



CULTURA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN EGRESADOS DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR: CASO UNIVERSIDAD SAN BUENAVENTURA CALI – FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Federico Donneys Gonzalez¹.

Profesor catedrático en la Universidad del Valle y Universidad San Buenaventura Cali
Valle del Cauca – Colombia.

donneysoft@gmail.com

Blanca Blanco Campins²

Profesora Titular, Universidad de la Habana, Cuba

bblanco@fec.uh.cu

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Federico Donneys Gonzalez y Blanca Blanco Campins (2016): “Cultura de innovación y emprendimiento en egresados de instituciones de educación superior: caso Universidad San Buenaventura Cali – Facultad de Ciencias Económicas”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2016). En línea:
<http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/06/innovacion.html>

1. RESUMEN

La investigación fue realizada con el objetivo de identificar empresarios entre los egresados del Programa de Administración de Negocios de la Universidad de San Buenaventura y definir sus características tanto empresariales como de su negocio, así como el conocimiento que tienen sobre el Parque tecnológico de la Umbria (programa Ecoredes), información que se recopiló a través de la aplicación de cuestionarios.

En este sentido, la encuesta aplicada se realizó en tres secciones: perfil del empresario egresado, perfil de la empresa y conocimiento del Programa Ecoredes considerando una base de datos del año 2010 al 2015 que comprende una población total de 795 egresados. A través del método de muestreo probabilístico, se determinó que se

¹ Aspirante a Doctor en Ciencias Económicas por la Universidad de la Habana –Cuba. Magister en Administración de Empresas por la Universidad del Valle. Administrador de Empresas por la Universidad ICESI. Ingeniero de Sistemas por la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

² Doctora en Ciencias Económicas y Profesora Titular Facultad de Economía en la Universidad de la Habana. Magister en Administración de Negocios, Facultad de Economía, Universidad de la Habana. Licenciada en Economía en la Universidad de Granma.

realizarían las encuestas a 259 personas en dos fases, siendo la primera a través del envío de la encuesta por correo electrónico y la segunda fase a través de llamadas telefónicas.

Una vez recepcionados los resultados en la base de datos se graficaron y se analizaron para conocer las características de los egresados empresarios. Se pudo conocer que el 13% de los egresados ha decidido emprender, de los cuales el 67% son jóvenes de 21 a 30 años, y el 58% son hombres. Para los egresados empresarios la motivación económica que los llevó a establecer un negocio fue la oportunidad que encontraban en él y han adquirido sus motivaciones a través del entorno familiar. También se pudo conocer que las competencias que han desarrollado han sido la toma de decisiones teniendo como cualidad el liderazgo. Se conoció que lo más difícil para su negocio ha sido la consecución de recursos.

En los negocios el 46% se encuentran en un rango de antigüedad de 1 a 3 años, dentro del sector comercial. A muchos de ellos les gustaría fortalecer en su empresa el área de mercadeo y ventas. Asimismo, el estudio reflejó que los factores de éxito han sido los contactos y redes y su debilidad principal es el manejo de la competencia. El financiamiento lo realizaron con recursos propios y con una inversión de menos de 10 SMMLV (Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes), en empresas que cuentan con 1 a 5 unidades de negocio. Además, se encontró que la mayoría no tiene conocimiento sobre el Programa Ecoredes, pero sí les gustaría emprender y conocer más acerca del programa.

PALABRAS CLAVE

Cultura del Emprendimiento, Empresas de Base Tecnológica, Incubadora de empresas, Modelo de negocio, Sostenibilidad.

SUMMARY

The research was conducted with the aim of identifying entrepreneurs among graduates of the Program of Business Administration from the University of San Buenaventura and defining both its entrepreneurial and its business characteristics as well as their knowledge on technological Park Umbria (Ecoredes program). This information was collected through the use of questionnaires.

In this sense, the conducted survey presented three sections: the graduate entrepreneur profile, the company profile and knowledge of the program Ecoredes; considering a database from 2010 to 2015 comprising a total population of 795 graduates. It was determined through a probability sampling method that surveys would be made to 259 persons in two phases, first by sending the email survey and then through phone calls.

Once the results were in the database, they were plotted and analyzed in order to determine the characteristics of graduate entrepreneurs. This showed that 13% became entrepreneurs and that 67% were young people from 21 to 30 years, most of them being men (58%). For graduate businessmen the economic motivation that led them to establish a business was the opportunity they found and they have acquired their motivations through the family environment. The research also showed that the competencies mostly developed were decision making and leadership; and that the hardest thing for their businesses has been obtaining resources.

46% of businesses are in an age range of 1 to 3 years, in the commercial sector. Many of them would like to strengthen its business in the area of marketing and sales. The study also showed that the success factors have been contacts and networks and their weakness is handling competition. Funding was carried out with their own resources and with an investment of less than 10 MLMW (Monthly Legal Minimum Wage). Companies have from one to five business units. Finally, most of them don't know about the Ecoredes program but they would like to learn more about it.

KEYWORDS

Entrepreneurship Culture, Technology Based Companies, Business Incubator, Business Model, Sustainability.

2. INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta un análisis de las características identificadas en empresarios egresados del Programa de Administración de la Universidad San Buenaventura Cali en el Parque tecnológico (Programa Ecoredes) con el propósito de realizar una investigación para conocer quiénes de los egresados ya son empresarios y cuentan con su empresa.

