

**Cultura de Emprendimiento en los estudiantes adscritos a la FACEA de la
Universidad de Nariño Extensión Ipiales periodo B 2016 – B 2020**

Leidy Dayana Calpa

Universidad de Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

San Juan de Pasto

2022

**Cultura de Emprendimiento en los estudiantes adscritos a la FACEA de la
Universidad de Nariño, Extensión Ipiales periodo B 2016 – B 2020**

Leidy Dayana Calpa

Trabajo de grado presentado en modalidad Investigación como requisito para optar al
título de Administradora de Empresas.

Asesor

Julio Ignacio Garzón Narváez

Universidad de Nariño

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

San Juan de Pasto

2022

Nota de Responsabilidad

Las ideas y conclusiones aportadas en el siguiente trabajo son responsabilidad exclusiva del autor.

Artículo 1ro del Acuerdo No. 324 de octubre de 11 de 1966 emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, enero de 2022

Agradecimientos

A Dios por la Vida, por permitirme crecer en una familia llena de amor, por la sabiduría y por permitirme sonreír en todos mis logros que son resultado de su gran bondad.

A mi familia, madre y hermanas, por su comprensión, motivación y por el apoyo incondicional, que me han brindado para alcanzar todas y cada una de mis metas.

A mis profesores, que dedicaron parte de su tiempo a compartirme el conocimiento para desarrollarme profesionalmente, gracias por cada uno de sus consejos, lecciones y enseñanzas, los recuerdo con mucho cariño y admiración.

A mi Alma Mater por haberme brindado la oportunidad de formarme en sus aulas, siempre estaré orgullosa de mi universidad y en lo posible trataré de llevar su nombre en alto.

Resumen

La investigación desarrollada tuvo como objetivo diagnosticar el estado de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales, matriculados entre el periodo académico B 2016 - B 2020, con la finalidad de proponer estrategias que promuevan el emprendimiento en los estudiantes.

La metodología es de tipo no experimental – transversal descriptivo y de enfoque mixto, en donde se aplicó una encuesta a 216 estudiantes de la FACEA, con la finalidad de identificar el nivel de emprendimiento de los estudiantes en mención, además de un Focus Group integrado por expertos en la materia en donde se estableció una discusión para conocer cómo se genera la cultura de emprendimiento en los estudiantes universitarios. Finalmente, con los resultados obtenidos en las encuestas y el aporte de los profesionales en emprendimiento, se desarrolló unas estrategias como propuesta cuyo fin es fomentar el emprendimiento en los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales.

Palabras clave: Cultura de emprendimiento, estudiantes, Universidad de Nariño extensión Ipiales.

Abstract

The research developed aimed to inform the state of entrepreneurship of the students assigned to the FACEA of the University of Nariño extension Ipiales, enrolled between the academic period B 2016 - B 2020, to propose strategies that promote entrepreneurship in students.

The methodology is of a non-experimental type – descriptive transversal and of mixed approach, where a survey was applied to 216 students of the FACEA, with the purpose of identifying the level of entrepreneurship of the students in question, in addition to a Focus Group integrated by experts where a discussion was established to know how the culture of entrepreneurship is generated in university students. Finally, with the results obtained in the surveys and the contribution of professionals in entrepreneurship, strategies were developed as a proposal whose purpose is to promote entrepreneurship in students assigned to the FACEA of the University of Nariño, Ipiales extension.

Keywords: Culture of entrepreneurship, students, University of Nariño extension Ipiales.

Contenido

	Pág.
Introducción	15
1. Título.....	16
1.1. Tema de investigación.....	16
1.1.1. Cultura de emprendimiento	16
1.1.2. Línea de investigación.....	16
1.1.3. Sublínea de investigación.....	17
2. Planteamiento del problema.....	18
2.1. Formulación del problema	22
3. Objetivos.....	23
3.1. Objetivo general	23
3.2. Objetivos específicos.....	23
4. Justificación	24
5. Alcances y limitaciones de la investigación	26
5.1. Alcances de la investigación	26
5.2. Limitaciones de la investigación.....	26
6. Marco de referencia	28
6.1. Antecedentes	28
6.1.1. Antecedentes internacionales	28
6.1.2. Antecedentes nacionales	31
6.1.3. Antecedentes locales	35
7. Marco Referencial.....	40
7.1. Marco teórico	40

7.2. Marco Conceptual	46
7.3. Marco legal.....	53
7.4. Marco Contextual.....	63
8. Metodología	68
8.1. Diseño de la investigación.....	68
8.2. Enfoque de la investigación	69
8.2.1. Población.....	69
8.2.2. Muestra.....	71
8.3. Técnicas de recolección de datos	72
8.4. Instrumentos de recolección de datos.....	73
8.5. Herramientas para el procesamiento de datos	73
9. Presentación de resultados	75
9.1. Nivel de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020	75
9.2. Como se genera la cultura de emprendimiento en los estudiantes universitarios, de acuerdo a la concepción de profesionales en emprendimiento.....	104
9.3. Estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento en los estudiantes de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales	112
Conclusiones	121
Recomendaciones	123
Referencias.....	124
Anexos	133

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Número de Estudiantes Matriculados en el Programa de Comercio Internacional.	70
Tabla 2. Número de Estudiantes Matriculados en el Programa de Administración de Empresas.	70
Tabla 3. Número de Estudiantes Matriculados en el Programa de Mercadeo.	71
Tabla 4. Estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento en los estudiantes de la FACEA	114

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Programa académico.	75
Figura 2. Semestre	76
Figura 3. Edad	77
Figura 4. Sexo	77
Figura 5. Pregunta: 3. ¿Confía en sus capacidades a pesar de cometer errores?	78
Figura 6. Pregunta: 4. ¿Usted cuenta con sensibilidad para analizar problemas y tiene creatividad para resolverlos?	79
Figura 7. Pregunta: 5. ¿Encuentra a menudo soluciones rápidas y eficaces a los problemas?	80
Figura 8. Pregunta: 6. ¿Le gusta promover un ambiente de innovación y es un generador constante de ideas originales?	81
Figura 9. Pregunta: 7. ¿Se conoce a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?	82
Figura 10. Pregunta 8. ¿Ve posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hace?	83
Figura 11. Pregunta 9. ¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?	84
Figura 12. Pregunta 10. ¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?	84
Figura 13. Pregunta 11. ¿Toma la iniciativa ante situaciones complejas?	85
Figura 14. Pregunta 12. ¿Tiene predisposición para asumir riesgos?	86
Figura 15. Pregunta 13. ¿Se adapta fácilmente a los cambios?	87
Figura 16. Pregunta 14. ¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?	87
Figura 17. Pregunta 15. ¿Tiene persistencia en el logro de sus objetivos?	88

