



MODELOS DE EMPRENDIMIENTO EN EDUCACIÓN SUPERIOR: ESTADOS UNIDOS

AUTOR (ES)

JUAN DAVID LÓPEZ VALENCIA

NATALIA SÁNCHEZ CALDERÓN

DIRECTOR DEL PROYECTO

MÓNICA FRANCO ÁNGEL PH. D.

UNIVERSIDAD ICESI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2015

Tabla de contenido

1	RESUMEN.....	3
2	INTRODUCCIÓN.....	4
3	MARCO TEÓRICO	5
3.1	¿Qué es Educación Empresarial?.....	5
3.2	Las Universidades	8
3.3	Los Cursos	10
3.4	Los Profesores.....	12
3.5	Los Estudiantes	13
4	METODOLOGÍA	16
5	RESULTADOS.....	17
5.1	Tulane	17
5.2	Babson College.....	19
5.3	Kelley.....	21
5.4	Harvard	24
5.5	MIT.....	27
5.6	Stanford	29
6	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	32
7	CONCLUSIONES.....	34
8	LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y RECOMENDACIONES	35
9	REFERENCIAS:	36
10	ANEXOS:.....	39
	Table 1 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN	39

1 RESUMEN

El objetivo del siguiente trabajo de grado es identificar factores clave de los modelos de Educación Empresarial propiamente definida, en algunas de las mejores universidades estadounidenses, que tengan un enfoque especial en el emprendimiento y la formación de empresas. Se toma como objeto de estudio seis instituciones de educación superior de Estados Unidos: Kelley, Harvard, Instituto de Tecnología de Massachusetts, Tulane, Stanford y Babson.

Se construye una definición sobre Educación Empresarial, a partir del estudio de diferentes autores que se han enfocado en el emprendimiento como un aspecto fundamental para la formación profesional. Contrastado con el análisis de las universidades, se encontró que lo primordial en la educación empresarial es el balance entre la enseñanza de teoría y la aplicación de esta, a través de experiencias empresariales y de emprendimiento.

Palabras clave: *Educación Empresarial, Emprendimiento, Modelos de Emprendimiento.*

The objective of this thesis is to identify key factors in the models of Entrepreneurship Education adopted by some of the top universities at the United States that have a core in entrepreneurship and venture creation. The universities under study are: Kelley Business School, Harvard University, Massachusetts Institute of Technology, Tulane University, Stanford University and Babson College.

A definition of Entrepreneurial Education is built upon the study of different authors that have been focused on entrepreneurship as a fundamental aspect for the professional training. By contrasting the theory against the results of the universities, it was found that the balance between teaching theory and application of this through business experience and entrepreneurship is essential for Entrepreneurial Education.

Key Word: *Entrepreneurial Education, Entrepreneurship, Entrepreneurial Model.*

2 INTRODUCCIÓN

La Educación Empresarial (EE), ha adquirido importancia debido al interés que ha surgido en las instituciones por implementarla en sus currículos académicos. Diversos autores, como Gartner (2013) y otros, han hecho que este tema sea cada vez más trascendental al hacer énfasis en lo relevante de la experiencia empresarial como canal para identificar nuevas oportunidades de negocio en comunidades de aprendizaje y a través de experiencias de colaboración creativa. Estos autores dan a entender que el propósito de la investigación y la misma educación en *Management* está virando su enfoque de los conceptos prácticos tradicionales, que preparaban al estudiante para la vida corporativa, hacia un enfoque a la alternativa de la carrera empresarial.

En este contexto, el objetivo de la investigación es el de explorar y analizar las prácticas educativas de las universidades seleccionadas, por medio del estudio de algunas variables que pueden caracterizar la forma en la que estas instituciones abordan el desarrollo del emprendimiento en sus estudiantes a la luz del material bibliográfico citado en el marco teórico. Dicho esto la investigación ha sido orientada a responder las siguientes preguntas:

- ¿Qué enseñan los programas de pregrado y posgrado en Administración de Empresas en Estados Unidos para desarrollar el emprendimiento en sus estudiantes?
- ¿Cómo desarrollan las habilidades necesarias para enfrentarse a una carrera en creación de nuevas empresas?

La investigación está distribuida en cuatro partes, la primera es la introducción donde se determinan las preguntas de investigación y la importancia de la investigación. La segunda

parte es el marco teórico, producto de la revisión bibliográfica, este fue dividido por temas o unidades de estudio: los cursos, los estudiantes, los profesores, las universidades y la educación en emprendimiento como tal. La tercera parte es la exposición y análisis de los resultados a nivel individual, para cada una de las seis universidades. Y por último se presentan las conclusiones generales.

3 MARCO TEÓRICO

3.1 ¿Qué es Educación Empresarial?

La Educación Empresarial (EE) puede ser entendida como un proceso a través del cual se construyen, además de conocimientos, habilidades que se encaminan a la generación de un espíritu emprendedor el cual requiere que exista un cambio en la mentalidad –actitudes y motivaciones de jóvenes especialmente- hacia la creación de empresas (GEM, 2010; Raposo & Do Paço, 2011). Este tipo de educación busca crear un cambio en aquellas personas que tengan como proyecto de vida desarrollarse como empresarios, ayudándoles a apropiarse de conocimientos sobre el proceso de creación de empresas y además guiándolos hacia una formación integral, que les permita adquirir habilidades como la creatividad, iniciativa, toma de riesgos, reconocimiento de oportunidades, generación de ideas, y consecución de recursos para el desarrollo de una nueva empresa. La EE también busca enfocarse en la capacidad de analizar el entorno y considerar las diferentes situaciones y contextos antes de tomar alguna decisión (Flexman, 1981; Raposo & Do Paço, 2011; Riese, 2011; Yu, 2014; Zhun & Xuyang, 2014).

Es importante rescatar que la EE no consta de un patrón de enseñanza definido, lo cual ha hecho que su estudio sea muy complejo. De alguna manera esto puede atribuirse a la cultura y los parámetros educativos que se manejan en cada país en los que se enseña el emprendimiento

(Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014; Lorz, Mueller, & Volery, 2013; Sutanto, Minantiyo, Kodrat & Mustikarini, 2013; Zhun & Xuyang, 2014). A pesar de esto, es notorio que existen indicios sobre el éxito de modelos de educación superior basados en el innovación, la creación de nuevas empresas, la tolerancia a la ambigüedad, la formulación de estrategias y la adquisición de competencias empresariales en general (Varela V., 2008) algunos autores resaltan que este tipo de educación genera beneficios económicos y sociales para el país o área en la que se desarrolle.

Ronstadt (1985), señala que los emprendedores que han recibido una enseñanza especializada, no solo maximizan sus beneficios por tener conocimientos más completos sobre cómo, cuándo y dónde establecer su idea de negocio, sino que ellos contribuirán a la construcción de una sociedad mejor. Este desarrollo social implicaría también un fortalecimiento de la economía. La creación de pequeños negocios, apoyados por Start-ups u otros centros de apoyo a emprendedores, juega un rol fundamental en el manejo de capitales, dado que ayuda a reparar la economía mediante la creación de empleos y auto-empleo, crecimiento de indicadores económicos, y a través del establecimiento de nuevos parámetros – tanto en pymes como en grandes empresas- para generarle bienestar a los trabajadores (Clark, Davis, & Harnish, 1984; Kuckertz, 2013; Lorz et al., 2013; Mihai & PÂRvu, 2014; Yu, 2014).

Hoy en día hay que ver la EE por fuera de los cánones estructurados de enseñanza, dado que el emprendimiento debe ser evaluado bajo la idea de desarrollar habilidades, junto con teoría, sobre creación de empresas dentro de un ciclo regular en un nivel de educación superior, ya que ahí es más fácil conectar la teoría con la práctica, gracias a la cercanía existente entre el sector educativo y las empresas (Ciobotaru, 2013; Kozlinska, 2011; Nistoreanu & Gheorghe, 2014).

Es necesario recordar que los cursos de emprendimiento se encuentran cerca de las ramas de la economía, y deben ser cuidadosamente manejados para evitar caer en los mismos cursos de negocios impartidos desde mucho tiempo atrás.

La EE es considerada una conducta naciente la cual necesita ser moldeada para al menos estandarizar las definiciones de los términos y así evitar problemas para la futura creación de negocios o incluso la creación de redes de comunicación (*networking*) (Duval, 2013). Es normal ver como hoy en día la EE se abre paso entre facultades que no necesariamente pertenecen al área de la economía, esto permite caracterizar, que la educación basada en el emprendimiento puede abarcar una gran cantidad de facultades y por ende puede aprovechar diferentes tipos de conocimiento para construir ideas de negocio (Ciobotaru, 2013).

Con todo lo anterior, se puede decir que quien posee la potestad para decidir de qué manera se dictarán programas sobre educación empresarial son las universidades, que con la implementación de programas de investigación, pueden evaluar cómo está reaccionando el entorno ante diversos factores, y qué necesita para responder de manera adecuada y efectiva a dichos cambios en el ambiente. Hoy en día, se critica mucho a las instituciones de educación superior debido a que les hace falta creatividad para enseñar y carecen de incentivos al trabajo práctico individual, lo cual se dificulta en ser corregido debido al apoyo reducido por parte de instituciones públicas –en la mayoría de los casos- ya que muchas veces desconocen si el uso de las inversiones ha sido efectiva (Duval-Couetil, 2013; Solomon & Fernald Jr, 1991).

En contraste con lo anterior, las Universidades son el puente directo entre los estudiantes y el mundo empresarial, a pesar de que en muchos lugares esto sea visto como un reto aún, con el

cual esperan estimular la innovación y alcanzar un mayor desarrollo empresarial con el paso del tiempo (Kozlinska, 2011).

