

# El desarrollo de un centro empresarial en el ámbito rosarista



María Camila Ramírez B.\*

Recibido: enero de 2004 - Aprobado: marzo de 2004

## RESUMEN

Con el objetivo de impulsar un modelo de desarrollo para un centro empresarial en el ámbito rosarista, es necesario tomar como base la teoría sobre la cual se enmarca el funcionamiento y la necesidad de crear un centro empresarial en Colombia, acorde con las condiciones del entorno actual a escala gubernamental, empresarial y educativa, caracterizado por un alto contenido tecnológico e innovador.

**Palabras clave:** creación empresarial, innovación, incubación.

## ABSTRACT

*With the objective to prompt a Model of Development for a Business Center in the Rosario University, is necessary to take like base, the theory on which the operation is framed and the need to create a Business Center in Colombia, harmonious with conditions of the present environment to educational, business, and governmental scale, characterized by a high content of technological and innovative.*

**Key words:** *enterprice creation, innovation, incubation.*

## INTRODUCCIÓN

Dadas las condiciones del mercado y las necesidades del país enfocadas hacia la proyección de jóvenes colombianos, se hace ineludible la creación de mecanismos que les permitan obtener la capacitación y facilidades económicas requeridas para llevar a cabo ideas empresariales que logren atender un mercado cada vez más globalizado y competitivo.

Por lo anterior, y teniendo en cuenta que la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario es pionera en la educación de los colombianos, y máxime cuando cuenta con facultades en donde se forman y forjan hombres con espíritu empresarial,

\* Administradora de empresas, Universidad del Rosario. Programa de Jóvenes Investigadores. Colciencias.

no sería válido que esta prestigiosa alma máter de la educación no contara con organismos orientados hacia la formación y creación de empresas, que fortalezcan el espíritu empresarial de sus profesionales y contribuyan al desarrollo del país.

La inmediatez en el desarrollo del proyecto empresarial tanto para estudiantes como para egresados, ha venido posponiéndose por la falta de conocimiento de entidades de apoyo y asesoría en este campo, razón por la cual es importante que la Universidad del Rosario participe activamente en el desarrollo empresarial, apoyando el proyecto de la incubación y la formación de empresarios desde la Universidad.

Es importante resaltar que a nivel internacional actualmente existen 2.500 incubadoras de empresas, que a su vez han generado 19.000 empresas y 245.000 empleos. En Estados Unidos se encuentran ubicadas 900, al igual que en Europa, concentradas principalmente en Alemania y Corea donde existen actualmente 300 en cada uno de estos países; las 700 incubadoras restantes están ubicadas en América Latina; de otro lado, vale la pena aclarar que el 87% de las empresas incubadas en el mundo aun están funcionando.<sup>1</sup>

En Colombia, para el 2002 se crearon 2.348 empresas micro, 72 pequeñas y dos medianas empresas, que generan aproximadamente 28.000

empleos. Estas cifras demuestran que en Colombia, a pesar de su situación político-económica, ha tenido lugar el desarrollo empresarial; sin embargo la juventud colombiana no ha desarrollado suficiente espíritu emprendedor y, adicionalmente, las instituciones se han opuesto al empresariado; esta cultura debe cambiar en el transcurso de los próximos años.

Así mismo, “El Estado y las Universidades deben hacer que se expanda de manera fecunda la asociación de mentes brillantes e imaginativas, la capacidad de trabajo, la iniciativa comercial y la concurrencia de los esfuerzos financieros” (Uribe, 2003).

De acuerdo con lo citado, es importante resaltar que en los países subdesarrollados, donde su fundamento es el desarrollo de productos tradicionales, se ve restringida la posibilidad de generar ventajas competitivas, directamente relacionadas con el enfoque tecnológico del mundo actual; es por esta razón que se hace fundamental la búsqueda de mecanismos que permitan a las empresas acceder a recursos de alto contenido innovador en forma de capital y de know-how o conocimiento que encamine sus esfuerzos hacia el desarrollo económico y social del país.

<sup>1</sup> Entrevista con Carlos Andrés Mora, director de proyectos de la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia (IEBTA), 2003.

Todo lo anterior está directamente relacionado con el apoyo que pueda brindar el sistema financiero, el de mercado, el legislativo y el educativo, dirigido a hacia la creación de empresas en cada uno de sus ámbitos, favoreciendo económicamente sus innovaciones, absorbiéndolas, dando estímulo, protección y, finalmente, impulsando cultura emprendedora.

## MARCO TEÓRICO

A través de la experiencia de académicos, consultores e incubadoras de empresas, y fundamentándose en conceptos acerca de la educación superior y la creación de empresas se identificó cómo el entorno económico y académico deben involucrarse en la creación de un centro empresarial en la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Lo anterior demuestra cómo la investigación, la extensión y la docencia se constituyen en parte esencial de la educación superior, y así mismo fundamentan el desarrollo empresarial y económico del país.

De acuerdo con el análisis realizado, el Centro Empresarial permitirá generar en los estudiantes de la Universidad del Rosario el espíritu emprendedor a través del apoyo, la guía y colaboración brindada a los mismos para el desarrollo de sus proyectos empresariales. Adicionalmente, su aporte al país en términos de crecimiento económico y social ge-

nera un cambio significativo en la calidad de vida afectada por el conflicto social colombiano, y traducida en necesidades básicas insatisfechas por falta de recursos de millones de colombianos.

## Entorno nacional

En el proceso de formación del centro empresarial es necesario evaluar el comportamiento de las variables externas a éste, para lo cual se analizará el entorno nacional colombiano teniendo en cuenta la normatividad respecto al tema, así como el apoyo que brindan las entidades gubernamentales a la creación de empresas desde su base como son las instituciones educativas.

Es así como se encuentra que la Ley 590 de 2000 promueve el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. Algunas de las disposiciones que aplican al caso de las universidades son las siguientes:

Artículo 29. Incorporación al sistema nacional de ciencia y tecnología y red de centros de desarrollo tecnológico.

Artículo 30. Agrupaciones empresariales. Creación de parques industriales, tecnológicos, incubadoras y centros de desarrollo productivos y de investigación.

Artículo 31. Programas educativos para mipymes y creación de empresas. Independientemente del derecho de Autonomía Universitaria, las Universidades

deberán involucrarse con esta clase de programas.

Artículo 33. El Icetex destinará recursos y programas para facilitar la formación y el desarrollo del capital humano vinculado a las mipymes.<sup>2</sup>

La recuperación del crecimiento económico es un factor fundamental para la solución de los problemas de empleo y pobreza, para garantizar la viabilidad de las reformas emprendidas en la década pasada y para avanzar hacia una sociedad más equitativa. La recuperación del crecimiento necesita un ambiente macroeconómico y social más estable y seguro. Sin seguridad en el campo y en las vías de comunicación, sin certidumbre sobre las reglas de juego y sin convicción sobre la viabilidad financiera de la Nación, será muy difícil retomar la senda del crecimiento económico. Por ello, para volver a crecer se requiere, ante todo, recuperar la seguridad física, restaurar la seguridad jurídica y ajustar las finanzas del Estado.

Pero esto no es suficiente. La reactivación económica en el corto plazo necesita esfuerzos focalizados y la recuperación del crecimiento en el mediano plazo exige ajustes regulatorios en los sectores de infraestructura y servicios públicos, inversiones en capital humano y ciencia y tecnología, y una política comercial coherente que conduzca a la inserción ordenada de la economía nacional en la economía mundial.