Figura 18. Pregunta 16. ¿Arriesgaría recursos propios si pusiera en marcha un proyecto empresarial?	89
Figura 19. Pregunta 17. ¿Sabe administrar sus recursos económicos?	90
Figura 20. Pregunta 18. ¿Tiene facilidad para negociar con éxito?	90
Figura 21. Pregunta 19. ¿Estaría dispuesto/a hacer frente al fracaso con tal de ampliar sus horizontes?	91
Figura 22. Pregunta 20. ¿Para usted qué características debe tener un emprendedor?	92
Figura 23. Pregunta 21. ¿Para usted que es el emprendimiento empresarial?	93
Figura 24. Pregunta 22. ¿Qué es prioritario a la hora de crear una empresa?	94
Figura 25. Pregunta 23 ¿Qué factores usted considera un limitante para emprender y crear empresa?	95
Figura 26. Pregunta 24. ¿Usted conoce las redes de fomento al emprendimiento con las que cuenta Universidad de Nariño?	96
Figura 27. Pregunta 25. ¿Qué estrategias usted considera que debería emplear la Universidad para fomentar el emprendimiento en los estudiantes?	96
Figura 28. Pregunta 26. ¿Usted tiene empresa o negocio?	97
Figura 29. Pregunta 26.1 Si su respuesta es SI, indique la actividad económica a la que pertenece su negocio	98
Figura 30. Pregunta 27. ¿Qué lo motivo a la creación de su plan de negocio?	98
Figura 31. Pregunta 28. ¿Cómo proyecta su empresa o negocio?	99
Figura 32. Pregunta 29. ¿Cuántos empleos formales genera la empresa?	100
Figura 33. Pregunta 30. ¿Cuál es la innovación más representativa de su empresa?	101
Figura 34. Pregunta 31 ¿La innovación ejercida en su negocio ha sido valorada por sus clientes? ..	101

Lista de anexos

	Pág.
Anexo 1. Cuestionario	133
Anexo 2. Ficha del Focus Group.	139

Glosario

CEDRE: Centro de Estudios de Desarrollo Regional, es un espacio institucional de la Universidad de Nariño, que brinda servicios de capacitación y formación en investigaciones de desarrollo regional y local.

CIM: Centro de Inteligencia de Mercados de la Universidad de Nariño, tiene el propósito de contribuir en la transformación dinámica de la región nariñense a través de la generación y fortalecimiento de negocios en el ámbito del comercio internacional.

CUEEN: Comites Universidad Empresa Estado, están constituidos por grupos de investigación de las universidades y las empresas, tienen como objetivo, generar y promover proyectos de investigación enfocadas a las necesidades tecnológicas de las empresas.

Diagnosticar: proceso de identificar y analizar datos para evaluar un determinado problema o situación.

Estrategias: Acciones planificadas que permiten la toma de decisiones para alcanzar un objetivo determinado.

FACEA: Abreviatura de Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño.

IBM SPSS Statistics: Es un programa informático que permite el procesamiento de datos estadísticos, cuyo fin es resolver problemas de investigación bajo un análisis de datos.

Soft skill: Su término en español es habilidades blandas, estas son características y competencias relacionadas a la perspectiva social y emocional de un individuo.

Unempresa: Unidad de Emprendimiento de la Universidad de Nariño, que contribuye a fomentar el emprendimiento mediante el apoyo en formación y creación de nuevas empresas.

Introducción

A medida que pasa el tiempo, las ofertas laborales se vuelven cada vez más limitadas debido a los avances tecnológicos y el crecimiento de la población, por esta razón emprender es una alternativa viable y atractiva para quienes deseen aventurarse en este mundo. En países como Colombia, son cada vez más los recursos que se invierten en el desarrollo de empresas, así mismo se busca desde las universidades e instituciones de educación superior, el desarrollo de espacios que contribuyan al fomento de emprendimiento en los estudiantes.

En este sentido, la presente investigación tiene como fin identificar el estado de la cultura de emprendimiento de los estudiantes adscritos de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - B 2020 con la finalidad de hacer un aporte significativo a través de la identificación del nivel de emprendimiento de los estudiantes mencionados anteriormente, la identificación con la ayuda de expertos y profesionales en emprendimiento cómo se genera la cultura de emprendimiento en los estudiantes universitarios y finalmente la propuesta de estrategias que contribuyan a fomentar y fortalecer la cultura emprendedora de los estudiantes, construyendo un entorno de desarrollo, planificación de ideas innovadoras y ejecución de proyectos que se conviertan en empresas exitosas con la capacidad de subsistir en el mercado.

De este modo, la investigación presenta en su primera parte el planteamiento del problema, objetivos, justificación, alcances y limitaciones; en segunda medida expone el marco referencial compuesto de los antecedentes, marco teórico, conceptual, legal y contextual; luego se expone en tercera medida la metodología; posteriormente la presentación de los resultados y finalmente las conclusiones y recomendaciones.

1. Título

Cultura de Emprendimiento en los Estudiantes Adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño, Extensión Ipiales Periodo B 2016 – B 2020.

1.1. Tema de investigación

1.1.1. *Cultura de emprendimiento*

La cultura de emprendimiento es el entorno que favorece el desarrollo de proyectos orientados a la creación de riqueza, por lo que dichos proyectos son entendidos como procesos de fundación de actividades económicas para el desarrollo de una visión global y un liderazgo equilibrado, a través de la identificación de oportunidades, análisis de recursos, evaluación de ideas de negocio, creación, innovación o reinversión de negocios, administrando y gestionando los recursos para llevar a cabo la actividad económica cuyo resultado es la creación de valor que beneficia la economía de los emprendedores.

La cultura de emprendimiento es un rasgo de comportamiento que puede ser identificado en algunos individuos y organizaciones, cuando se estudia el concepto de emprendimiento se debe considerar que es un modelo que comprende el proceso desde su inicio hasta su ejecución es decir partiendo de la acción de emprender, hasta llevar a cabo la actividad emprendedora. El proceso de emprender se puede dar en diversas etapas definidas por diferentes sucesos y no de manera imprevista, el emprendedor debe tener la capacidad de saber evaluar y aprovechar las oportunidades.

1.1.2. *Línea de investigación*

Gestión y desarrollo sostenible, busca la generación de contribuciones académicas mediante la incorporación de habilidades y destrezas emprendedoras que les permita a los estudiantes, introducir procesos de creación e innovación en el campo empresarial. Por lo cual

los conocimientos obtenidos puedan verse reflejados en el desarrollo de la región, y por ende lograr altos niveles de realización profesional, personal, económica y social y con ello ver el cumplimiento de la misión de la institución formadora.

1.1.3. Sublínea de investigación

Competitividad. El desarrollo de valores sobre cultura de emprendimiento puede resultar de un proceso de aprendizaje sistemático, en donde se incorpora el desarrollo de habilidades y conocimientos claves que permiten focalizar y potenciar los rasgos actitudinales durante el proceso de formación académica.

Por este motivo, contar con programas académicos que beneficien la cultura de emprendimiento, con acciones basadas en la formación de competencias básicas, profesionales o empresariales permite a los individuos prepararse y obtener conocimientos y competencias, para actuar de manera proactiva y eficiente ante el entorno que los rodea.

2. Planteamiento del problema

En la actualidad, el emprendimiento se ha convertido en una de las principales actividades que impulsan el mercado de la tecnología, la globalización, industrialización, las comunicaciones, entre otros aspectos, con este se busca impulsar el cambio con la innovación, donde los productos nuevos y mejorados permiten el desarrollo de nuevos mercados. Si un emprendedor tiene éxito, sus innovaciones pueden mejorar los niveles de vida y, además de crear riqueza con iniciativas empresariales, también crean puestos de trabajo y contribuyen a una economía en crecimiento.