3.2 Las Universidades

Usualmente las instituciones de educación superior tienden a buscar soluciones que se adapten a los retos de crecimiento del mercado a través de la creación de nuevos programas académicos, estas condiciones proveen oportunidades potenciales para llevar emprendedores al mercado. Lo anterior surge de la gran cantidad de información que respalda la aplicación de teorías administrativas y económicas, que además de formar en lo académico, ahora busca formar en lo empírico (Nistoreanu & Gheorghe, 2014; Robinson & Josien, 2014). En sí, el fuerte de las universidades que aplican modelos de EE consta de saber diferenciar de manera adecuada entre los cursos de manejo de negocios y los cursos de creación de negocios, especialmente a través de la implementación de actividades lúdicas (Palomares & Chisvert, 2014).

Hoy en día, aspectos de las Universidades relativas a sus ideales y forma de gobierno, deben alinearse a los aspectos culturales que respaldan la necesidad de convertirse en instituciones de emprendimiento, a pesar de las dificultades potenciales que puedan persuadir a los directivos de que esto no funcionaría (Kirby, 2006; Stensaker & Benner, 2013). El hecho de que la EE es una –relativamente– nueva incorporación al mundo educativo, implica que los esfuerzos de investigación e inversión deben ser más grandes, con el fin de respaldar su implementación y garantizar una cierta medida de éxito de los programas, a través de una distinción más clara de otros ya existentes (Ronstadt, 1985; Stensaker & Benner, 2013). Todo este proceso que garantiza la diferenciación, va encaminado a la adquisición de respaldo por parte de los

gobiernos en programas de I&D e innovación, con el fin de forjar un mejor futuro económico para la región (Coduras, Urbano, Rojas, & Martínez, 2008).

Un factor clave para el éxito de estas Universidades con enfoque en emprendimiento, es el poder mantener una cooperación fuerte con negocios existentes, ya que esto garantizaría que existiera una aplicación práctica de los conocimientos teóricos sobre el emprendimiento (Kozlinska, 2011; Robinson & Haynes, 1991). Ahora bien, es necesario saber que esta relación Universidad-Negocios, no es lo único que respaldaría la formación en emprendimiento, sino que también depende de la manera en que los conocimientos teóricos sean transferidos a los estudiantes.

Las actividades educativas de la EE deben contener en sus programas académicos seminarios, talleres y cursos cortos para captar la atención de los estudiantes, además de diferentes actividades extra curriculares que tengan como objetivo despertar el espíritu emprendedor del estudiante (Bagheri, 2013; Flores, Espinoza & Muñoz, 2015; Palomares & Chisvert, 2014) . Los objetivos de estos cursos y actividades van desde incentivar a los estudiantes a tomar iniciativa en proyectos en los cuales puedan desarrollar actividades de emprendimiento, pasando por garantizar que en algún momento de su carrera tengan un contacto significativo y directo con diferentes empresas, hasta incentivar la creación de nuevas empresas (Bagheri & Lope, 2013; Popescu, Maxim, & Diaconu, 2014).

Es imprescindible tener en cuenta, que el éxito de la EE no solo está garantizado por la planeación de programas académicos de las Universidades, sino que también depende de la

estructuración de los cursos, el manejo que tengan los profesores y las actitudes que adopten los estudiantes.

3.3 Los Cursos

Cuando se trata de la EE, es posible clasificar los programas en cursos formales o informales, los primeros se caracterizan por hacer parte de un programa oficial, que se esté tomando voluntariamente o no, los segundos no poseen créditos y se ofrecen a los alumnos independientemente de su especificación (Bagheri & Lope, 2013; GEM, 2010).

Está aumentando el número de estudiantes interesados en la creación de nuevos negocios lo que ha generado que más de 2000 universidades ofrezcan cursos de emprendimiento y creación de pequeñas empresas (Clark et al., 1984). Como una forma de hacerse más competitivas, las universidades que brindan cursos de emprendimiento, ven la oportunidad de crear un modelo en el que respondan a las necesidades de los interesados en desarrollar una carrera empresarial (Zeithaml & Rice Jr, 1987).

Sin embargo, la caracterización de un emprendedor aún no es clara, por lo que ha sido difícil identificar que temas deben ser tratados en dichos cursos, por lo que se encuentran una multitud de enfoques y poca uniformidad (Robinson & Josien, 2014; Sexton & Bowman, 1984). En los cursos de empresarismo, principalmente se toma como objetivo brindar a los alumnos las competencias y capacidades necesarias para empezar un nuevo negocio, y en algunos casos, se brinda un espacio físico y el apoyo necesario para que se desarrollen las ideas concebidas durante el proceso educativo.

Un foco orientador del propósito de los cursos en EE es el concepto del *'know what'*, *'know how'* y *'know why'*, el primero que se refiere al conocimiento genérico sobre formación y administración de empresas y es conocimiento estático, es el mismo para todos los estudiantes, el *know how* trata la aplicación de los conocimientos y en este caso ya no es genérico, sino adaptable a las diferentes situaciones y ambientes empresariales, y por último el *know why* se refiere a las motivaciones internas de cada empresario (o estudiante) al iniciar un negocio, los últimos dos se adaptan a las capacidades, las actitudes y las limitaciones de los estudiantes dentro de los cursos (Williams & Donnellon, 2014).

Los cursos en EE no pueden tratar únicamente con habilidades duras, como finanzas y contabilidad, porque, aunque estas son importantes, el desarrollo de habilidades suaves como la pro-actividad, creatividad y liderazgo son los pilares en los que se forma la motivación, la actitud empresarial, la convicción y la mentalidad empresarial (Kozlinska, 2011), por eso aunque las habilidades duras son fundamentales para poder iniciar un nuevo negocio, existen habilidades suaves que son igualmente importantes para garantizar el éxito empresarial.

Se espera que al terminar un curso de emprendimiento, los participantes hayan adquirido habilidades de *networking*, y las competencias necesarias para iniciar un nuevo negocio, además, como resultado del programa debería tener una primera experiencia empresarial exitosa (Bagheri & Lope, 2013; Birley, 1985). Según Weinrauch (1980), estos nuevos empresarios tendrían la tarea de fortalecer el sector de las pequeñas empresas, para generar un cambio en la percepción del emprendimiento y la creación de nuevas empresas fuera del ambiente académico y el subsecuente desempeño empresarial (Albornoz, 2013).

3.4 Los Profesores

Los profesores en los programas de EE deben cumplir una serie de responsabilidades, como la instauración de respeto sobre las actividades empresariales, junto con estrategias, y herramientas para la formación de negocios, e incluir sus experiencias previas en actividades empresariales (Russell, 1981).

En varios casos se le otorga un alto grado de importancia al hecho de que los profesores posean experiencia previa creando y administrando empresas, ya que la acción empresarial les da la capacidad de dar consejos y orientar a los estudiantes desde sus experiencias, aumentando la probabilidad de que los intentos de formar empresas dentro de los integrantes del curso tengan éxito; también se puede presentar a los estudiantes otros ejemplos de empresarios exitosos, enfrentarlos a casos, y ayudarlos a ejercitar las habilidades más críticas para la solución de problemas (Lans, Oganisjana, Täks, & Popov, 2013).

El profesor con experiencia previa en formación de empresas que trabaje en un programa de emprendimiento debe poder identificar sus características, conocimientos y capacidades para así orientar el curso de forma adecuada con el enfoque y las estrategias que mejor se adapten a la situación. Para esto, también debe identificar las capacidades y características de los estudiantes, de manera que pueda darle forma al curso y a los objetivos de aprendizaje, para guiarlos y estimular su capacidades, mientras incita el pensamiento crítico y la reflexión de los contenidos del curso (Zhun & Xuyang, 2014).

El rol del educador es fundamental para el éxito de un programa, usar el estilo de enseñanza que vaya adecuadamente con el tipo de curso es muy importante (Raposo & Do Paço, 2011).

Siguiendo la línea de ideas, existe un caso especial desarrollado por Gartner (2013) en el que se resalta un estilo de “la escuela europea de emprendimiento”, donde se hace especial énfasis en la conexión de conceptos del emprendimiento con el pensamiento filosófico, y además se resaltan aspectos que normalmente están dados por sentado en el proceso de enseñanza de emprendimiento. Aquí el profesor es el encargado de encontrar estos conceptos, respetarlos y exponer su importancia a los estudiantes, tomando en cuenta aspectos previamente ignorados, y se amplía el entendimiento del empresarismo, en un proceso donde el educador es de principal importancia.

Otra de las principales responsabilidades que posee un educador, es la de enfrentar a los estudiantes con situaciones que estimulen su capacidad de innovar. Para dichas actividades el profesor debe tener la capacidad de crear identificación del estudiante con la tarea para lograr un grado deseable de motivación, pero para poder conocer la forma correcta en la que debe generar esa motivación, debe desarrollar una relación para producir una mejor respuesta por parte del estudiante (Mayhew, Simonoff, Baumol, Wiesenfeld, & Klein, 2012). Dicha relación ayudaría a alimentar la cadena de aprendizaje, donde las experiencias y un proceso de retroalimentación ayudan al desarrollo de las capacidades tanto de los estudiantes como de los profesores (Ciobotaru, 2013).

3.5 Los Estudiantes

Para preparar de forma óptima a los estudiantes, los modelos de enseñanza de las universidades deben adaptarse a características específicas de ellos como, el tener una mente más abierta al cambio y a la innovación, comodidad ante la incertidumbre y tener orientación a la solución de problemas (Sexton & Bowman, 1984). Los futuros empresarios muestran

características diferenciadoras en aspectos como sus metas, valores, capacidades, los cuales los llevan a asumir el proceso educativo, como una parte fundamental en la formación de empresas (Birley, 1985).