Para hacer sostenible el crecimiento en el largo plazo, el Gobierno llevará a cabo una serie de cambios normativos, regulatorios e institucionales orientados a propiciar la participación privada en los sectores de infraestructura,

minería y servicios públicos. Estos cambios no sólo atraerán mayores inversiones (nacionales y extranjeras), sino que permitirán superar los rezagos en infraestructura estratégica que, hoy en día, constituyen un obstáculo para el crecimiento económico. Así mismo, el Gobierno seguirá sentando las bases para una inserción ordenada de la economía nacional en la economía mundial y dará un impulso sin precedentes a la formación de capital humano en todos los niveles. Dadas las restricciones fiscales, el énfasis de la política de crecimiento descansa en estimular la participación privada en sectores estratégicos, aumentar el impacto de las inversiones públicas y eliminar las trabas burocráticas y otros impedimentos a la iniciativa privada (Plan Nacional, 2002-2006).

Respecto a lo anterior vale la pena resaltar que una de las vías que genera crecimiento económico es el impulso de la pequeña y mediana empresa:

las Mipymes representan 94% de los negocios del país. La crisis económica de los últimos años ha afectado, de manera notable, a las microempresas, las cuales han sufrido tasas de mortalidad superiores al 50%. Los principales problemas de la Mipymes están asociados a sus bajos niveles de productividad, explicados, a su vez, por el rezago tecnológico y el escaso capital físico y humano. En el caso de las microempresas rurales, la poca escolaridad, unida al aislamiento de los mercados y a las

<sup>2</sup> <http://www.sic.gov.co/Normatividad/Leyes/Ley%20590-2000.htm>

restricciones crediticias, constituyen las principales barreras para su consolidación y crecimiento; razón por la cual se hace necesario el desarrollo de Sistemas de Apoyo empresarial enfocados hacia el desarrollo científico y tecnológico de manera que éstas logren suplir las problemáticas anteriormente enunciadas de las Microempresas, generando con ello el crecimiento económico del país (Plan Nacional, 2002-2006).

Teniendo en cuenta las condiciones del entorno actual enfocado hacia la tecnología y entendido como un factor primordial en la creación de empresa, se ha observado que

en la última década la política científica y tecnológica se ha centrado en el fortalecimiento del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología (SNCT), con el propósito de desarrollar la capacidad para la generación, transferencia y apropiación del conocimiento. De esta manera, se le ha dado prioridad a tres líneas de acción: a) articulación y coordinación de los agentes del SNCT; b) creación de condiciones y capacidades para la generación de conocimiento científico y tecnológico de acuerdo con los estándares internacionales de calidad más exigentes; y c) la creación y fortalecimiento del Sistema Nacional de Innovación (SNI), como un soporte al mejoramiento de la competitividad de la economía.

La inversión pública en ciencia y tecnología se canaliza a través de los presupuestos de Colciencias y de otras entidades del Estado. Los recursos destinados a innovación, competitividad y desarrollo tecnológico han aumentado en los últimos años, en gran medida como

resultado de los aportes del SENA al SNI, así como por la puesta en marcha de algunas iniciativas de los Ministerios de Comercio Exterior y de Desarrollo Económico. Aunque la inversión en ciencia y tecnología ha disminuido desde 1996, en el mismo periodo se han multiplicado los mecanismos de financiación. Hoy el gran reto es articular los diferentes mecanismos para racionalizar los escasos recursos públicos (Plan Nacional, 2002-2006).

Con el fin de facilitar la innovación y el desarrollo tecnológico, el SENA promoverá, proporcionará y fomentará la investigación aplicada para mejorar la competitividad de los sectores productivos, en articulación con las cadenas y los clusters, para los cuales buscará diversificar y ampliar los estímulos financieros mediante créditos para proyectos de innovación, estímulos tributarios para la inversión de recursos propios en proyectos de investigación, innovación y desarrollo tecnológico, y esquemas de garantías a Mipymes para acceso a créditos para el mismo tipo de actividades. De otro lado, Colciencias promoverá las relaciones de mutuo beneficio en procesos de innovación entre universidades, empresas y otras organizaciones productivas. Se seguirán apoyando los centros de desarrollo tecnológico, los centros regionales de productividad y las incubadoras de empresas de base tecnológica (Plan Nacional, 2002-2006).

Con lo anterior se busca impulsar la cultura investigativa en los diversos ámbitos formativos, desde la educación básica hasta el final de los estudios académicos en todos sus niveles y así mismo en la práctica empresarial.

## Educación superior en Colombia

Con el objetivo de entender los principios que sustentan la educación superior en Colombia, es importante considerar la normatividad referente a esta temática; así mismo, vale la pena recalcar que tal normatividad está regida por la Ley 30 de 1992, de la cual se enunciarán algunos apartes del primer Título, el cual trata los fundamentos de la educación superior en Colombia.

Artículo 1. La Educación Superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional. (...)

Artículo 3. El Estado, de conformidad con la Constitución Política de Colombia y con la presente Ley, garantiza la autonomía universitaria y vela por la calidad del servicio educativo a través del ejercicio de la suprema inspección y vigilancia de la Educación Superior.

Artículo 4. La Educación Superior, sin perjuicio de los fines específicos de cada campo del saber, despertará en los educandos un espíritu reflexivo, orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico que tenga en cuenta la universalidad de los saberes y la particularidad de las formas culturales existentes en el país. Por ello, la Educación Superior se desarrollará en un marco de liber-

tades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra.

### Capítulo 2. Objetivos

Artículo 6. Son objetivos de la Educación Superior y de sus instituciones:

- a) Profundizar en la formación integral de los colombianos dentro de las modalidades y calidades de la Educación Superior, capacitándolos para cumplir las funciones profesionales, investigativas y de servicio social que requiere el país.
- b) Trabajar por la creación, el desarrollo y la transmisión del conocimiento en todas sus formas y expresiones y, promover su utilización en todos los campos para solucionar las necesidades del país.
- c) Prestar a la comunidad un servicio con calidad, el cual hace referencia a los resultados académicos, a los medios y procesos empleados, a la infraestructura institucional, a las dimensiones cualitativas y cuantitativas del mismo y a las condiciones en que se desarrolla cada institución.
- d) Ser factor de desarrollo científico, cultural, económico, político y ético a nivel nacional y regional.
- e) Actuar armónicamente entre sí y con las demás estructuras educativas y formativas.
- f) Contribuir al desarrollo de los niveles educativos que le preceden para facilitar el logro de sus correspondientes fines.
- g) Promover la unidad nacional, la descentralización, la integración regional

y la cooperación interinstitucional con miras a que las diversas zonas del país dispongan de los recursos humanos y de las tecnologías apropiadas que les permitan atender adecuadamente sus necesidades.

h) Promover la formación y consolidación de comunidades académicas y la articulación con sus homólogas a nivel internacional.

i) Promover la preservación de un medio ambiente sano y fomentar la educación y cultura ecológica.

j) Conservar y fomentar el patrimonio cultural del país. (...)