Es por esto que en un mundo globalizado, el emprendimiento surge como una alternativa para la transformación de la sociedad, dada la importancia que ella representa para el desarrollo económico y social de las regiones, pero a pesar de este aporte significativo para el progreso de la humanidad, los procesos de enseñanza – aprendizaje se han dirigido tan solo al fortalecimiento de la riqueza a partir de la generación de empresas y negocios que no tienen en cuenta los procesos de formación integral de los ciudadanos con énfasis en la solidaridad, el trabajo en equipo, la formulación y solución de problemas regionales y la contribución de éstos a partir del conocimiento para la transformación que la sociedad requiere.

En los países de ingresos medios y bajos como los de América Latina, la inserción al mercado laboral es una de las preocupaciones que mayor incertidumbre ha producido en los estudiantes universitarios que están próximos a graduarse, o en su defecto ya poseen su título profesional. En Colombia, según el boletín informativo del Observatorio Laboral para la Educación (2021), el total de graduados universitarios en el segundo semestre del 2019 fue de 302.970 estudiantes. En el departamento de Nariño, la cifra total de graduados universitarios fue de 2.994, de los cuales 690 son graduados de los programas de Economía,

Administración, Contaduría y demás programas afines (Observatorio Laboral para la Educación, 2021).

Por otra parte, el mercado laboral en Colombia estuvo marcado por un incremento en el nivel de desempleo, ya que conforme a la información del DANE (2021):

Para noviembre de 2020 la tasa de desempleo fue 13,3%, lo que significó un aumento de 4,0 puntos porcentuales frente al mismo mes del año anterior (9,3%). La tasa global de participación se ubicó en 61,4%, lo que representó una reducción de 2,3 puntos porcentuales frente a noviembre del 2019 (63,7%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 53,2%, presentando una disminución de 4,6 puntos porcentuales respecto al mismo mes del 2019 (57,8%). (párr. 1)

La incertidumbre frente a la inserción laboral y los altos niveles de desempleo, han creado la necesidad de buscar alternativas de generación de empleo que permitan mejorar las condiciones económicas de la población. En vista de esto, es de vital importancia comprender que el emprendimiento debe ser considerado como un elemento estratégico para el progreso y crecimiento socioeconómico del país.

Por consiguiente, el emprendimiento ha sido integrado en la educación como una competencia ventajosa para impulsar la innovación, el liderazgo, la creación de trabajo y demás habilidades de alta demanda para los profesionales de hoy en día. En Colombia todas las universidades, cuentan con una unidad de apoyo al emprendimiento, entre sus tareas está crear grupos y redes que fomenten la investigación y el intercambio de experiencias con el mundo empresarial.

El país y particularmente el departamento de Nariño no se escapa de esta realidad, pues la Ley 1014 de 2006 (2006) de Fomento para la Cultura del Emprendimiento, incentivó la

enseñanza del emprendimiento en los procesos de formación de los jóvenes universitarios, sin embargo, no define directrices acerca de sus prácticas pedagógicas. Razón por la cual, el Ministerio de Educación Nacional (2011) emite un documento que sirve de guía para orientar a los docentes sobre la inclusión de la cultura del emprendimiento de forma progresiva.

Los anteriores aspectos conducen a formular currículos desarticulados de la realidad local, regional y nacional, dado que las políticas nacionales imponen experiencias de otros países que no corresponden al contexto y de allí el rechazo que se manifiesta por parte de los docentes que no promueven la transversalidad y no reconocen la importancia que ella genera para la formación de un ciudadano y para la transformación social y económica de una región, de tal manera que optimice las condiciones de vida y satisfacción de necesidades básicas. Se evidencia entonces, que la ausencia de investigación en prácticas pedagógicas para la enseñanza - aprendizaje del emprendimiento, hace más visible la necesidad del profesor de conocer nuevos planteamientos que le permitan reorientar sus prácticas de enseñanza en este campo.

En esta perspectiva se puede entender que pese a los esfuerzos por parte de diferentes instancias del gobierno, aún hay mucho camino por recorrer a fin de desarrollar las motivaciones necesarias y la infraestructura adecuada para el logro de las acciones encausadas a emprendimientos, que permitan a la población juvenil convertirse en emprendedores de procesos significativos no solo para la generación de ingresos, sino para el empoderamiento y la posibilidad de lograr trascender en el marco de las economías, locales, regionales y nacionales.

Según Vesga (2013) el problema para lograr un impulso al emprendimiento es “complejo, pues considera que este al igual que la innovación se realizan en tres niveles: el nivel macro del país y el entorno, el nivel intermedio de las empresas y el nivel personal de los individuos” (p.33).

Advierte que el emprendimiento constituye una actitud en las personas, implica la estructuración de una cultura que implica el entretrejimiento de todo un sistema coordinado y sinérgico que permita aunar esfuerzos institucionales, técnicos y humanos que garanticen el ejercicio de un emprendimiento positivo.

Haciendo énfasis en la Universidad de Nariño - extensión Ipiales, la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas (FACEA), cuenta con tres programas de pregrado: Administración de Empresas, Comercio Internacional y Mercadeo, por ende dicha facultad es la que mayor relación tiene con el emprendimiento, debido a que esta temática hace parte de los procesos de formación y es incluida en el plan de estudios de los programas que consolidan la facultad, cuya finalidad es orientar y formar profesionales competentes e integrales, con espíritu empresarial, que reconozcan y aprovechen las oportunidades de negocio que el medio les proporciona, a fin de desarrollar proyectos que impulsen la economía de la región.

Además, la Facultad cuenta con una Unidad de Emprendimiento - UNEMPRESA - la cual fue creada bajo los lineamientos de la ley 1014 (2006) de Fomento a la Cultura de Emprendimiento, en la cual su rol misional consiste en promover el emprendimiento en la región, mediante la formación e investigación en emprendimiento y apoyo para la creación de empresa a la comunidad estudiantil y la sociedad en general. Asimismo, algunas de las modalidades de Trabajo de Grado establecidas en el Acuerdo 077 del 10 de diciembre del 2019 de la Universidad de Nariño (2019), brindan la opción de desarrollar proyectos empresariales y planes de negocio para la creación de empresa.

En vista de lo anterior, se logra percibir que la FACEA ofrece varias herramientas de fomento al emprendimiento; sin embargo, en la extensión Ipiales hasta el momento no se ha

realizado un estudio que permita identificar el estado actual de la cultura de emprendimiento en los estudiantes adscritos a la Facultad, en el periodo B 2016 – B 2020. Por consiguiente, la carencia de un sistema de información en materia de emprendimiento no permite conocer con certeza las condiciones en las que se encuentran los estudiantes de la FACEA, de modo que encontró la necesidad de realizar un estudio para identificar el estado de emprendimiento de los estudiantes en mención, con el fin de determinar acciones de coordinación, mejoramiento o de fortalecimiento institucional, debido a que la cultura de emprendimiento es un factor clave y estratégico para el desarrollo socioeconómico de la región.

2.1. Formulación del problema

¿Cuál es el estado de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales en el periodo B 2016 - B 2020?

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Diagnosticar el estado de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales, matriculados entre el periodo académico B 2016 - B 2020, para formular estrategias que contribuya al fomento del emprendimiento de los estudiantes en mención.

3.2. Objetivos específicos

Identificar el nivel de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales del periodo B 2016 - A 2020.