Se observa que existe una fuerte propensión a tomar cursos de formación de nuevas empresas, en este análisis se ha encontrado una relación entre la creatividad y la fuerte orientación a alcanzar metas con la inclinación a tomar riesgos, lo cual se considera como un elemento importante que debe abordarse en la EE (Popescu et al., 2014). Existen algunos indicadores de desempeño de los alumnos que toman cursos sobre la formación de nuevas empresas, y dentro de esto se encontró, que quienes son más estables emocionalmente, más conscientes, y más abiertos a nuevas experiencias están más propensos a innovar y a ser empresarios.

Otro factor que es de gran importancia a la hora de analizar a los estudiantes que inician en la EE, es que algunos pueden tener una familia en la que ya existan empresarios, lo que los presenta con ciertas ventajas, con una apreciación más directa y crítica de los conceptos, actividades y herramientas de aprendizaje. El contacto directo los forma con una visión más clara y realista de lo que representa llevar una carrera como empresario, por eso se asume que la formación empresarial tendrá un impacto positivo, muchos más marcado, para en aquellos que no existes experiencias familiares previas en emprendimiento (Bae et al., 2014), sin embargo, la exposición familiar al empresarismo genera estudiantes con una mayor capacidad de innovación (Mayhew et al., 2012).

Aunque el intercambio de habilidades no se dé inmediatamente es de gran importancia para el proceso de formación. Puede que inicialmente no suceda dicho intercambio, porque los estudiantes que inician con pocas habilidades previamente desarrolladas, pueden sentirse intimidados por aquellos más experimentados, sin embargo, con el tiempo, los grupos tienden a integrarse más y los estudiantes menos experimentados aprenden a indagar conceptos y a consultar las experiencias de sus compañeros con más experiencia (Lans et al., 2013).

Lans et al. (2013) resalta que los estudiantes aprecian aspectos como la capacidad de aplicar los conocimientos a la práctica durante el proceso de aprendizaje, la creatividad, y la aptitud para identificar y capitalizar oportunidades. Además, los estudiantes resaltan que a pesar de la importancia de desarrollar un trabajo autónomo en ciertos momentos del curso, es muy importante que se realicen actividades guiadas como visitas a empresas, para que estas puedan dar una idea de cómo funcionarán las cosas una vez se empiece una simulación empresarial en el grupo (Lans et al., 2013).

Las intenciones de los estudiantes para formar una nueva empresa pueden variar en el tiempo, por lo que resulta importante que los cursos no solo den herramientas conceptuales, sino que aporten una personalidad emprendedora en los participantes, con la esperanza de que esta se mantenga con el tiempo, este objetivo es viable porque los estudiantes que acceden a este tipo de cursos son mucho más propensos a convertirse en empresarios una vez los programas terminan (Kozlinska, 2011).

4 METODOLOGÍA

Esta investigación de carácter cualitativo, busca identificar factores claves de Universidades que tengan una formación en Educación Empresarial definida. Este tipo de investigación permite obtener información adicional acerca de la metodología de enseñanza utilizada, los incentivos académicos para la creación de empresas y el manejo de espacios, como laboratorios y centros de emprendimiento, para desarrollar actividades que fomenten el emprendimiento en cada universidad.

Para seleccionar la muestra de universidades a analizar, se realizó un muestreo por conveniencia, teniendo en cuenta rankings de las mejores universidades en emprendimiento a nivel mundial. De un listado de diez universidades preseleccionadas de los *Entrepreneurship Rankings* de U.S. NEWS y Forbes, se hizo un análisis de la información disponible al público en sus sitios web, y se decidió tomar por objeto de estudio a las seis instituciones que tuvieran una mayor disponibilidad de información. Se realizó un filtro de información para evaluar qué temas o aspectos eran los que mejor cubrían las universidades. Finalmente se definen las siguientes variables a estudiar:

VARIABLES A ESTUDIAR	
1	Número y nombre de cursos de emprendimiento en programas de pregrado
2	Emprendimiento como énfasis para la carrera (concentraciones, minor, mayor)
3	Número de cursos y nombre de emprendimiento en Posgrados, MBA, etc.
4	Créditos de los cursos
5	Intensidad horaria de los cursos
6	Contenido teórico y práctico de las materias que se enfoquen en el desarrollo de competencias empresariales.
7	Contenido teórico y práctico de las materias que se enfoquen en el tema de innovación.
8	Actividades de investigación relevantes al emprendimiento (número y nombre)
9	Centros de Emprendimiento existentes en las Universidades y Asesoría brindada por estos a los programas de pregrado.
10	Cursos, Conferencias, Talleres, Competencias (complementarios al pensum obligatorio).
11	Redes estudiantiles

1 Variables de estudio definidas por el grupo.

5 RESULTADOS

A continuación se presentará la información encontrada para cada una de las universidades estudiadas: Tulane, Babson, Kelley, Harvard, MIT y Stanford, con el fin de resaltar las diferencias y similitudes en sus prácticas para el desarrollo de competencias, y en la preparación de sus estudiantes para la carrera empresarial. La separación nos permitirá llegar a una mayor profundidad en el análisis. Dentro del estudio se encontró que algunas variables no podían ser evaluadas en todas las universidades, debido a las diferentes metodologías implementadas por sus respectivas escuelas de negocios para alcanzar el éxito de la EE.

5.1 Tulane

El A. B. Freeman School Of Bussinessm fundado en 1914 es la escuela de negocios de la universidad de Tulane acreditado por la AACSB. Freeman exhibe un enfoque educativo especial, sumando oportunidades de experiencia empresarial a la instrucción tradicional en el aula de clase. Así, prepara a sus más de 2500 estudiantes para que generen un impacto social y económico. La universidad ofrece el Bachelor of Science in Management (BSM) el cual tiene la posibilidad de realizar un *Major* en Management, que a su vez permite seleccionar entre un Consulting Track y un Entrepreneurship Track.

El Entrepreneurship Track brinda a los estudiantes la oportunidad de aplicar las bases de conocimiento adquiridas en contabilidad, finanzas, mercadeo, entre otras, y los enfrenta con la posibilidad de aplicar dichos conocimientos en la realización de un plan de negocios para una nueva empresa por medio de una materia obligatoria. La concentración les presenta posibilidades en diferentes industrias de experimentar el proceso empresarial, especialmente en empresas sociales y las familiares.

A continuación se presenta una breve descripción de las asignaturas obligatorias del *Entrepreneurship Track* las cuales tienen una intensidad horaria de 3 (Credit Hours).

- *Environment, Society & Capitalismo* explora el enfoque de planeación estratégica para crear una ventaja competitiva que sea ambientalmente responsable, combinando conceptos administrativos tradicionales y nuevos enfoques de sostenibilidad.
- *Management of Technology and Innovation*, trata el tema de qué es la tecnología, como llevar innovaciones al mercado y como formar grupos que sean capaces de innovar en tecnología.
- *Managing New Venture Creation*, trata las técnicas y los conocimientos que los estudiantes deben poseer para que encuentren oportunidades de negocio, realicen y revisen el plan de empresa y finalmente lo apliquen.
 - *Venture Capital and Private Equity* trata conceptos y teoría sobre finanzas empresariales, incluyendo el inicio de nuevas empresas.

Las cuatro asignaturas son obligatorias para el *Entrepreneurship Track*, además de estos 4 cursos obligatorios, deben tomarse al menos dos electivas en Management (MGMT) entre las cuales están: *Cases in Entrepreneurship, Corporate and Cooperative Strategy, Dimensions in Human Resource Management, Entrepreneurial Management*. Las electivas completan parte de la exigencia horaria del *entrepreneurship track*.

La universidad ofrece un MBA que explora la experiencia empresarial desde la creatividad y el reconocimiento de oportunidades, dándoles herramientas para adoptar opciones alternativas de carrera. El MBA relaciona los conocimientos entregados con las crecientes oportunidades

empresariales que se dan en New Orleans y prepara a sus estudiantes para explotarla y así brindar a cambio desarrollo social.

Dentro de Tulane existen dos importantes centros para el apoyo del emprendimiento, el *Levy Rosenblum Institute* (LRI) y el *Tulane Entrepreneurs Association* (TEA). El primero incentiva a la educación empresarial, configura el Entrepreneurship Track, además expone a los estudiantes a experiencias empresariales familiares y corporativas, para que los alumnos sean capaces de aportar al desarrollo económico y social. El segundo se encarga de desarrollar la actitud emprendedora en los estudiantes por medio de talleres, charlas y seminarios con empresarios que comparten experiencias de éxito y además, coordina la competencia de planes de negocio que busca desarrollar la habilidad de los estudiantes de hacer planes de empresa.

A propósito del *Tulane Business Plan Competition*, esta se realiza anualmente, consiste en 3 rondas de clasificación de los planes de empresa, por calidad de la realización y viabilidad y entrega \$50.000 dólares al ganador. Durante la competencia se presentan decenas de planes de negocio y se juzgan por la coherencia, potencial de implementación y la factibilidad financiera del proyecto.

5.2 Babson College

En Babson el currículo está dividido en tres etapas, en las que se “Descubre sus oportunidades” donde se conoce lo que ofrece el campus, mientras se ven las materias base. “Explora el Currículo” donde se ven las materias liberales y por último los esfuerzos se concentran en la planeación post graduación y en las opciones de carrera, es decir, en cómo se desempeñarán después de graduarse.

Babson College se presenta como líder en enseñanza y desarrollo de pensamiento empresarial, esto lo logra por medio del *Entrepreneurial Thought and Action*® que espera balancear la acción y la experimentación, los conocimientos técnicos, y el análisis estratégico, esto con el fin de que los estudiantes aprecien su entorno a través de los lentes del emprendimiento y para crear una combinación ideal que les permita brindar valor a la sociedad.