Artículo 30. Es propio de las instituciones de Educación Superior la búsqueda de la verdad, el ejercicio libre y responsable de la crítica, de la cátedra y del aprendizaje de acuerdo con la presente Ley.<sup>3</sup>

De acuerdo con la Ley 30 de 1992 anteriormente enunciada, y el Plan de Desarrollo Nacional de 2002-2006 de la Presidencia de la República, la educación se considera como un factor esencial del desarrollo humano, social y económico, y un instrumento fundamental para la construcción de equidad social. Por ello resulta preocupante que a pesar de los esfuerzos realizados y los avances innegables, Colombia no haya logrado universalizar el acceso a una educación básica de calidad.

La cobertura en educación superior ha mostrado un crecimiento moderado aunque insuficiente. Este obedece más

a un proceso de diversificación dentro de las mismas instituciones que a la creación de nuevas organizaciones.

El sistema de educación superior es inequitativo. En 1993, sólo 3,5% de los dos quintiles de ingreso más bajo asistía a una institución de educación superior, comparado con un 36% en los quintiles más altos. Para 1997, la distancia entre estos dos grupos se había incrementado: 9% de los más pobres asistía frente al 65% de los más ricos.

Los bajos niveles de cobertura coexisten con un alto porcentaje de cupos vacantes, lo que indica que el problema no es solo de inversión pública sino también del direccionamiento de la oferta y de demanda. La oferta de crédito educativo es limitada y constituye una importante barrera para acceder a la educación superior. En el año 2000, solo 55.000 alumnos (6% de la población matriculada) accedieron a financiación con recursos del Ictetex (Plan Nacional, 2002-2006).

### Respecto a la calidad,

en los últimos años se ha hecho un esfuerzo para contrarrestar el deterioro en la calidad de la educación superior generado por el crecimiento desordenado de la oferta durante la década de los noventa. Para satisfacer las expectativas y necesidades de la sociedad en materia de calidad de los programas de educación superior, se ha venido implementado el Sistema nacional de aseguramiento de la calidad de la edu-

<sup>3</sup> <http://www.cna.gov.co/legislacion/ley30-92/titulo1.php>

cación superior, el cual está integrado por la acreditación voluntaria de programas e instituciones, estándares mínimos de calidad y exámenes de calidad de la educación superior (Ecaes). Mediante este sistema, se han acreditado 138 programas de pregrado en 26 instituciones de educación superior, que representan el 3,9% del total de programas objeto de acreditación (Plan Nacional, 2002-2006).

### El tema de eficiencia educativa involucra varios aspectos, entre ellos el

Escalafón Docente, cuyo cambio se debe en parte a los incentivos del estatuto docente expedido en 1979, el cual premiaba el tiempo de servicio y no la calidad del desempeño del maestro. El nuevo estatuto de profesionalización docente, expedido en junio de 2002, busca revertir ese proceso al establecer como principal criterio de ascenso las competencias de los docentes. Uno de los factores que ha limitado la eficiencia en el proceso de descentralización es la ausencia de un sistema de información integrado. Esto dificulta la asignación eficiente de los recursos y la adecuada planeación, evaluación y seguimiento de los programas.

Así mismo la Ley 715 de 2001 constituye una herramienta fundamental en la solución de los problemas de ineficiencias en el sector educativo. La Ley sustituye la regla de distribución prevaleciente (que premiaba a las entidades territoriales con mayores plantas de personal sin generar incentivos para el uso y distribución eficiente de los recursos) por una regla que tiene en cuenta el número de niños y niñas atendidos y por atender. Sin duda, la nueva regla generará incentivos

no sólo para ampliar la cobertura sino también para mantenerla.

El crecimiento excesivo e indiscriminado de instituciones de educación superior, no corresponde a criterios de calidad y pertinencia social y, además, desfigura el carácter de las categorías institucionales que integran el sistema de educación superior.

El sistema de educación superior en Colombia, a diferencia de lo que ocurre en países de larga e importante tradición académica, presenta un número excesivo de instituciones, distribuido en técnicas, tecnológicas, universitarias y universidades, que solamente en los últimos 7 años (1990-1997) ha pasado de 210 a 272 instituciones y que, tratándose de las universidades, prácticamente se ha duplicado (de 50 a 94), sin que la cobertura de estudiantes se haya ampliado de manera significativa, ni su tamaño promedio y, lo que es más preocupante, con bajos niveles de calidad y con una indefinición e imprecisión muy notorias sobre el verdadero carácter de cada tipo de institución. En efecto, la cifra total de estudiantes matriculados en 1996 no llegaba siquiera a 700.000 y, en términos generales, las instituciones en promedio sólo atienden un poco menos de 2.500 estudiantes por institución y en el caso de las universidades únicamente 5.500 por entidad.<sup>4</sup>

Siendo la docencia, la investigación y la extensión los tres fundamentos de la educación superior en Colombia –y así mismo de la Universidad del Rosario–, es importante que la

<sup>4</sup> [http://www.unal.edu.co/paginas/sistema\\_educacion.html](http://www.unal.edu.co/paginas/sistema_educacion.html)

creación de un centro empresarial se rija bajo el mismo concepto potencializando la docencia a través de su esquema académico, la investigación para el desarrollo empresarial, el estudio de casos y la extensión con relación al enfoque hacia otros ámbitos universitarios, en diferentes ciudades y personas interesadas en el tema, enfocado siempre hacia la calidad académica.

### La creación de empresas en la universidad

Antes de empezar a definir los centros empresariales en las universidades es importante entender por qué éstos deben ir a las universidades, fundamentado en las razones dadas por la Incubadora de Empresas de Antioquia (Incubar) y José Luis Virumbrales, Universidad Carlos III de España.

La dificultad en los jóvenes universitarios para crear empresas se debe principalmente a:

- Los jóvenes no creen lo suficiente en ellos mismos.
- Los adultos, en Colombia, creen muy poco en los Jóvenes.
- Los tiempos de la educación superior en Colombia corren más lento que el mundo del nuevo empresarismo.
- La velocidad de gestión de la información y el conocimiento de los maestros y profesores son bastante reducidos frente a las necesidades de la economía digital.

- Los jóvenes aprenden formas de hacer las cosas, vigentes y oportunas para un mundo empresarial que ya no existe.
- El modelo de empresas en el que se cultiva a los muchachos no coincide con el tipo de empresarismo que puede responder por la generación de riqueza en el inmediato porvenir del País.
- Falta de fuentes de capital de inversión. Las mezclas de financiación también se globalizaron, en los conceptos y en los oferentes.
- La disposición al riesgo es casi inexistente. También son erradas las ideas de competir y crecer.
- Pareciera que las oportunidades no están dadas, si lo único que se tiene es inteligencia y mucha dedicación.
- Pesimismo por la situación actual de Colombia. Para los jóvenes, el futuro profesional en Colombia aparece oscuro y en cualquier otra parte es mejor.
- La universidad, asumiendo la responsabilidad de la formación superior, y contribuyendo a la generación de conocimiento y al desarrollo científico y tecnológico.
- La Universidad como agente activo del Sistema de Innovación.<sup>5</sup>

Por lo anterior, es importante revisar las relaciones entre la universidad y la empresa o medio externo, recordando que las universidades que poseen mayor capacidad de investigación y desarrollo en países desarrollados realizan proyectos de innovación con el sector empresarial,

<sup>5</sup> Universidad de Almería, España, 2003. [www.val.es/universidad/PRAEM/jornadas/ponencias/ponencia13.pdf](http://www.val.es/universidad/PRAEM/jornadas/ponencias/ponencia13.pdf)

en esta dinámica, el desarrollo del espíritu de empresa es una de las prioridades del Ministerio de Educación y del gobierno colombiano enfocado hacia la generación de empleo, lo que demuestra la importancia de introducir el espíritu de empresa en el sistema educativo y universitario.