Para realizar la investigación primero se presenta la problemática del Programa donde se realiza el proyecto de estadía en el cual se observa y se analiza su funcionamiento a fin de obtener datos específicos para la solución del problema. Se parte de un marco teórico que sustente toda la información del proyecto, donde se incluyen fuentes y análisis de otras universidades que ayudan a la solución del problema.

Se incluye la congruencia metodológica donde se implementará el tipo de investigación para el proyecto que se presenta. Los resultados de la encuesta se obtienen con la herramienta de google docs. Se recopila la información y se analiza para finalmente generar un informe general sobre los resultados obtenidos. Posterior a ello se generan estrategias que apoyarán al Parque tecnológico - Programa Ecoredes a dirigir sus recursos a empresarios egresados y la comunidad universitaria.

Finalmente se integran las conclusiones y recomendaciones que se sugieren sobre lo obtenido en la investigación y la realización del proyecto.

3. CONSIDERACIONES TEÓRICAS

En el siguiente artículo se realiza un análisis de las características empresariales identificadas en egresados del Programa de Administración de Negocios (Facultad de Ciencias Económicas) de la Universidad San Buenaventura Cali, siguiendo como principio la implementación de un marco teórico para sustentar dicha investigación.

La construcción del marco teórico se inicia por el emprendimiento ya que para llegar a ser empresario es necesario pasar por esta etapa.

El emprendimiento es un término utilizado en todo el mundo. Aunque siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, este concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos. (Gerencie, 2010)

Para la realización del estudio de emprendedores se adoptó un enfoque sistemático centrado en el análisis del proceso emprendedor, esquematizando en tres etapas en las cuales se analizan distintos eventos, cuyas “salidas” (output) son el nacimiento de emprendedores y el nacimiento de las empresas, como son: (Kantis, Angelell, & Koenig, 2004)

- Condiciones sociales y económicas
- Cultura y sistema educativo
- Redes del emprendedor
- Mercado de factores
- Regulaciones

Cuando se es emprendedor se genera la cultura emprendedora; cuando se habla de un emprendedor no se refiere necesariamente a un creador de empresas, a un hombre o mujer exitosos, o a un gran empresario. Se refiere a alguien capaz de transformar cada desafío en oportunidades y, por lo tanto, el emprendimiento se puede aplicar en cualquier disciplina o actividad desarrollada por el hombre. Dentro de la cultura emprendedora se deben tener ciertas competencias y características sociales. (Cáceres, 2016)

Las competencias son aquellas que están enfocadas a las formas de negocios relacionadas con la experiencia en área el empresarial o de administración de los negocios. (Finanzas Personales, 2016)

1. La búsqueda de oportunidades e iniciativa. Los emprendedores exitosos ven en todos lados, oportunidades que se pueden convertir en empresas.
2. Persistencia. Los exitosos nunca abandonan su empeño.
3. Cumplimiento de los compromisos. Mantienen sus promesas frente a sus clientes, incluso a pesar de que deban hacer sacrificios.
4. Exigencia de calidad y eficiencia. Siempre buscan cómo hacer las cosas, mejor, más rápido y más barato.
5. Toma de riesgos calculados. Un empresario no es una persona que le gusta el riesgo, sino que toma riesgos calculados. Lo determina y además, siempre tiene un plan B si algo sale mal.
6. Fijación de metas. Esta es otra de las características clave. Esto porque hay que tener una meta de largo plazo, que será conseguida con las tareas en todas las demás competencias de esta lista.
7. Búsqueda de información. Un emprendedor de éxito siempre está a la caza de información sobre sus clientes, sobre tecnologías nuevas y nuevas oportunidades.
8. Planificación y seguimiento sistemático. Es una tarea de controlar lo que se hace para ver si se está avanzando en la consecución de las metas.
9. Persuasión y redes de apoyo. Los mejores emprendedores inducen a otras personas a seguirlos o hacer algo para ellos. Usan redes de apoyo para alcanzar sus metas y son unos grandes persuasores para obtener un crédito, o conseguir un nuevo cliente.
10. Independencia y autoconfianza. Los emprendedores de éxito son personas seguras de sus capacidades.

Las características que debe tener un emprendedor son las siguientes según (Nájar, 2010)

- **Capacidad de adaptación:** La flexibilidad les permite moverse más rápido en un entorno socioeconómico que se está modificando constantemente. No optan por la resistencia, sino por la adaptación porque su temor al cambio es mínimo.
- **Seguridad en sí mismos:** A diferencia de sus abuelos, se mueven con una identidad latina mucho más madura; no están arrastrando el estigma de la conquista con la misma fuerza que lo hicieron las generaciones anteriores, se saben seguros y confían en el lugar que tienen en el mundo actual.
- **Mente innovadora:** Están buscando todo el tiempo nuevas rutas ya que el mundo que ellos conocen siempre les ha ofrecido más de una posibilidad, es un mundo a la carta. Su tipo de pensamiento no es lineal sino aleatorio (mosaico) y ello, de hecho, les permite observar más opciones y respuestas.