Identificar con la ayuda de profesionales y expertos en emprendimiento, como se genera la cultura de emprendimiento en los estudiantes universitarios.

Proponer estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento en los estudiantes de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales.

4. Justificación

El mundo es consciente que el emprendimiento es una de las alternativas para generar recursos financieros y obtener crecimiento económico, ya sea como país, como organización o de manera particular como individuo. De acuerdo con el último informe del DANE (2021) la tasa de desempleo nacional, en noviembre del 2020 fue de 13,3%, la escasez y la baja calidad de los puestos de trabajo en Colombia han llevado a la urgente necesidad de que las personas generen sus propios recursos, con el fin de lograr independencia y tener una calidad de vida acorde a sus expectativas.

De este modo, la alternativa más adecuada para lograr ese propósito es a través del emprendimiento, que además de generar empleo, contribuye con el desarrollo económico del país. Es así, que proyectos de investigación como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el cual es el estudio más prestigioso y completo a nivel mundial, se ha encargado de medir el emprendimiento en todos los países implicados. El GEM Colombia (2021) se viene realizando desde el año 2006, desde la fecha se han publicado diferentes reportes nacionales y globales sobre el análisis histórico del desarrollo de las variables relacionadas al proceso empresarial colombiano, las empresas, los empresarios y las condiciones estructurales del ambiente. Los reportes son utilizados por los distintos grupos de interés, como fuentes de información para investigar, diseñar políticas públicas e implementar procesos de apoyo al emprendimiento.

Es por esto que el presente proyecto de investigación parte de la importancia que tiene la cultura de emprendimiento, como eje fundamental para generar cambios sustanciales en el crecimiento y desarrollo económico de la región. Puesto que en la educación universitaria es indispensable el desarrollo de las competencias ciudadanas donde están incluidas el desarrollo de sistemas competitivos económicamente que funcionen como solucionadores de las problemáticas

sociales, es decir, el emprendimiento se considera por ser una competencia que busca el despliegue de la capacidad creativa de las personas, donde este tienden a, según el Ministerio de Educación Nacional (2011), identificar y elaborar planes para la creación de empresas o unidades de negocio donde haya un buen manejo de los recursos y donde se logre desarrollar de manera explícita la capacidad de asumir riesgos.

La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas ofrece en la extensión de Ipiales los programas de Administración de Empresas, Comercio Internacional y Mercadeo, dichos programas tienen un enfoque directo con el emprendimiento, puesto que en su pensum académico se encuentran establecidas diferentes asignaturas que contemplan los recursos necesarios para formar empresarios competentes que contribuyan con el crecimiento económico de la región, incluso la creación de empresas ha sido añadida como una alternativa principal en la lista de opciones de grado.

Es importante resaltar que la presente investigación traerá beneficios importantes para la facultad de la extensión Ipiales y la facultad en general, puesto que este estudio en materia de emprendimiento es parte fundamental para determinar qué estrategias se pueden emplear para promover una cultura de emprendimiento en los estudiantes. Con base a los resultados obtenidos se podrá definir acciones de mejoramiento institucional, además de desarrollar proyectos que contribuyan en gran medida a que la Tasa de Creación de Nuevas Empresas (TEA) en la región aumente, como resultado del fortalecimiento del espíritu emprendedor en los estudiantes.

5. Alcances y limitaciones de la investigación

5.1. Alcances de la investigación

El presente proyecto contempla la ejecución de un estudio no experimental transversal descriptivo, sobre la cultura de emprendimiento en los estudiantes adscritos a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales, comprendidos entre los periodos académicos B – 2016 y B – 2020. Para ello, se hizo uso de la metodología de investigación mixta, en donde se hizo una recopilación de información primaria a través de diferentes técnicas de investigación, con la finalidad de identificar el nivel de emprendimiento de la población objeto de estudio, además de identificar con la ayuda de expertos en la materia, cómo se genera la cultura de emprendimiento en estudiantes universitarios, de modo que permita proponer unas estrategias de fortalecimiento a la cultura de emprendimiento en los estudiantes de la facultad antes mencionada, desde un enfoque cualitativo.

5.2. Limitaciones de la investigación

El proyecto se enfocó en la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales, que abarca tres programas: Administración de Empresas, Comercio Internacional y Mercadeo.

La investigación no se extendió más allá de la delimitación temporal, es decir que solo se estudió los fenómenos elegidos dentro del rango de tiempo establecido.

Las estrategias planteadas en el presente documento únicamente son una propuesta de fomento a la cultura de emprendimiento y depende de las directrices de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño implementarlas.

En la investigación no se contempla las fases de evaluación de factibilidad de las estrategias propuestas en el tercer objetivo.

6. Marco de referencia

6.1. Antecedentes

El término emprendimiento fue introducido en el año de 1920 por Schumpeter (1976), quien consideraba que un emprendedor está dispuesto y es capaz de convertir una nueva idea en una innovación exitosa. El emprendimiento es un concepto que ha tomado fuerza durante los últimos años debido a que ha cambiado la forma de pensar de las personas y ha surgido la necesidad de buscar alternativas para las épocas de crisis y la incertidumbre a las cuales están expuestas las diferentes sociedades. Es por esta razón que el gobierno, las instituciones y demás entes, se han interesado en indagar sobre esta temática, puesto que el emprendimiento es entendido como un factor generador de desarrollo ya sea en el contexto económico, tecnológico o social.

A continuación, se presentan diferentes investigaciones desde el campo internacional, nacional y local, relacionadas con el problema de investigación cultura de emprendimiento.

6.1.1. Antecedentes internacionales

En el ámbito internacional y en relación al presente tema de investigación, se encuentran investigaciones como las de Vanegas (2014) llamada “*Enseñanza-aprendizaje del emprendimiento en carrera de Administración de empresas*” sobre la enseñanza-aprendizaje del emprendimiento en carrera de Administración de empresas en Chile, la cual tenía como objetivo principal determinar los estilos y estrategias de aprendizaje, y competencias emprendedoras de los estudiantes/profesionales de Administración de empresas, en este sentido la investigación respondía a una metodología de investigación cualitativa, mediante diseño no experimental, descriptivo y correlacional en la cual trabajaron con 93 estudiantes/profesionales de Ingeniería.

Dentro de los resultados hallados se pudo determinar un estado actual de las competencias de formación en emprendimiento, desde lo individual, hasta lo laboral, logrando correlacionar algunos referentes teóricos en relación a la educación y el emprendimiento como Sarasvathy y Venkatarman que han investigado recientemente la enseñanza del emprendimiento. Gracias a esto se construyó una propuesta metodológica, encaminada a la optimización de la enseñanza en emprendimiento en la educación superior (Vanegas, 2014).

De esta manera, es posible observar que esta investigación aporta al proyecto investigativo los referentes teóricos necesarios para establecer la relación emprendimiento-educación, pues se dan los elementos necesarios para encausar el proyecto en el ámbito de la educación superior, en competencias formativas de la Ingeniería como profesión a fin a las actividades emprendedoras.

Por otra parte, está el estudio de Lucio (2017) quien realizó un estudio llamado *“Análisis sobre el conocimiento y acción del emprendimiento de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Universidad Central Del Ecuador”* con la cual buscaba analizar el conocimiento y la acción del emprendimiento que existe en los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Central del Ecuador, identificando de esta forma los factores de influencia en la actividad emprendedora. De este modo, partió de una metodología de tipo descriptiva de carácter cuantitativa, donde se aplicó a 283 estudiantes una encuesta para determinar los factores que son determinantes en los estudiantes a la hora de entrar en el campo del emprendimiento.