Así mismo, es importante recordar que la conciencia sobre la necesidad de aumentar la competitividad nacional, regional y empresarial en un marco de globalización, debe traducirse en la definición de nuevas propuestas y mecanismos

institucionales más interactivos, que comprometan a las universidades principalmente en su continua participación e interacción con el mundo empresarial.

Según el XII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, Área Incubación de Empresas de Base Tecnológica y Parques Tecnológicos, 1998, algunas formas de colaboración de la universidad y la empresa son el intercambio de ideas, el intercambio de personas, las dotaciones compartidas y el intercambio de información (ver cuadro 1).

CUADRO 1. Formas de colaboración Universidad-empresa

Formas de colaboración	Acciones
Intercambio de ideas	Contactos informales favorecidos por la utilización conjunta de instalaciones no directamente relacionadas con el trabajo (cafetería, restaurante, deportes, gimnasio,...).
Intercambio de personas	Cesión de personal investigador a la empresa, participación de personal de la empresa en las investigaciones de la universidad, realización por parte de los estudiantes de prácticas, proyectos o tesis en empresas.
Dotaciones compartidas	Realizando trabajos por separado o estableciendo contratos para trabajar conjuntamente.
Intercambio de información	Bibliotecas y bases de datos, seminarios ofrecidos por la universidad y adaptados a cada empresa, conferencias o clases especiales dadas por personal de la empresa, centros de transferencia de tecnología.

Fuente: XII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial; Área Incubación de Empresas de Base Tecnológica y Parques Tecnológicos, 1998.

La introducción de metodologías avanzadas enfocada hacia el espíritu empresarial ha conseguido resultados espectaculares en los Estados Unidos, donde en los últimos 25 años se ha pasado de un índice del 10% de jóvenes pro-empresarios al índice actual del 70%.<sup>6</sup>

En esta misma línea es importante recalcar que a las universidades les corresponde la comercialización y explotación de los resultados de investigación (capacidades, servicios y/

<sup>6</sup> <http://www.magazine-hazlo.com/w31-sistemaeducativo.htm>

o productos), con lo cual se incorpora valor al grupo investigador y a la universidad formando parte del patrimonio institucional; así mismo, la potencial explotación por terceros implica la obtención de beneficios para la universidad.

## La incubación de empresas

Las incubadoras se conciben como “Una estructura organizativa creada para prestar apoyo a las nuevas iniciativas empresariales, a través de la cual se favorezca el nacimiento, crecimiento y expansión de nuevas empresas.”<sup>7</sup>

Los objetivos fundamentales de una incubadora son:

- Facilitar y contribuir al desarrollo de nuevas empresas con un alto nivel de calidad.
- Dinamizar la cooperación empresarial.
- Difundir la cultura emprendedora.

Los servicios de las incubadoras están dirigidos a aquellas personas que deseen iniciar un negocio o ampliar su empresa. Deben ser ante todo entidades que promuevan la identificación de ideas o proyectos innovadores para convertirlos en empresas rentables y con oportunidades de mercado.

El enfoque de acción de las incubadoras de empresas se fundamenta en ser

facilitadores para que aquellas personas interesadas en crear una empresa, cuenten con una orientación que le permita asumir adecuadamente el reto que significa la profesión de ser empresario. Consecuentemente, sus nuevas empresas poseerán todas las características necesarias para sostener una posición competitiva dentro del mercado, generando un desarrollo y crecimiento para sí mismos y para la ciudad.<sup>8</sup>

El objetivo final de las incubadoras de empresas según la Cámara de Comercio de Bogotá y su centro Nueva Empresa es “Formar más y mejores individuos con calidad de emprendedores, generadores de más y mejores empresas que potencien y dinamicen el desarrollo sostenible desde una perspectiva regional”.<sup>9</sup>

En un marco de competitividad como el actual, las empresas capaces de sobrevivir serán aquellas que puedan adaptarse al mercado y ofrecer un servicio o producto de calidad, así como de integrarse en el ámbito de las nuevas tecnologías. Las pequeñas y medianas empresas van a tener que llevar a cabo un gran esfuerzo de cambio y adaptación para ser competitivas.

Las incubadoras de empresas han logrado incentivar la relación entre las universidades y las empresas, generar

<sup>7</sup> <http://empleo.universia.es/alumno/creatuempresa/index3.jsp?idcategory=4655&idtheme=12558>

<sup>8</sup> [http://www.empresario.com.co/nueva\\_empresa/](http://www.empresario.com.co/nueva_empresa/)

<sup>9</sup> [http://www.empresario.com.co/nueva\\_empresa/](http://www.empresario.com.co/nueva_empresa/)

modelos de desarrollo urbano-industrial, establecer redes de apoyo e intercambio de productos-servicios e información, aprovechar programas y subsidios estatales, asociarse con organismos privados –universidades y centros tecnológicos–, generar redes de comercialización y nuevos negocios, reciclar edificios y áreas urbanas, promover inversiones y consolidar empresas, y apoyar a empresarios que apuestan por el futuro.

La universidad y otros centros de investigación, los empresarios y el poder público, en todas las esferas, tienen en la incubadora una oportunidad de transformar ideas y tecnología en productos y empleos, contribuyendo al incremento del nivel de desarrollo regional, dentro de una propuesta más racional de aprovechamiento de los recursos naturales, técnicos, financieros y humanos.

A un nivel macro las incubadoras tienen entre sus diversos objetivos generar empleos altamente calificados, promover la investigación y el desarrollo de las instituciones académicas promotoras, reforzar el prestigio de la universidad asociada, y acelerar el desarrollo industrial de la región. En un nivel más detallado, otros autores agregan que su objetivo es estimular la creación y el fortalecimiento de empresas de base tecnológica que puedan suplir necesidades de nichos de mercado emergentes, ofreciendo ambiente apropiado y dotándolas de mayor capacidad técnica y gerencial, a fin de volverlas competitivas en el mercado interno y externo (Camacho).

Existen diferentes tipos de incubadoras de empresas dentro de las cuales

podemos considerar las siguientes clasificaciones según su forma de incubación, tipo de proyectos a incubar y estructura.

1. Forma de incubación: ésta tiene dos subclasificaciones:

a) **Start-Up**: este modelo está orientado a apoyar a personas, profesionales jóvenes que quieran desarrollar una actividad empresarial, teniendo en cuenta que para ello se requiere de financiamiento externo o público. Este esquema tiene como desventajas que es mayor el riesgo y normalmente son ideas que desarrollan individualmente personas que tienen claro el plan de negocios pero no necesariamente cómo llevarlo a la práctica en un futuro.

b) **Spin-Off**: se conciben también como aceleradores de proyectos, en donde las ideas nacen desde empresas y reciben financiamiento de estas mismas para el desarrollo de un nuevo producto o iniciativa. Desde el punto de vista del sector empresarial representa la acción dinámica de una empresa dirigida a apoyar, por diversos medios, los proyectos e iniciativas empresariales que surjan entre sus asalariados. El spin-off estratégico surgió como nueva forma de apoyo a la creación de Pymes (ver cuadro 2).