Tipos de emprendedores

- *Emprendedores desarrollados:* Son carreras referentes a propietarios de tiempo completo, de los cuales su meta es ser emprendedores exitosos. Sí ellos llegan al límite de su negocio, buscan comenzar el crecimiento de otra compañía. (Ideas de Negocios , 2010)
- *Emprendedores que cosechan:* Carrera para los propietarios con un plan de salida. Son emprendedores que trabajan primero para después efectuar su plan de negocios. Construyen una compañía a tiempo, la venden, disfrutan de las ganancias y comienzan otra. (Ideas de Negocios , 2010)
- *Emprendedores en espiral:* Son aquellos que alternan periodos de crecimiento y estabilidad, el cual es conducido según sean las necesidades personales o familiares. Manejan un balance entre la familia y el negocio. El final de las estrategias son las que hacen el balance y dirigen el negocio. (Ideas de Negocios , 2010)
- *Emprendedores ocasionales:* Son personas emprendedoras que generalmente tienen por prioridad otro trabajo. Son emprendedores clásicos de medio tiempo y tienen bases temporales en los negocios como por ejemplo verificar impuestos. Dentro de estos algunas veces están jóvenes. (Ideas de Negocios , 2010)

Creación de MIPYMES en un contexto emprendedor.

Las MIPYMES son el motor económico de los países latinoamericanos al ocupar hasta un 99% de su planta productiva. Esto ha tomado auge y captado la investigación académica y gubernamental. Un factor importante en el crecimiento de las MIPYMES es el impulso de las Universidades le han dado al Espíritu Emprendedor. (Hernández, 2007)

- *Incubadora de negocios*

Para el Centro de innovación de negocios de Medellín (Colombia) la incubadora de negocios, son entidades que apoyan las iniciativas de los emprendedores durante las primeras etapas de constitución de su empresa. El acompañamiento que realizan las incubadoras, permite que aumente la tasa de supervivencia de las nuevas empresas. (Ruta Medellin, 2015)

- *Incubadora de empresas*

Una modalidad innovadora de apoyo y fomento a la pequeña y micro empresario es la denominada incubación de empresas. Este servicio se está desarrollando de distintas maneras de acuerdo a la realidad de cada país. Las incubadoras de empresas 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. (Recursos S.A.C, 2016)

Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias

La formación de un empresario es un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables sociales, culturales, psicológicas, y económicas que contribuyen con un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencia que buscan lograr este empresario en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario exitoso, capaz de generar riquezas y desarrollo social a lo largo de su vida. (Venegas, Samper, Reyes, Zabala, & Mejia, 2015)

- *Proceso de transformación*

Todo proceso humano de desarrollo, en cualquier actividad, está enmarcado en grandes nociones, que son el punto de partida del Proceso Empresarial.

- La noción de cambio, de modificación, que ha movido al ser humano a usar sus capacidades creativas para encontrar nuevas opciones, nuevas soluciones, o en otros términos, a innovar.
- La noción de acción, de realización, de llevar a cabos hechos y eventos, sean ellos materiales o espirituales.
- La noción del mejoramiento, de superación, que permite direccionar los cambios hacia el logro de mejores situaciones y/o de mejores resultados.

- *Espíritu empresarial*

Para que este modelo funcione, se necesita que las personas, los líderes empresariales, dispongan de unas competencias básicas en lo personal, o sea un conjunto de valores, creencias, actitudes, modos de reacción y de acción, que se denominan el Espíritu Empresarial. (Venegas, Samper, Reyes, Zabala, & Mejia, 2015)

- *La cultura empresarial*

Un país o una región al lograr incrementar el número de empresas y logra no solo que muchas de ellas se mantengan sino que bastante de ellas crezcan, y este proceso es continuado, el número de oportunidades de empleo y de bienestar para esa comunidad crecerá. (Venegas, Samper, Reyes, Zabala, & Mejia, 2015)

Es imprescindible la aparición de nuevos empresarios o sea personas que sepan cuándo, cómo, dónde, y con qué empezar nuevas empresas con potencial de crecimiento; personas capaces de llevar una carrera empresarial y de equilibrar sus objetivos personales con los objetivos de la sociedad, personas, creativas e innovadoras, capaces de enfrentar las variaciones del ambiente económico y proceso de producción de empresarios exige una serie de procesos formativos, educativos y de capacitación que les mejoren sus competencias personales (CP) y sus competencias de conocimiento (CC).

Es también necesario el desarrollo de unas circunstancias favorables al proceso. Haciendo símil con el proceso agrícola no es sólo tener buena semilla sino que se necesita terreno abandonado.

Estas circunstancias se deben dar en un entorno adecuado que tanto el sector público como el privado deben desarrollar. (Venegas, Samper, Reyes, Zabala, & Mejia, 2015)

- *Componente de todo negocio*

Los componentes de un negocio son importantes dentro del modelo de desarrollo empresarial ya que son fundamentales para que el negocio funcione bien y con ello generar mejores oportunidades de crecimiento.

- a) Conocimiento técnico
- b) Oportunidad
- c) Contactos personales
- d) Recursos
- e) Clientes con Pedidos

Etapas del proceso empresarial

El desarrollo de la carrera empresarial en términos de los cambios que debe sufrir la persona para volverse empresario; el desarrollo de la oportunidad de negocio que implica pasar de una idea a un plan de negocio plenamente evaluado; y el desarrollo del proceso de montaje, puesta en marcha y crecimiento del negocio, son las tres grandes acciones que se deben coordinar en este proceso.