Los resultados reflejan que la creatividad, la motivación y el financiamiento son factores determinantes en los estudiantes al momento de generar emprendimiento, conjugados con la perseverancia, el liderazgo y la proactividad que se establecen como factores de éxito en la

actividad emprendedora. De este modo, según el autor es necesario que las universidades desarrollen a través de programas y estrategias para que los estudiantes desarrollen motivación ante el emprendimiento, además de la creación de un Centro de Emprendimiento que asesore en el ámbito técnico, legal, financiero, tributario y empresarial a los estudiantes.

Así mismo, está la investigación de González y Morales (2012) titulada *“El lado b del emprendimiento: casos chilenos de emprendimientos fallidos y su aplicación en el aula”* desarrollada en Chile, con la cual se buscaba comprender ciertas características comunes que tienen los emprendedores en Chile con el fin de aplicar estas ideas en las aulas universitarias. De este modo, se realizaron entrevistas a emprendedores donde se encontró que no tenían un solo emprendimiento fallido, sino una serie de intentos o ideas por desarrollar ya sea porque no lograron realizarlas o porque lo hicieron y no resultaron, donde se determinó que estos fracasos eran experiencias adquiridas donde la superación era esencial.

Oliver et al., (2016) realizaron el artículo *“Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes”* realizada en España, donde tuvo como objetivo proporcionar un conocimiento de las actitudes emprendedoras en el contexto educativo español, a partir del cual podrán realizarse implementaciones y evaluaciones de programas dedicados al fomento de la cultura y la educación emprendedora. De este modo, se les aplicó la Escala de Actitudes Emprendedoras a 524 estudiantes de institutos y universidades públicos de la ciudad de Valencia, para diagnosticar la prevalencia de las diferentes actitudes emprendedoras en estudiantes pre y universitarios, se llevaron a cabo análisis descriptivos (medias, medianas, desviaciones típicas, asimetría y percentiles).

Los resultados mostraron diferencias en función del género para algunas dimensiones del emprendimiento y además ofrecieron valores criterio para futuras investigaciones e

intervenciones en este campo. Las implicaciones del trabajo se ponen en relación con el contexto político actual este artículo permite que se pueda realizar una investigación más exhaustiva para la investigación de cultura de emprendimiento en la universidad de Nariño- Ipiales, ya que presenta un modelo de diagnóstico a seguir para saber cómo se encuentra la cultura emprendedora en cierto lugar.

6.1.2. Antecedentes nacionales

En Colombia actualmente se han desarrollado algunas investigaciones y proyectos de emprendimiento, un gran ejemplo de esto es la investigación dirigida por Galindo y Echavarría (2011), acerca de la cultura emprendedora en la carrera de Administración de la Universidad de Antioquia llamada *Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Universidad de Antioquia*, cuyo objetivo fue realizar un diagnóstico de actividades emprendedoras en los estudiantes de esta carrera, con el fin de promover actividades y estudios relacionados al emprendimiento.

Se utilizó como metodología, encuestas y entrevistas a estudiantes y profesorado de la institución, bajo un marco teórico del emprendimiento estudiado previamente.

Según autores, luego de hallados los resultados, evidenciaron que en la carrera el emprendimiento es considerado “una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades” (Galindo y Echavarría, 2011, p. 92), además de identificar algunas características propias de una persona emprendedora como la iniciativa, creatividad y perseverancia. Se observa entonces que esta investigación aporta teóricamente al estudio y construcción de la actividad emprendedora en profesionales de Ingeniería, pues correlaciona los contextos dados en una Institución de educación superior, cuyo énfasis es la administración, con las prácticas y aspectos emprendedores que los estudiantes practican, sin necesariamente estar conscientes de estar haciendo en su vida cotidiana una relación entre administración y emprendimiento.

Así mismo en la ciudad de Barranquilla está la investigación desarrollada por Gazabon et al., (2015) sobre la creatividad, innovación y emprendimiento en la formación de economistas en Colombia. Esta investigación estuvo enfocada en realizar un estudio, cuyo objetivo fue identificar “las principales áreas, temas y aspectos de la formación de ingenieros de cara al 2020 en temas de creatividad, innovación y emprendimiento en Colombia” (p. 90), dentro de los resultados de la investigación, se resalta el análisis realizado donde se evidenció, que las universidades buscando responder a un contexto social y económico con prácticas emprendedoras, deben desarrollar estrategias para que el emprendimiento no sea visto dentro de la maya curricular como carrera, sino que este haga parte de la estructura medular de los programas de formación (Gazabon, et al., 2015). En este sentido, es posible observar que esta investigación aporta elementos prácticos en relación a identificar practicas emprendedoras en un contexto universitario, y aportar elementos para su estructuración académica dentro de los mismos programas, especialmente aquellos relacionados a la economía.

También está el artículo denominado “*Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué Nos Está Haciendo Falta?*” elaborado por Vesga, (2013), publicado en la Universidad de los Andes, el aporte presentado indaga sobre el nivel de emprendimiento del país a través del análisis de variables como la creación y sostenibilidad de empresas y la inversión privada y pública para el desarrollo de investigaciones desde la educación superior; se precisa que “el desempeño del país en las comparaciones internacionales se desploma cuando se considera lo que está ocurriendo en materia de innovación” (p. 3). En aporte manifiesta que el autor recomienda el aumento de la infraestructura, el capital y sobre todo la investigación, para concentrar los esfuerzos de la política pública en aras del mejoramiento de las acciones tendientes al desarrollo del emprendimiento.

Así mismo, está el estudio de Pineda y Manzano (2017) llamado “*La cultura emprendedora en los estudiantes de administración de empresas*” el cual tenía como objetivo identificar las habilidades y capacidades emprendedoras que poseen los estudiantes de Administración de Empresas, de igual forma, la incidencia que tienen las asignaturas del programa, para lo cual se empleó una metodología de tipo cuantitativa donde se aplicó una encuesta a 144 estudiantes de diversos semestres de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña donde se concluye que la población estudiantil poseen grandes capacidades y habilidades para emprender, sin embargo, la educación que es impartida no influye lo suficiente para que edifiquen empresas que contribuyan al desarrollo regional. Por lo que los autores recomiendan que la universidad desarrolle estrategias que promuevan en los estudiantes el espíritu emprendedor, el cual es esencial en esta carrera. Dejando por sentado que las Universidades de carácter público o privado deben constantemente evaluar sus métodos de enseñanza teniendo en cuenta aspectos como la flexibilización laboral, donde la creación de empresa es tan importante.

El estudio de Quintero y Gambin (2016) titulado “*Determinar características de emprendimiento en los estudiantes de administración de empresas de las universidades oficiales de la región caribe. Caso: Universidad de Cartagena y Universidad de Sucre*” buscaba identificar las características que tienen los jóvenes estudiantes de Administración de empresas de la Universidad de Cartagena y Universidad de Sucre, en cuanto al desarrollo de nuevas ideas de negocios y el emprendimiento empresarial, para lo cual se hizo uso de un método mixto donde se aplicó una encuesta a 60 estudiantes universitarios, donde se halló que los estudiantes siempre están dispuestos al cambio, a emprender y a probar nuevas formas de hacer las cosas en todo ámbito posible, por lo que se deben fortalecer desde estas universidades el desarrollo de

estrategias que motiven a los estudiantes a emprender, teniendo en cuenta toda la normatividad vigente en Colombia que rige a las empresas.

