

**NIVEL DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA,
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, GIRARDOT**

**DIANA MARCELA PUENTES RINCÓN
Código. 310206185
SERGIO ARTURO MORENO ZULUAGA
Código: 310211217**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT- CUNDINAMARCA
2020**

**NIVEL DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS Y TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA,
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, GIRARDOT**

**DIANA MARCELA PUENTES RINCÓN
Código. 310206185
SERGIO ARTURO MORENO ZULUAGA
Código: 310211217**

**Trabajo de grado presentado para optar al título de Administrador de
Empresas**

**Director de trabajo de grado
MG. MARIA PATRICIA DIAZ CARDENAS**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
GIRARDOT - CUNDINAMARCA
2020**

Nota de aceptación

Firma Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

Este trabajo lo quiero dedicar a mi hijo y mi esposo que con sus consejos, insistencia, apoyo es la persona a la cual más admiro por su dedicación y su gran éxito profesional, además por ser un gran hombre, un gran esposo, un gran padre y un gran hijo, el me brinda la motivación necesaria para yo superarme y esforzarme cada días más.

A mi madre por su calidez y apoyo en mi hogar, con mi hijo en mis momentos de ausencia por su gran paciencia.

A Dios por estar en estos momentos escribiendo estas palabras que me salen del alma.

Los amo, muchas gracias por todo

DIANA MARCELA PUENTES RINCÓN

RESUMEN

TITULO

NIVEL DE EMPRENDIMIENTO EN ESTUDIANTES ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA, UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA, GIRARDOT

DESCRIPCIÓN

Una de las maneras de generar empleos es a través del fomento e impulso a los emprendimientos, de esta manera puede mejorar la calidad de vida de los colombianos, aprovechando los adelantos científicos y tecnológicos en el mundo y la facilidad con que los jóvenes se interesan por el manejo de las herramientas tecnológicas, el uso de la web y redes sociales, medios que promueven y dan a conocer las empresas que van surgiendo.

Los objetivos a alcanzar fueron en primer lugar identificar los factores humanos emprendedores que caracterizan a los estudiantes, influencia familiar, contexto sociocultural, segundo establecer las capacidades conceptuales emprendedoras que tienen los estudiantes, la fuerza emprendedora relacionada con el nivel de emprendimiento y en tercer lugar plantear estrategias que conduzcan al impulso del emprendimiento en los estudiantes

La metodología de investigación se apoyó en un estudio descriptivo y cuantitativo indagando acerca de factores relacionados con el emprendimiento realizados por los estudiantes del programa de administración de empresas. Finalmente, se presentan los resultados donde lo más importante es lograr el fortalecimiento de los emprendimientos apoyados principalmente en el CITGO cuya función clave es activar e impulsar los proyectos de los emprendedores.

Palabras clave: Emprendimiento, factores humanos, capacidades conceptuales emprendedoras

CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN.....	11
2	AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION	12
2.1.	AREA DE INVESTIGACIÓN	12
2.2.	LINEA DE INVESTIGACIÓN	12
2.3.	PROGRAMA.....	12
2.4.	TEMA DE INVESTIGACIÓN	12
3.	PROBLEMA.....	13
3.1.	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	13
3.2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
4.	OBJETIVOS	15
4.1.	OBJETIVO GENERAL.....	15
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
5.	JUSTIFICACIÓN.....	16
6.	MARCO REFERENCIAL	18
6.1.	MARCO TEÓRICO.....	18
6.2.	MARCO LEGAL.....	21
7.	METODOLOGIA.....	27
7.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	27
7.2.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	27
7.3.	POBLACIÓN Y MUESTRA	27
8.	FACTORES HUMANOS EMPRENDEDORES QUE CARACTERIZAN A LOS ESTUDIANTES 29	
9.	CAPACIDADES CONCEPTUALES Y FUERZA EMPRENDEDORA.....	41
10.	ESTRATEGIAS PARA EL IMPULSO DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES 55	
11.	CONCLUSIONES	57
12.	RECOMENDACIONES	59
13.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	64

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 EDAD	30
Tabla 2 TABLA PROGRAMA ACADÉMICO	31
Tabla 3 TABLA GÉNERO	32
Tabla 4 SEMESTRE	33
Tabla 5 JORNADA	34
Tabla 6 ESTRATO	35
Tabla 7 HIJOS	36
Tabla 8 CREACION DE EMPRESA NUCLEO FAMILIAR	37
Tabla 9 TIPO DE EMPRESA CONFORMADA.....	38
Tabla 10 SECTOR ECONÓMICO.....	39
Tabla 11 GENERAR INGRESOS	40
Tabla 12 APOORTE DE PLAN DE ESTUDIOS	42
Tabla 13 COMPETENCIAS DESARROLLADAS	43
Tabla 14 VISIÓN AL GRADUARSE	44
Tabla 15 CONOCIMIENTO SOBRE CITGO	45
Tabla 16 QUÉ DESEA LE APOORTE LA UNIVERSIDAD.....	46
Tabla 17 CONOCIMIENTO SOBRE GESTIÓN DE NEGOCIOS	48
Tabla 18 DESEOS EN GRANDE	49
Tabla 19 CAPACIDAD DE MOTIVAR	50
Tabla 20 CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN	51
Tabla 21 CAPACIDAD DE INICIATIVA.....	52
Tabla 22 CAPACIDAD DE VENTAS	53
Tabla 23 ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO	54

LISTA DE GRAFICAS

Gráfica 1 EDAD	30
Gráfica 2 TABLA PROGRAMA ACADÉMICO	31
Gráfica 3 TABLA GÉNERO.....	32
Gráfica 4 SEMESTRE.....	33
Gráfica 5 JORNADA	34
Gráfica 6 ESTRATO.....	35
Gráfica 7 HIJOS.....	36
Gráfica 8 CREACION DE EMPRESA NUCLEO FAMILIAR.....	37
Gráfica 9 TIPO DE EMPRESA CONFORMADA.....	38
Gráfica 10 SECTOR ECONÓMICO	39
Gráfica 11 GENERAR INGRESOS	40
Gráfica 12 APORTE DE PLAN DE ESTUDIOS	42
Gráfica 13 COMPETENCIAS DESARROLLADAS	43
Gráfica 14 VISIÓN AL GRADUARSE	44
Gráfica 15 CONOCIMIENTO SOBRE CITGO	45
Gráfica 16 QUÉ DESEA LE APORTE LA UNIVERSIDAD.....	46
Gráfica 17 CONOCIMIENTO SOBRE GESTIÓN DE NEGOCIOS.....	48
Gráfica 18 DESEOS EN GRANDE	49
Gráfica 19 CAPACIDAD DE MOTIVAR	50
Gráfica 20 CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN	51
Gráfica 21 CAPACIDAD DE INICIATIVA	52
Gráfica 22 CAPACIDAD DE VENTAS	53
Gráfica 23 ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO	54

LISTA DE ILUSTRACIONES...

Ilustración 1 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.....	22
Ilustración 2 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.....	23
Ilustración 3 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.....	23
Ilustración 4 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.....	24
Ilustración 5 LEY CONPES.....	25
Ilustración 6 CONPES.....	26

ANEXOS

ANEXO 162
ANEXO 264

INTRODUCCIÓN

Las universidades han asumido la tarea dada a través de la ley 1014 de 2006 de promover el espíritu emprendedor y es vista como una alternativa deseable de desarrollo personal y profesional. Por ello, las capacidades emprendedoras son tema esencial en el proceso de formación de los estudiantes, buscando modelos que permitan desarrollar habilidades y destrezas que les generen la posibilidad de crear y gestionar empresas y modelos de negocio exitosos, innovadores ocasionando un impacto positivo en el desarrollo económico y social de una región e incluso del país.

Sin embargo, estas instituciones tienen dentro de sus estudiantes, personas que han iniciado sus negocios, como una alternativa al empleo, o como una actividad adicional que les permite acceder a otros recursos económicos y que no han tenido incidencia directa de la universidad en sus emprendimientos. Estas personas, que combinan su actividad empresarial con sus estudios profesionales, son el centro de este estudio. Para este caso particular, el propósito fue identificar los estudiantes de la Universidad Militar Nueva Granada que han desarrollado emprendimientos y analizar las características que tienen, para, en un momento posterior, diseñar actividades que impacten positivamente sus capacidades emprendedoras. El emprendimiento es definido por la Real Academia de la Lengua como la capacidad de “acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”. (RAE, 2014). El emprendedor es entonces esa persona que tiene iniciativa para asumir acciones riesgosas, que implican algún grado de dificultad. En Colombia, en la Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento, se define como una persona con capacidad de innovar, es decir con capacidad para generar bienes o servicios de forma creativa, responsable y efectiva. Un estudio llevado a cabo por Moriano, Palaci y Morales (2006) concluye que los estudiantes universitarios tienen más intenciones de trabajar como empleados, que de desarrollar su carrera profesional a través del emprendimiento. afirma el estudio también.

■ AREA, LINEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACION

2.1. AREA DE INVESTIGACIÓN

GESTION DE LAS ORGANIZACIONES Y SOCIEDAD

2.2. LINEA DE INVESTIGACIÓN

EMPRENDIMIENTO

2.3. PROGRAMA

La investigación está contenida dentro del programa Administración de Empresas

2.4. TEMA DE INVESTIGACIÓN

Nivel de emprendimiento en estudiantes del programa de Administración de Empresas y Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca Girardot

3. PROBLEMA

3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Colombia viene haciendo esfuerzos grandes para impulsar el emprendimiento desde la ley 1014 de 2006 que persigue: “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país”. Así como también la Ley 1780 de 2016 que busca promover la creación de nuevas empresas jóvenes, el propósito.

La ley 1014 de emprendimiento asigna a las Instituciones de Educación Superior (IES) la responsabilidad de formar competencias emprendedoras en los estudiantes y la Universidad de Cundinamarca viene trabajando en la creación e implementación de un modelo que permita incluir en los planes de estudios de todos los programas académicos que ofrece módulos de emprendimiento, pero aún no se ha terminado de diseñar.

Una de las maneras de generar empleos es a través del fomento e impulso a los emprendimientos, de esta manera puede mejorar la calidad de vida de los colombianos, aprovechando los adelantos científicos y tecnológicos en el mundo y la facilidad con que los jóvenes se interesan por el manejo de las herramientas tecnológicas, el uso de la web y redes sociales, medios que promueven y dan a conocer las empresas que van surgiendo.

Las empresas en diferentes momentos presentan aumentos y disminuciones en sus utilidades, de acuerdo al comportamiento del mercado y a la incidencia que en ocasiones tienen las políticas económicas y tributarias, la banca por mucho tiempo no fue muy cercana a los pequeños empresarios y emprendedores, ello lleva a resultados no favorables de rentabilidad y liquidez en las organizaciones. El gobierno nacional y algunos gremios económicos a través del congreso en 2018 impulsaron un proyecto que le diera un empujón al emprendimiento.

Juan Camilo Quintero¹, gerente nacional de innovación y emprendimiento de la ANDI al respecto afirma: “se trata de generar herramientas prácticas que quíen las

¹ Revista Dinero. Alistan esfuerzo legislativo para darle un 'empujón' al emprendimiento, Agosto 11 de 2018, <https://www.dinero.com/edicion-impresa/negocios/articulo/proyecto-de-ley-para-el-emprendimiento-en-colombia/263957>

políticas públicas para incentivar un ecosistema emprendedor, ahora que hablamos de Economía Naranja y digitalización, y permita desarrollar herramientas para el crecimiento, la internacionalización y acceso a mercados; la financiación del desarrollo emprendedor y la formación del emprendimiento y la innovación”.

También busca armonizar los conceptos alrededor de la innovación, qué es un vehículo de capital emprendedor, qué son mecanismos de financiación basados en tecnología y qué es vigilancia e inteligencia competitiva.

En la seccional Girardot de la Universidad de Cundinamarca se ofrecen los programas de Ingeniería Ambiental, Enfermería, Tecnología en Gestión Turística y Hotelera y Administración de Empresas, pero no se conoce el estado del emprendimiento en cada uno de los estudiantes de la seccional, es decir, cuántos de ellos tienen o reciben formación y estimulación hacia el emprendimiento, si los jóvenes han logrado crear propuestas innovadoras convirtiéndolas en oportunidades de empresas, que apoyo u orientación han recibido.

Es importante conocer cómo desde el interior de la universidad puede brindarse asesoría, motivación y apoyo a los estudiantes emprendedores para que construyan propuestas innovadoras, más aún si cuenta con el Centro de Innovación, Tecnología y Gestión Organizacional CITGO organismo que puede realizar esta labor. Por ello se quiere conocer cuál es el nivel de emprendimiento inicialmente con el programa Administración de Empresas y Tecnología en Gestión Turística y Hotelera.