Con el propósito de poder adecuar mejor a la realidad latinoamericana el modelo Gibb, se ha hecho una serie de ajustes a las etapas, los objetivos principales actividades a realizar para lograr establecer una empresa. En este sentido las etapas son:

- Motivación
- Generación de Ideas de Negocio
- Conformación de Oportunidad de Negocio
- Elaboración de Plan de Negocio
- Consecución de Recursos
- Dar Nacimiento del Negocio
- Lograr supervivencia del negocio
- Lograr crecimiento del negocio

4. METODOLOGÍA

Una vez desarrollado el marco teórico donde se agrega emprendimiento y prosigue con la parte empresarial, se determinan las variables a estudiar y a través de la investigación cuantitativa se genera esta indagación.

4.1 Investigación Cuantitativa

La Investigación Cuantitativa se basa en un tipo de pensamiento deductivo, que va desde lo general a lo particular, utilizando la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente. Además, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadísticas para establecer con exactitud, patrones de comportamiento en una población.

La técnica de recolección de datos se realizó a través de cuestionario ya que era factible al momento de recolectar la información, para determinar las características de los empresarios egresados y sus empresas, con ello poder realizar el perfil, siendo el cuestionario una herramienta donde se pueden plasmar diferentes preguntas hacia determinada población y con ello conocer sus opiniones. (Biblioteca Itson, 2016)

El cuestionario que se realizó fue mediante la herramienta de google docs. Se seleccionó este método ya que permite elaborar formularios y enviarlos a los correos electrónicos de la muestra y una vez que ellos contestan, sus respuestas se almacenan en una base de datos la cual permite filtrar la información obtenida. El formulario de google docs, es de gran utilidad ya que recibe la información, genera la tabulación y grafica al momento, además de que proporciona una base de datos en Excel para seguir habilitándolo, lo cual resultaba favorable en virtud de que el Programa Ecoredes necesitaba conocer con exactitud quienes eran los empresarios egresados.

La base de datos que se proporcionó fue del año 2010 al 2015 siendo la población del Programa de Administración de Negocios. El tamaño de muestra se utilizó el método de muestreo probabilístico aleatorio simple para poblaciones finitas donde el universo es definido. Las variables utilizadas son: tamaño de muestra (n), universo (N), distribución normal para un nivel de confianza (Z) de por ciento, un error máximo aceptable (e) del 5 por ciento, con una variabilidad positiva (p) del 50 por ciento (probabilidad de éxito) y con una variabilidad negativa (q) del 50 por ciento (probabilidad de fracaso). (Juárez Monter, 2014)

Con la finalidad de obtener información útil para cumplir con los objetivos del estudio de la investigación se diseñó un cuestionario que permitiera obtener la información necesaria para los fines del trabajo, en el cual se incluyeron preguntas. El cuestionario consta de 17 preguntas y se aplicó a cada uno de los egresados elegidos en la determinación de la

muestra. De acuerdo con el método muestreo elegido se encuestaron a 259 egresados del programa de Administración.

La estructura del cuestionario se clasificó de la siguiente manera; perfil del egresado empresario, perfil de la empresa y el programa Ecoredes.

Asimismo, el levantamiento de la información se realizó en dos etapas:

1. La primera etapa se realizó mediante el envío de cuestionario a través de correos electrónicos.
2. La segunda etapa se realizó mediante llamadas telefónicas.

Selección de un diseño de investigación

El diseño de investigación que se utilizará será una investigación exploratoria ya que este tipo de investigación se efectúa a temas poco estudiados por lo que los resultados constituyen a una visión aproximada de dicho objeto. La función de este tipo de investigación ayuda a descubrir las bases y recabar información que permita como resultado del estudio la formulación de estrategias.

Identificación de la población que se va a estudiar

La Universidad de San Buenaventura del Programa de Administración de Negocios – Facultad de Ciencias Económicas, proporcionó una base de datos de los egresados del programa del año 2010 al 2015, con un total de 795 egresados, la cual es la población total.

Selección de métodos e instrumentos

El instrumento seleccionado para este proyecto es la encuesta, misma que se realizó virtualmente con la herramienta de google docs., el cual fue enviado a los correos electrónicos de los egresados de la base de datos del 2010 al 2015 del Programa de Administración de Negocios, ya que es una técnica cuantitativa que consiste en una investigación sobre una muestra de acuerdo a la población que se tiene, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

4.2 Diseño del plan de muestreo

La población a la cual se le aplicará la encuesta para recopilación fueron los egresados del Programa de Administración de Negocios de la Universidad de San Buenaventura Cali.

El tamaño de la muestra fue sacada mediante la fórmula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Dónde:

Posibles infinitos

En donde:

Z= Nivel de confianza (1.96)

N= Universo (795)

p= Probabilidad a favor (0.5)

q= Probabilidad en contra (0.5)

e= Error de estimación (0.05)

n= Muestra

Población

El total de la población es de 795, a la cual se quiere conocer las necesidades y expectativas de negocios son los egresados del Programa de Administración de Negocios de la Universidad de san Buenaventura Cali.

La población de 795 egresados fue tomada de la base de datos que proporcionó el departamento del programa de Administración de Negocios del año 2010 al 2015.

Estimados del error estadístico

El error estadístico que se utilizo fue de 5%.

Detalles del plan de muestreo

Para llevar a cabo el plan de muestre se llevó a través del siguiente proceso:

Fórmula

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

$$n = \frac{1.96^2 (795) (0.5) (0.5)}{0.05^2 (795 - 1) + (1.96^2) (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{763.518}{2.9454} = 259.2238 = 259$$

Con base en la fórmula explicada anteriormente, se determinó que la muestra a estudiar será de 259 egresados.

