: The North American Startup Clash 2014 e Innovation Fund America y muchos más.

El Kauffman Foundation tiene convenios con Particle One, Astia, CapLinked, Operation Jump Start, Women 2.0, y TechStars Network. Adicionalmente, tiene reconocimiento a escala nacional e internacional en temas de innovación, emprendimiento y apoyo a empresas con potencial de crecimiento. Finalmente, entre los centros de emprendimiento que el Kaufman Foundation tiene se encuentran los siguientes: Nashville Entrepreneur Center, Kauffman-RAND Institute for Entrepreneurship y Kauffman Foundation Entrepreneurship Center por su apoyo a la comunidad en temas de espíritu empresarial y en la educación para la creación de empresas.

## **7. CONCLUSIONES**

Después de conocer lo que han pronunciado diferentes autores sobre la enseñanza de emprendimiento y los diferentes modelos propuestos para la educación y la revisión de la propuesta educativa en cursos ofrecidos en las seis universidades estudiadas, es pertinente concluir que existen tres variables que demostraron tener gran impacto en estos programas como lo son:

1. **Contenido teórico y práctico en los cursos de emprendimiento:** Donde se observa que en las seis universidades estudiadas, existe la presencia actividades educativas que involucran a los estudiantes en un aprendizaje de dos etapas, donde en la primera etapa, se le proporciona al estudiante unos conceptos teóricos, para posteriormente en la segunda etapa poner a prueba el conocimiento mediante actividades prácticas como simulaciones, creación de modelos de empresas, planes de negocio e inclusive en algunos casos, los estudiantes presentan un plan de negocio completo ante una junta directiva o panel del inversionistas y concursan por un capital semilla para la puesta en marcha del negocio. Esto responde al interés de las instituciones educativas por desarrollar en los alumnos ciertas competencias que deberán caracterizar a un

empresario en cualquier parte del mundo, tal como lo dice Varela en su modelo de 16 competencias que deberá desarrollar una persona para convertirse en empresario.

2. **La enseñanza impartida sobre innovación:** Ya que la mayoría de estas universidades realizan esfuerzos para enseñar a sus estudiantes temas de innovación que van desde lo teórico hasta lo práctico con talleres en algunos cursos. Esto se puede sustentar desde la posición de algunos autores estudiados como Shumpeter cuando sustentan que, el ser empresario solamente se adquiere durante el proceso de la innovación. De igual manera comentan que el emprendimiento consiste en hacer innovaciones. En definitiva, es vital conseguir que los futuros empresarios sean personas innovadoras, por esto, es fundamental desde las universidades, impartir educación en el tema.
3. **La oferta de actividades extra al currículo:** Dichas actividades además de ofrecer conocimiento extra para los estudiantes, están aportando una red de contactos que según Burt influyen en la motivación que pueda tener el alumno hacia el emprendimiento, pues el sustenta que cuando existe una red rica en oportunidad empresarial, esta rodea a una persona motivándola y lo convirtiéndola en una persona emprendedora".

Así pues, una buena educación empresarial deberá incluir actividades que logren integrar estas tres variables.

## 8. TABLAS DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS

VARIABLES A ESTUDIAR	ROYAL ROADS UNIVERSITY	ESADE	HEC
Cursos de Emprendimiento	9	1	5
Emprendimiento como énfasis para la carrera		N/A	Especialización-Emprendimiento
Posgrados, MBA, etc.	Mastes of Business Administration in Executive Management Master of Global Management	MBA	MBA
Créditos de los cursos	24	3	N/A
Intensidad Horaria	N/A	4,5 Horas por semana por curso	N/A
Contenido Teórico y Práctico - Emprendimiento	Capston Project, Simulaciones en Computadores, Desarrollo de habilidades empresariales, Presentación de idea de negocio para concurso.	Creación de un Plan de Empresa	Realización de proyectos – Creación de plan de negocios
Contenido Teórico y Práctico - Innovación	N/A	N/A	Relación teórica y practica entre la innovación, la creatividad y el espíritu empresarial (un curso)
Actividades de investigación relevantes al emprendimiento	Capston Project	Cumbre anual de negocios	N/A
Centros de Emprendimiento	N/A	N/A	Uso de casos para la enseñanza (Centro de casos) – Mosaic (Centro de creatividad e innovación) – Institut D'Entrepreneuriat (centro de emprendimiento)
Cursos, Conferencias, Talleres, Competencias	N/A	BLOGS: Innovación y Creatividad para los negocios.	KGP Competition
Redes estudiantiles	N/A	N/A	N/A
Convenios con otras Universidades- Acreditaciones- Reconocimientos	N/A	Año de intercambio con universidades aliadas Practica en convenio con empresas - Advisory Board	AMBA- AACSB International – EQUIS