El modelo del currículo de Babson combina los conocimientos tradicionales sobre cómo empezar y administrar una empresa exitosa, con la experiencia empresarial desde el primer día de clases. Esta configuración ayuda a cumplir los objetivos principales del programa, que son, generar pensamiento emprendedor, mejorar los procesos de comunicación, aprender liderar equipos efectivamente, analizar datos y usarlos efectivamente en la planeación estratégica.

Babson College tiene algunos factores que favorecen su programa en términos de emprendimiento: el 87% de sus profesores tienen un grado doctoral, además existe especial atención a la selección de los casos adecuados de estudio. La inmersión en el emprendimiento y un contacto experimental constante son de especial importancia durante el proceso formativo. Babson se concentra en educar a sus alumnos en emprendimiento para que puedan reconocer y aprovechar oportunidades, y se enfoca en trabajar métodos predictivos y creativos de llevar el proceso de empresa. El College enseña a formar y a liderar grupos efectivos y eficientes, y a formar empresas viables.

La institución ofrece una concentración en *Entrepreneurship* para sus estudiantes de pregrado, la cual se enfoca en desarrollar capacidades de: generación de ideas, reconocimiento de oportunidades, adquisición de capital y administración empresarial. Todo esto se

complementa con experiencias en comprobación de factibilidad, formación de equipos y con la realización de planes de negocio, que incluyen actividades de negociación y marketing propias del proceso de creación de empresa. La concentración también ofrece opciones específicas para los estudiantes que se quieran concentrar en empresas familiares, tecnológicas, sociales, entre otras.

El nivel posgrado no tiene una concentración formal en Entrepreneurship pero Babson mantiene su compromiso con el emprendimiento. Por eso existe el programa Entrepreneurship Intensity Track que consiste en cursar las electivas “Entrepreneurship” y “Buying a small Business”. El programa es para los estudiantes que esperan desarrollar una idea de negocio inmediatamente después de terminar la carrera, por esto se reservan el derecho de recibir a algunos estudiantes y sus proyectos y rechazar a otros.

El Babson College Entrepreneurship Research Conference, es la más importante conferencia anual sobre emprendimiento que reúne a más de 350 educadores y se exponen aproximadamente 220 papers en el tema del Entrepreneurship, sirve para que los educadores tengan un primer contacto con las investigaciones que se están llevando en el momento. Además existe el proyecto Successful Transgenerational Entrepreneurship Practice (STEP) que se enfoca en el estudio de las empresas familiares. Y por último está el “*Diana Project*” que se encarga de estudiar a mujeres empresarias.

5.3 Kelley

Los estudiantes de Kelley tienen la posibilidad de no terminar su *Major* hasta que lleguen al tercer año del programa, durante esos tres años, exploran su carrera y como sus principales habilidades se relacionan con el camino profesional que desea tomar. A lo largo del proceso, el

estudiante experimentará el Kelley Compass, el Integrative Core y el Global Foundations Core que alimentan los conocimientos holísticos de todas las áreas funcionales de una empresa.

El Kelley Compass está compuesto por tres clases, en la primera el estudiante planea su experiencia universitaria y elige los grupos extracurriculares de los que formará parte, además de tener un primer contacto con el emprendimiento por medio de entrevistas a empresarios. En el segundo año el proceso educativo se enfoca en el trabajo en equipo. El tercero otorga la práctica del trabajo en equipo y la toma de decisiones.

El Global Foundations Core empieza en el segundo año y los estudiantes aprenden a interpretar los fenómenos políticos, culturales y legales que afectan la economía global, y aprenden a entender como afectan el potencial y los factores de crecimiento de las empresas en diferentes partes del mundo. El G-Core (como también es llamado) ofrece cursos como “Global Bussiness Immersion” donde los alumnos estudian un conjunto de países a los que desean ir en su experiencia internacional y luego tienen la posibilidad de hacer parte de un tour. El Integrative Core consiste en un bloque de cuatro clases que crea la conexión entre los conocimientos de finanzas, operaciones, marketing y liderazgo adquiridos durante los primeros dos años. El Core además contiene una experiencia de trabajo en equipo en el que se ponen a prueba todos estos conocimientos.

Los estudiantes de la carrera de negocios pueden acceder al *Major* “Entrepreneurship and Corporate Innovation” y además al *Minor* “Entrepreneurship and Small Business”. En Entrepreneurship and Corporate Innovation, deben cumplir con 18 créditos, 15 de los cuales son de materias obligatorias y 3 son de electivas aprobadas. El *Major* está diseñado para que se

trabajen todas las capacidades especiales que debe tener un empresario. Los estudiantes se preparan para ser emprendedores, administradores de una firma familiar o gerentes en firmas pequeñas.

El *Minor* va dirigido a las demás carreras y es para las personas que esperan que su desarrollo profesional incluya algo relativo al emprendimiento, lo cual se puede encontrar en cursos como: *Venture Ideas*, que consiste en la exploración creativa y el planteamiento de ideas de negocio. Después de elegir las adecuadas se trabaja en fortalecerlas y darles forma de un Startup potencial. Para finalizar, las ideas se pasan por un filtro y pasan las más factibles.

New Venture Planning, por otra parte, se concentra en la investigación, planeación y planteamiento de estrategia de una firma real, el producto de esta clase debería ser un plan de empresa listo para la revisión de un jurado externo. En *Venture Growth Management* se exploran aspectos como la negociación, la adquisición, y como se manejan los negocios que están orientados a la expansión y el crecimiento. *Corporate Venturing* se concentra en las implicaciones de ser un intra-empleado. Por último, *Venture Capital and Entrepreneurial Finance* cubre los temas de capital y deuda privada y cómo estos deben ser aplicados para favorecer a una empresa nueva.

La Universidad ofrece apoyos complementarios como el Student Venture Track, donde se da apoyo a los estudiantes para que inicien su empresa con fondos de la institución para hacerlo con menor riesgo. Kelley Corp Track, que está orientado a todos los *Majors* y funciona para entregar experiencia con Startups. Hoosier Hatchery que funciona para acelerar Startups. Y por

último, la competencia IDEA, en la que se evalúan las mejores ideas de negocio de todo el campus, con el fin de llevarlas al Hoosier Hatchery.

Como entidad investigativa esta The Johnson Center for Entrepreneurship and Innovation, bajo la dirección de Dr. Donald F. Kuratko, espera ampliar el conocimiento sobre emprendimiento a través de la investigación y la enseñanza, sirviendo como el foco las actividades empresariales en el campus. En el centro pueden trabajar los estudiantes que elijan Entrepreneurship and Corporate Innovation, generando investigación en emprendimiento de alta calidad, además por sus actividades de desarrollo de la perspectiva empresarial. Los estudiantes trabajan con algunas de las más reconocidas autoridades en emprendimiento, y elevan sus investigaciones con la conexión internacional entre centros de investigación que provee el Global Consortium of Entrepreneurship Centers.

5.4 Harvard

La Universidad de Harvard, ofrece a sus estudiantes la oportunidad de seguir la parte relacionada con el emprendimiento a partir de cursos dictados en su programa de MBA, una serie de asesorías a estudiantes y varias competencias que evalúan los modelos de negocios trabajados en periodos cortos de tiempo. Para los estudiantes de pregrado, no hay clases curriculares como tal, pero hay una amplia oferta de competencias que incentivan a los estudiantes a iniciar modelos de negocios. Dentro de las competencias encontramos el *Rock Accelerator Program*, el cual es un programa que sirve tanto para aquellos estudiantes que desean convertirse en emprendedores, como para aquellos que desean convertirse en inversionistas. En esta competencia de 1 año, se seleccionan 15 grupos de estudiantes y se subsidian con US\$7.500 de capital a cada uno. A ellos los unen con un mentor durante toda la competencia.

Otra competencia es el *New Venture Competition Judge*, dirigido a estudiantes que han trabajado previamente en el desarrollo de nuevos negocios. Los participantes deben presentar sus proyectos a inversionistas, emprendedores y expertos, quienes dan retroalimentación individual en cada ronda de la competencia. Al final, el ganador recibe US\$150.000 en efectivo más algunos premios adicionales. Por otra parte, la competencia *Rock Accelerator Mentor*, es un programa de 10 semanas, que selecciona a 20 grupos de estudiantes y les abonan un capital de US\$5000 cada uno, este busca beneficiar a los estudiantes a través de la retroalimentación de los mentores, quienes serán guías en la planeación de la estructura de la empresa, validación de ideas y desarrollo de *Startups*. La diferencia con el *Rock Accelerator Program* es la duración y el grado de acompañamiento para los estudiantes.

Estas competencias están a cargo del centro de emprendimiento *The Arthur Rock Center For Entrepreneurship*, el cual busca dar apoyo a los estudiantes, y los impulsa a arriesgarse a través de competencias, asesorías y ayudas en el desarrollo y lanzamiento de modelos de negocio. Las estadísticas actuales de la Escuela de Negocios de Harvard (HBS por sus siglas en inglés), demuestran que alrededor del 50% de los graduados de Harvard, crean empresa con el fin de cambiar la perspectiva del mundo. Este centro de emprendimiento también está a cargo de programas de asesorías como PRIMO (*Program For Research In Markets & Organizations*), el cual tiene 10 semanas y es para estudiantes de pregrado de todas las facultades, pero que tiene una afiliación especial a la HBS. Este programa está diseñado para estimular la creatividad y la necesidad de crear comunidad en los estudiantes de pregrado. Este programa busca acercar a los estudiantes a una experiencia de investigación en diferentes temas de negocios, incluidos el del emprendimiento.