5. ANÁLISIS O DESARROLLO DEL TEMA

El análisis de la investigación desarrollada fue mediante la encuesta de 259 egresados del Programa de Administración de Negocios de la Universidad San Buenaventura Cali.

Los objetivos que se plantearon son los siguientes:

Objetivo general

Desarrollar una investigación identificando las características empresariales de los egresados del Programa de Administración de Negocios de la Universidad de San Buenaventura Cali, para determinar el perfil del empresario y con ello el Parque Tecnológico de la Umbría (Programa Ecoredes) pueda dirigir sus recursos hacia los emprendedores.

Objetivo específico

- Realizar investigación interna con los egresados del Programa de Administración de negocios de la Universidad San Buenaventura Cali para conocer sus necesidades y expectativas de negocios para identificar a los egresados que son empresarios.
- Elaborar un informe sobre las características que determinan el perfil empresarial identificado en egresados del Programa de Administración de Negocios de la USB

Cali para el Programa Ecoredes pueda dirigir sus recursos hacia los egresados empresarios.

- Desarrollar un perfil del egresado empresario del Programa de Administración de Negocios a través de las características obtenidas de los resultados de la encuesta para que el Programa Ecoredes pueda brindar sus recursos hacia ellos.
- Proponer estrategias de acompañamiento para los egresados empresarios para que los que tengan un proyecto o cuenten con un negocio puedan ser asesorados de una manera adecuada por el Programa Ecoredes.

Una vez teniendo los objetivos se desarrolló la encuesta y a continuación se presenta el análisis de la recopilación de la información.

5.1 Datos demográficos

Edad

De la población estudiada (33 estudiantes egresados con actividad empresarial) un 67% se encuentra en un rango de edad de 21 a 30 años, seguido de los egresados con empresa que tienen entre 30 y 40 años con un 24% y con el 9% tienen entre 40 y 50 años que son los que egresaron desde el 2010.

Género

De los egresados que han establecido su propia empresa, el género masculino es el más representativo con un 58%, mientras que el género femenino está conformado por un 42%, donde han sido más hombres los que han decidido emprender.

5.2 Perfil del egresado empresario

P1. ¿Cuál es su actividad actualmente?

Del total de la población de 795 personas, se obtuvo una muestra de 259 encuestados, de los cuales 33 son empresarios y representan el 13%. Se observa que un 74% es empleado de alguna organización, mientras que el 13% se encuentran en busca de empleo. Por tanto, el estudio que se realizó tomó como base la variable empresario, con una población de 33 personas.

P2. ¿Cuáles son las motivaciones que lo llevan a pensar en ser empresario?

Dentro de las motivaciones que llevan a pensar como empresario, los encuestados respondieron que es más importante la oportunidad de negocio que encuentran en el entorno con un 34%, seguido de un 30% que encuentra una motivación económica para comenzar un proyecto de negocio.

P3. ¿Dónde adquiere las motivaciones y competencias para ser empresario?

El 49% de los encuestados han obtenido las motivaciones y competencias a través del entorno familiar, quienes los han apoyado para que puedan emprender un negocio; asimismo, el entorno social ha motivado al 30%, a través de otras personas además de otros aspectos como la falta de empleo.

P4. ¿Cuáles han sido las competencias empresariales que ha desarrollado a lo largo de su negocio?

Los egresados empresarios han desarrollado competencias a lo largo de su negocio siendo la toma de decisiones la más representativa con un 91%; han enfatizado en la persistencia, la independencia y autoconfianza así como la búsqueda de oportunidades con un 73%, de manera que estos factores han contribuido al desarrollo empresarial.

P5. ¿Qué cualidades considera usted que debe tener un empresario?

Las cualidades que debe tener un empresario de acuerdo a las respuestas obtenidas, es el liderazgo con un 85%, pues al decidir ser empresarios toman la postura de líder, además que guiar la empresa durante todo el proceso es característica invaluable para el crecimiento y desarrollo de la organización; por otra parte, el trabajo en equipo representa un 82%, que dentro de una organización es indispensable puesto que son los miembros de trabajo los que laboran arduamente para obtener los resultados deseados.

P6. ¿Qué considera usted que fue lo más difícil en el proceso empresarial para el funcionamiento de su negocio?

Lo más difícil en el proceso empresarial para el funcionamiento del negocio, dijeron los encuestados, ha sido la consecución de recursos con el 34% y lograr la supervivencia con un 30%, ya que al ser jóvenes no tienen conocimiento sobre créditos bancarios y muchas veces las decisiones no son las mejores ya que aún se encuentran en una etapa de

aprendizaje. No es fácil conseguir apoyo financiero para proyectos nuevos, los bancos no tienen como política ni como cultura el apoyar a los pequeños empresarios. Cuando se presentan un proyecto a un banco, lo primero que solicitan es un aval que les garantice hasta el doble de lo que requiere el proyecto de inversión, requisitos que para una persona de bajos recursos es imposible cumplir.

5.3 Perfil de la empresa

P7. Si es usted empresario. ¿En qué rango de antigüedad se encuentra su empresa?