Alvarado y Rivera (2011) realizaron un estudio cuyo objetivo principal es el de establecer los lineamientos esenciales para modelar un currículo que articule el emprendimiento como área de formación y el contexto económico y social del Departamento del Cauca. La investigación, de carácter exploratoria, recurrió al enfoque cuantitativo para identificar y caracterizar el emprendimiento en la facultad, según categorías predominantemente económicas. Para este fin se utilizó una encuesta estructurada aplicada en formato censo al 90% de los estudiantes de la facultad. Además, se recopiló y analizó información proveniente de la documentación de los ejercicios de planeación territorial realizados en el Departamento del Cauca para identificar las variables del contexto socio - económico y en particular las apuestas productivas regionales. Los resultados de la investigación indican un divorcio entre las características del emprendimiento en la facultad y las apuestas productivas regionales, por lo que el modelo curricular, acudiendo al criterio de pertinencia, propone crear una serie de espacios y estrategias que posibiliten un diálogo entre la universidad y el contexto regional y un acercamiento de los estudiantes a la realidad y a las necesidades del desarrollo caucano.

Rojas et al., (2016) formularon el artículo “*Estrategias para el fomento de la cultura de emprendimiento universidades de Valledupar, Colombia*”, que tenía como objetivo describir las estrategias de planificación y mejoramiento para el fomento de la cultura del emprendimiento en universidades de Valledupar, por lo que la investigación fue cualitativa de tipo descriptivo documental, aplicando como estrategia procedimental el análisis interpretativo de Kockelmans (como se citó en Rojas et al., 2016) en los documentos y entrevistas de tres universidades en modalidad presencial ubicadas en Valledupar, específicamente: Universidad de Santander

(UDES), Universidad Popular del Cesar (UPC), Fundación Universitaria del Área Andina (FUAA). Por lo que la metodología comprendió tres etapas: investigación documental, diseño y aplicación de instrumentos, donde según los resultados se halló que la ausencia de lineamientos específicos para el fomento de la cultura del emprendimiento en las IES en el municipio de Valledupar, constituye la mayor limitante para el desarrollo de la cultura del emprendimiento; quedando en manos del actor Estado, la solución, ya que Las universidades cumplen sus funciones asignadas dentro del ecosistema del emprendimiento propuestas por Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

Este artículo en nuestro campo de estudio como permite implementar las estrategias que llevan estas universidades a la de la universidad de Nariño, también permite evidenciar con no solo es el proceso de evidenciar y poner en práctica aquella estrategia, sino que también, ocupar a un ente importante para que el emprendimiento se lleve a cabo que es del Estado.

6.1.3. Antecedentes locales

Por otra parte, está el estudio de Benavides e Ibarra (2018) llamado “*Estudio de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la Universidad De Nariño sede Pasto*” buscaba conocer las intenciones emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la Universidad de Nariño sede Pasto, fundamentado en la teoría del comportamiento planeado. Para esto se planteó una metodología exploratoria y descriptiva donde se construyó un cuestionario en el cual se evalúan las creencias de comportamiento, normativas y controladas de los estudiantes, además de una entrevista estructurada dirigida a los directores de programa, decanos y directivos.

Según los resultados se encontró que la mayoría de estudiantes de la Universidad de Nariño tienen la intención de emprender, sin embargo se halló que habían cursado asignaturas de emprendimiento ya sea como parte de la formación profesional o como curso electivo, pero que

no están convencidos de que la universidad los inspira a desarrollar nuevas ideas de negocio, además se halló que los principales obstáculos que encuentran los estudiantes son los pocos recursos para iniciar la empresa, además de que en Colombia existen muchos impuestos para las mimas. De este modo, el autor recomienda que la universidad debe desarrollar programas de emprendimiento como una temática transversal en todas las carreras, con el fin de formar correctamente a sus estudiantes y brindarles la motivación que necesitan.

Un estudio importante que se ha hecho sobre el ecosistema regional de emprendimiento de Pasto que se encuentra en el “*Mapeo ecosistemas regionales del emprendimiento en Colombia*” realizado por la Universidad Nacional de Colombia, sede Medellín e Innpulsa (2017), demuestran que la región presenta una dinámica centrípeta, enfocada en la capital nariñense y conformada en gran medida por la red departamental de emprendimiento, que a su vez se encuentra estructurada por tres cámaras de comercio correspondientes a Pasto, Tumaco e Ipiales; seis instituciones académicas; dos fundaciones, Coomeva y Minga Andina; dos entidades financieras, Bancóldex y Bancolombia; los gremios de ACOPI y FENALCO; un club de emprendedores y tres entidades públicas; la Alcaldía de Pasto, la Gobernación de Nariño y la CRC, donde se puede observar que en el departamento de Nariño tiene la capacidad de emprender ya que cuenta con estructuras y entidades que fomentan la cultura emprendedora es por eso que este antecedente es de gran importancia para la realización del proyecto que se pretende desarrollar.

Erazo (2017) realizó una investigación denominada “*Propuesta metodológica para el fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación tic en el departamento de Nariño*”, el cual el trabajo se centra en Desarrollar una propuesta que aporte al fortalecimiento del Ecosistema de Emprendimiento e Innovación TIC en Nariño, bajo los lineamientos de una

metodología apropiada para ello, se Caracteriza el Ecosistema de Emprendimiento e Innovación TIC en el departamento de Nariño, procedente de ellos la Construcción de un marco teórico que permita identificar la metodología de formulación de proyectos más adecuada para el desarrollo de la propuesta por último la Formulación de un proyecto que aporte al mejoramiento del Ecosistema de Emprendimiento e Innovación TIC en Nariño.

La metodología que utiliza el proyecto es una investigación descriptiva de orden cualitativo, puesto que no busca identificar la interrelación de las variables que intervienen en el Ecosistema de Emprendimiento e Innovación TIC en el departamento de Nariño, sino describir y analizar dichas variables para llevar a cabo la preparación de una propuesta bajo los términos y lineamientos identificados, haciendo un análisis de las diferentes fases que se definen dentro del ciclo de vida de un proyecto, y aplicando los conceptos a la investigación a realizar.

Se considera que el planteamiento realizado por la ONUDI define, de manera más acertada, la fase en la que se entregará el proyecto después del proceso investigativo; esta fase es la de pre-inversión. se podría afirmar que son dos las fases que se desarrollarán: inicio, organización y preparación del proyecto, los resultados de la encuesta que se realizó en el trabajo destacan que, en el talento humano regional, es necesario fortalecer las habilidades gerenciales, los conocimientos técnicos y el manejo de diversos idiomas; esto ayudará a mejorar el nivel competitivo de la industria TIC de la región.