CUADRO 2. Modelos de Spin-off

Modelos	Subdivisiones
Spin-off reactivo	De conversión: su objetivo es gestionar planes sociales explícitos o anticiparse a situaciones de excedentes de empleo potenciales.
	De externalización: busca preservar una competencia reconocida cuya gestión externa permite su conservación y desarrollo.
Spin-off proactivo	Estratégico: se produce para favorecer el crecimiento externo de actividades o productos en relación directa con la empresa principal.
	Ofensivo: favorece la creación de empresas innovadoras organizadas en red, para la explotación de nuevos productos o nuevos mercados.

Fuente: <http://lanic.utexas.edu/pyme/esp/publicaciones/biblioteca/itcr/incubadoras.html>

2. Tipo de proyectos a incubar: las incubadoras pueden diferenciarse en:

a) **Incubadoras de empresas de base tecnológica.** Entidades encargadas de apoyar el nacimiento y las primeras etapas de desarrollo de nuevas empresas, con la condición de que su factor competitivo sea el conocimiento (base tecnológica).

b) **Incubadoras de empresas tradicionales o productivas.** Las incubadora tradicionales o productivas buscan identificar proyectos sociales, ambientales y económicamente viables, para brindar un acompañamiento continuo, a través de la gestión, elaboración de planes de negocios, formulación de proyectos y asesorías en las diferentes áreas empresariales.

Los agrupamientos o *cluster* se convierten en la estructura de la incubadora, entendiendo éstos como conglomerados empresaria-

les que crean sinergia a partir de relaciones efectivas, buscando consolidar negocios y convenios con cada uno de los actores participantes, como: proveedores de materias primas, empresas transformadoras, instituciones académicas, de investigación y apoyo, entidades financieras y comercializadoras, entre otras.

c) **Incubadoras de empresas mixtas.** Albergan empresas de ambas características.

3. Según su estructura se clasifican en:

a) **Física.** Las incubadoras de empresas con estructura física brindan servicios de asesoría especializada, capacitación e infraestructura administrativa a los pequeños y micro empresarios en forma compartida con la finalidad de consolidar el desarrollo de estas empresas. Estas incubadoras, al igual que las virtuales, se orientan a la creación de

nuevas empresas y la formación de jóvenes empresarios. Adicionalmente esta estructura permite el desarrollo de dos modalidades de funcionamiento dentro de esta clase de incubadora:

- Intramuros: al interior de la incubadora.
- Extramuros: con acompañamiento continuo y personalizado, sin requerir una permanencia física dentro de las instalaciones de la incubadora.

b) **Virtual.** “La Incubadora Virtual es un sistema de gestión de información y conocimiento para la identificación, creación y desarrollo de empresas innovadoras, con estrategias gerenciales que se fundamentan en tecnologías de información, Internet e interacción con recursos de la industria del soporte o de la consultoría, asesoría y demás facilitadores.”<sup>10</sup>

## ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado se realizaron dos tipos de encuestas, una a estudiantes y otra a egresados. En la encuesta realizada a los estudiantes se utilizaron entrevistas por intercepción en la universidad, en donde se les entregó personalmente la encuesta a los alumnos de carreras afines al tema empresarial, tales como administración de empresas y administración de negocios internacionales.

En el caso de los estudiantes se tomó una población de 417 personas, con una muestra de 199 que proporcionó un nivel de confianza del 95% y un error no muestral del 5% (ver anexo 1).

Respecto a la metodología empleada para encuestar a los egresados se utilizaron encuestas vía correo electrónico, enviando el formato correspondiente a la lista de administración de empresas que maneja la oficina de egresados de la Universidad del Rosario.

Como se muestra en la ficha (ver anexo 1), se tomó una población de 500 personas a las cuales les fue enviado el correo. Respecto a la muestra cabe aclarar que no podía ser determinada con exactitud dado que la metodología empleada no permitía hacerlo. Sin embargo, se obtuvo un nivel de respuesta de 45 egresados, con una confianza del 95% y un error no muestral del 5%.

Una vez culminado el análisis de los resultados arrojados en la encuesta aplicada a estudiantes y egresados, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

En las preguntas número tres (ver anexo 2), ocho (ver anexo 3) y doce (ver anexo 4) se encontró una in-

<sup>10</sup> [www.caf.com/attach/0/default/INFORME\\_FINALDEFEXPORTE1.doc](http://www.caf.com/attach/0/default/INFORME_FINALDEFEXPORTE1.doc)

terrelación y coherencia satisfactoria de la encuesta, puesto que en las tres preguntas la relación es positiva y consecuente con las preguntas subsecuentes, así:

A la pregunta número tres, “¿En su proyecto de vida ha definido ser empresario?” la respuesta positiva correspondió al 95% para los Estudiantes y 83,7% para los egresados; en la pregunta ocho, “¿Le gustaría recibir asesoría y apoyo por parte de la universidad en donde estudia para el desarrollo de su idea de negocio?”, la respuesta positiva corresponde al 94% para estudiantes y 85% para egresados; finalmente la pregunta doce, “¿Le gustaría participar en algún programa de incubación de empresas?” la respuesta positiva corresponde al 87% para estudiantes y 87% para egresados.

Los datos expuestos respecto a los encuestados, tanto estudiantes como egresados, permiten concluir que esta interrelación es favorable y significativa para el fin del proyecto; teniendo en cuenta que el 95 y 83,7% respectivamente desean tener su propia empresa, y con un porcentaje de respuesta mayor o igual en las siguientes preguntas, se concluye que ese mismo porcentaje participaría en un programa de incubación, y adicionalmente le gustaría recibir apoyo de la Universidad del Rosario.

## **DESARROLLO DEL MODELO**

El centro empresarial de la Universidad del Rosario se estructura a partir de dos características propias de las incubadoras: la forma y el tipo de proyecto.

### **Definición**

Según la forma de incubación el centro empresarial de la Universidad del Rosario se desarrolla como un modelo de incubación Start-Up, orientado a apoyar personas, profesionales jóvenes que quieran desarrollar una actividad empresarial, teniendo en cuenta que para ello se requiere de financiamiento externo o público a través de concursos enfocados al empresarismo y recursos propios de la Universidad según sea el caso, y si las directivas así lo estipulan.

Y según el tipo de proyectos a apoyar se enmarcaría como mixta, puesto que alberga empresas de base tecnológica y tradicionales o productivas.

### **Objetivo general**

El centro empresarial de la Universidad del Rosario tiene como objetivo dar apoyo y orientación a los estudiantes y egresados de la universidad, para el desarrollo y la consolidación de sus ideas y proyectos empresariales; bus-

cando que puedan funcionar hacia el mediano y largo plazo, en condiciones de sostenibilidad.

## **Misión**

El Centro Empresarial de la Universidad del Rosario busca promover la creación y consolidación de empresas en el ámbito rosarista a través de un proceso de preincubación, constitución, evaluación y posincubación que contribuya al desarrollo social y económico del país, a través de convenios institucionales con otras universidades, buscando siempre el trabajo interdisciplinario entre los proyectos a incubar.