## TABLAS DE LAS VARIABLES ESTUDIADAS

VARIABLES A ESTUDIAR	UNIVERSIDAD ADOLFO IBAÑEZ	TECNOLÓGICO DE MONTERREY	KAUFFMAN FOUNDATION
Cursos de Emprendimiento	5	8	4
Emprendimiento como énfasis para la carrera	Magíster en Innovación y Emprendimiento	Emprendimiento Internacional Gestión de Pequeñas Empresas Innovación	Exploring Entrepreneurship y Build The Organization and Team
Posgrados, MBA, etc.	Maestría en Administración y Dirección de Empresas	Maestría en Administración y Dirección de Empresas Maestría en Dirección Global de Negocios Maestría en Administración	FastTrac® TechVenture™ FastTrac® GrowthVenture™
Créditos de los cursos	3	3	0
Intensidad Horaria	3	3	30
Contenido Teórico y Práctico - Emprendimiento	Taller Introducción a los negocios, Taller Entorno y Taller Innovación	Curso con proyecto (6)	Módulos con proyectos aplicados
Contenido Teórico y Práctico - Innovación	Taller de Innovación	Curso con proyecto (5)	Módulos con proyectos aplicados (2)
Actividades de investigación relevantes al emprendimiento	Soluciones Corporativas, concursos Emprende Claro y La Papa.	Curso Sello de Liderazgo para el Desarrollo de Emprendedores Modalidad Emprendedora	1 Million Cups, Angel Resource Institute, Astia, Entrepreneurship.org, Get in the Ring: The North American Startup Clash 2014 e Innovation Fund America
Centros de Emprendimiento	Centro de Educación Ejecutiva Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología	Centros de Familias Emprendedoras Centros Incubadoras de Empresas Centros Aceleradoras de Empresas	Nashville Entrepreneur Center Kauffman-RAND Institute for Entrepreneurship Kauffman Foundation Entrepreneurship Center
Cursos, Conferencias, Talleres, Competencias	Gobernando Empresas El Poder del Relato en las Organizaciones Gestión de Talentos en Organizaciones	Convención Internacional de Líderes Estudiantiles Congreso Nacional de Liderazgo para los estudiantes de preparatoria.	The Intentional Entrepreneur™ Listening to Your Business™
Redes estudiantiles	Existen tres grupos estudiantiles que manejan temas de emprendimiento, innovación y liderazgo.	1,100 grupos estudiantiles	Cursos FastTrac® y comunidades en línea.
Convenios con otras Universidades- Acreditaciones- Reconocimientos	Primera universidad chilena en conseguir la triple corona: AACSB	Más de 10 convenios con otras universidades Acreditado por la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior y por la Comisión de Universidades de la Asociación de Escuelas y Universidades del Sur de Estados Unidos	Tiene convenios con Particle One, Astia, CapLinked, Operation Jump Start, Women 2.0, TechStars Network. Reconocimiento a escala nacional e internacional en temas de innovación y emprendimiento.