Dentro del perfil de la empresa se generaron diferentes preguntas una de ellas fue el rango de antigüedad en que se encontraba el negocio. Los resultados arrojaron que la mayoría es de 1 a 3 años con un 46%; también las que tienen menos de 12 meses con 21%; otras empresas se encuentran con 6 años en adelante siendo de 18%; y por último empresas que tienen de antigüedad de 3 a 5 años con un 15%. Las empresas cuentan con una antigüedad de no más de 3 años ya que el empresario encuestado tiene poco tiempo que egresó de la universidad y por ello sus empresas todavía son de reciente creación.

P8. ¿A qué sector pertenece su proyecto o empresa?

La mayoría pertenecen al sector comercial con el 64%, siendo que los jóvenes han egresado de un programa de Administración de Negocios y se les hace más factible la comercialización en lugar de dedicarse a la industria o a prestar servicios. Dentro de este punto sería considerable que el egresado debería emprender en otros giros para ser más competitivo en el mercado.

P9. ¿Qué áreas de su empresa le gustaría fortalecer?

A los egresados empresarios les gustaría fortalecer el área de mercadeo y ventas representando el 76% es donde han tenido mayores problemas y piden capacitación para ser más competitivos contra otros competidores; es de notar que la encuesta se realizó a egresados empresarios del programa de Administración de Negocios donde dentro de sus conocimientos debe existir el mercadeo y ventas aunque no han puesto en práctica sus conocimientos en el proceso empresarial.

P10. De acuerdo con su experiencia. ¿Cuáles considera usted, son los factores de éxito de su empresa?

Uno de los factores de éxito que consideran los egresados empresarios, son los contactos y redes con 58% que son los que adquieren siendo estudiantes o con amistades y familiares; posteriormente los precios de sus productos y servicios con 45% ya que al ser de sector comercial se dedican a la compra y venta de productos, además de que el talento humano ha sido fundamental para el éxito de la empresa representando el 42%. El mercado seleccionado ha sido importante ya que son los clientes a quien se dirigen las empresas su mercado meta con 36%, sin dejar de lado la idea empresarial y el equipo de trabajo fundador con 30%. Por último se encuentra los recursos económicos con 27% y los recursos tecnológicos con 18% que han tenido que ver en todo el proceso empresarial.

P11. De acuerdo con su experiencia. ¿Cuáles considera usted, han sido sus debilidades más relevantes para avanzar en el proceso de sostenibilidad de su empresa?

De acuerdo a la experiencia de los encuestados, las debilidades más relevantes para avanzar en el proceso de sostenibilidad de la empresa ha sido la competencia siendo este el factor más importante para ellos con un 48%, seguido de la materialización de ideas y proyectos e identificación de oportunidades en el entorno con 24%. En menor rango se encuentra construcción de redes empresariales con 21%; la innovación y la sensibilidad social con 21%; entre manejo de herramientas tecnológicas, capacidad de asumir riesgos, pensamiento flexible y visión a futuro el 12%, se encuentran como debilidades para que el negocio siga creciendo, además de que consideran que la creatividad con el 9% y el liderazgo con 3% no han sido debilidades para ellos. La competencia se puede considerar su porcentaje alto debido a que el empresario no evalúa antes de poner un negocio o permanentemente a la competencia, donde se debe realizar un análisis de mercado y del macroentorno para generar estrategias factibles para que la competencia no sea una debilidad. (Anexo 13)

P12. ¿Cómo financió inicialmente su empresa?

Para el financiamiento inicial de la empresa la mayoría empezó con recursos propios con el 73% que además de que la mayoría son jóvenes entre 21 y 30 años, un menor número

lo hizo con recursos familiares que fue el 30% y por último a través de créditos bancarios, con el 15%, entre otros con el 3%. Al ser jóvenes no recurren a fondos y apoyos económicos de otras organizaciones o créditos bancarios para conseguir recursos o bien no se los proporcionan ya que no cuentan con la experiencia suficiente. Además de que al ser del sector comercial no invierten tanto en infraestructura y por ello inician con recursos propios.

P13. ¿Cuánto es el monto de la inversión inicial? (Si se encuentra en consolidación y crecimiento) (SMMLV: Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes)

De acuerdo a las respuestas de los encuestados, el monto de la inversión inicial ha sido de menos de 10 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes con un 43%, donde un 30% inició su inversión de 11 a 25 SMMLV, el 12% lo realizó de 41 a 60 SMMLV, el 9% inició con más de 60 SMMLV y por último el 6% de 26 a 40 SMMLV. La inversión es su mayoría es menos de 10 SMMLV, ya que aún son empresas pequeñas, son de giro comercial y todavía se encuentran en etapa de desarrollo por lo que llevan menos de 3 años en el mercado y siendo jóvenes los empresarios jóvenes el monto de inversión es mínima.

P14. ¿Cuántos empleados permanentes, incluido usted, tiene vinculados en su empresa actualmente?

Dentro de las organizaciones es muy importante el equipo de trabajo es por ello que los encuestados han iniciado operaciones de 1 a 5 empleados que representa el 79%, seguido de 6 a 10 empleados con el 15%; por último de 11 a 50 empleados y más de 51 empleados son el 3% cada uno. En su mayoría las empresas de los egresados son de 1 a 5 empleados por lo tanto son empresas pequeñas debido a la corta edad del negocio, al tipo de negocio y al capital con el que inician operaciones.