## **Visión**

El centro empresarial de la Universidad del Rosario se constituye como generador de empresas exitosas asegurando el desarrollo empresarial de los rosaristas y sus asociados a partir de la capacitación, apoyo y asesoría a sus ideas emprendedoras.

## **Características operativas**

La primera etapa de una empresa es crucial dentro de su proceso de desarrollo y crecimiento futuro, haciendo fundamental la asesoría en sus procedimientos operativos y de

infraestructura, que por lo general son costosos.

Por lo anterior, se ha creado un mecanismo de fácil acceso que responde a la necesidad de estos aspectos en el mercado emprendedor como son las incubadoras de empresas y los centros empresariales, que a un bajo costo y con un alto grado de especialización, logran satisfacer ampliamente estas necesidades de los empresarios desarrollando sus ideas y proyectos de manera planificada y organizada.

## **Etapas en el proceso de incubación**

### **Sensibilización**

Es importante que esta etapa de sensibilización se inicie con la comercialización del centro mediante la divulgación de la universidad y sus programas. Este proceso pretende desarrollar el espíritu emprendedor de los estudiantes desde el primer semestre en diferentes fases, como se describe a continuación:

#### **Fase cero**

Los estudiantes de primer semestre recibirán un plegable informativo el primer día de la inducción, donde encontrarán las características del centro empresarial de la universidad, una invitación a la charla introductoria del empresarismo (dictada por el

director de proyectos del centro empresarial) y la programación del ciclo de conferencias del semestre. Adicionalmente, durante el primer semestre de funcionamiento del centro los demás estudiantes de semestres superiores encontrarán adjunto a su recibo de matrícula el plegable mencionado. Vale la pena aclarar que de aquí en adelante solamente los estudiantes de primer semestre recibirán este folleto informativo.

#### **Fase uno**

Durante cada semestre se programarán cuatro conferencias, en la franja universitaria, sobre el empresarismo y los casos exitosos al respecto, dictados por conferencistas invitados, docentes, egresados, dueños de empresas consultadas por el Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial (Cidem), o jóvenes empresarios vinculados con las diferentes incubadoras del país. Además se proyectará una serie de videos que ilustrarán el desarrollo empresarial del mundo en sus diferentes ámbitos comerciales.

Las conferencias buscarán promover en los estudiantes iniciativas para la creación de empresas, concatenadas con la formación académica que se obtiene a lo largo de la carrera de acuerdo con el plan de estudios estipulado por cada facultad.

#### **Fase dos**

Durante el primer semestre del año de iniciación del programa se desa-

rollará un módulo específico por facultad con una intensidad equivalente a dos horas distribuidas de la siguiente forma:

30 minutos: charla acerca del empresarismo del mundo actual, dictada por el director de proyectos.

Una hora: dos invitados que compartan con los estudiantes su experiencia en el ámbito de la creación de empresas.

30 minutos: charla acerca del centro empresarial rosarista, su funcionamiento, convenios y la importancia de los grupos interdisciplinarios dentro de la gestión empresarial, dictada por el director comercial del mismo.

Durante el primer semestre de funcionamiento del centro esta fase estará dirigida a los estudiantes de tercer semestre en adelante; cabe aclarar que las fases cero y uno del proceso de sensibilización se llevarán a cabo paralelamente con la fase dos; de otro lado, durante los semestres subsecuentes a la iniciación del programa de sensibilización del centro, la fase dos se llevará a cabo solamente durante el tercer semestre de cada carrera, con las mismas características enunciadas.

### **Preincubación**

En esta etapa el centro empresarial de la universidad está comprometido con el emprendedor (el estudiante o

egresado) a idear proyectos basados en las necesidades latentes en el mercado, fundamentadas en las investigaciones realizadas por los estudiantes, el Cidem y los docentes, provenientes de la comercialización del servicio de investigación y desarrollo prestado por el Cidem. Por otro lado, el centro analizará la viabilidad de cada una de estas ideas, en cuanto al grado de innovación que contengan, para que una vez aprobadas se desarrolle el plan de negocios correspondiente.

### **Fase tres**

Esta etapa del proceso se llevará a cabo a partir del cuarto semestre, en donde el estudiante podrá tomar como parte de sus créditos complementarios la asignatura semillero empresarial, dirigida por un docente conocedor del tema empresarial, con características de investigador. Esta materia tendrá una intensidad de 64 horas, cuatro cada semana, de las cuales dos son teóricas y dos prácticas, buscando con ello incentivar la investigación y el desarrollo de las ideas por parte del estudiante, apoyado en la labor permanente de investigación del centro empresarial. Esta fase pretende estructurar y analizar la factibilidad de la idea.

### **Fase cuatro**

En esta fase se dictará una asignatura complementaria llamada crea-

ción empresarial, cuyo prerrequisito es el semillero empresarial, dirigida por un docente conocedor del tema, con características de empresario, que encamine su conocimiento hacia la estructuración de planes de negocio de acuerdo con los requisitos del mercado (concursos, formatos de plan de negocios de incubadoras, etc.). Esta materia tendrá una intensidad de 64 horas, cuatro cada semana, cumpliendo con la misma metodología del semillero empresarial, buscando ser una clase personalizada teniendo en cuenta las necesidades de cada grupo interdisciplinario y su respectivo proyecto, estructurado en la materia semillero empresarial.

Las materias mencionadas funcionarán bajo el esquema transversal de complementación en la estructura funcional del programa del centro empresarial con el pénsum académico de cada facultad.

Es importante resaltar que para las personas externas al ciclo de emprendimiento del centro existirá un diplomado que no sólo resume las fases tres y cuatro, sino que adicionalmente le brindará capacitación en diferentes áreas y temas que contribuirán significativamente en su proceso de incubación de empresa. Vale la pena recalcar que este diplomado estará disponible para cualquier estudiante que desee tomarlo, así ya haya cursado el ciclo de emprendimiento del centro.

## Constitución y evaluación

### Fase cinco

Una vez estudiado y aceptado el plan de negocios con su respectivo cronograma, se inicia el proceso de consolidación de la idea a través de las asesorías externas materializadas por los docentes de la Facultad de Altos Estudios de Administración y Negocios y del centro empresarial, en las diferentes áreas y especialidades, guiando al empresario hacia el desarrollo del negocio.

Culminada esta etapa se realizará un concurso anual organizado por el centro entre los proyectos resultantes de este proceso, que busca distribuir capital semilla a los cinco mejores proyectos, de acuerdo con una clasificación establecida según el grado de innovación y calidad de las ideas, entregando a los cinco mejores proyectos la suma equivalente a \$30.000.000 para iniciar su funcionamiento. Es importante resaltar que a cada uno de estos proyectos el centro le está obsequiando el 5% del monto recibido y el 95% restante se amortizará a 36 meses con tasa de interés equivalente a 0%, bajo el criterio de financiación mediante los créditos blandos, pagaderos un año después de la entrega del primer 26,6% de los recursos (en total \$40.000.000). Así mismo, el centro entregará \$10.000.000 mensuales a los cinco proyectos elegidos, siempre

y cuando éstos lo requieran (ver características financieras).