## 9. BLIBLIOGRAFÍA

- Alexandru, C. D. & Galceava , A.(2014) DINAMICS OF THE ENTREPRENEURSHIP CONCEPT. LITERATURE REVIEW. Recuperado en marzo 2015, de <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2014/n1/046.pdf>
- Beck, E. (1994). The new paradigm of management education: revolution and counter revolution. *Management Learning*, 25(2), 231-247.
- Block, Z., & Stumpf, S. A. (1992). Entrepreneurship education research: experience and Challenge. *The State of the Art of Entrepreneurship*, 17-42.
- Burns, P. (2010). Entrepreneurship and small business. *Palgrave Macmillan*. 3
- Burt. R.S (2004). Structural Holes and Good Ideas. *Chicago Journals*, 110 (2)
- Collins, O. (1964). *The Enterprising Man*. East Lansing, MI: Michigan State University Press.
- Dees, J. G. (1998). The Meaning of “Social Entrepreneurship”. *Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and Graduate School of Business, Stanford University*, 1(6).
- Drucker, P. F (1985). Innovation and Entrepreneurship. (1,39-49). New York: Butterworth-Heinemann.
- Eden, C., & Huxman, C. (1996). Action research for management research. *British Journal of Management*, 75-86.
- El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (s.f.). *El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*. Obtenido de <http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/ITESM/Tecnologico+de+Monterrey/Nosotros/Acreditaciones/Acreditacion+internacional/Escola+de+Negocios+Tecnologico+de+Monterrey>. (s.f.). Obtenido de [http://encsh.mty.itesm.mx/?page\\_id=376](http://encsh.mty.itesm.mx/?page_id=376)
- Filion, L. J. (1991). Vision and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. *International Small Business Journal*, 6, 26-40.
- Forray, J. M., & Mir, A. H. (1994). Envisioning a new paradigm: synthesis in management education. *Management Learning*, 25(3), 201-214.
- Gibb, A. (1988). *Stimulating new business development*. M.D.P., ILO, Geneve.

- Gideon, M., & Vuuren, J. (2005). Critical evaluation of two models for entrepreneurial education. *International Journal of Educational Management*, 19 (5), 413-427.
- Gordon, A. R., & Howell, E. J. (1959). Higher Education for Business. *New York: Columbia University Press*.35 (3), 115-117.
- Grant, B. (1986). Capability, enterprise and entrepreneurship – the vocational aspect of education. *The Vocational Aspect of Education*, 38(100), 55-66.
- Grigore, A.M. (2012). The Psychology of Entrepreneurship. *Romanian Journal of Marketing*, 25-30.
- Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (1994). Entrepreneurship and leadership: the implications for education and development. *Entrepreneurship and Regional Development*, 6, 111-215.
- Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (1999). process model for entrepreneurship education and development. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 5(3), 83 - 109.
- Hayes, R., & Abernathy, W. (1928). Managing our way in economic decline. *Harvard Business Review*, 28(4).
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education Training*, 47 (2), 98-111.
- Henry, C., Hill, F., & Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part II. *Education Training*, 47 (3), 158-169.
- Hynes, B. (1996). Entrepreneurship education and training: introducing entrepreneurship into non-business disciplines. *Journal of European Industrial Training*, 20(8), 10-17.
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (2014). *Nosotros / Qué es el Tecnológico de Monterrey*. Obtenido de:  
<http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/ITESM/Tecnologico+de+Monterrey/Nosotros/Que+es+el+Tecnologico+de+Monterrey/Nuestra+Institucion/>
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (s.f.). *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*. Obtenido de:  
<http://www.itesm.mx/wps/wcm/connect/ITESM/Tecnologico+de+Monterrey/Nosotros/Modelo+educativo/Modelo+educativo+del+Tecnologico+de+Monterrey/>

- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (s.f.). *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey*. Obtenido de:  
<http://www.tecvirtual.mx/cursos/recursos/tecnicas/aop.htm>
- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. (s.f.). *Licenciado en Administración y Estrategia de Negocios*.
- Jun, Z. (2007). The overview and theoretical analysis of global business in 2006. *Economics and Management*, 8, 20-23.
- Kauffman Foundation. (s.f.). *KauffmanFastTrack*. Obtenido de FastTrack:  
<http://fasttrac.org/About.aspx>
- Kourilsky, M. L., & Carlson, S. R. (1997). Entrepreneurship education for youth: a curricular perspective. *Entrepreneurship 2000*, 193-213.
- Kuratko, D. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
- Lili, Z. (2011). Comparative study of China and USA's colleges entrepreneurship education from an international perspective. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 185-194.
- MacDaniel, B. A. (2000). A survey on entrepreneurship and innovation. *The Social Science Journal*, 37 (2), 227-235.
- McLaughlin, H., & Thorpe, R. (1993). Action learning: a paradigm in emergence: the problems facing a challenge to traditional management education and development. *British Journal of Management*, 4(1), 19-27.
- McMullan, W., & Long, W. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*, 2(3).
- Mintzberg, H. (1975). The manager's job: folklore and fact. *Harvard Business Review*, 53(4).
- Mwasalwiba, E. S. (2010). Entrepreneurship education: a review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. *Education Training*, 52(1), 20 - 47.
- Pierson, F. C. (1959). *The Education of American Businessmen*. New York: McGraw-Hill.
- Pierson, F. C. (1959). The making of managers: an American perspective. *Journal of General Management*, 14(4), 62-76.
- Pittway, L., & Cope, J. (2007). Entrepreneurship education: a systematic review of the evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510.

- Porter, J. L., Muller, H. J., & Rehder, R. R. (1989). The making of managers: an American perspective. *Journal of General Management*, 14(4), 62-76.
- Porter, L. W., & McKibben, L. E. (1988). *Management Education and Development: Drift or Thrust into the 21st Century?* New York, NY.: McGraw-Hill.
- Raelin, J. (1994). Whither management education? Professional education, action learning and beyond. *Management Learning*, 25(2), 301-317.
- Revans, R. (1971). *Developing Effective Managers*. Longman, Harlow. .
- Sass, S. (1982). *The Pragmatic Imagination: A History of the Wharton School: 1881-1981*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. *Cambridge, MA.: Harvard University Press*.
- Shapiro, A. (1984). *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington Book.
- Shi-Peng, L. (2006). A study and enlightenment of American entrepreneurship education-taking Stanford University and Babson College as the examples. *Researches in Medical*, 5, 93-97.
- Snell, R., & James, K. (1994). Beyond the tangible in management education and development. *Management Learning*, 25(2), 319-340.
- Solomon, G., Duffy, S., & Tarabishy, A. (2002). The state of entrepreneurship education in the United States: a nationwide survey and analysis. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 65-86.
- Spender, J. (1994). Knowing management and learning: a dynamic managerial epistemology. *Management Learning*, 25(3), 387-412.
- Stevenson, A., & Wei - Skillern. (2006). Social and commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice* , 1 - 22.
- Swedberg, R. (2002). *Entrepreneurship: The Social Science View*. Oxford: University Press.
- Timmons, J. A. (1994). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Irwin Press, 4th Edition.
- Timmons, J. A. (1999). *New Venture Creation Entrepreneurship for the 21st*. Boston: Century, Irwin Mc Graw Hill.
- Toulouse, J. M. (1997). Definition de l'entrepreneurship. *L'entrepreneurship in Quebec*, 81.

- Universidad Alfonso Ibañez. (s.f.). Obtenido de Magíster: <http://www.uai.cl/carreras/ingenieria-comercial/magister>
- Universidad Alfonso Ibañez. (s.f.). *Centros de Investigación*. Obtenido de <http://www.uai.cl/investigacion/areas-de-investigacion/negocios>
- Universidad Alfonso Ibañez. (s.f.). *Universidad Alfonso Ibañez*. Obtenido de Modelo Educativo: <http://www.uai.cl/carreras/ingenieria-comercial/modelo-educativo>
- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia de la Creación de Nuevas Empresas*. Bogota: Pearson Education.
- VARELA, R., & ARTURO, O. L. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 21-47.
- Von Hayek, F. A. (1945). the Use of Knowledge in Society. *The American Economic Review*, 519-530.
- Von Mises, L. (1951). Profit and Loss. *Auburn, Alabama: Ludwig von Mises Institute*.
- Weber, M. (1980). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York, NY: Scribner.
- Xiang-Yin, L., & Yu-Wei, L. (2008). On Timmons's entrepreneurship model and its application. *Reforms and Strategies*, 50, 55-60.
- Yonggang, Z. (2007). The characteristics, meaning and enlightenment of American entrepreneurship education. *Education Research*, 9, 45-46.