5.4 Parque Tecnológico la Umbría - Programa Ecoredes

P15. ¿Qué conocimiento tiene usted del Programa Ecoredes?

De la muestra representativa que fue de 259 encuestados, el 61% no sabe/no responde acerca del conocimiento del Programa Ecoredes; el 18% contestó que es un programa de emprendimiento; el 10% que es una unidad de capacitación y asesoría empresarial; el 6% que es apoyo empresarial y por último el 5% que es una empresa de asesoría. Se puede

observar que la mayoría que son parte del Programa de Administración de Negocios – Facultad de Ciencias Económicas – USB Cali no cuenta con un conocimiento del Programa Ecoredes. La base de datos que se proporcionó es de egresados de 2010 a 2015 y el programa inició operaciones en 2011 así que algunos de los egresados no alcanzaron a conocerlo mientras estudiaron en la universidad.

P16 ¿Ha pensado en emprender su propio negocio?

De la muestra de 259 egresados, se le restó los 33 empresarios egresados ya que ellos ya decidieron emprender. Por tanto, tomando en consideración 226 respuestas, donde la mayoría cuenta con un empleo, el 65% han pensado en emprender su propio negocio; posteriormente, el 23% no sabe o no responde aún ya que no están seguros de esa decisión o bien están conformes con el empleo o situación actual; y por último un 12% definitivamente contestó que no tiene deseos de emprender.

P17. ¿Qué apoyo le gustaría recibir por parte de Ecoredes para fortalecer su empresa?

A los encuestados les gustaría recibir por parte del Programa Ecoredes capacitación y asesoría, en diferentes temas como financiero, mercadeo y ventas, aspectos legales, dirección del capital humano, apoyo para emprender y consolidar ideas, entre otros.

6. PROPUESTA DE ESTRATEGIAS DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LOS EGRESADOS EMPRESARIOS DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Las siguientes estrategias que se proponen surgen a través del análisis de los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los egresados del Programa de Administración de Negocios.

- Realizar un plan de acción para la recepción de los empresarios egresados con el propósito de que Ecoredes pueda asesorarlos, además de que el Programa de Ecoredes deberá realizar una planeación de la logística para que pueda atender a los empresarios.
- El programa Ecoredes debería realizar una campaña de difusión, para que los egresados conozcan del apoyo que se les ofrece, además de las oportunidades y desarrollo en el que se les puede apoyar.

- El programa Ecoredes debería preparar talleres sobre Administración y Organización, para los egresados empresarios, citándolos en grupos de 10 para que se les prepare en temas de Mercadeo y Ventas, Administración y Organización y Asesoría Financiera.
- La coordinación del Programa Ecoredes debería realizar un focus group entre los egresados para el fortalecimiento en su desarrollo empresarial, a través de experiencias de empresarios reconocidos y egresados empresarios para transmitir experiencias.
- Con los egresados empresarios, fomentar la generación de clúster para fortalecer a las empresas y que a través de sus conocimientos y experiencias se puedan apoyar en las diferentes áreas que se encuentra cada uno.
- El Programa Ecoredes debería realizar ferias de emprendimiento dentro del espacio universitario donde se invite a los egresados empresarios a platicar sobre su experiencia y con ello permita a la comunidad académica promover la cultura emprendedora y contribuir al fortalecimiento de los procesos formativos, investigativos y de proyección social, asociados al emprendimiento y la innovación.

7. CONCLUSIONES

Han sido pocos los egresados que han decidido emprender un negocio y estos han sido personas jóvenes, en su mayoría hombres, con experiencia académica pero limitados en experiencia de negocios. Los empresarios egresados encuentran el emprendimiento como una oportunidad de negocio; dijeron haber sido motivados por sus familias, y durante el ámbito laboral han podido desarrollar diferentes competencias como la de toma de decisiones, además de cualidades como liderazgo; asimismo, lo más difícil para la sostenibilidad del negocio ha sido la consecución de recursos.

La antigüedad de sus empresas comprende de 1 a 3 años y la mayoría pertenece al sector comercial; asimismo, refirieron que les gustaría que se fortalecieran sus empresas en el área de mercadeo y ventas. Se encontró además que para el desarrollo y éxito de sus empresas, han sido los contactos y redes personales los factores clave, mientras que el manejo de la competencia es su punto más débil. Los empresarios han empezado operaciones con recursos propios y con una inversión pequeña y cuentan con empleados de 1 a 5 personas. Con todo ello es necesario que se les apoye para que puedan seguir

creciendo, que se les brinde apoyo en cuestiones de mercadeo y ventas, además de que al ser empresas pequeñas y jóvenes es necesario que se les brinden capacitaciones para que las debilidades se puedan convertir en fortalezas.

Se incorporaron preguntas acerca del Parque Tecnológico de la Umbría - Programa Ecoredes para determinar los conocimientos que tenían acerca del programa, cuyas respuestas reflejaron que la mayoría de la muestra no conocía que era el Programa siendo que son egresados de la Universidad San Buenaventura, por lo que se determinó que hace falta que se le dé difusión al programa y al emprendimiento responsable para el desarrollo sostenible.

8. BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, G., Healey, K., & Sisodia, R. (2016). Finanzas Personales. Trabajo y educación. Obtenido de Las razones por las que en Colombia se habla tanto de emprendimiento: <http://www.finanzaspersonales.com.co/trabajo-y-educacion/articulo/las-razones-por-las-que-en-colombia-se-habla-tanto-de-emprendimiento/56241>

Arday del Hoyo, M., & Caldas Blanco, M. E. (2010). Empresa e Iniciativa Emprendedora. Kindle Edition. Mexico, DF., pp 56-80.