3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el nivel de emprendimiento de los estudiantes de Administración de Empresas y Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de emprendimiento presente en los estudiantes de Administración de Empresas y Tecnología en gestión turística y hotelera de la Universidad de Cundinamarca seccional Girardot

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar los factores humanos emprendedores que caracterizan a los estudiantes, influencia familiar, contexto sociocultural.
- Establecer las capacidades conceptuales emprendedoras que tienen los estudiantes, la fuerza emprendedora relacionada con el nivel de emprendimiento.
- Plantear estrategias que conduzcan al impulso del emprendimiento en los estudiantes
-

5. JUSTIFICACIÓN

Algunos de los desafíos en materia de emprendimiento se remiten a las instituciones educativas, pues juegan un papel de gran importancia en el desarrollo del tema, debido a su posibilidad de formar y acompañar a los estudiantes en el proceso de creación de empresas, a través de conferencias y programas académicos.

Francisco Matiz, docente de la Universidad EAN, afirma² que: “Es necesario abordar la problemática desde un enfoque más integral y sistémico donde los emprendedores puedan ser encauzados desde la conceptualización de sus iniciativas empresariales, la cualificación de sus equipos gestores y la financiación y acompañamiento a sus iniciativas, que podrán tener más impacto y posibilidades de supervivencia en la medida en que se vinculen a procesos asociativos”

El emprendimiento³ logra así tomar gran importancia para todos aquellos que no logran obtener un empleo significativo que los satisfaga o que desean ser independientes buscando estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos existentes han creado en las personas la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, de pasar de empleados a ser empleadores. Todo esto sólo es posible, por supuesto, si se tiene un espíritu emprendedor.

Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento y han creado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de iniciar su propia unidad productiva. Casi todos los países tienen organismos dedicados exclusivamente a promover la creación de empresas por profesionales y por quienes tengan conocimientos específicos de un producto o servicio y puedan ofrecerlo por cuenta propia, se debe consolidar un conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas que conduzcan a las personas a ser emprendedoras; para esto es preciso la formación de competencias básicas laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), reporte liderado por el Babson College y el London Business School, Colombia es uno de los países más

² Matiz Francisco. Problema del desempleo en Colombia y el emprendimiento como un generador de nuevos trabajos. 23 julio 2018. <https://www.cvn.com.co/emprendimiento-en-colombia/>

³ Parafraseando a Arboleda Castro María Elvira. El emprendimiento: una respuesta al desempleo en Colombia. https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/8_desempleo.pdf

emprendedores del mundo y ocupa el tercer lugar de una muestra de 43 países, después de Bolivia y Perú. Cerca de seis millones quinientos mil adultos colombianos entre 18 y 64 años están iniciando una actividad empresarial que ha funcionado por un tiempo inferior a cuarenta y dos meses.

Todo lo anterior muestra que de una u otra manera se hacen esfuerzos para impulsar el emprendimiento. La Universidad de Cundinamarca no es ajena a esta iniciativa y ha decidido implementar un eje transversal de emprendimiento en todos los programas académicos que ofrece. También se creó la oficina CITGO (Centro de Innovación Tecnología y Gestión Organizacional) (UCundinamarca, 2018) y se promueve el desarrollo de una cultura del emprendimiento.

La Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables cuenta con dos programas académicos en la seccional Girardot, y teniendo en cuenta el deseo de la Universidad de Cundinamarca de impulsar el emprendimiento, se quiere iniciar este estudio con los dos programas Administración de Empresas y Tecnología en Gestión Turística y Hotelera buscando conocer quiénes de los estudiantes consultados tienen aptitudes hacia el emprendimiento, si lo han hecho alguna vez y qué conocimientos presentan de ello. Una vez realizada la investigación se quiere dar esta información al CITGO para que les brinde acompañamiento y asesoría, en su fortalecimiento o en su fase de inicio.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1. MARCO TEÓRICO

ESPIRITU EMPRESARIAL

“El espíritu empresarial desempeña un papel básico en todo proceso de desarrollo humano y social, este espíritu emprendedor ha sido el responsable de sacar al ser humano de su estado primitivo proporcionándole fuego y herramientas para hacer su trabajo más fácil”⁴. Además, ha sido responsable de la creación de las grandes culturas que han existido a lo largo de la historia y de todo el desarrollo que se ha heredado de ellas. Ha sido responsable también de los grandes movimientos religiosos, artísticos y científicos venciendo así sistemas políticos que trataron por años acabar este espíritu empresarial existente en los seres humanos.

El espíritu empresarial, entonces, es un reto de desarrollo de cada persona que busca por naturaleza la independencia, es un proceso puramente humano que se hace más fuerte dependiendo del grado en que cada persona decida asimilarlo convirtiéndolo en su vida para cumplir logros. Este espíritu empresarial tiene su importancia, como se ha dicho anteriormente, desde mucho tiempo atrás debido a que las actividades de una población y los valores de una sociedad han sido modelados básicamente por la capacidad de las sociedades de crear empleo. “En el caso de América Latina, este fenómeno se dio con una mayor intensidad desde la década de los años 40, en la cual la mayoría de estos países iniciaron el proceso de industrialización creando así demandas por empleo”⁵

La necesidad que tiene Colombia de crear más empresas con el ánimo de disminuir la tasa de desempleo hace que se tomen medidas al respecto, generando una cultura hacia el emprendimiento desde las diferentes instituciones educativas, despertar el espíritu empresarial de niños y jóvenes es tarea de todos, con ello se proporciona un camino a seguir y los chicos pueden diseñar su proyecto de vida con mayor facilidad, haciendo algo que les guste y ayude a mejorar sus condiciones de convivencia y calidad de vida.

⁴ Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, 2001. Pg.60

⁵ Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, 2001. Pg. 9

EMPRENDIMIENTO

“El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto⁶ que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación⁷. La definición anterior puede complementarse con las siguientes definiciones acerca de la actividad emprendedora: “La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991)⁸ “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson 1983, 1985, 1990, 2000). Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés entrepreneur (pionero), y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos.

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores. Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para

⁶ Nassir Sapag Chain define a un proyecto de la siguiente manera: “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.”

⁷ Según Peter F. Drucker la innovación es “el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente.”

⁸ Definición citada por Mario Dehter en su artículo “Intraempreneurship” (2001). Lic. Maria Marta Formichella – EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL

poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad.

El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, ya que el emprendedor no piensa su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro". (Formichella, 2004)

EMPRENDIMIENTO Y DESEMPLEO

Continuando con el estudio realizado por la licenciada María Marta Formichela, presenta conceptos de algunos autores donde relacionan el desempleo con el emprendimiento:

Audretsch (2002) afirma que la relación entre desempleo y emprendimiento es ambigua. Por una parte, al existir desempleo disminuye el costo de oportunidad de encarar un emprendimiento. En este caso el aumento del desempleo guía el inicio de actividades independientes porque ha bajado el costo de oportunidad de estar empleado en una empresa. Por otra parte, dado que el desempleado tiende a poseer bajas dotaciones de capital humano y poco del talento requerido para empezar y sostener una nueva firma, en este aspecto el alto desempleo se asocia con un bajo grado de inicio de actividades. A su vez, un bajo porcentaje de emprendimiento puede ser consecuencia de bajos niveles de crecimiento económico. Lo cual refleja también altos niveles de desempleo. En este punto, también estaría asociado el alto desempleo con bajos niveles de emprendimiento. Por otro lado, también se debe considerar que, al aumentar el número de emprendimientos, tiende a disminuir el número de desempleados. Porque el emprendedor ya no está desempleado y porque de su emprendimiento pueden surgir nuevos puestos de trabajo. Sin embargo, un bajo porcentaje de supervivencia de empresas combinado con el limitado crecimiento de la mayoría de las pequeñas empresas insinúa que la contribución al empleo es limitada, lo cual no es acorde con plantear la segura disminución del desempleo.

Por otra parte, destaca que las oportunidades de emprender no se asocian únicamente con la existencia de desempleo o de amenaza de desempleo. También existen los efectos producidos por la prosperidad económica, y por las actividades emprendedoras del pasado, entre otros. En suma, este autor resalta que no existe

una relación clara entre desempleo y emprendimiento, y se basa en evidencia empírica en relación a los países de la OCDE, estudiados en un período reciente. Sin embargo, expresa la importancia que puede tener el rol del emprendimiento para disminuir el desempleo. Y expresa la necesidad de estudiar estas relaciones en los países en vías de desarrollo.

Esta idea de la importancia del emprendimiento en la generación de empleo es coincidente con lo planteado por Alicia Chelen (1999). Ella expresa que por medio del aumento en las cualidades emprendedoras se crearían nuevas empresas pequeñas y medianas lo cual generaría aumentos en el empleo. Cabe destacar que por medio del emprendimiento no sólo puede disminuir el desempleo, sino que también existen efectos positivos que se generan en los individuos debido a que pasan de la baja autoestima de estar desempleados a la autovaloración de su tarea y en consecuencia de sí mismos (Duran y Lukez, 2003).

De acuerdo a lo expresado por cada uno de estos autores se tiene que el emprendimiento es un instrumento importante para los gobiernos y habitantes de una nación o región, porque a partir del emprendimiento se genera empleo y esto mejora el crecimiento económico, la calidad de vida de las personas; además hace que los seres humanos se sientan útiles cumpliendo un rol, brindándoles satisfacción, amor por sí mismos.

6.2. MARCO LEGAL

La ley N° 590, de 10 de Julio 2000

Es conocida como la LEY MIPYMES fue creada por el Congreso de Colombia. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo del micro, pequeñas y medianas empresa. La Ley Mi pyme creó el ámbito para que las entidades financieras y las ONG's especializadas en crédito microempresaria dirijan sus recursos a este segmento.

A continuación, se presenta un esquema que resume las leyes de emprendimiento y lo establecido a través del CONPES.

LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA



Ilustración 1 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

LEY

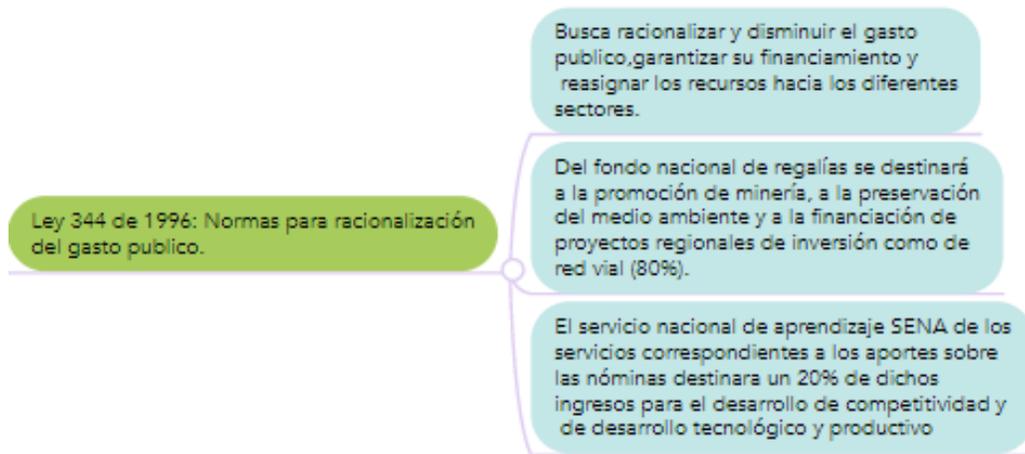


Ilustración 2 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

LEY

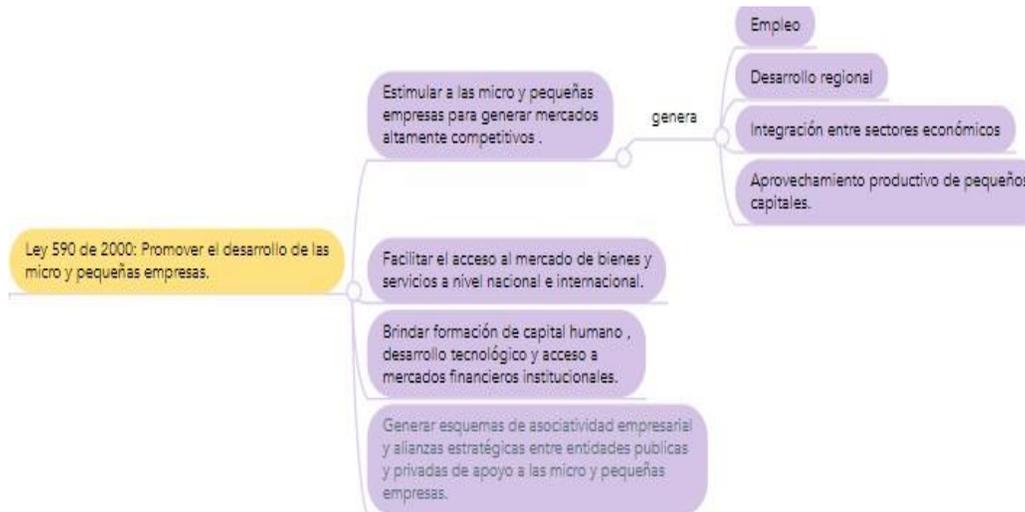


Ilustración 3 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

Fuente: Documento CONPES

LEY



Ilustración 4 LEYES DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

CONPES

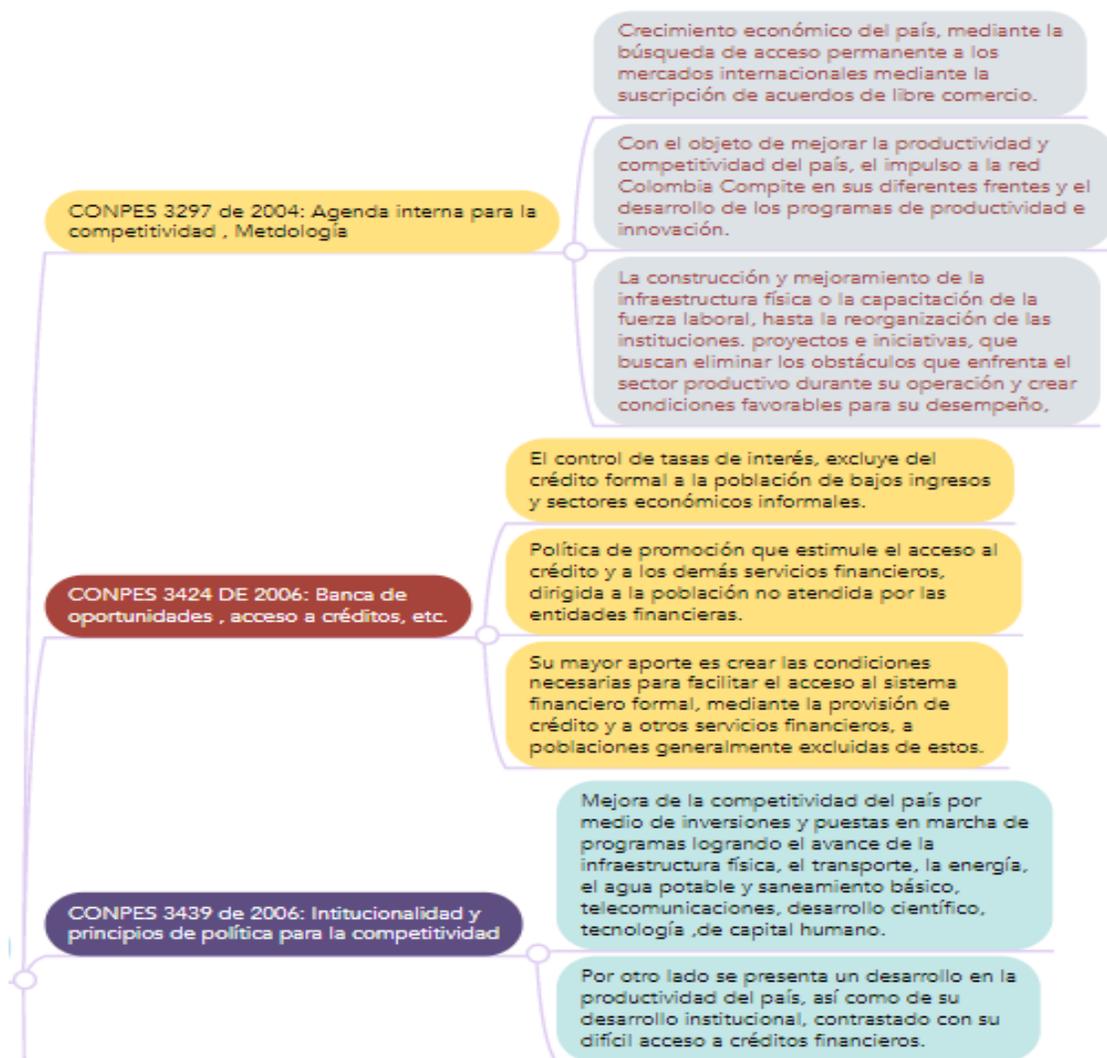


Ilustración 5 LEY CONPES

CONPES



Ilustración 6CONPES

Normatividad vigente para el emprendimiento en Colombia.

<https://www.mindmeister.com/es/754268201/normatividad-vigente-para-el-emprendimiento-en-colombia?fullscreen=1>

7. METODOLOGIA

7.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptivo, porque se describe una situación, en este caso el nivel de emprendimiento de los estudiantes de Administración de Empresas y Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot, Exploratoria porque ofrece un primer acercamiento al problema.

7.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Por su alcance este estudio se define a través de un diseño no experimental, descriptivo. Sus resultados permitirán caracterizar una situación particular a partir de los datos recolectados en un momento único en el tiempo.

7.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población o universo poblacional objeto de estudio serán los estudiantes objeto de estudio.

Administración de Empresas 471

Tecnología en Gestión Turística y Hotelera 96

Muestra:

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

N = Total población

Z = 1,90 al cuadrado (si la seguridad es 95%)

p = proporción esperada (55 = 0.05)

q = 1-p (1-0,05 = 0,95)

d = precisión (5%)

Con un margen de error de 5% la muestra es de 212 en el caso de los estudiantes de Administración de empresas, y Tecnología en gestión turística y hotelera 49. Sin embargo, se enviaron a todos los semestres y en Administración se lograron obtener 89 encuestas respondidas frente a solo 4 de Turismo donde se logró la colaboración de la coordinadora del programa y una docente quienes les enviaron los links a los estudiantes, pero no hubo acogida.

La situación de emergencia sanitaria no permitió realizar la encuesta de forma física, se hubiera logrado la totalidad de la muestra en cada programa, pero se considera que especialmente en el programa de Administración se obtuvo un buen número de formularios diligenciados.

8. FACTORES HUMANOS EMPRENDEDORES QUE CARACTERIZAN A LOS ESTUDIANTES

La Ley 1014 del 2006⁹ en sus disposiciones generales define al emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia la empresa, la economía y la sociedad”. Igualmente, define Emprendedor así: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Tratándose de una persona el emprendedor debe poseer unas cualidades necesarias para actuar como empresario y asumir adecuadamente los inconvenientes de diferente tipo que pueden surgir durante la fase de implementación y puesta en marcha, evitando el declive y fracaso del proyecto que desee adelantar.

Se comienza con los rasgos generales que caracterizan a los estudiantes objeto de estudio como son la edad, género, semestre que adelantan, programa académico, jornada en que asisten a clases, estrato socioeconómico, hijos.

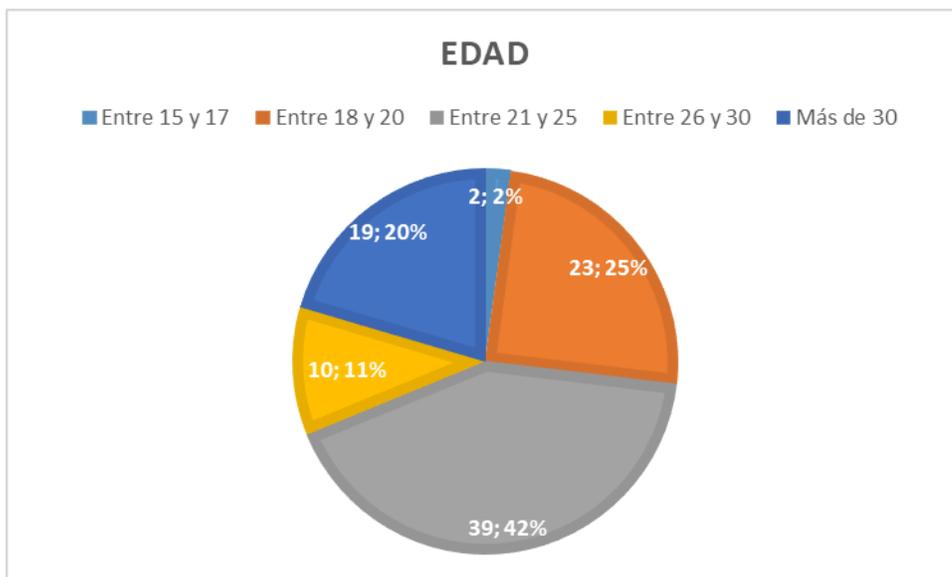
Posteriormente, se pregunta acerca de la presencia o no de negocios en la familia, tipo de empresa conformada, sector al que pertenecen, la forma como generan ingresos los estudiantes o si son dependientes económicamente.

⁹ Congreso de la República. Senado. Ley 1014 de 2006.
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Tabla 1 EDAD

Rango de Edad	Cantidad
Entre 15 y 17	2
Entre 18 y 20	23
Entre 21 y 25	39
Entre 26 y 30	10
Más de 30	19

grafica 1EDAD



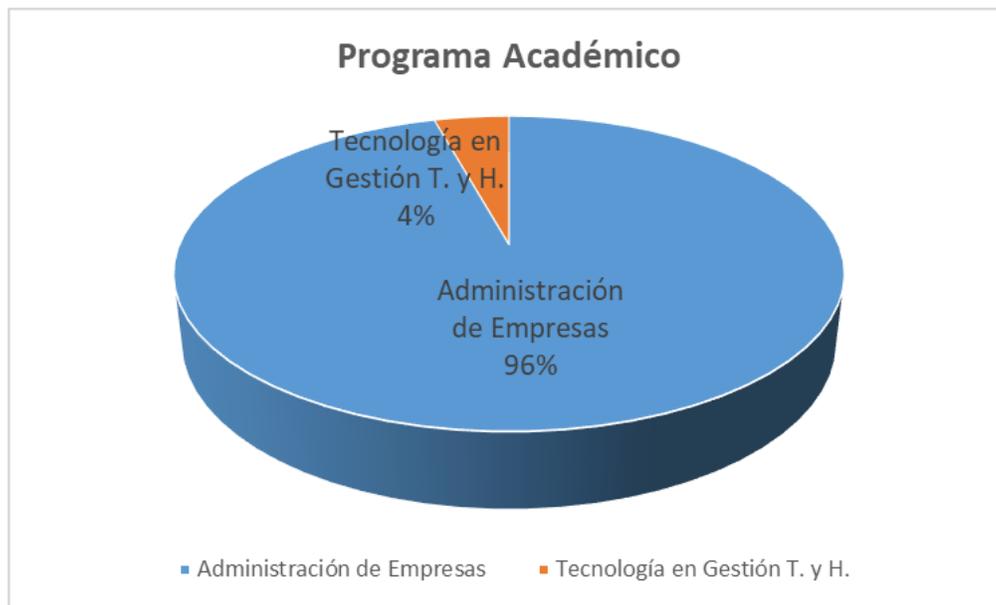
Fuente: elaboración propia

La mayor cantidad de estudiantes encuestados tienen entre 21 y 25 años de edad equivalentes a 39 (42%), le sigue quienes tienen entre 18 y 20 años, es decir, 23 (25%), más de 30 respondieron (20%), entre 26 y 30 hay 10 estudiantes (11%) y finalmente los más jóvenes entre 15 y 17 son 2 (2%). Los resultados dejan ver que los estudiantes son personas jóvenes con el ánimo de alcanzar su título profesional.

Tabla 2 TABLA PROGRAMA ACADÉMICO

Programa Académico	cantidad
Administración de Empresas	89
Tecnología en Gestión T. y H.	4

grafica 2 TABLA PROGRAMA ACADÉMICO



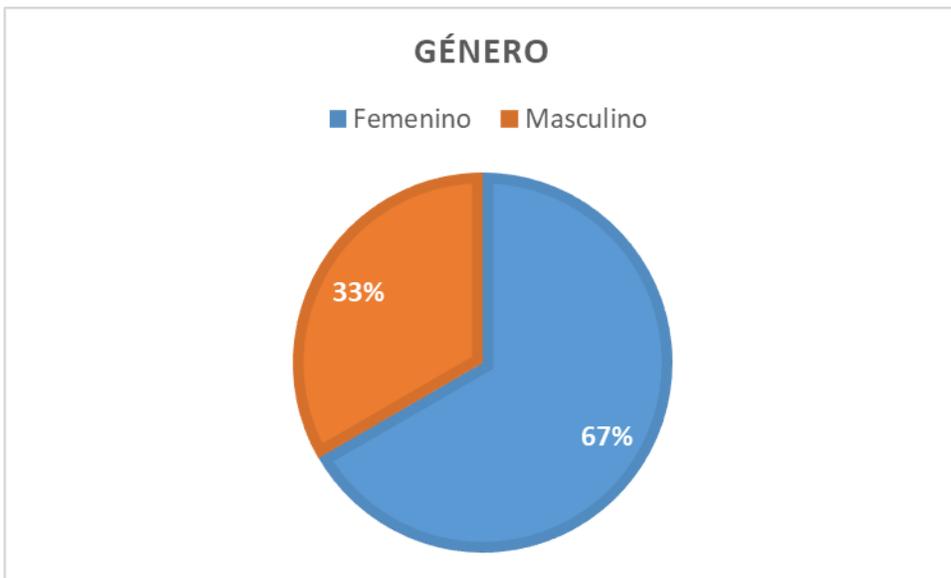
Fuente: elaboración propia

La encuesta fue respondida en mayor proporción por los estudiantes de Administración de Empresas 89 (96%) frente a 4 de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera (4%). A pesar de haberla mantenido durante bastante tiempo no hubo los resultados esperados, pero con la extensión de la cuarentena por el gobierno nacional se resolvió trabajar con ese número.