Las asesorías que se dan a los estudiantes, buscan fortalecer las ideas y modelos de negocio que poseen los estudiantes. Un tipo de asesorías corresponde al *Early Stage Idea Reviewer*, el cual le permite a grupos de estudiantes con ideas de negocio tener una retroalimentación temprana antes de ingresar al *New Venture Competition*. Aquí, quienes revisan los planes de negocio proveen mejoras sobre los resúmenes ejecutivos de los negocios que asesoren en un periodo de un mes. Otro tipo de asesorías, corresponde al *Local Mentor for Rock Summer Fellows*, que es un programa de 10 semanas, el cual provee apoyo financiero y da opciones de crear redes de contactos a estudiantes que estén trabajando en sus negocios propios o a estudiantes que se estén uniendo a Startups en etapas de desarrollo tempranas. Los estudiantes tendrán asesorías en diferentes aspectos, ya sea estratégicos, de mercadeo, producción, entre otros.

Los estudiantes de posgrado, dentro del MBA, tienen la posibilidad de tomar cursos enfocados en el emprendimiento, la mayoría están compuestos por estudios de casos, lecturas dinámicas y teorías, antes que enfocarse en un marco práctico. Esto se da, porque existe una gran variedad de asesorías y competencias en un ámbito extracurricular. Dentro del pensum de la maestría, se encuentran materias como *Entrepreneurial Sales and Marketing*, cuyas clases, en su mayoría, se desarrollan en torno a la elaboración de un proyecto para construir habilidades de ventas y mercadeo en los estudiantes. El proyecto tiene como objetivo que los estudiantes encuentren la manera adecuada para responder a los problemas existentes en los negocios nuevos y tengan un aprendizaje en cuanto a la relación con los clientes, manejo de recursos, planeación estratégica de planes de mercadeo, etc.

Por otra parte, existen materias como *Entrepreneurship-laboratory*, la cual tiene por objeto desarrollar un proyecto que lleva a los estudiantes a interactuar con empresas locales, con el fin de entender cómo funcionan las empresas recién creadas, que habilidades técnicas se necesitan (especialmente las relacionadas con análisis de mercados), y cómo deben manejar la propuesta de valor para el cliente.

5.5 MIT

El MIT Sloan School of Management, es una escuela líder en la enseñanza de negocios, y esto se puede apreciar en la variada oferta de cursos de pregrado y posgrado existentes en su currículo. En los pregrados encontramos que existen dos enfoques: *Minor in Management* y el *Minor in Management Science*. El primero es para estudiantes que quieran tener un amplio entendimiento de los negocios, demostrando flexibilidad para concentrarse en un área específica o en desarrollar habilidades específicas. Se pueden tomar cursos que hacen parte del currículo del primer año del programa MBA, o utilizar electivas para iniciar un Startup propio. Por otra parte, el segundo es para quienes desean centrarse en técnicas cuantitativas o en resolver problemas.

Existe también un *Major in Management Science*, este se centra en el diseño y la administración de sistemas complejos, y se enfoca en investigar una amplia variedad de problemas estratégicos y logísticos. Este se complementa con cualquiera de los dos *Minor* antes mencionados, y son apropiados para todos aquellos estudiantes que consideran seguir una carrera como emprendedor en el algún punto de su carrera.

Para el MIT Sloan Management, es imprescindible que los estudiantes tengan una formación académica tanto en habilidades básicas de manejo de negocios, como en temas relacionados

con la innovación en productos, servicios y técnicas de desarrollo de estrategias, para obtener conocimientos tanto teóricos, cómo prácticos. Algunos de los cursos que se enseñan enfocados en las habilidades de manejo de negocios son *Entrepreneurial Sales, Dilemmas' in Founding New Ventures, Entrepreneurial Finance, Entrepreneurial Strategy*; mientras que entre las materias que se centran en el tema de la innovación se encuentran *New Enterpriser y Corporate Entrepreneurship*, las cuales se encaminan en el desarrollo de planes de negocios innovadores, y procesos y actividades basadas en la innovación como clave del éxito en el largo plazo.

El MIT posee diversos tipos de apoyo para estudiantes, como sus dos grandes centros de emprendimiento: *MIT Sloan Entrepreneurship and Innovation Club* y *The Martin Trust Center for MIT*. El primero busca encender el espíritu del emprendimiento a través de toda la comunidad Sloan, en este espacio se ofrece un apoyo para aquellos estudiantes que desean emprender a través de diferentes programas y eventos propuestos por los miembros del grupo. El segundo, es un espacio para estudiantes que necesiten mejorar su efectividad, aquí se brinda la oportunidad de acceder a la mejor EE, a través de la posibilidad de ser aconsejado por expertos y tener experiencias prácticas sobre el lanzamiento de nuevas empresas.

Otro tipo de centros de apoyo corresponde a los *StartLabs*, los cuales se fundaron con el fin de brindar herramientas e iniciativas a ingenieros, para crear ideas de negocio y animarlos a ser partícipes en el mundo de la creación de empresas. Los dos centros anteriormente mencionados, junto con los *StartLabs*, buscan brindar una oportunidad de acercarse al mundo del emprendimiento a través de asesorías, sesiones de lluvia de ideas, participación en Startups externos, talleres y eventos sociales que contribuyen a la creación de *networks*.

Algunos talleres son el *MIT Global Startup Workshop*, que están dedicados al fomento del emprendimiento y a la construcción de un ecosistema emprendedor global, y el *MIT Sloan Entrepreneurs for International Development*, que busca conectar a estudiantes con emprendedores para desarrollar diferentes proyectos durante el semestre. Las actividades van desde estudios de mercados, hasta la construcción de un modelo económico para el negocio. El taller consta de monitorías, asesorías en herramientas gerenciales y oportunidades de networking. Además existe la competencia *MIT \$100K Launch Business Plan Contest*, la cual está compuesta de tres fases. Es para estudiantes e investigadores que estén trabajando en sus ideas, para lanzar al mercado las empresas líderes del mañana. Cada una de las 3 fases del concurso, está enfocada en desarrollar una habilidad específica. Al finalizar, más de US\$350.000 se entregan en efectivo a los diferentes ganadores en cada modalidad del concurso. Esta experiencia además de mejorar habilidades, permite conocer inversionistas, emprendedores, y medios de comunicación que serán de gran ayuda para lanzar una empresa.

5.6 Stanford

En Stanford, no existen cursos sobre EE en pregrado, más existe un curso que toca el tema de innovación. *Economics of Innovation*, es un curso en el que se estudia la importancia de la innovación en diferentes industrias, evaluando no solo los componentes de las innovaciones, sino también la normatividad y el comportamiento global actual. Adicionalmente, se examinan las investigaciones más nuevas de las industrias nacientes. Esto se presenta como un abrebocas para las materias de emprendimiento disponibles para posgrados y MBA.

El *Stanford Graduate School of Business* ofrece a los estudiantes de pregrado el *Summer Institute for General Management*, que es un programa de 4 semanas, en el que los cursos se centran en el estudio de casos y la elaboración de proyectos en equipos. Se ofrece con un

currículo personalizado, según las necesidades del estudiante. Se ofrecen talleres de desarrollo profesional y la posibilidad de hacer *networking* con líderes de diferentes industrias. De igual manera hay otros cursos como *Stanford Ignite*, el cual es un programa que provee las bases necesarias para la fundamentación de un negocio, a partir de ideas previas de los participantes. El curso está compuesto por una etapa de elección de ideas, acompañamiento de profesores, cursos de preparación para iniciar negocios y talleres de exposición, entre otros. La idea es educar al estudiante en temas de emprendimiento utilizando ideas cercanas a ellos, pero el objetivo del curso no es llegar a una etapa de desarrollo formal de los proyectos.

Además de estos cursos, existe un taller llamado *Stanford Go-To-Market*. Este es un programa de 5 días que brinda a estudiantes con ideas de negocio previamente desarrolladas, una oportunidad para crear estrategias competitivas al momento de iniciar operaciones en el mercado. Se enseñan temas de mercadeo, administración, contabilidad, “*pitching*” para conseguir inversionistas, creación de estrategias y establecimiento de precios.

El programa de MBA de Stanford ayuda al estudiante a desarrollar su visión y las características necesarias para llevarla a cabo. Este programa está compuesto por un año de aprendizaje de conocimiento general de gerencia y otro año de electivas, seminarios, talleres y cursos en otras escuelas de Stanford. Dentro de las electivas relacionadas con EE encontramos cursos como *Create a New Venture: From Idea to Launch*, el cual está disponible para estudiantes pre-seleccionados, a quienes se les enseñará el proceso de creación de una empresa, desde la generación de ideas, hasta el lanzamiento de la misma. El modelo de enseñanza está compuesto por las siguientes fases: investigación, desarrollo y modelamiento de la idea en un modelo de negocio viable, seguido de mejoramiento del concepto de empresa, desarrollo de

estrategias y planes para obtener financiación, RR.HH y otros recursos. Como componente práctico este curso ofrece una sesión en la que, para finalizar el proceso de desarrollo del modelo de negocio, los estudiantes deben interactuar con un panel de expertos evaluadores, quienes simulan ser inversionistas, para validar la formulación de su empresa.

Otros cursos que se ofrecen dentro del MBA es *Social Entrepreneurship and Social Innovation*, el cual se enfoca en evaluar las competencias de los emprendedores para conseguir recursos para el bienestar común, en las oportunidades de crear empresas sociales innovadoras y en evaluar el impacto social que tengan. Y por otra parte, *The Startup Garage*, busca desarrollar habilidades de emprendimiento a través de ejercicios en clase, lecturas y talleres. Se le enseña al estudiante conceptos de *design thinking*, ingeniería, finanzas, y habilidades organizacionales que permiten diseñar un modelo de negocio.