Los proyectos se dirigirán hacia los diferentes entes de apoyo empresarial si así lo requieren, tales como las incubadoras de empresas, concursos gubernamentales, inversionistas de riesgo e instituciones de fomento financiero y empresarial (IFI, Mincomex, Bancoldex, Proexport, Banca de Segundo Piso, etc.), quienes a su vez prestarán acompañamiento, asesoría permanente y futura a los proyectos en cuestión. Previendo cualquier eventualidad relacionada con el incumplimiento de las partes se firmará un contrato en el que se estipulen claramente los deberes, derechos y obligaciones de las partes involucradas en el proceso. Vale la pena resaltar que todos los proyectos preincubados recibirán apoyo y orientación por parte del centro empresarial, independientemente de que hayan sido remitidos a otras entidades de apoyo empresarial.

El proceso de incubación de la empresa es de máximo un año, ya que una vez cumplido ese tiempo, la empresa deberá continuar con la fase de posincubación.

## Posincubación

### Fase seis

Esta etapa se inicia una vez es consolidada la razón social de la empresa incubada, donde el centro empresarial

presta un servicio de extensión y fortalecimiento al proceso operativo como empresa ya constituida, generando con ello un amplio desarrollo de mejoramiento continuo en la compañía.

Es importante resaltar que de acuerdo con la necesidad de generar equipos de trabajo interdisciplinarios e investigaciones en temas tecnológicos, la universidad debe adelantar alianzas estratégicas como es el caso del convenio establecido con la Eafit para este tema, ya que su valiosa experiencia puede ser aprovechada por los estudiantes, conforme a las falencias de las universidades, específicamente en el tema de los programas académicos con los que cuenta cada una de ellas.

## CONCLUSIONES

Las estadísticas y la realidad sobre las empresas en sus primeros años provocan impactos duros de asimilar pero siempre ofrecen aleccionadoras enseñanzas. En países desarrollados, y la gravedad aumenta para los llamados en vías de desarrollo, la tasa de mortalidad de empresas es verdaderamente impresionante (aún en EUA, un porcentaje superior al 60% de las nuevas empresas mueren antes de los dos años de su nacimiento).

Como una excelente respuesta al problema de la mortalidad de empresas jóvenes, la incubación de empresa ha probado que pueden revertir las estadísticas. Así, de las empresas acogidas por las incubadoras, sobreviven entre 70 y 80%, en vez de morir entre 60 y 80% de las creadas como pudiera esperarse

bajo distintas condiciones. Como ejemplo, conforme a estudios de 1997 de la Asociación de Incubadoras de Negocios de Estados Unidos de Norteamérica, se reporta que de las empresas que salen graduadas de las incubadoras, el 87% de éstas aún operaban satisfactoriamente. Iniciativas para la incubación de empresas son apoyadas por gobiernos e instituciones privadas de países desarrollados y en vías de desarrollo (Colombia, México, España, Israel, Japón, Australia, etc.).<sup>11</sup>

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas en el estudio de mercado, se concluye que la necesidad de crear empresa es un deseo inherente en los administradores de empresas y específicamente en los administradores de empresas rosaristas, ya que éstos lo han identificado como parte de su proyecto de vida y, adicionalmente, como factor indispensable en el crecimiento económico del país.

Por lo anterior, es importante el desarrollo del tema empresarial desde una primera instancia como la universidad, donde el estudiante inicia su proceso de formación emprendedora y lo encamina hacia la innovación y creatividad en cada uno de los proyectos que desea realizar. Por ello, es de alta importancia y prioridad la creación de un centro empresarial en la Universidad del Rosario, siendo indispensable para la formación de jó-

<sup>11</sup> <http://www.intec.edu.do/campe/poldesa/empmpimefeb2.htm>

venes empresarios en el país de forma tal que esto se traduzca en factor de desarrollo económico, social y ambiental para el mismo.

Es importante recalcar que este centro empresarial debe iniciar su operación cumpliendo con las características básicas del mismo, específicamente en la etapa de pre-incubación, pero en su fase de constitución y evaluación cumple la función de una incubadora de empresa, lo que lo consolidará en un futuro como la incubadora de empresas de la Universidad del Rosario. Así mismo, el apoyo que brindará el Cidem en la etapa de sensibilización y posincubación, contribuirá a la revisión continua de la gestión del centro, potencializando las ideas innovadoras para la creación de empresas, siendo éste el principal impulsador del centro empresarial en el ámbito rosarista.

La importancia de crear este centro empresarial se ve claramente dimensionada según el artículo "Estudio revela trabas innecesarias para crear empresas en Colombia" del periódico *El Tiempo* del día 8 de octubre de 2003. En cuanto al tiempo que se requiere para abrir una nueva empresa en Colombia es de 60 días, mientras que en otros lugares como Nueva Zelanda y Canadá tan sólo se requieren dos días para este proceso; según la clasificación del Banco Mundial en donde se comparan 110 países, nuestra nación ocupa en este tema el puesto 66, ubicándose entre

las economías que tienen más trabas para hacer empresa. Éste es el punto en el que deben concentrarse las instituciones académicas para combatir esta clase de problemática desde una primera instancia como lo es la universidad, apoyando el desarrollo de la juventud colombiana.

El esquema de docencia, investigación y extensión es parte fundamental del desarrollo del ciclo de preincubación, teniendo en cuenta que en él se desenvuelven el fundamento y la esencia del proceso. De otro lado, es importante la formación de redes de apoyo en el sector académico y al exterior de éste con los sectores público y privado, en el tema del empresarismo, con el fin de generar conocimiento y producción académica al respecto.

En el estudio de mercado realizado y la tendencia del mundo actual hacia la creación de empresas, se logró comprobar el grado de aceptación que llegaría a tener una propuesta de esa índole dentro de la universidad a nivel de estudiantes, egresados y asociados, haciendo que este proyecto cobre importancia tanto a nivel interno como externo, teniendo en cuenta que para la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, éstos son la razón de su existencia, convirtiéndose en un requisito inherente en los estudiantes y egresados del claustro como desarrollo esencial de su proyecto de vida.

Conforme a lo analizado en este documento se encontró que la opción de generar empresas y vincularse a un centro empresarial universitario debe ser un acto voluntario del estudiante, incitado por el espíritu emprendedor que lo caracteriza, cultivando las habilidades y capacidades, no sólo del emprendedor al momento de desarrollar los proyectos, sino también de quienes tienen un perfil enfocado a la investigación, apoyando con ello los procesos de creación empresarial.

Teniendo en cuenta que el 69% de los estudiantes y 55% de los egresados tienen empresas familiares, la creación del centro empresarial en el ámbito rosarista se hace aún más relevante conforme a las necesidades de estas empresas respecto a asesoría, desarrollo y actualización empresarial.

Es importante recalcar que en este proceso los estudiantes no requieren adquirir nuevos conocimientos, sino consolidar los que ya poseen, teniendo en cuenta que su desarrollo empresarial dependerá exclusivamente

de su capacidad para creer en el proyecto y desarrollarlo, a través de la potencialización de sus habilidades, mediante el apoyo y la asesoría de los docentes implicados en este proceso, siendo éste uno de los principales objetivos del ciclo académico de un centro empresarial en la universidad.

Finalmente,

Todo joven con destrezas debe ser capacitado en su desarrollo, debe ser especializado para que compita con los mejores en la orbe. Que toda buena idea impulse la integración de un equipo y que éste cuente con acceso rápido a capital, con intereses bajos y plazos largos. Que toda idea buena aprehendida por un equipo competente, capitalizado oportunamente, se convierta en un negocio: el negocio que hará que la vida de un joven colombiano tenga futuro, despierte esperanza, suscite una sonrisa, garantice felicidad y progreso (Uribe, 2003).