Tabla 3 TABLA GÉNERO

Género	Cantidad
Femenino	62
Masculino	31

grafica 3 TABLA GÉNERO



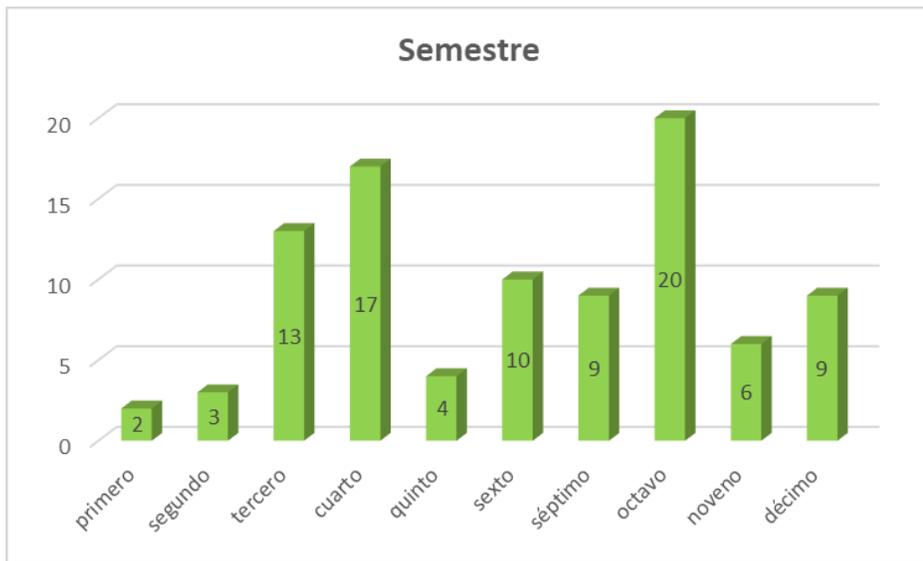
Fuente: elaboración propia

Las mujeres respondieron en mayor cantidad la encuesta 62 (67%) frente al número de los hombres 31 (33%). La tendencia de género en el programa Administración de Empresas siempre se inclina más hacia las mujeres con una ligera disminución en el número de hombres matriculados.

Tabla 4 SEMESTRE

Semestre que cursa	Cantidad	%
primero	2	2%
segundo	3	3%
tercero	13	14%
cuarto	17	18%
quinto	4	4%
sexto	10	11%
séptimo	9	10%
octavo	20	22%
noveno	6	6%
décimo	9	10%

grafica 4 SEMESTRE



Fuente: elaboración propia

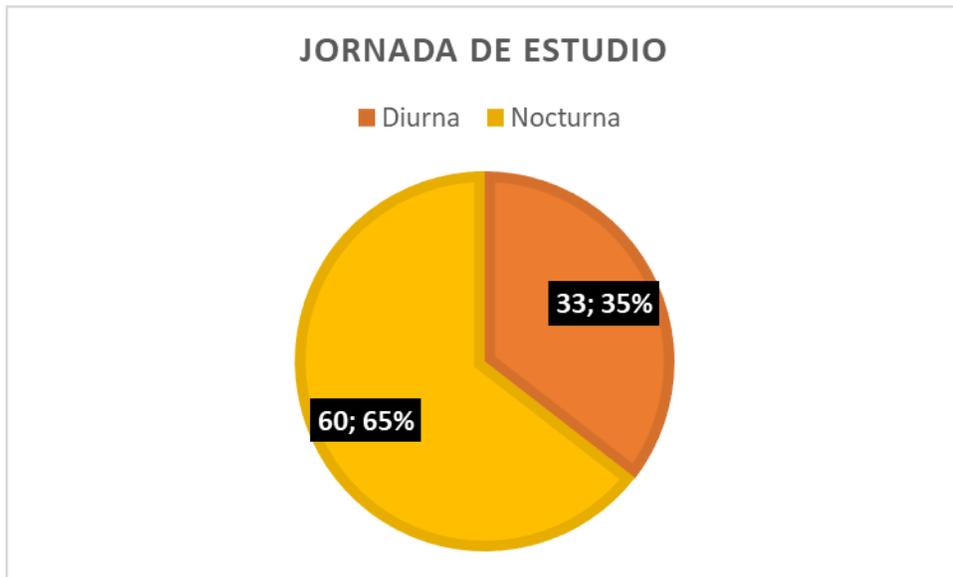
El mayor número de estudiantes que respondieron la encuesta se encuentran adelantando octavo semestre en el primer período académico de 2020 equivalente a 20 (22%) y corresponden al programa de Administración de Empresas, le siguen quienes adelantaban cuarto semestre con 17 (18%), de tercero fueron 13 (14%) de los cuales 2 personas pertenecen al programa de Tecnología en Gestión Turística

y Hotelera, 10 estaban en sexto semestre (11%), de séptimo y décimo participaron en el sondeo 9 personas por cada grupo.

Tabla 5 JORNADA

Jornada de estudio	Cantidad
Diurna	33
Nocturna	60

grafica 5 JORNADA



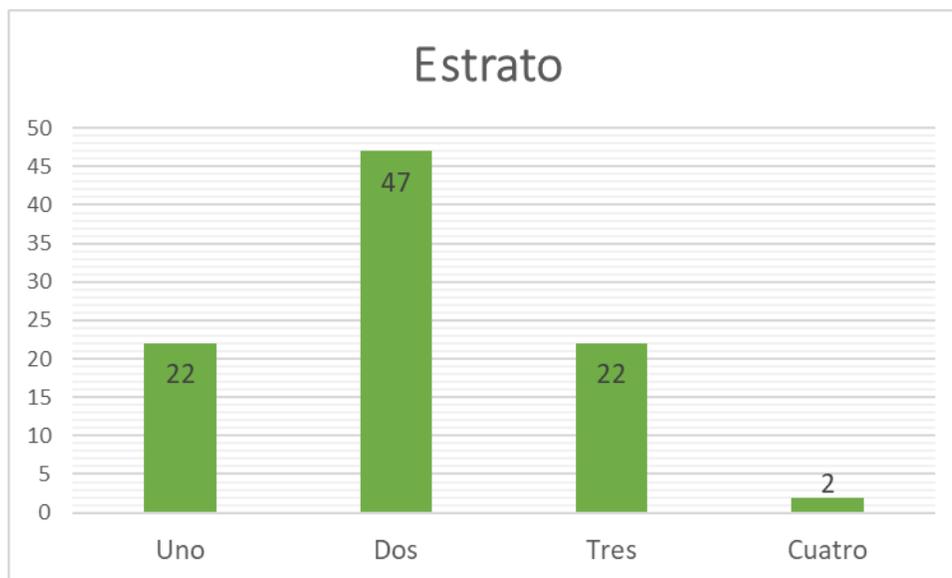
Fuente: elaboración propia

El 65% de los estudiantes encuestados estudian en el horario nocturno, mientras 33 lo hacen durante el día (35%), los estudiantes de Tecnología reciben clases durante la noche. El mayor número de estudiantes del Programa de Administración de Empresas se encuentra matriculado en el horario nocturno, mientras en el día asisten entre 10 y 16 jóvenes a clase, en la noche oscila entre 15 y 35 estudiantes. Es de aclarar que gran parte de los jóvenes que inician estudiante en horario diurno, se cambian de jornada con el ánimo de conseguir trabajo e ir ganando experiencia.

Tabla 6 ESTRATO

Estrato Socio-Económico	Cantidad	%
Uno	22	24%
Dos	47	51%
Tres	22	24%
Cuatro	2	2%

grafica 6 ESTRATO



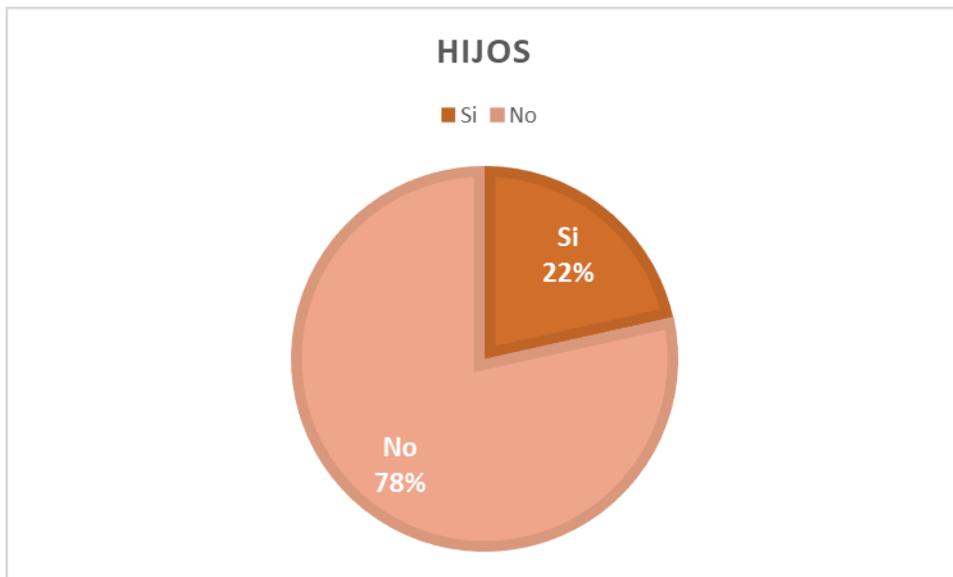
Fuente: elaboración propia

La Universidad de Cundinamarca es una institución pública razón por la cual la mayor parte de los estudiantes pertenecen a los estratos inferiores, como se observa en la gráfica 47 personas afirmaron que son de estrato dos (51%), 22 (24%) corresponden a estrato 1, al igual 22 (24%) están en estrato 3 y con la mínima participación hay 2 personas (2%) que dicen tener estrato 4. La Universidad es de carácter público y brinda mayores posibilidades a los jóvenes de escasos recursos dado el costo bajo de la matrícula.

Tabla 7 HIJOS

Hijos	Cantidad	%
Si	20	22%
No	73	78%

grafica 7 HIJOS



Fuente: elaboración propia

Gran parte de la población encuestada 78% no tiene hijos mientras el 22% respondió de forma afirmativa, se trata de universitarios jóvenes. Este hecho permite que puedan destinar más tiempo y dinero para iniciar un proyecto si así lo desean.

Tabla 8 CREACION DE EMPRESA NUCLEO FAMILIAR

Creación de empresa núcleo familiar	Cantidad	%
Si	53	57
No	40	43

grafica 8 CREACION DE EMPRESA NUCLEO FAMILIAR



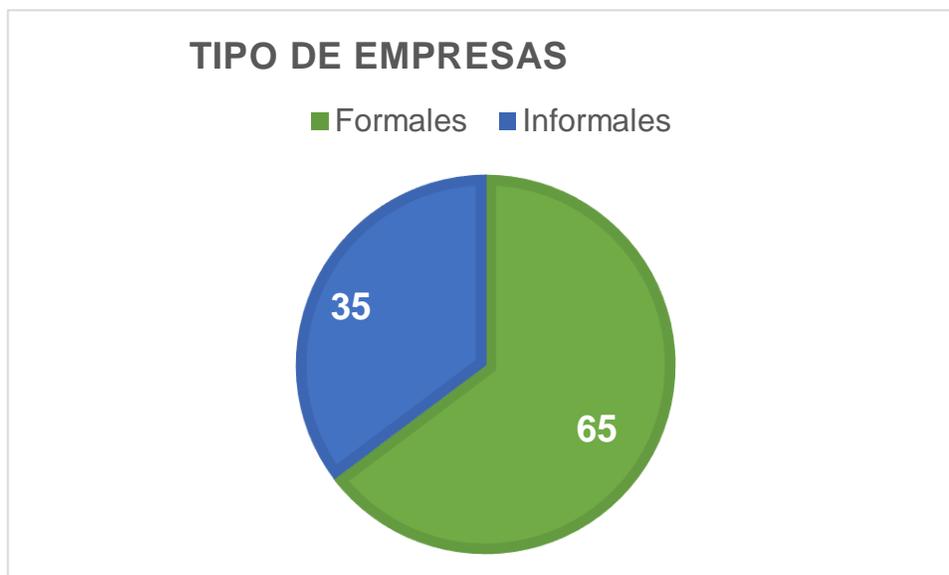
Fuente: elaboración propia

Al preguntarle a los estudiantes si en la familia han creado empresa 53 (57%) respondieron positivamente mientras 40 (43%) dijeron no. Esto puede influenciar sobre los jóvenes para atreverse a emprender aplicando los conocimientos que van adquiriendo en su proceso de formación

Tabla 9 TIPO DE EMPRESA CONFORMADA

Tipo de empresas	Cantidad	%
Formales	44	65%
Informales	24	35%

grafica 9 TIPO DE EMPRESA CONFORMADA



Fuente: elaboración propia

De las 68 empresas conformadas por los familiares de los estudiantes encuestados 44 (65%) dijeron son formales y 24 (35%) las calificaron como informales.