En Stanford, *The Center For Entrepreneurial Studies*, es un apoyo tanto para estudiantes de la escuela de negocios, como para estudiantes de otras escuelas. Se brindan espacios de asesorías para estudiantes, acompañamientos y otros servicios de apoyo para la creación de Startups. De igual manera se ofrece un certificado de Innovación y Emprendimiento, el cual posee una oferta de 12 cursos virtuales, que están clasificados por áreas de interés. Dentro del componente de Emprendimiento, encontramos cursos como *Cultivating the Entrepreneurial Mindset*, *Building Business Models*, *Leading Innovation*, *Marketing Innovation*, entre otros.

En relación con las competencias, esta universidad tiene el *Silicon Valley Innovation Academy*. Este es un curso que tiene tanto un componente educativo, como uno competitivo. Este programa incluye el lanzamiento de la idea, su desarrollo y posterior presentación a un

panel de emprendedores exitosos, quienes brindaran la retroalimentación conveniente. Tiene una duración de 7 semanas.

6 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En el estudio de las seis universidades anteriormente presentadas, hemos encontrado que los cursos curriculares tienen dos enfoques: el primero, es brindar una formación integral de todas las capacidades y conocimientos técnicos requeridos por los estudiantes, a cerca de la planeación, manejo, desarrollo y administración de un plan de negocio. Esta parte está encaminada hacia la creación de estrategias sólidas que permitan a una empresa nueva o Startup, permanecer en el mercado durante el tiempo que sea necesario para consolidarse como una organización firme y competitiva.

Este tipo de cursos, reflejan en su componente práctico el desarrollo de planes de negocio, como los mencionados por Varela (2014), ya sea para ponerlos en marcha en la inmediatez o no, los cuales deben estar estructurados según las necesidades del mercado al que estén dirigidos y, especificando aspectos técnicos de mercadeo, marco legal, producción, manejo de recursos, análisis financiero y estructuración general del organigrama. Las dos universidades que hicieron explícito el desarrollo de este tipo de modelos fueron Kelley, con su materia *Venture Models*, y Stanford con su materia *Create a New Venture: From Idea to Launch*. Aquí se puede observar, que los modelos tratados se enfocan en desarrollar y mejorar las ideas que los estudiantes han construido con anterioridad, en lugar de dedicar la clase a la generación de ideas.

Para la generación de ideas, existen en general, los centros de apoyo o centros de emprendimiento. En general estos presentan a los estudiantes una gran variedad de espacios de asesorías, los cuales son aprovechados para generar ideas de negocio, conocer personas afines a alguna idea particular y crear nuevos equipos de trabajo (interdisciplinarios o no), para garantizar que el proyecto de Startup tenga un buen soporte técnico en diversos tipos de conocimientos, desde el gerencial, técnico, informático, hasta el social, legal y cultural.

En general una ventaja del enfoque en Educación Empresarial en estas universidades, es que no se limita únicamente a aquellas carreras que son afines a las escuelas de negocio, sino que está abierto a muchas carreras diferentes. Apoyados en la teoría de Lans et al., (2013) esto anima a todos los estudiantes a participar en el crecimiento económico del país a través de la creación de sus modelos de negocio. En todas las universidades se encontró que existen competencias que retan la preparación de modelos de negocio por parte de los estudiantes. Estas competencias no solo buscan desarrollar modelos, sino que dan apoyos financieros ya sea como aportes de capital, o a la hora de premiar las mejores ideas expuestas.

La segunda parte del enfoque de las Universidades está dirigido al estudio de la innovación como un componente esencial en el desarrollo de nuevas empresas, como lo planteaba Kozlinska (2011). Esto se evalúa en las seis universidades como un complemento ideal a las capacidades técnicas que debe adquirir el estudiante para manejar sus negocios. La innovación se estudia generalmente a partir de casos de éxito de diferentes empresas que han tenido éxito ya sea en el desarrollo de sus productos o servicios, o innovando en áreas claves de la organización, como mercadeo o producción. Las actividades de investigación también se ven limitadas, debido a que las escuelas de negocios tienden a centrarse en el desarrollo de

actividades más dinámicas, en las que los estudiantes puedan tener una experiencia más cercana al lanzamiento de empresas, esto es contrario a lo planteado por Ronstad (1985), quien dice que la investigación reforzaría el desarrollo de la EE.

7 CONCLUSIONES

- Las Universidades estudiadas comprenden que deben crear unas bases conceptuales sólidas en finanzas, mercadeo, adquisición de recursos, etc., para construir la experiencia empresarial alrededor de estos conocimientos y la comprensión del estudiante sobre el funcionamiento de una empresa. Dicho así, la educación en emprendimiento tiene un elemento conceptual y un elemento práctico, y no está completa si uno de los elementos está ausente.
- Las universidades consideran fundamental el elemento práctico de la experiencia en emprendimiento, por eso todas las que fueron estudiadas poseen un elemento de competencia empresarial o de plan de negocio dentro de las actividades. Estas actividades enfrentan a los estudiantes al proceso de prueba y error en la formulación de planes de negocio y el modelo de empresa.
- Un elemento importante de la parte conceptual de la EE es la consecución de los recursos necesarios de la empresa, aprender a captar el interés de los inversionistas, y manejar el crecimiento, por eso estos temas han sido incluidos en varias de las universidades estudiadas.
- Los modelos de la mayoría de las universidades no están enfocados en la generación de ideas, sino en el desarrollo de una idea que le haya surgido al estudiante, por medio de las competencias y los centros de apoyo a la comunidad estudiantil, donde se le da cuerpo a la idea de negocio, se expone a posibles inversionistas y se perfecciona hasta que el estudiante pueda llevarla al mercado, así se realiza una experiencia con todo el proceso empresarial dentro del campus con una idea que compromete y apasiona al estudiante.

- Los centros de investigación en el campus son de extrema importancia para consolidar la EE. De igual manera, estos centros ayudan a entender el impacto socioeconómico del inicio de nuevas empresas, y comprender mejor como la estructura de enseñanza refuerza las competencias empresariales en los estudiantes.
- Los cursos de emprendimiento no están dirigidos únicamente a los estudiantes de las carreras de negocios, sino que buscan la manera de involucrar a las demás carreras por sus ideas y sus habilidades específicas. La multidisciplinariedad permite que se tenga una visión diferente de las oportunidades a la hora de diseñar planes de carrera.
- El fuerte de estos cursos es desarrollar habilidades de creatividad, toma de decisiones, desarrollo de planes de negocio.
- Es fundamental que la enseñanza en emprendimiento tenga una estructura comprensiva, en la que primero se genere un entendimiento de las prácticas empresariales y luego crear la experiencia realista con casos y competencias, es necesario empezar de forma simple y luego agregar factores a medida que el conocimiento avanza.

8 LIMITACIONES DEL ESTUDIO Y RECOMENDACIONES

La principal limitación de la investigación fue la imposibilidad de hacer un trabajo de campo de primera mano, por los costos monetarios y de tiempo que implicaría visitar a todas las universidades incluidas en la investigación. Además fue imposible tener alguna clase de experiencia con los programas, la investigación estuvo limitada a la información encontrada en la web. No fue posible encontrar la información de todas las variables para todas las universidades, en algunas ocasiones la variable no existía dentro de la universidad o no había suficiente información.

Los programas de las materias no tienen información completa, la mayoría solo resumía la finalidad del curso, y en las páginas de algunas universidades fue imposible encontrar el syllabus de las materias. Por lo demás la información fue comprensiva y adecuada para el trabajo realizado.

Es necesario tener presente que este estudio tan solo analizó seis universidades a nivel de Estados Unidos, y en los rankings correspondientes a la educación empresarial, se puede encontrar instituciones educativas de diferentes países, las cuales podrían tener variaciones en los modelos de enseñanza.

9 REFERENCIAS:

- Albornoz Pardo, C. (2013). Is Business Creation the Mean or the End of Entrepreneurship Education? A Multiple Case Study Exploring Teaching Goals in Entrepreneurship Education. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(1), 1-10.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 38(2), 217-254. doi: 10.1111/etap.12095
- Bagheri, A., & Lope Pihie, Z. A. (2013). Role of University Entrepreneurship Programs in Developing Students' Entrepreneurial Leadership Competencies: Perspectives From Malaysian Undergraduate Students. *Journal of Education for Business*, 88(1), 51-61. doi: 10.1080/08832323.2011.638681
- Birley, S. (1985). ENCOURAGING ENTREPRENEURSHIP: BRITAIN'S NEW ENTERPRISE PROGRAM. *Journal of Small Business Management*, 23(4), 6-12.
- Ciobotaru, A.-C. (2013). ENTREPRENEURIAL EDUCATION AS A SOCIETY PROJECT. AN ESSAY ON THE CONCEPTUALIZATION OF THE SPIRIT OF INITIATIVE AND ENTREPRENEURSHIP IN EDUCATIONAL FIELD. *Review of Economic Studies & Research Virgil Madgearu*, 6(1), 41-76.
- Clark, B. W., Davis, C. H., & Harnish, V. C. (1984). DO COURSES IN ENTREPRENEURSHIP AID IN NEW VENTURE CREATION? *Journal of Small Business Management*, 22(2), 26-31.
- Coduras, A. Urbano, D. Rojas, Á. & Martínez, S. (2008). The Relationship Between University Support to Entrepreneurship with Entrepreneurial Activity in Spain: A Gem Data Based Analysis. *International Advances in Economic Research*, 14(4), 395-406. doi: 10.1007/s11294-008-9173-8
- Curri, G. (2008). Introducing Entrepreneurship Teaching at Select German Universities: The Challenge of Change. *Higher Education Management & Policy*, 20(3), 45-64.
- Dodd, S. D., & Hynes, B. C. (2012). The impact of regional entrepreneurial contexts upon enterprise education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9/10), 741-766. doi: 10.1080/08985626.2011.566376