Lo anterior reafirma el objetivo y razón social del centro empresarial de la Universidad del Rosario, comprometido con el desarrollo de la juventud colombiana.

## ANEXO 1: FICHAS TÉCNICAS DE LAS ENCUESTAS

### Ficha técnica encuestas a estudiantes Encuesta realizada en la universidad

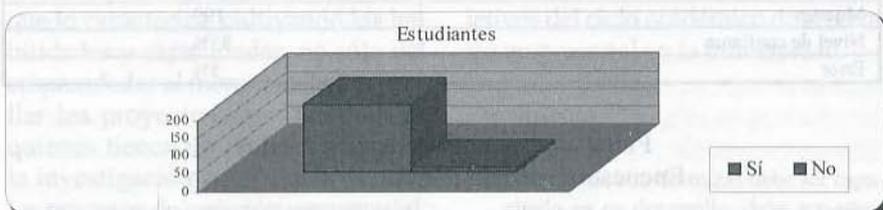
Población	417
Muestra	199
Nivel de confianza	85%
Error	5%

### Ficha técnica encuestas a egresados Encuesta realizada por correo electrónico

Población	500
Respuesta	45
Nivel de confianza	95%
Error no muestral	5%

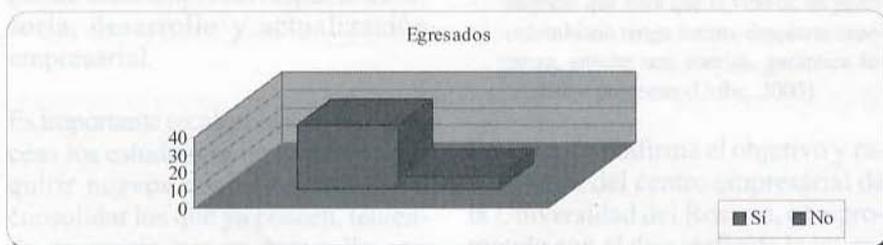
## ANEXO 2: GRÁFICAS PREGUNTAS TRES ENCUESTAS A ESTUDIANTES Y EGRESADOS

### ¿En su proyecto de vida ha definido ser empresario?



Se demostró la fuerte inclinación de los estudiantes hacia el campo empresarial, ya que un 95% lo tiene estipulado en su proyecto de vida, lo que a su vez se constituye como una plataforma favorable para la incuba-

dora. Adicionalmente, esta marcada iniciativa se vio enfatizada en convertirse en una realidad en un periodo estimado de cinco años en la mayoría de los casos.

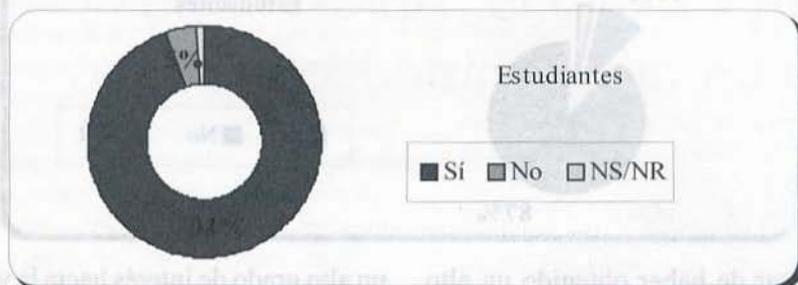


En los egresados se encontró que un porcentaje equivalente al 83,7% ha planeado dentro de su proyecto de vida

ser empresario en un plazo inmediato y en un plazo de cinco años en una proporción equivalente al 29,6%.

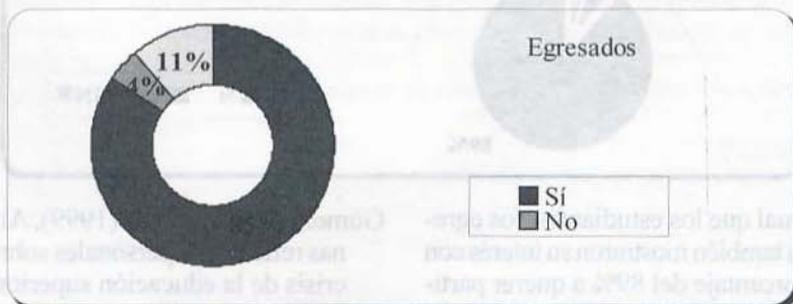
### ANEXO 3: GRÁFICAS PREGUNTAS OCHO ENCUESTAS A ESTUDIANTES Y EGRESADOS

**¿Le gustaría recibir asesoría y apoyo por parte de la universidad donde estudió para el desarrollo de su idea de negocio?**



Se comprobó que a pesar del desconocimiento que existe en los estudiantes en cuanto a las instituciones que otorgan este apoyo, hay en ellos una inclinación hacia querer recibir

ayuda por parte de su universidad, lo que se ve claramente reflejado en el 94% de los encuestados que respondió positivamente frente al cuestionamiento.



En el caso de los egresados se encontró que el 85% demostró su claro interés hacia querer recibir esta clase de apoyo por parte de la universidad donde estudió. Es importante

resaltar que a pesar de que muchos ya han constituido su empresa también demostraron su interés en cuanto a recibir esta ayuda.

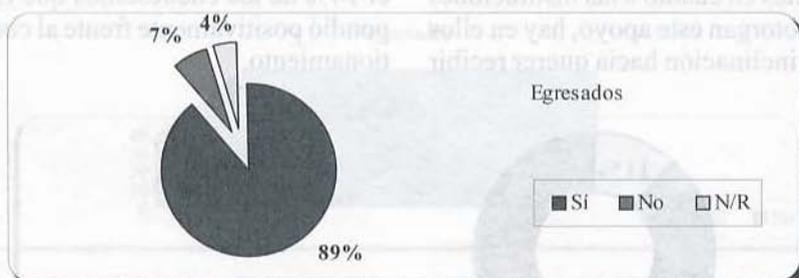
## ANEXO 4: GRÁFICAS PREGUNTAS DOCE ENCUESTAS A ESTUDIANTES Y EGRESADOS

### ¿Le gustaría participar en algún programa de incubación?



A pesar de haber obtenido un alto porcentaje en la falta de participación de los estudiantes en programas de incubación, éstos muestran

un alto grado de interés hacia la vinculación con estos programas con un porcentaje del 87%.



Al igual que los estudiantes, los egresados también mostraron su interés con un porcentaje del 89% a querer participar en programas de incubación.

### BIBLIOGRAFÍA

Camacho Pico, Jaime Alberto (1998), XII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, Costa Rica.

Gómez Moreno, César (1999), Algunas reflexiones personales sobre la crisis de la educación superior en Colombia.

Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006, Capítulo II: impulsar el crecimiento económico sostenible y la generación de empleo.

Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006, Ciencia, Tecnología e innovación.

Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006, Desarrollo de las Mipymes.  
Plan Nacional de Desarrollo 2002-2006, Estímulo a la innovación y al desarrollo tecnológico.

Uribe Vélez, Álvaro (2003), revista *Inalde* No. 9, Bogotá. &