Una consideración que se debe tener en cuenta es que, de acuerdo con los conocimientos y experiencias de las personas encuestadas, el 70 % afirma que el talento humano nariñense que se ha capacitado en áreas de ciencia, tecnología e innovación emigra hacia otras regiones del país y del mundo; mientras que el 11,7 % manifiesta que ese talento humano se vincula a la academia. Sin duda, Nariño es un departamento con un bajo nivel de desarrollo empresarial y las

posibilidades de empleo para personal altamente calificado son bajas, de ahí que se presente la situación de migración y de adherencia a la academia.

Según Erazo (2017) teniendo en cuenta las condiciones del departamento de Nariño, se requiere, inicialmente, el desarrollo de un proyecto en la ciudad de Pasto, cuyos objetivos estén encaminados hacia diferentes aspectos, tales como: sensibilización de los actores respecto a la importancia de consolidar el ecosistema de emprendimiento, capacitar a nivel técnico y en habilidades blandas al talento humano, el desarrollo de procesos de innovación, y la apertura de nuevos mercados para los bienes y servicios TIC de la región. Es por eso que, para fortalecer la parte del emprendimiento en el departamento de Nariño, se debe cubrir una parte importante que es el municipio de Ipiales, por ende, el trabajo que se realizó va encaminado al diagnóstico de fomentar esta cultura emprendedora, para que así los profesionales de la Universidad de Nariño-Ipiales, no deban emigrar a otros lugares para tener mejores oportunidades laborales.

Finalmente, está el estudio de Legarda y Benavides (2018) el cual buscaba analizar las expectativas laborales y de futuro de los estudiantes de últimos semestres (8°,9° y 10°) de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño San Juan de Pasto calendario B 2018, donde se aplicó una encuesta a los estudiantes de Economía, Administración de Empresas, Contaduría, Comercio Internacional y Mercadeo; y se realizaron una serie de entrevistas a los directores de cada programa. Según los resultados se halló que los estudiantes salen de la universidad sin tener un panorama claro sobre la dinámica del mercado laboral, no tienen una noción objetiva frente a la situación que se presenta en el departamento de Nariño. Además, se encontró según las entrevistas que no todos los programas realizan un seguimiento riguroso o específico al proceso de inserción laboral de los egresados, es decir que no se imparten clases de este tipo en la universidad.

De este modo, esta investigación demuestra que en el departamento de Nariño es necesario que las universidades realicen actividades donde se incluya también al sector empresarial a través de la aplicación de estrategias de emprendimiento.

7. Marco referencial

7.1. Marco teórico

- **Principales aportes teóricos sobre emprendimiento**

El ser humano en aras de solventar las diferentes necesidades que surgen a medida que avanza el tiempo, ha tenido que buscar de forma creativa soluciones inteligentes a un problema dado por un contexto (Sapag y Sapag, 2018). En este marco de ideas, el emprendimiento se concibe como un proyecto creativo dado en un contexto moderno, donde las necesidades básicas de sobrevivencia ya están solucionadas (en un porcentaje considerable); y el contexto económico que fluye bajo las dinámicas del mercado está buscando todo el tiempo innovación. De esta manera, debido a la gran variedad de oferta que hay en el mercado, el emprendimiento “es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana” (Sapag y Sapag, 2018, p. 2).

Así mismo, según Kundel (1991, como se citó en Formichella y Massigoge, 2004), la actividad emprendedora se define como el conjunto de acciones, estrategias y dinámicas de gestión que buscan un cambio radical o una renovación en una idea de negocio o en un negocio ya constituido; “esta actividad necesariamente no está vinculada a un negocio que ya esté construido, pues también opera en el mundo de las ideas, y su funcionabilidad no está ligada al éxito de dicha acción” (p. 15). Por lo tanto, la actividad emprendedora está relacionada a un sujeto, una persona emprendedora que, dentro del mundo del mercado, opera en un negocio o idea de negocio con creatividad e innovación en un contexto político, social o económico determinado.

De este modo, desde el siglo XVIII, el emprendimiento se ha convertido en una iniciativa del mundo académico y en la adopción de la innovación como su recurso principal. En este

sentido, Richard Cantillon definió al emprendedor como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas (Terán y Guerrero, 2020).

El emprendimiento puede definirse, dentro de diferentes definiciones, como el desarrollo de un proyecto para un determinado fin ya sea económico, político o social, etc., y que posee características de innovación y desarrollo; definición que se complementa con la palabra emprendedor, persona quien lleva a cabo el emprendimiento.

Juan Bautista Say (1841), en su obra “Tratado de Economía Política”. Influenciado por su experiencia en los negocios, utilizó en su libro el término “entrepreneur”, distinguiendo entre el prestamista de fondos (capitalista) y quien combina la tierra, la mano de obra y el capital en empresas de negocios. Say (1841) afirma que, el “entrepreneur” es una persona líder, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, que activa los recursos desde una línea de bajo rendimiento a una alta y eficaz productividad, también enfatiza que el éxito del emprendedor no solo genera beneficios para la persona que emprende, también trae beneficios a la sociedad que lo rodea (Moreira et al., 2019).

Además, el autor afirma que, un país que posee gran cantidad de comerciantes industriales y agricultores será más desarrollado y productivo que un país en donde únicamente haya individuos dedicados al arte o la ciencia.

Marshall (1890) en sus “Principios de Economía Política y Tributación” reconoció la necesidad de “entrepreneurship” para desarrollar la actividad productiva. El autor afirma que los factores de producción no corresponden únicamente a tres sino a cuatro, “tierra, trabajo, capital, y él le adiciona la organización” definiéndola, como un factor de coordinación, el cual atrae otros

factores y lo congrega. El emprendedor, es el coordinador detrás de la organización, por lo que el autor definió a estos individuos, como líderes por naturaleza, que asumen riesgos y están dispuestos a trabajar bajo condiciones de incertidumbre.

Por otra parte, Von (1949) un teórico economista de la escuela de Australia señala tres características relevantes para que una persona sea considerada emprendedora. La primera característica corresponde a que un emprendedor es un evaluador, lo que quiere decir que esta persona, calcula beneficios y costos numéricos y con base a estos resultados, toma decisiones y descubre nuevas necesidades y nuevos factores de producción. La segunda característica corresponde al empresario, quien es la persona que coordina las acciones de cómo usar los factores para desarrollar la actividad económica. La tercera característica es que el emprendedor debe sobrellevar la incertidumbre, debido a que actúa en función del futuro y no conoce con precisión las acciones que los otros individuos realizarán.

Drucker (1985) economista austriaco-norteamericano, define al entrepreneur como aquel empresario que innova y esclarece la confusión de entender que, empezar con un negocio grande o pequeño está expuesto al riesgo, además, Drucker (1985) precisa que “el emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo” (p. 10). Este autor ejemplifica su teoría con el caso de McDonald's Hamburger, cuyo emprendimiento no consistió en la invención de un nuevo producto, sino en la innovación en el aumento del rendimiento (vía la tipificación del producto y la capacitación del personal, entre otras cosas) y en la manera de comercializar su producto.

Este autor afirma que el ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta, cualquier persona que sea capaz de tomar decisiones puede aprender a ser un empresario innovador y considera que la base del emprendimiento es teórica y no intuitiva. El

emprendimiento resulta entonces un rasgo característico de un individuo o institución, pero no de personalidad. A su vez, destaca que las personas que necesitan tener la seguridad de recibir un ingreso fijo no tienen la actitud de asumir riesgos. Analiza, cómo el emprendedor, observa el cambio como norma saludable, aunque no sepa exactamente qué ocurrirá a raíz de dicho cambio. Y aclara que, aunque no lo lleve a cabo él mismo, lo busca, responde ante esto y lo explota como una oportunidad.