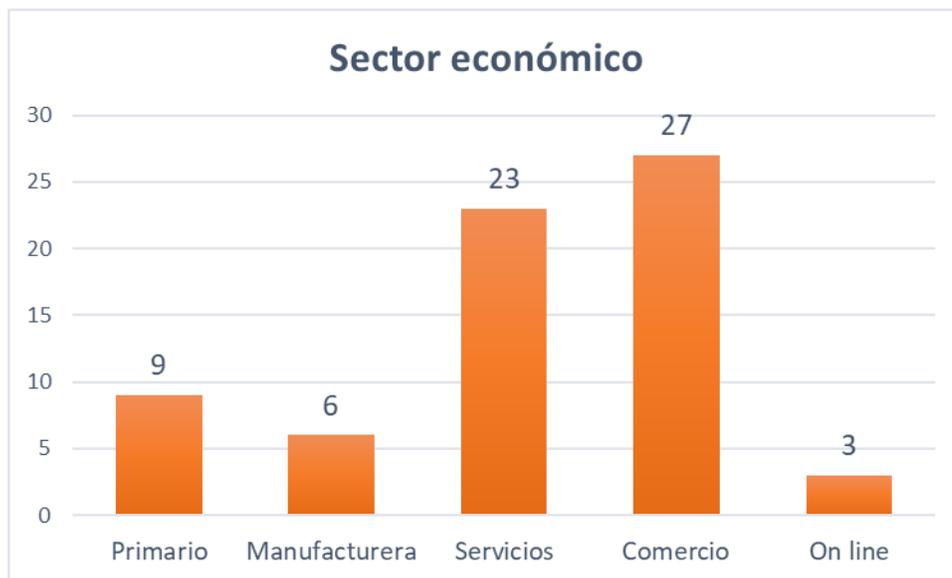
Al revisar a que semestre pertenecen en cuanto a las empresas de carácter informal se tiene: primero (2), segundo (1), tercero (2), cuarto (3), quinto (0), sexto (4), séptimo (1), octavo (6), noveno (2) y décimo (2). Hay de todos los semestres representación, no influye mucho la preparación de los estudiantes, la informalidad puede deberse a recursos económicos u otros factores.

Las empresas formales corresponden a familiares de estudiantes en: primero (0), segundo (2), tercero (8), cuarto (10), quinto (2), sexto (4), séptimo (6), octavo (8), noveno (1) y décimo (3). La mayoría pertenecen a chicos de octavo semestre.

Tabla 10 SECTOR ECONÓMICO

Sector al cual pertenecen	Cantidad	%
Primario	9	13%
Manufacturera	6	9%
Servicios	23	34%
Comercio	27	40%
On line	3	4%

gráfica 10 SECTOR ECONÓMICO



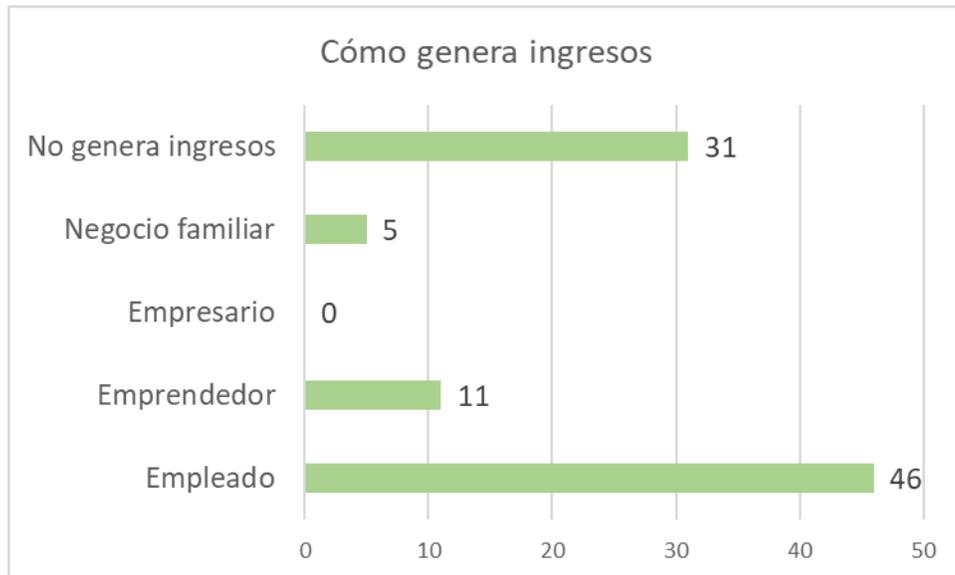
Fuente: elaboración propia

Las empresas de comercio y servicios son las que mayor participación tienen de acuerdo a lo observado en la gráfica equivalentes al 74%, seguidas por las del sector primario (agricultura, minería, ganadería) las cuales fueron 9 (13%), manufactura 6 (9%) y por último las On Line 3 (4%)

Tabla 11 GENERAR INGRESOS

Actividades para generar ingresos	Cantidad	%
Empleado	46	49%
Emprendedor	11	12%
Empresario	0	0%
Negocio familiar	5	5%
No genera ingresos	31	33%

grafica 11 GENERAR INGRESOS



Fuente: elaboración propia

Los ingresos generados por los estudiantes encuestados los obtienen a través de: trabajo como empleados 46 personas (49%) casi la mitad, emprendedores hay 11 (12%), Negocio familiar 5 (5%), no hay empresarios y no generan ingresos 31 (33%) es bastante representativo la tercera parte.

9. CAPACIDADES CONCEPTUALES Y FUERZA EMPRENDEDORA

Al pensar en determinar las capacidades conceptuales y fuerza emprendedora en los estudiantes universitarios objeto de estudio es importante tener en cuenta diferentes aspectos, como lo señala Varela:

“Para lograr sus metas, los emprendedores deben contar con valores como fuerza y vitalidad, un permanente deseo de superación y de progreso, capacidad y decisión para identificar oportunidades, destreza para crear e innovar permanentemente, así como tolerancia y disposición positiva hacia el cambio (Varela, 2008).

Para Varela et al (2011), el empresario potencial es aquella persona que todavía no ha dado inicio a su empresa y que está dispuesto o tiene la intención de hacerlo. Dentro de las aptitudes que debe tener el empresario, están sus percepciones sobre la existencia de oportunidades empresariales, su capacidad personal para llevarlas a cabo, las motivaciones que lo llevan a acometer el proceso empresarial, las aspiraciones personales y profesionales que tiene, así como el 21 temor al fracaso y la atención que los medios de comunicación dan a los nuevos empresarios”. (Plazas Gómez, 2015)

Se opta entonces por realizar preguntas que se desprenden de tres áreas:

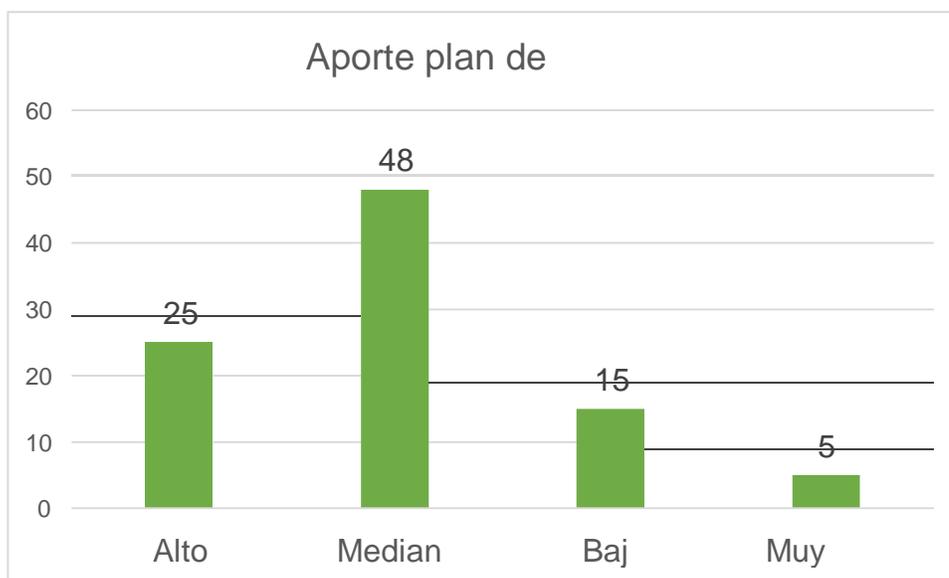
- a. Conocimientos y estos implican la manera como administración el tiempo, la capacidad de resolución de problemas, toma de decisiones, planeación y gestión, capacidad de negociación, competencias del negocio
- b. Relaciones personales: tienen que ver con la capacidad de asumir riesgos, manejo de estrés, responsabilidad – ética, confianza en sí mismo, sueños o logros por alcanzar, iniciativa.
- c. Relaciones interpersonales: implica trabajo en equipo, liderazgo, capacidad de motivar, comunicación

También se indaga por las competencias desarrolladas a través de la formación profesional, visión a mediano plazo respecto de si se ven como emprendedores o empleados.

Tabla 12 APORTE DE PLAN DE ESTUDIOS

Plan de estudios aporta capacidades emprendedoras	Cantidad	%
Alto	25	27%
Mediano	48	52%
Bajo	15	16%
Muy bajo	5	5%

grafica 12 APORTE DE PLAN DE ESTUDIOS



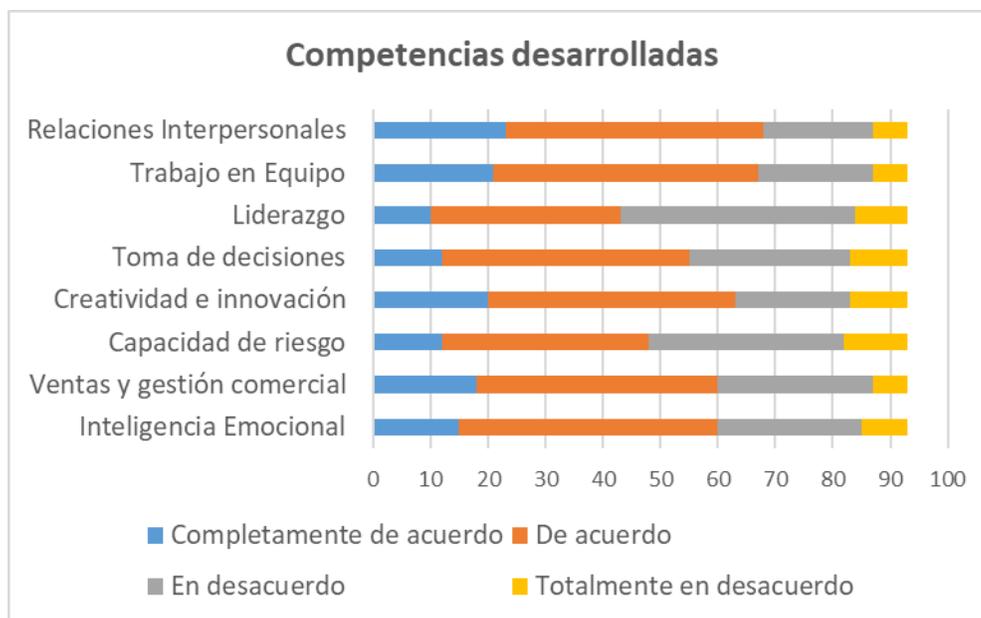
Fuente: elaboración propia

Los jóvenes universitarios consideran que el plan de estudios del programa académico que adelantan les aporta a sus capacidades emprendedoras en un nivel: Alto 25 (27%), Mediano 48 (52%), Bajo 15 (16%), Muy bajo 5 (5%).