- Duval-Couetil, N. (2013). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programs: Challenges and Approaches. *Journal of Small Business Management* 51(3).
- Edelman, L. F., Manolova, T. S., & Brush, C. G. (2008). Entrepreneurship Education: Correspondence Between Practices of Nascent Entrepreneurs and Textbook Prescriptions for Success. *Academy of Management Learning & Education*, 7(1), 56-70. doi: 10.5465/AMLE.2008.31413862
- Entrepreneurship Education. (2009). *ASHE Higher Education Report*, 34(5), 63-73.
- Flexman, N. A. (1981). Entrepreneurship for Career Changers. *Journal of Career Education*, 8(2), 153-160.
- Flores Hahn, B. E., Espinoza Arreola, M., & Muñoz Cornejo, M. (2015). *TEACHERS' INVOLVEMENT IN THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP AND BUSINESS INCUBATION IN GENERATING EMPLOYMENT AS*. (English), 10(1), 1055-1063.
- Gartner, W. B. (2013). Creating a Community of Difference in Entrepreneurship Scholarship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(1-2), 5-15. doi: <http://www.tandfonline.com/loi/tepn20>
- GEM. (2010). A Global Perspective on Entrepreneurship Education and Training *Global Entrepreneurship Monitor Special Report*.
- Kirby, D. A. (2006). Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice. *Journal of Technology Transfer*, 31(5), 599-603. doi: <http://link.springer.com/journal/volumesAndIssues/10961>
- Kozlinska, I. (2011). CONTEMPORARY APPROACHES TO ENTREPRENEURSHIP EDUCATION. *Journal of Business Management*(4), 205-220.
- Kuckertz, A. (2013). ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: STATUS QUO AND PROSPECTIVE DEVELOPMENTS. *Journal of Entrepreneurship Education*, 16, 59-71.
- Lans, T., Oganisjana, K., Täks, M., & Popov, V. (2013). LEARNING FOR ENTREPRENEURSHIP IN HETEROGENEOUS GROUPS: EXPERIENCES FROM AN INTERNATIONAL, INTERDISCIPLINARY HIGHER EDUCATION STUDENT PROGRAMME. *TRAMES: A Journal of the Humanities & Social Sciences*, 17(4), 383-399. doi: 10.3176/tr.2013.4.05
- Lorz, M., Mueller, S., & Volery, T. (2013). ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE METHODS IN IMPACT STUDIES. *Journal of Enterprising Culture*, 21(2), 123-151. doi: 10.1142/S0218495813500064
- Mayhew, M., Simonoff, J., Baumol, W., Wiesenfeld, B., & Klein, M. (2012). Exploring Innovative Entrepreneurship and Its Ties to Higher Educational Experiences. *Research in Higher Education*, 53(8), 831-859. doi: 10.1007/s11162-012-9258-3
- Mihai Ipate, D., & PÂRVU, I. (2014). ENTREPRENEURIAL EDUCATION AS A SUCCESS FACTOR FOR THE ROMANIAN SMEs. *Economics, Management & Financial Markets*, 9(4), 247-254.
- Nistoreanu, B. G., & Gheorghe, G. (2014). THE PERCEPTION OF THE ACADEMICS AND STUDENTS REGARDING THE ENTREPRENEURIAL EDUCATION IN ECONOMIC EDUCATION. 16(37), 811-826.
- Palomares Montero, D., & Chisvert Tarazona, M. J. (2014). *Ethics and business in universities: social entrepreneurship in Public Universities as transmitter of social equity*. (English), 12(2), 205-230.
- Popescu, C. C., Maxim, A., & Diaconu, L. (2014). DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG ROMANIAN STUDENTS. 13(3C), 370-388.
- Raposo, M., & Do Paço, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453-457.

- Riese, H. H. R. u. n. (2011). Enacting entrepreneurship education: The interaction of personal and professional interests in mini-enterprises. *Cambridge Journal of Education*, 41(4), 445-460. doi: 10.1080/0305764X.2011.624998
- Robinson, P., & Haynes, M. (1991). Entrepreneurship Education in America's Major Universities. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 15(3), 41-52.
- Robinson, P., & Josien, L. (2014). ENTREPRENEURIAL EDUCATION: USING "THE CHALLENGE" IN THEORY AND PRACTICE. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17, 172-185.
- Ronstadt, R. (1985). The Educated Entrepreneurs: A New Era of Entrepreneurial Education is Beginning. *American Journal of Small Business*, 10(1), 7-23.
- Russell, J. S. (1981). Entrepreneurship: A High Priority for Business Educators. *Journal of Career Education*, 8(2), 119-126.
- Sexton, D. L., & Bowman, N. B. (1984). ENTREPRENEURSHIP EDUCATION: SUGGESTIONS FOR INCREASING EFFECTIVENESS. *Journal of Small Business Management*, 22(2), 18-25.
- Solomon, G. T., & Fernald Jr, L. W. (1991). Trends in Small Business Management and Entrepreneurship Education in the United States. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 15(3), 25-39.
- Stensaker, B., & Benner, M. (2013). Doomed to be Entrepreneurial: Institutional Transformation or Institutional Lock-Ins of 'New' Universities? , 51, from [http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=92633039\(=es&site=ehost-live](http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=92633039(=es&site=ehost-live)
- Sutanto, J. E., Minantiyo, H., Kodrat, D. S., & Mustikarini, C. N. (2013). EFFECT OF FORMAL EDUCATION, NON FORMAL EDUCATION AND ETHNIC TOWARD ENTREPRENEURIAL ATTITUDE OF STUDENTS OF PRIVATE UNIVERSITIES IN SURABAYA. *International Journal of Academic Research*, 5(6), 142-148. doi: 10.7813/2075-4124.2013/5-6/B.24
- Varela V. (2014). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. - Cuarta edición. Bogotá: Pearson 2014.
- Weinrauch, J. D. (1980). THE SECOND TIME AROUND: ENTREPRENEURSHIP AS A MID-CAREER ALTERNATIVE. *Journal of Small Business Management*, 18(1), 25-32.
- Williams Middleton, K., & Donnellon, A. (2014). Personalizing Entrepreneurial Learning: A Pedagogy for Facilitating the Know Why. *Entrepreneurship Research Journal*, 4(2), 167-204. doi: 10.1515/erj-2013-0040
- Yu, C. W. M. (2014). The Meaning and Role of Entrepreneurship Education for School Students in the Global Economy. *Revista: International Journal of Vocational Education & Training*, 22(2).
- Zeithaml, C. P., & Rice Jr, G. H. (1987). ENTREPRENEURSHIP/SMALL BUSINESS EDUCATION IN AMERICAN UNIVERSITIES. *Journal of Small Business Management*, 25(1), 44-50.
- Zhun, J., & Xuyang, Z. (2014). Analyzing elements of the employment and entrepreneurship practice education of college students. *Journal of Chemical & Pharmaceutical Research*, 6(7), 803-807.