Asensio del Arc, E., & Vázquez Blömer, B. (2012). Empresa e iniciativa Emprendedora. Ediciones Paraninfo, Mexico. DF.

Biblioteca Itson. (2016). Disponible en: http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa3/paradigmas_investigacion_cuantitativa/p1.htm. Consultado en 20/04/2016 a las 14:00

Cáceres, C. M. (2016). Universidad del Bio-Bio. La Universidad de la Región del Bio-Bio. Disponible en: http://apc.ubiobio.cl/noticias/view_vistas.shtml?cmd%5B18%5D=i-26-0e83e7259230d8816a63e11813cd17eb. Consultado en 09 de Febrero de 2016 a las 10:30

Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. (2014). Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. Disponible en: http://www.icesi.edu.co/cdee/quienes_somos/quienes_somos/quienes_somos.php. Consultado en 20/05/2016 a las 14:00

Definición ABC. (2016). Emprendimiento. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/ciencia/marco-teorico.php>. Consultado en 20/03/2016 a las 14:00

Finanzas Personales. (24 de Febrero de 2016). Finanzas Personales. Disponible en: <http://www.finanzaspersonales.com.co/trabajo-y-educacion/articulo/las-10-competencias-debe-tener-emprendedor-exito/42791>. Consultado en 05 de Febrero de 2016 a las 14:30

Gerencie. (12 de Junio de 2010). Gerencie.com. Disponible en: <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>. Consultado en 05 de Febrero de 2016 a las 16:30

Gerencie. (24 de Octubre de 2011). Cultura empresarial. Disponible en: <http://www.gerencie.com/downsizing.html>. Consultado en 05 de Febrero de 2016 a las 16:30

Gerencie.com. (12 de Junio de 2010)., de Gerencie.com: Disponible en:<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>. Consultado en 05 de Febrero de 2016 a las 16:30.

Hernández, R. R. (2007). Las MIPYMES en Latinoamérica. Edición Electrónica Gratuita.

Holguín, C. P. (2014). Fortalecimiento al Modelo de formación en emprendimiento para Generación de Cultura emprendedora con identidad Franciscana en la USB Cali. Edictorial Universidad de San Buenaventura Cali.

Ideas de Negocios . (25 de Noviembre de 2010). Recuperado el 05 de Febrero de 2016, de Ideas de Negocios: <http://www.100negocios.com/ideas-de-negocios-para-jovenes-emprendedores>

Ideas de Negocios. (01 de Enero de 2013). Ideas de Negocios. Disponible en:<http://www.100negocios.com/las-competencias-emprendedoras-esta-listo-para-emprender>. Consultado en 08 de Febrero de 2016 14:00.

Juárez Monter, J. A. (2014). Mecanismos del Sistema Fiscal bajo el sistema normativo mexicano. Paperback.

Kantis, H., Angelell, P., & Koenig, M. (2004). Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. En P. A. Hugo Kantis, Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional (págs. 24,25,26,27). Banco Interamericano de Desarrollo.

Nájar, D. (2010). Emprendedores Emergentes (1 ed.). LID.

Organización Internacional del Trabajo. (2015). Disponible en: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_412025.pdf. Consultado en 08 de Febrero de 2016 14:00.

Portafolio. (2015). Emprendimiento. Disponible en: <http://www.portafolio.co/internacional/esto-ahorrara-eliminacion-visa-schengen-155070>. Consultado en 28 de Febrero de 2015

Recursos S.A.C, C. E. (2016). Recursos S.A.C Consultoria Empresarial. Disponible en: http://www.recursossa.com/Documentos/13_1.htm. Consultado en 15 de Febrero de 2016 14:00.

Regalado Hernández, R. (2007). Emprendimiento. Edición electrónica gratuita. Mexico, DF.

Ruta Medellin. (2015). Incubadoras en medellin. Centro de Innovación y Negocios: Disponible en: <http://rutanmedellin.org/es/recursos/abc-de-la-innovacion-rutan/item/incubadora-de-negocios>. Consultado en 09 de Febrero de 2016.

Sonora, I. T. (2014). Biblioteca.itson. Disponible en: http://biblioteca.itson.mx/oa/educacion/oa3/paradigmas_investigacion_cuantitativa/p11.htm. Consultado en 23 de Febrero de 2016.

Universidad Autónoma de Occidente. (2015). Centro Institucional de Emprendimiento Empresarial. Disponible en: <http://www.uao.edu.co/emprendimiento/incio/objetivos/>. Consultado en 23 de Febrero de 2016.

Universidad de Medellin. (2012). Obtenido de Unidad de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial. Disponible en: <http://www.udem.edu.co/index.php/emprendimiento-informacion-general>. Consultado en 09 de Febrero de 2016.

Universidad de San Buenaventura Cali . (s.f.). Universidad de San Buenaventura Cali : Disponible en: <http://www.usbcali.edu.co/>. Consultado en 09 de Febrero de 2016.

Venegas, B. P., Samper, M. J., Reyes, D. J., Zabala, V. L., & Mejia, P. L. (2015). Jóvenes con empresa Colombia. Ed. Colombia.