Tabla 13 COMPETENCIAS DESARROLLADAS

Competencias desarrolladas	Completamente de acuerdo		De acuerdo		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo	
		%		%		%		%
Inteligencia Emocional	15	16 %	45	48 %	25	27 %	8	9 %
Ventas y gestión comercial	18	19 %	42	45 %	27	29 %	6	6 %
Capacidad de riesgo	12	13 %	36	39 %	34	37 %	11	12 %
Creatividad e innovación	20	22 %	43	46 %	20	22 %	10	11 %
Toma de decisiones	12	13 %	43	46 %	28	30 %	10	11 %
Liderazgo	10	11 %	33	35 %	41	44 %	9	10 %
Trabajo en Equipo	21	23 %	46	49 %	20	22 %	6	6 %
Relaciones Interpersonales	23	25 %	45	48 %	19	20 %	6	6 %

grafica 13 COMPETENCIAS DESARROLLADAS



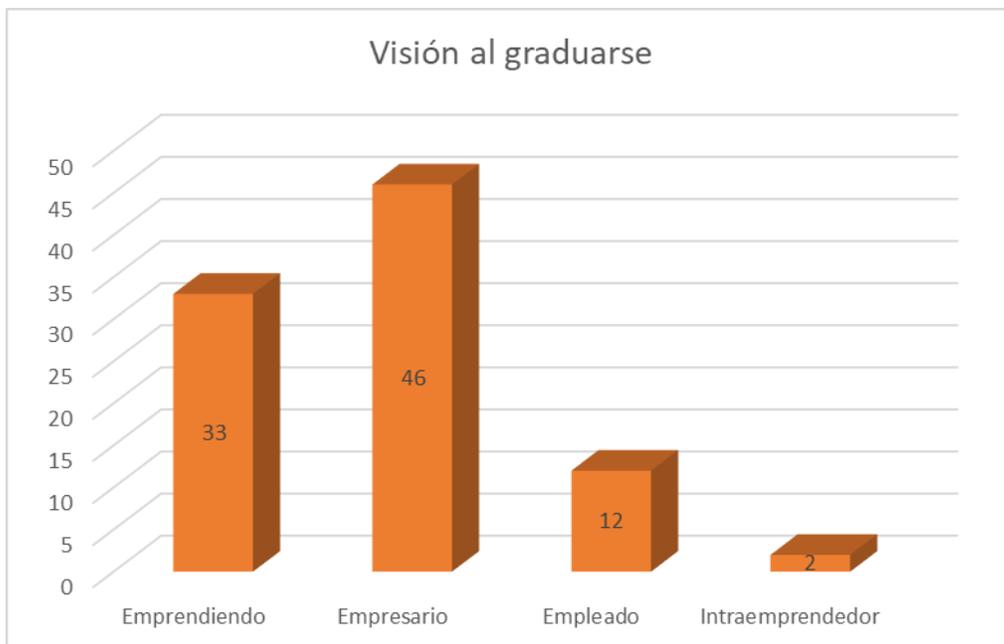
Fuente: elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos las competencias más desarrolladas según los estudiantes encuestados son el trabajo en equipo: 46 (49%), Relaciones interpersonales 45 (48%), la inteligencia Emocional 45 (48%), seguidas de la creatividad e innovación 43 (46%), Toma de decisiones 43 (46%) y ventas 42 (45%), las cuales fueron calificadas como de acuerdo y complementadas con la respuesta completamente de acuerdo. El liderazgo es quizás la competencia con menor valoración.

Tabla 14 VISIÓN AL GRADUARSE

Visión al culminar carrera	Cantidad	%
Emprendiendo	33	35%
Empresario	46	49%
Empleado	12	13%
Intraemprendedor	2	2%

grafica 14 VISIÓN AL GRADUARSE



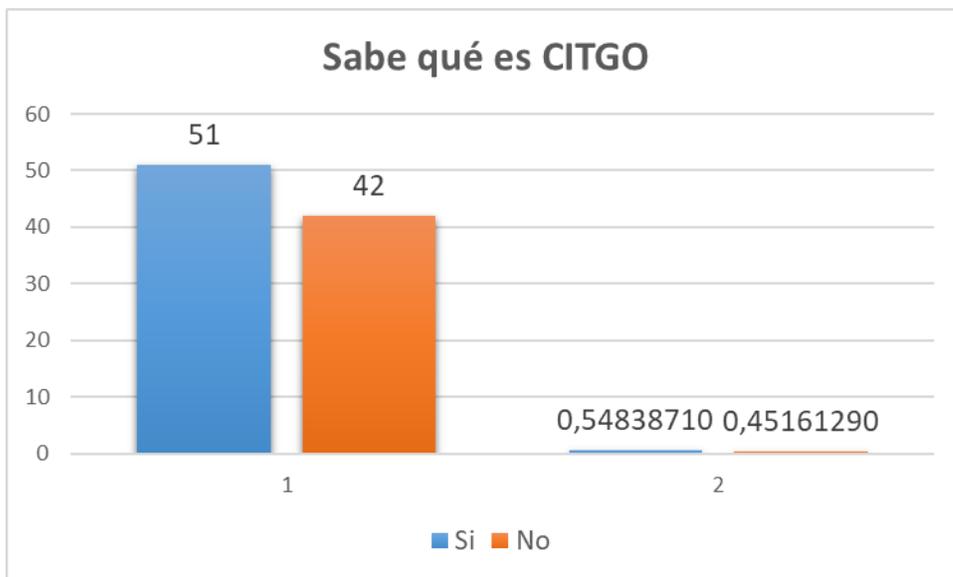
Fuente: elaboración propia

Los estudiantes consultados al preguntarles cómo se ven al culminar su carrera profesional respondieron: Empresario 46 (49%), Emprendiendo 33 (35%), Empleado 12 (13%) e intra-emprendedor 2 (2%), la tendencia hacia el emprendimiento o tener su propia empresa es la que marca la tendencia, más aún con el golpe sufrido por la economía mundial debido a la pandemia, muchas empresas se vieron obligadas a cerrar y el índice de desempleo se incrementó. Otra razón es el enfoque que quiere dar el programa académico de administración de formar profesionales con espíritu emprendedor y los estudiantes vienen asimilando esa tendencia.

Tabla 15 CONOCIMIENTO SOBRE CITGO

Sabe que es CITGO	Cantidad	%
Si	51	55%
No	42	45%

grafica 15 CONOCIMIENTO SOBRE CITGO



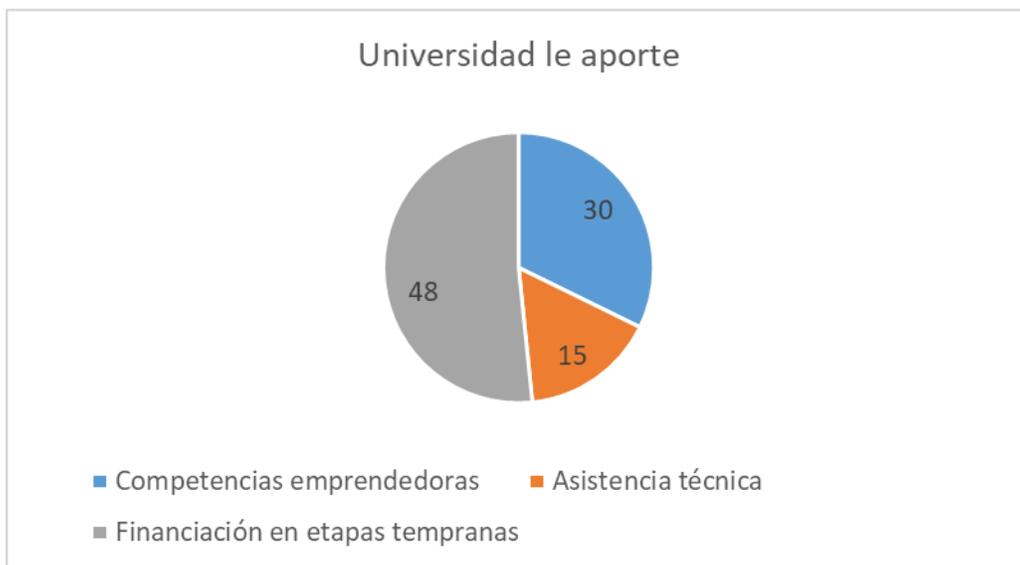
Fuente: elaboración propia

El Centro de Innovación, Tecnología y Gestión Organizacional CITGO es conocido por el 55% de los estudiantes consultados mientras 42 (45%) no saben qué es, a través de este organismo la Universidad de Cundinamarca busca impulsar y acompañar los proyectos y emprendimientos de la comunidad universitaria y la sociedad en general.

Tabla 16 QUÉ DESEA LE APORTE LA UNIVERSIDAD

Universidad le aporte	Cantidad	%
Competencias emprendedoras	30	32%
Asistencia técnica	15	16%
Financiación en etapas tempranas	48	52%

grafica 16 QUÉ DESEA LE APORTE LA UNIVERSIDAD



Fuente: elaboración propia

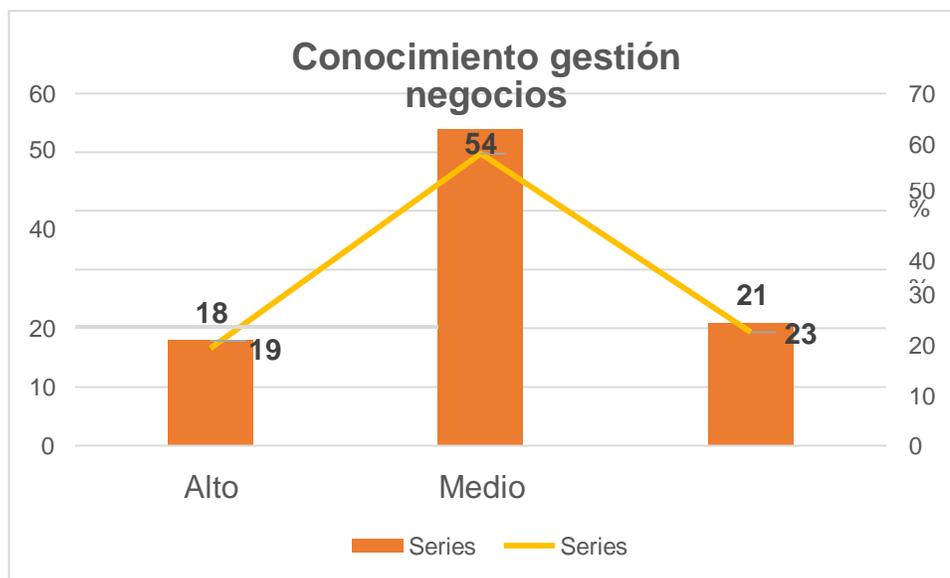
Los estudiantes consideraron de importancia y señalaron que desean la Universidad les apoye especialmente con la financiación de sus proyectos en etapas tempranas representados por 48 personas (52%), le sigue desarrollo de competencias emprendedoras 30 (32%) y por último asistencia técnica 15 (16%). Se obtuvo

similares resultados en la encuesta aplicada por el docente Guiovanni Quijano aplicada a los estudiantes de todos los programas y sedes del alma máter para su trabajo de tesis de maestría.

Tabla 17 CONOCIMIENTO SOBRE GESTIÓN DE NEGOCIOS

Conocimiento gestión de negocios	Alto	Medio	Bajo
	18	54	21
	19%	58%	23%

grafica 17 CONOCIMIENTO SOBRE GESTIÓN DE NEGOCIOS



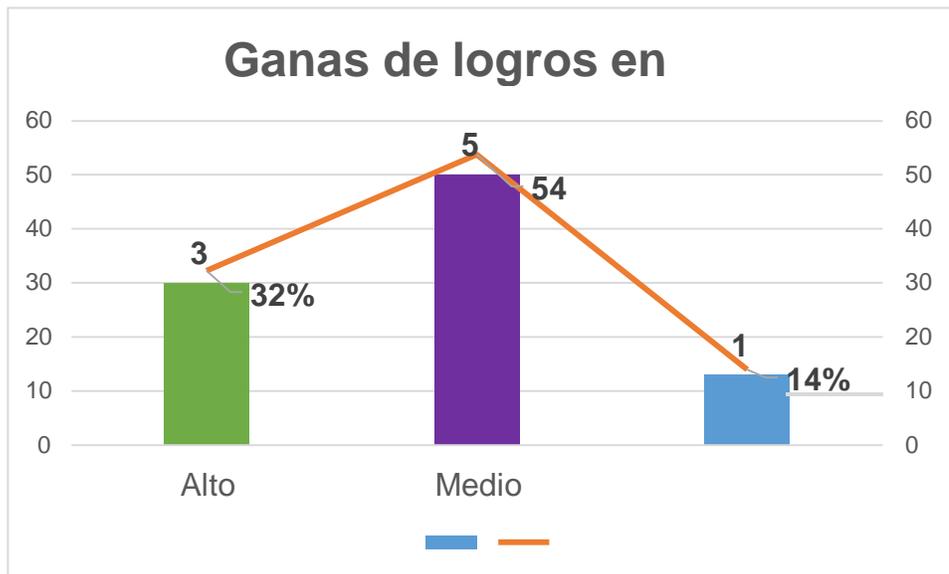
Fuente: elaboración propia

En cuanto al conocimiento en gestión de negocios que tienen los estudiantes lo califican en el nivel medio: 54 (58%), Alto: 18 (19%), Bajo 21 (23%). Más de la mitad lo consideran medio y corresponden a estudiantes de todos los semestres pero especialmente de quinto hacia décimo con un porcentaje del 65%, aunque en los dos programas los estudiantes al iniciar estudios se encuentran laborando y eso les da experiencia y conocimiento en los negocios.