10 ANEXOS:

Table 1 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

#	VARIABLES A ESTUDIAR		UNIVERSIDADES					
			Babson	Kelley	Tulane	MIT	Stanford	Harvard
1	Número y nombre de cursos de emprendimiento en programas de pregrado	#	21	19	14	11	1	
		NOMBRES	Eps And New Ventures In China ; Great Eps Wealth:Creation,Prsv,Dest; Be The Change:Evaluating Social Impact; 21st Century Entrepreneurship; Crowdfunding; Babson Eps Development Experience; Biomimicry As Natures Entrepreneurship; Managing A Growing Business; Raising Money-Vc And Private Equity; Mktg For Entrepreneurs; The Ultimate Entrepreneurial Challenge; Consulting In Tech Entrepreneurship; Entrepreneurial Finance; Affordable Design And Entrepreneurship; Silicon Technology Ventures; Entrepreneurship And Opportunity ; Environment And Sustainable Eps; Living The Social Eps Experience; Soc Eps By Design; Living The Eps Experience; New Technology Ventures	Venture Ideas; Venture Models; New Venture Planning; Venture Growth Management; Corporate Venturing; Venture Capital and Entrepreneurial Finance; Introduction to Human Resources; Practicum in Entrepreneurship; Effective Negotiations; Leadership, Teamwork, & Diversity; Exploring Entrepreneurship ; Management Decisions and Financial Reporting; Working Capital Management; Corporate Financial Strategy and Governance; Marketing Research; Law for Entrepreneurs; Analysis of Business Decisions; Advanced Case Analysis & Effective Consulting Presentations; Game Theory for Business Strategy	Environment, Society, and Capitalism; Management of Technology and Innovation; Entrepreneurship: Managing New Venture Creation; Venture Capital and Private Equity; Cases in Entrepreneurship; Corporate and Cooperative Strategy; Dimensions in Human Resource Management; Entrepreneurial Management; Environment, Society, and Capitalism; Leadership; Negotiations; Management of Technology and Innovation; Strategic Consulting; Managing New Venture Creation	Product and Service Development in the Internet Age; Corporate Entrepreneurship: Strategies for Technology-Based New Business; New Enterprises; Entrepreneurial Sales; Designing, Developing and Launching Successful Products in an Entrepreneurial Environment; Dilemmas in Founding New Ventures; Entrepreneurial Finance; Basic Business Law for the Entrepreneur and Manager; Marketing Management; Entrepreneurial Strategy	Economics of Innovation	
2	Emprendimiento como énfasis para la carrera (concentraciones, minor. mayor)	ÉNFASIS	The Entrepreneurship Concentration: Se encarga de brindar una experiencia empresarial y un contacto con la creación de ideas, consecución de recursos, y reconocimiento de oportunidades, entre otras	A concentration in management and entrepreneurship will prepare you to succeed at top corporations across the globe, and with startup companies in your living room.	Students choosing the entrepreneurship track will take a course on the management of new ventures that is structured around developing a real new venture plan. Students are presented with the opportunity to apply their knowledge from various business functions to conceive and develop a business plan for a new venture.	The Entrepreneurship & Innovation (E&I) Track es para estudiantes que hagan parte del programa de MBA, y que tengan compromiso con el emprendimiento. Esta concentración se enfoca en el desarrollo de compañías de tecnología y se enfatiza en la educación teórica, las prácticas en equipo y la aplicación en el mundo real.		
		MINOR		· Entrepreneurship and Small Business		Management; Management Science		
		MAJOR		· Entrepreneurship and Corporate Innovation		Management Science		
3	Numero de cursos y nombre de emprendimiento en Posgrados, MBA, etc.	#	2			21	6	6
		NOMBRES	Entrepreneurship; Buying a Small Business			Introduction to Technological Entrepreneurship; E&I Study Tour; Global Entrepreneurship Lab (G-Lab); Energy Ventures; Healthcare Ventures; Innovation Teams; Development Ventures; Media Ventures; Building an Entrepreneurial Venture; Funding Strategies for Startups; The Analytics Edge; Software and Internet Entrepreneurship; Strategic Decision Making in the Life Sciences; Regional Entrepreneurship Acceleration Lab; Seminar in Corporate Entrepreneurship; Social Entrepreneurship; Managing in Adversity; Entrepreneurship Without Borders; Law and Cutting-Edge Technologies; Design and Marketing New Products; Strategic Management of Innovation and Entrepreneurship	Aligning Start-ups with their marketCreate a New Venture: From Idea to LaunchEntrepreneurship and Venture CapitalThe Startup Garage: testing and LaunchSocial Entrepreneurship and Social InnovationEntrepreneurship from the Perspective of Women	Entrepreneurial Finance; Entrepreneurial Sales & Marketing; Entrepreneurship-laboratory; Entrepreneurship Through Acquisition; Founder's Dilemmas; The Online Economy; Strategy and Entrepreneurship
4	Créditos de los cursos	#	4	3			4	3
		CURSO	Eps And New Ventures In China; Babson Eps Development Experience; Crowdfunding; Biomimicry As Natures Entrepreneurship; Raising Money-Vc And Private Equity; Sf2 Consulting In Tech Entrepreneurship; Sf2 Silicon Technology Ventures;	Venture Ideas; Venture Models; New Venture Planning; Venture Growth Management; Corporate Venturing; Venture Capital and Entrepreneurial Finance; Introduction to Human Resources; Practicum in Entrepreneurship; Effective Negotiations; Leadership, Teamwork, & Diversity; Exploring Entrepreneurship; Management Decisions and Financial Reporting; Working Capital Management;			Economics of Innovationation (Economía de la innovación)Aligning Start-ups with their marketThe Startup Garage: testing and Launch	Entrepreneurial Finance; Entrepreneurial Sales & Marketing; Entrepreneurship-laboratory; Entrepreneurship Through Acquisition; Founder's Dilemmas; The Online Economy; Strategy and Entrepreneurship
		#	2	3			3	
		CURSO	Be The Change: Evaluating Social Impact; 21st Century Entrepreneurship;	Corporate Financial Strategy and Governance; Marketing Research; Law for Entrepreneurs; Analysis of Business Decisions; Advanced Case Analysis & Effective Consulting Presentations; Game Theory for Business Strategy			Create a New Venture: From Idea to Launch; Entrepreneurship and Venture Capital; Social Entrepreneurship and Social Innovation; Entrepreneurship from the Perspective of Women	

#	VARIABLES A ESTUDIAR	UNIVERSIDADES						
		Babson	Kelley	Tulane	MIT	Stanford	Harvard	
5	Intensidad horaria de los cursos	CANT HORAS				3 Horas Semanales		2 Horas Semanales
		CURSO				Product and Service Development in the Internet Age New Enterprises Corporate Entrepreneurship: Strategies for Technology-Based New Business Entrepreneurial Sales Designing, Developing and Launching Successful Products in an Entrepreneurial Environment Dilemmas in Founding New Ventures Entrepreneurial Finance Basic Business Law for the Entrepreneur and Manager Marketing Management		Entrepreneurial Sales & Marketing; Entrepreneurship-laboratory
		# HORAS				4,5 Horas Semanales		
		CURSO				Entrepreneurial Strategy		
6	Contenido teórico y práctico de las materias que se enfocan en el desarrollo de competencias empresariales.	CONTENIDO TEÓRICO	Marketing, Finanzas, consecución de recursos, entre otras	Reportes financieros, manejo de recursos, marketing, leyes		Proceso de ventas, Teorías gerenciales, Manejo del cliente, Desarrollo de producto, Economía, Manejo de recursos; Mercadeo, Finanzas, Análisis Estratégico	Ingeniería de procesos, finanzas, negociación, habilidades organizacionales, manejo de equipos, liderazgo, inversión, análisis de mercados	Finanzas, ciclo de vida de la empresa, mercadeo, mercadeo digital, análisis estratégico
		CONTENIDO PRÁCTICO				Competencias estudiantiles, Simulación de negocios, Implementación de roles	Interacción con clientes potenciales.	Elaboración de proyectos, interacción con empresarios
7	Contenido teórico y práctico de las materias que se enfocan en el tema de innovación.	CONTENIDO TEÓRICO	Creación de nuevas ideas, aprovechamiento de oportunidades			Desarrollo de conceptos, Técnicas de innovación, Estudios de casos de éxito, Procesos de creación de empresas	Estudio de modelos de negocios, componentes de la innovación, evaluación de industrias.	
		CONTENIDO PRÁCTICO				Implementación de técnicas de análisis de mercado, Simulación de lanzamiento de empresas, trabajo de campo	Pitch simulado	
8	Actividades de investigación relevantes al emprendimiento (número y nombre)	#	4	4	1			1
		NOMBRES	Global Enterprise Monitor; Babson College Entrepreneurship Research Conference; Successful Transgenerational Entrepreneurship Practice; Diana Project	Student Venture Track; Kelley Corp Track; Hoosier Hatchery; IDEA Competition	Tulane Business Plan Competition			Program For Research in Markets & Organizations
9	Centros de Emprendimiento existentes en las Universidades y Asesoría brindada por estos a los programas de pregrado.	CENTROS	THE ARTHUR M. BLANK CENTER FOR ENTREPRENEURSHIP	The Johnson Center for Entrepreneurship & Innovation	Levy Rosenblum Institute (LRI); Tulane Entrepreneurs Association (TEA)	MIT Sloan Entrepreneurship and Innovation Club; The Martin Trust Center for MIT Entrepreneurship; StartLabs	Center for Entrepreneurial Studies:	Arthur Rock Center For Entrepreneurship
		ASESORIAS	The center focuses on expanding the practice of Entrepreneurship of All Kinds® through innovative co-curricular programs and global collaborative research initiatives that inspire and inform Entrepreneurial Thought and Action®.	The Johnson Center for Entrepreneurship & Innovation offers one of the most comprehensive entrepreneurship curriculums in the world, whether you are a student at the PhD, MBA, or undergraduate level.	Dentro de Tulane existen dos importantes centros para el apoyo del emprendimiento, el Levy Rosenblum Institute (LRI) y el Tulane Entrepreneurs Association (TEA). El primero se encarga de educar y estimular a los estudiantes para que desarrollen empresa y aporten al crecimiento económico regional, exponiéndolos a la vida empresarial por medio de contactos con negocios corporativos y familiares. El segundo se encarga de desarrollar el emprendimiento en los estudiantes por medio de talleres, charlas y seminarios con empresarios y además, coordina la competencia de planes de negocio que busca mejora sus habilidades empresariales a través de asesorías en la desarrollo de planes de empresa.	IdeaStorm; - Externships with start-ups; - Local start-up treks; - Speakers & Workshops; - Social events. Aquí se brinda la oportunidad de acceder a la mejor EE, ser aconsejado por expertos y tener experiencias prácticas al lanzamiento de nuevas empresas.		Early Stage Idea Reviewer permite a grupos de estudiantes con ideas de negocio, tener una retroalimentación temprana antes de ingresar al New Venture Competition. Aquí, quienes revisan los planes de negocio proveen mejoras sobre los resúmenes ejecutivos de los negocios que asesoren en un periodo de un mes.
10	Cursos, Conferencias, Talleres, Competencias (complementarios al pensum obligatorio).	CURSOS	El Babson College Entrepreneurship Research Conference, es la más importante conferencia anual sobre emprendimiento que reúne a más de 350 educadores y se exponen aproximadamente 220 papers en el tema del Entrepreneurship				Certificado de Innovación y Emprendimiento de Stanford: Cultivating the Entrepreneurial Mindset, Building Business Models, Leading Innovation, Marketing Innovation, entre otros; Summer Institute for General Management; Stanford Ignite; Stanford Go To Market	Local Mentor for Rock Summer Fellows
		TALLERES				MIT Global Startup Workshop (GSW); MIT Sloan Entrepreneurs for International Development		
		COMPETENCIAS	THE ULTIMATE ENTREPRENEURIAL CHALLENGE		Tulane Business Plan Competition	MIT \$100K Launch Business Plan Contest	Silicon Valley Innovation Academy	New Venture Competition Judge, Rock Accelerator Program; R. A. Venture
11	Redes estudiantiles				The MIT Entrepreneurs Club (E-Club)		Start-up Job Opportunities for MBAs; The ROCK. Board	