Tabla 18 DESEOS EN GRANDE

Ganas de lograr grandes cosas	Alto	Medio	Bajo
	30	50	13
	32%	54%	14%

grafica 18 DESEOS EN GRANDE



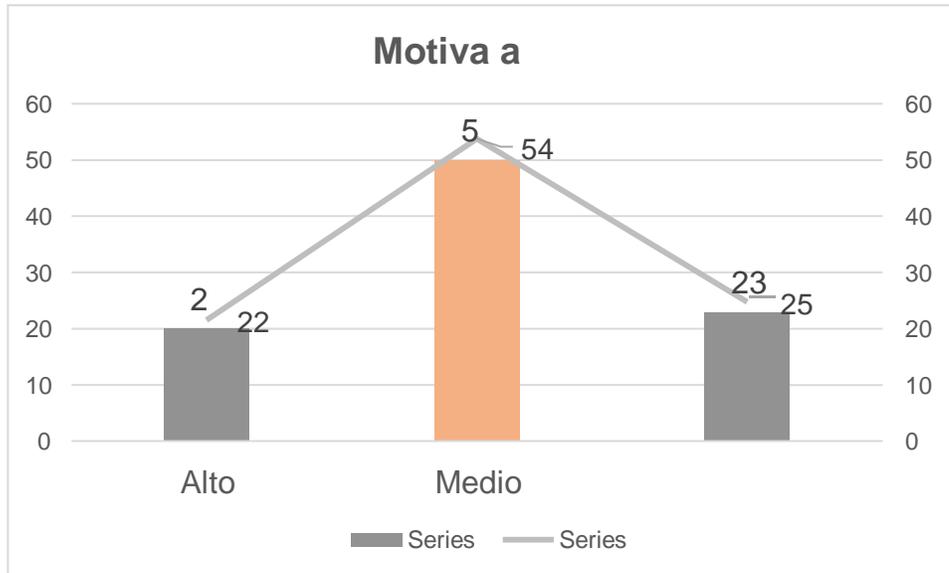
Fuente: elaboración propia

La mayor cantidad de respuestas relacionadas con las ganas de alcanzar logros en grande fue calificada en el nivel medio por los estudiantes 50 (54%), seguida del nivel alto con 30 personas (32%) y por último el nivel bajo 13 (14%). Son jóvenes universitarios que aún tienen tiempo para conseguir sus metas, sin embargo, no se atreven a valorarlo en gran proporción en un nivel alto. Este grado de confianza en sí mismo y en aquello que les ofrece el entorno es necesario para conseguir realizar sus proyectos emprendedores si los tienen.

Tabla 19 CAPACIDAD DE MOTIVAR

	Alto	Medio	Bajo
Motivar a otros	20	50	23
	22%	54%	25%

grafica 19 CAPACIDAD DE MOTIVAR



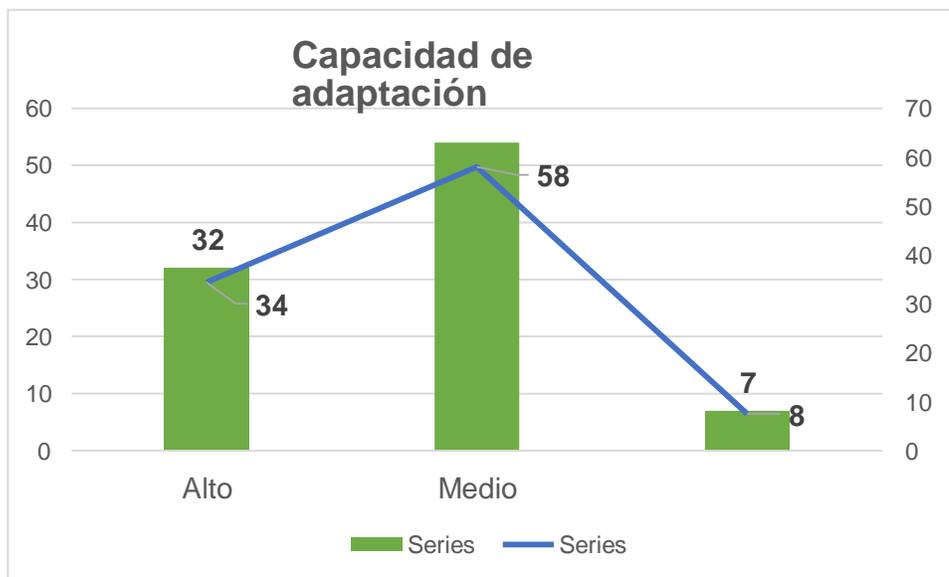
Fuente: elaboración propia

Solo 20 personas consideran que motivan a otros en un nivel alto equivalente al (22%), en el nivel medio hay 50 es decir, el (54%) y nivel bajo 23 (25%). Para ser emprendedor y líder debe desarrollarse la capacidad de motivar a los demás y de esta manera conseguir los propósitos que se persiguen.

Tabla 20 CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN

	Alto	Medio	Bajo
Capacidad de adaptación	32	54	7
	34%	58%	8%

grafica 20 CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN



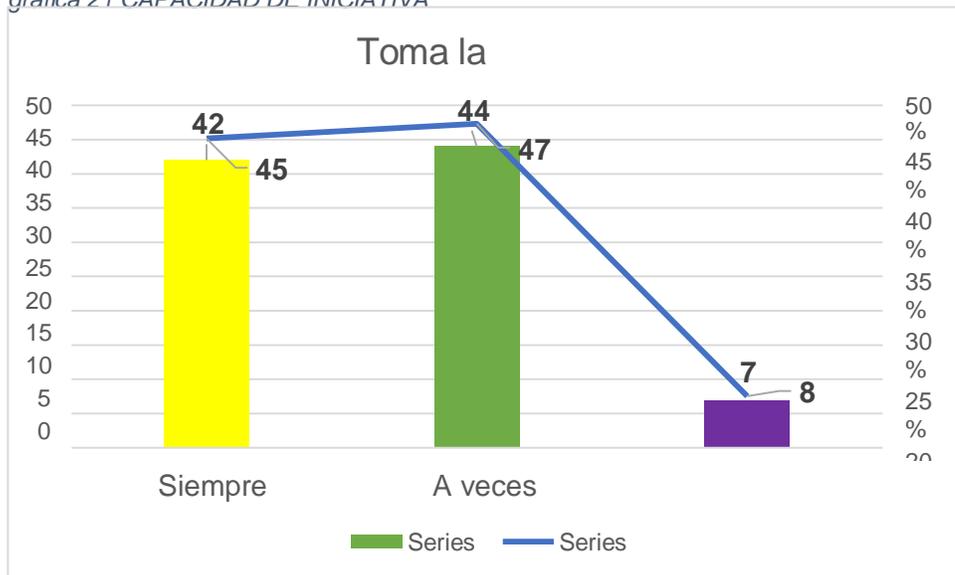
Fuente: elaboración propia

La capacidad de adaptación fue calificada especialmente en el nivel medio por 54 de los estudiantes equivalente al 58%, seguida del nivel alto con 32 personas (34%) y nivel bajo solo 7 estudiantes (8%). La capacidad de adaptación se relaciona con la capacidad para responder a condiciones cambiantes, es ahí donde el emprendedor utiliza sus recursos y conocimientos para hacer frente a esos cambios, aprender y desaprender, de esta manera podrá responder a la dinámica del entorno y a las exigencias que se presenten

Tabla 21 CAPACIDAD DE INICIATIVA

	Siempre	A veces	Nunca
Toma la iniciativa	42	44	7
	45%	47%	8%

grafica 21 CAPACIDAD DE INICIATIVA



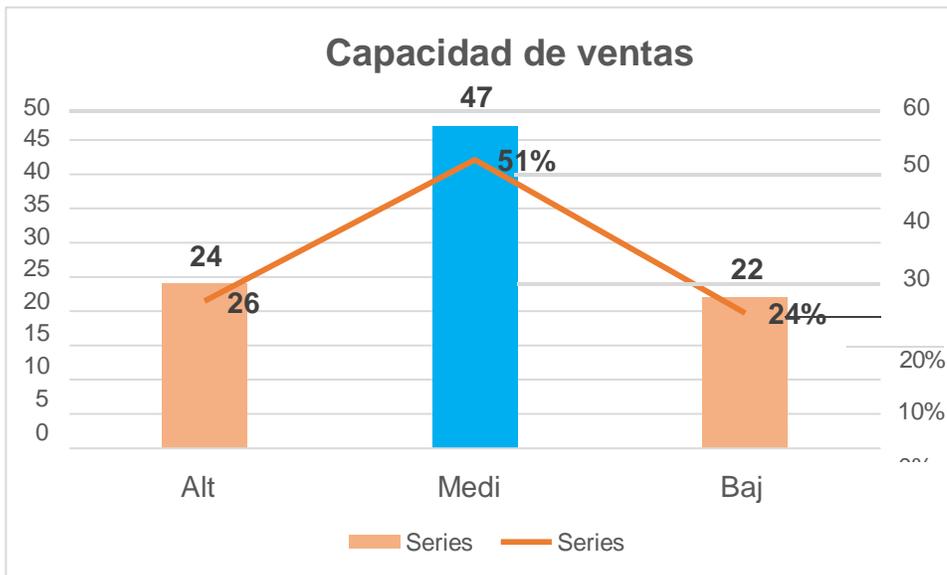
Fuente: elaboración propia

La iniciativa es un factor fundamental tanto para emprendedores como para cualquier persona en su vida cotidiana y laboral, es una habilidad que tiene el potencial para multiplicar la productividad, las buenas relaciones, aumenta el valor en las personas. Los resultados fueron Siempre 42 (45%), A veces 44 (47%) y Nunca 7 (8%).

Tabla 22 CAPACIDAD DE VENTAS

Capacidad ventas	Alta	Media	Baja
	24	47	22
	26%	51%	24%

grafica 22 CAPACIDAD DE VENTAS



Fuente: elaboración propia

La capacidad de ventas está distribuida de la siguiente manera: Alta 24 personas (26%), Media 47 personas (51%) y Baja 22 (24%). No a todos les gusta el área comercial, sin embargo, por aspectos laborales han tenido que realizar este tipo de actividades. Un administrador y un emprendedor requieren desarrollar esta habilidad para contribuir a la productividad y competitividad de las organizaciones.

Tabla 23 ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

Administración tiempo	Excelente	Bueno	Regular	Malo
	15	31	30	17
	16%	33%	32%	18%

grafica 23 ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO



Fuente: elaboración propia

Frente a los resultados se considera no tienen una cultura constante de la administración del tiempo, los resultados así lo muestran, excelente respondieron 15 personas equivalentes al (16%), bueno 31 estudiantes (34%), regular contestaron 30 (32%) y malo señalan 17 (18%).

10. ESTRATEGIAS PARA EL IMPULSO DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ESTUDIANTES

El espíritu emprendedor crea nuevos empleos y nuevos negocios, crea nuevas maneras de prestar servicios básicos, crea nuevas maneras de ver el mundo; es el factor que impulsa la prosperidad”, estas fueron las palabras del presidente Barack Obama en la Cumbre Mundial del Emprendimiento, que se celebró en 2015 en Kenia, las cuales ponen en evidencia la necesidad de programas que apoyen a los emprendedores, en aras de que reciban el impulso que les permita pasar de una idea a un verdadero negocio. (PORTAFOLIO, 2016).

Si la Universidad de Cundinamarca en 2017 lanzó el CITGO como una apuesta de la institución para apoyar a estudiantes, egresados y docentes a desarrollar sus emprendimientos, es hora de llevar a cabo acciones que permitan dar asesoría para el fortalecimiento de las ideas de negocio y proyectos de los estudiantes de los diferentes programas académicos, en especial los pertenecientes a la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables.

El CITGO funciona en cada una de las sedes donde hay programa de Administración de Empresas, en la seccional Girardot opera en la sala 317, aunque por ahora a raíz de la emergencia sanitaria suspendió labores, se ha tratado de continuar a través de la virtualidad mientras se normaliza la situación, pero es desde allí donde se debe trabajar en el apoyo y asesoramiento de los proyectos de emprendimiento de la comunidad universitaria y sociedad en general.

Apoyar la participación de emprendedores y microempresarios en espacios que favorezcan la comercialización de los bienes y servicios que éstos ofertan a través de encuentros feriales actualmente lo llaman Expo U. Cundinamarca, pero pueden realizarse concursos de ideas y emprendimiento con el apoyo de comerciantes, cámara de Comercio, Organismos gubernamentales y gremios económicos entre otros.

Realizar registro, valoración, asesoría y acompañamiento a los proyectos de los estudiantes, en las distintas áreas y competencias que requieran, capacitando en el

uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, estimulando la creatividad e innovación. Pueden programarse cursos, talleres, es decir, procesos de formación necesarios para fortalecer y preparar a los emprendedores.

Se deben establecer y mantener alianzas con todos los actores del ecosistema del emprendimiento en Girardot como se señalan María Díaz y J. F. Reinoso (2019): Desde una visión sistémica, fomentar el emprendimiento para una región o municipio como Girardot, propicia una labor colectiva para crear una cultura emprendedora a corto, mediano y largo plazo, conformando un ecosistema emprendedor, con diversos actores que apoyan al emprendedor, como por ejemplo: Instituciones Financieras, Instituciones de Educación Superior IES, Instituciones de formación técnica y tecnológica como el Servicio de Aprendizaje SENA, Organizaciones de Emprendimiento Juvenil como la Organización Juventudes, Entidades Gubernamentales para la Formalización y Experiencia Empresarial como la Cámara De Comercio, entidades que generan marcos legales aplicables en políticas y apoyo emprendedor como la Gobernación y la Alcaldía. (Díaz & Reinoso, 2019). La Universidad de Cundinamarca a través del CITGO puede tomar la iniciativa, convocar a los organismos relacionados y lograr esa integración necesaria para el fortalecimiento del emprendimiento de la ciudad.

Otra estrategia puede ser la realización de un Focus Group con los estudiantes que poseen negocios propios o de familia y a quienes tienen proyectos de emprendimiento que desean ejecutar. Inicialmente se debe evaluar cada negocio y cada proyecto, revisar el tiempo que llevan, la etapa en la cual está el proyecto o negocio, capacidades y condiciones de los emprendedores.

Una vez se tiene el diagnóstico y características de los emprendimientos, se puede generar una agenda para establecer los días de asesoría, las especialidades que requiere.

Finalmente, es necesario revisar los aspectos de financiamiento de los proyectos los cuales son fundamentales para hacerlos realidad o para mantener con vida en ocasiones un negocio. Existen varias modalidades como son recursos propios, los provenientes de créditos, premios de convocatorias que apoyan al emprendimiento y nuevos inversores o socios. Estos aspectos deben ser explicados y profundizados con los estudiantes para que analicen y encuentren la mejor alternativa a seguir.

11. CONCLUSIONES

A pesar de las dificultades para lograr obtener la información necesaria para el desarrollo de la investigación a través de la aplicación de la encuesta se puede considerar que el propósito se logró por lo menos más en el programa de administración de empresas al conseguir 89 formularios respondidos, gracias a la de algunos docentes y a ser más familiar el tema del emprendimiento en estos estudiantes frente a la Tecnología en Gestión Turística y Hotelera donde apenas 4 personas colaboraron para dar respuesta a la encuesta con la ayuda de dos docentes de ese programa académico.

Frente al primer objetivo relacionado con establecer los factores humanos emprendedores que caracterizan a los estudiantes, puede decirse que la mayoría de la población encuestada pertenecen a género femenino 62%, su estrato corresponde en 51% al dos, mientras el 24% son de estrato 1, al igual otro 24% están en estrato 3 y con la mínima participación hay 2 personas (2%) que dicen tener estrato 4. Las edades se ubican en mayor proporción entre los 20 y 30 años, se debe tener en cuenta que la mayoría estudian en el horario nocturno y buena parte de ellos laboran.

Con relación a los antecedentes familiares de creación de empresa 53 (57%) respondieron positivamente mientras 40 (43%) dijeron no, su interés por la carrera ha sido influenciado en parte por los negocios de la familia, igualmente, los estudiantes expresan su deseo de ser independientes, de crear su propia empresa, teniendo en cuenta la escasez de empleo en la región. En total fueron 68 empresas familiares de las cuales el 65% dijeron son formales y 35% informales. Por último, respecto de los ingresos generados por los estudiantes encuestados los obtienen a través de: trabajo como empleados 49% casi la mitad, emprendedores 12%, Negocio familiar 5%, no hay empresarios y no generan ingresos 33%. En este momento a raíz de la emergencia sanitaria el desempleo ha aumentado no solo en la región sino en todo el país, el emprendimiento puede tomar fuerza con políticas de apoyo adecuadas.

En el segundo objetivo las capacidades conceptuales y fuerza emprendedora se tiene la opinión de los estudiantes encuestados quienes afirman que el plan de estudios del programa académico que adelantan les aporta a sus capacidades emprendedoras en un nivel: Alto 27%, Mediano 52%, Bajo 16%, Muy bajo 5%. Si

bien es cierto administración de empresas ha rediseñado el plan curricular reforzando el área de emprendimiento, día a día por la normatividad existente y que continúa surgiendo se busca apoyar e impulsar los proyectos de los jóvenes universitarios para estimular la economía.

Motivar, tener iniciativa, capacidad ventas, de adaptación y buen manejo en la administración del tiempo son habilidades propias de los emprendedores por ello se consultó a los estudiantes acerca de ello. En cuanto a la capacidad de motivar se conoció que 22% la valoran en nivel alto, 54% en nivel medio y nivel bajo 25% algunos estudiantes en las observaciones consideran que tienen cierto grado de temor por las circunstancias actuales y esto hace que se pierda un poco el entusiasmo, no ven claridad en lo que pueda pasar.

En el tema de la iniciativa es claro que estos estudiantes pertenecen en gran parte a los estratos socioeconómicos bajos y han vivido situaciones no fáciles para salir adelante y forjarse un proyecto que permita mejorar su calidad de vida, en los momentos de crisis sufridos han tenido que tomar decisiones o permitir que otros decidan por ellos, otros más aguerridos y preparados se anticipan a las situaciones problemáticas que puedan aparecer, pero el ritmo de vida que se lleva no es fácil, no hay tiempo de compartir mucho en familia, aquellos motivados y les gusta la lectura quizá lo asuman de mejor manera y por ello actúan rápida y decididamente en una crisis, tienen distintos enfoques y ven diferentes posibilidades al momento de enfrentar un problema. Por ello pueden ser modelos a seguir. Las respuestas obtenidas fueron: Siempre 45%, A veces 47% y Nunca 8%. Puede considerarse un buen resultado dada la edad de los participantes.

La capacidad de ventas es una habilidad no presente ni preferida en todas las personas, sin embargo, para un profesional de la administración de empresas y de gestión turística y hotelera es importante desarrollarla, los resultados obtenidos muestran que quienes la calificaron Alta fueron el 26%, Media 51% y Baja 24%. Y por último la administración del tiempo, la calificaron así: excelente 16%, bueno 34%, regular 32% y malo 18%, aquí los resultados no son tan favorables.

En el tercer objetivo las estrategias planteadas fueron varias, pero todas apuntan al fortalecimiento de los emprendimientos apoyados principalmente en el CITGO este organismo de la Universidad de Cundinamarca tiene una función clave para activar e impulsar los proyectos de los emprendedores.

12. RECOMENDACIONES

Es importante intentar realizar la consulta nuevamente con los estudiantes de Tecnología en Gestión Turística y Hotelera y los pertenecientes a los programas de Enfermería e Ingeniería Ambiental cuando haya regreso a las aulas físicas, para conocer quienes tienen interés en desarrollar proyectos de emprendimiento y vincularlos al CITGO.

Se debe brindar apoyo y asesoría a las empresas familiares de los estudiantes buscando fortalecerlas, aprovechando la información obtenida a través de este estudio.

Se debe además de los núcleos relacionados con emprendimiento e innovación desarrollar temáticas y prácticas conducentes a fortalecer habilidades de liderazgo, motivación, iniciativa, administración del tiempo, empoderamiento para mejorar las técnicas y destrezas de los emprendedores. Por otro lado, es importante capacitar a los jóvenes universitarios en temas financieros y las fuentes de donde pueden apoyarse para conseguir recursos económicos, generar una cultura de ahorro, de gasto, de inversión que apunte a un buen manejo del dinero y sirva de plataforma para la realización de los proyectos.

En cuanto a las estrategias tal como se señala en ese capítulo se deben establecer y mantener alianzas con todos los actores del ecosistema del emprendimiento en Girardot y la región, para comprometer a los involucrados y dinamizar la actividad emprendedora. Al igual las demás estrategias deben ponerse en funcionamiento.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

BERNAL CESAR. Metodología de la investigación. Editorial Pearson, Colombia, 2010. Tercera edición E-BOOK, 2010. ISBN: 978-958-699-128-5, página 228.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES, guía opción de grado, 2017.

Revista Dinero. Alistan esfuerzo legislativo para darle un 'empujón' al emprendimiento, Agosto 11 de 2018, <https://www.dinero.com/edicion-impresita/negocios/articulo/proyecto-de-ley-para-el-emprendimiento-en-colombia/263957>

Matiz Francisco. Problema del desempleo en Colombia y el emprendimiento como un generador de nuevos trabajos. 23 julio 2018. <https://www.cvn.com.co/emprendimiento-en-colombia/>

Parafraseando a Arboleda Castro María Elvira. El emprendimiento: una respuesta al desempleo en Colombia. https://www.usbcali.edu.co/sites/default/files/8_desempleo.pdf

Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, 2001. Pgs.9 y 60

Andrade Díaz Augusto. La importancia de la iniciativa emprendedora en la educación primaria como método para el fomento de las competencias básicas. 2016. http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/4005/TDUEX_2016_Andrade_Diaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Nassir Sapag Chain define a un proyecto de la siguiente manera: “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana.”

Pymes y Autónomos. La importancia de que los emprendedores triunfen. 2010. <https://www.pymesyautonomos.com/reflexiones/la-importancia-de-que-los-emprendedores-triunfen>

Definición citada por Mario Dehter en su artículo “Intraempreneurship” (2001). Lic. Maria Marta Formichella – EL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO Y SU RELACION CON LA EDUCACIÓN, EL EMPLEO Y EL DESARROLLO LOCAL

LEANDRO VARGAS GALEANO. IMPORTANCIA, CARACTERÍSTICAS Y EXPECTATIVAS DEL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA, Bucaramanga, 20^º9.
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/11691/1/2019_Importancia_caracter%C3%ADsticas%20.pdf

ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE ADE Y TGTH, GIRARDOT, UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA



OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Conocer el entorno emprendedor de los estudiantes de Administración de Empresas y Tecnología en Gestión Turística y Hotelera de la Universidad de Cundinamarca, seccional Girardot.

*Nota: En cumplimiento de la Ley de tratamiento de datos No. 1581 de 2012, del Decreto 1377 de 2013 y el Decreto Único reglamentario 1074 de 2015 en los capítulos 25 y 26, se comunica que esta información es de carácter académico y solo tendrá este fin como se especifica en el objetivo de esta encuesta.

PROGRAMA ACADÉMICO _____

SEMESTRE QUE CURSA _____

NOMBRE: _____ (Para efectos de ubicarle y brindar asesoría)

GENERO: M _____ F _____ EDAD: _____

TIENE HIJOS: SI ___ No ___

ESTRATO: 1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____

1. En su núcleo familiar (Abuelos, Papás, Tíos, Hermanos o Primos) existen personas que hayan creado ***Empresa** (organización creada por personas para obtener dinero a través de la producción y/o comercialización de productos y servicios para sus clientes) o son ***Emprendedores** (significa ser una persona con iniciativa, muy innovadora, con capacidad de manejar, dirigir, crear, liderar y controlar su propio negocio)?

a. SI _____

b. NO _____

2. Si la anterior pregunta fue positiva, qué tipo de empresas o emprendimiento ha realizado su familia

a. formales: _____

b. informales: _____

3. ¿Qué tipo de empresa tiene su familia?

Primario (agro, ganad)	Manufactura (industria)	Servicios	Comercio	Ventas On line
------------------------------	----------------------------	-----------	----------	-------------------

*Empresa – Emprendedores: tomado del estudio GEM 2015

4. ¿De las siguientes actividades, a cuál se dedica usted para generar ingresos?

- a. Empleado
- b. Es Emprendedor (significa ser una persona con: iniciativa, muy innovadora, con capacidad de manejar, dirigir, crear, liderar y controlar su propio negocio)
- c. Trabaja en un negocio familiar
- d. Es Empresario (Persona que ha creado una organización para obtener dinero a través de la producción y/o comercialización de productos y servicios para sus clientes)
- e. No genero ingresos _____

5. ¿Cómo se proyecta usted cuando termine su carrera profesional?

- a. Empezando nuevos negocios
- b. Empresario o dueño de empresa formalizada
- c. Empleado en una empresa.
- d. Intraemprendedor en una empresa (trabajador capaz de desarrollar una nueva línea de negocio o innovación dentro de una empresa).

6. ¿Sabe que es el Centro de Innovación Tecnología y Gestión Organizacional?
Si _____ No _____

7. Sus experiencias en emprendimiento han sido:

- a. Excelentes
- b. Buenas
- c. Ni buenas ni malas
- d. Malas

8. ¿Si tiene una idea de emprendimiento qué necesita para ponerla en marcha?, teniendo en cuenta las TRES premisas puestas abajo en las casillas, usando la siguiente escala, marque en cada una de las casillas aquella que considere importante y quisiera que la Universidad de Cundinamarca le aportara. Marca con X

Formación en competencias emprendedoras	
Asistencia técnica para el emprendimiento	
Financiación en etapas tempranas del emprendimiento	

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES



ACTIVIDADES	Mes 1	Mes 2	Me 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8
Revisión Bibliográfica								
Diseño y Presentación del Anteproyecto								
Aprobación Corrección y ajustes								
Diseño de instrumentos								
Validación instrumentos								
Trabajo de campo								
Análisis de datos								
Formulación estrategias								
Entrega informe final								
Correcciones y ajustes								
Aprobación y sustentación								