Castillo (1999) prevé la propensión a tomar riesgos, características de los emprendedores a lo largo de la historia. Terán y Guerrero (2020) define que el término emprendedor en la actualidad fue acuñado inicialmente por Richard Cantillon, quien introdujo por primera vez en la economía clásica, el término “entrepreneur”, su aporte ha sido significativamente relevante para empezar a comprender este concepto y el rol que juega el emprendimiento en la economía. Desde el punto de vista económico, el origen de la palabra “emprendimiento” se deriva del término francés, que significa estar listo a tomar decisiones o iniciar alguna actividad.

En las investigaciones del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2021), la medición del emprendimiento se representa por la variable “actividad emprendedora temprana”, que identifica a los emprendedores nacientes como porcentaje de la población económicamente activa. Por lo general se cree, que muchos países desarrollados tienen un “espíritu emprendedor” mayor que el promedio. Se considera que la herencia cultural y las instituciones de las naciones desarrolladas pueden tener algo que ver con este factor empresarial desarrollado. De este modo, en el mundo se han desarrollado varias teorías sobre el emprendimiento. Gómez (2016) da a conocer las siguientes teorías:

- **Teoría de Andy Freire o la teoría del triángulo invertido**

En la cual se tiene como principio que emprender tiene tres componentes: el emprendedor (punto de apoyo), la idea de negocio y el capital, donde se tiene en cuenta que cuando un emprendimiento no llega al éxito porque alguna de estas variables no logra cumplir con los objetivos.

- **Teoría de Schumpeter**

Desarrolló una teoría en el año 1912 que establece que la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico depende del empresario. Este hace una combinación nueva de los factores productivos tradicional. Es decir, de la tierra, el trabajo y el capital. (Ealde Business School, 2019, párr. 6)

Esto le coincidió con el desarrollo de un perfil de visión e imaginación en la innovación. Schumpeter también defiende que el impulso que mueve la producción capitalista provoca procesos de transformación continuos, es el fenómeno tecnológico, y con él, el proceso de innovación tecnológica.

- **Teoría de la Escuela Austríaca**

Varios autores rechazaron las ideas de Schumpeter, entre ellos Ludwin Von Mises, Freidrich Hayek e Israel Kirzner. Si bien compartían la percepción de la importancia de la contribución del emprendimiento en el proceso de desarrollo capitalista, diferían en su concepción de la naturaleza de la persona y actividad en el impacto de estos en el proceso y en la visión futura del capitalismo.

Según los austríacos, el énfasis de Schumpeter en el cual el emprendedor está empujando la economía en el sentido contrario al equilibrio, ayuda a promover la percepción errónea

de que el emprendimiento es, de alguna manera, innecesario para entender la manera en que el mercado tiende a la posición de equilibrio. (Castillo, 1999, p. 6)

- **Teoría de David McClelland**

Psicólogo estadounidense especialista en motivación humana y emprendimiento, desarrolló la teoría de la necesidad. Según el autor, la motivación de un individuo obedece a la búsqueda para satisfacer 3 necesidades básicas: logro, poder y afiliación. Derivado de esta teoría desarrollada, sobre todo, teniendo a emprendedores como sujetos de estudio, la teoría concluye en una serie de características que se repiten en los emprendedores de éxito motivados por alguna de las 3 necesidades. (Emprendedores, 2020, párr. 2)

Es decir, los emprendedores desarrollan una serie de motivaciones, logrando llegar al liderazgo.

- **Teoría de Howard Stevenson**

En 1980 este autor interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos, es decir la teoría busca sobre todo apoyarse en el esfuerzo de los componentes del emprendimiento es decir del personal ligado a la escalera empresarial, subiendo con mucho esfuerzo y buen trabajo a puestos superiores, donde se tiene en cuenta la facultad de crecer y crear empresa, orientada bien hacia la generación de desequilibrio (Schumpeter) o de equilibrio (Escuela Austriaca), se orienta al crecimiento usando el mercado, las personas y los recursos (Castillo, 1999).

- **Teoría de Allan Gibb**

Esta es una de las teorías más modernas que se apoyan sobretodo en la importancia que tiene la educación empresarial donde se deben tener en cuenta aspectos como los valores de las

MiPyMe, las prácticas de la comunidad, los interesados, la organización empresarial, el ambiente empresarial con todo tipo de organizaciones y el conocimiento adquirido de otras fuentes.

A los efectos de la presente investigación, y con base a las diferentes concepciones que se han abordado en este apartado, se logró identificar los fundamentos teóricos que sustentan el estudio, cuyo punto de partida fue precisar las corrientes de pensamiento sobre el emprendimiento, conocer las atribuciones de los autores frente a: qué se entiende por emprendimiento, quién puede ser un emprendedor y qué características debe poseer la persona para atribuirle este concepto. De acuerdo con el conocimiento científico plasmado en este apartado, se procedió a darle desarrollo a la investigación bajo un sustento teórico.

7.2. Marco Conceptual

En este apartado se definen los principales conceptos: cultura, emprendimiento, espíritu emprendedor, idea de negocio, plan de negocio, empresa y empresario con el fin de comprender la investigación y su marco referencial.

- **Cultura**

La cultura es un término que tiene distintos significados interconectados, incluye las creencias, el conocimiento, las leyes, la moral, las costumbres incluso los hábitos y habilidades adquiridos por el ser humano, al ser parte de una sociedad. Sin embargo, definirla es una tarea compleja, dada la variedad de aproximaciones conceptuales e interrelaciones que incluyen numerosos elementos que conforman la cultura, entre ellas se encuentra la definición de Edward Taylor, quien afirma:

La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y

cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad. (Taylor, citado por Enguix, 2012, p. 9)

Por otro lado, Franz Boas considera que la historia no explica en su totalidad la forma en que el hombre vive bajo una institución, de tal manera que define la cultura como

La cultura incluye todas las manifestaciones de los hábitos sociales de una comunidad, las reacciones del individuo en la medida en que se ven afectadas por las costumbres del grupo en el que vive, y los productos de las actividades humanas en la medida en que se ven determinadas por dichas costumbres. (Boas, como se citó en Kahn, 1975, p. 14)

Después de haber conceptualizado el término “cultura” a través de diferentes concepciones, para la presente investigación se tomó como referente la última definición, puesto que el autor brinda una mirada holística y permite comprender cómo se fomenta la cultura de manera individual o grupal.

- **Emprendimiento**

En términos generales, el emprendimiento hace alusión al inicio de una actividad de índole económica, política o social y en el cual se requiere esfuerzo y trabajo. También hace referencia a la capacidad y el deseo de desarrollar, organizar y manejar una determinada actividad que es ejecutada por el agente emprendedor. Por tanto, el emprendimiento es un concepto que se interrelaciona con el concepto emprendedor, ya que los dos actúan en función del otro. Quien introdujo por primera vez la palabra *entrepreneurship* (emprendimiento en castellano) fue Richard Cantillon en el año de 1775. Su aporte contribuyó a la comprensión del concepto “emprendedor” y el papel que representa el emprendimiento en la economía (Castillo, 1999).

Cantillon define al emprendedor como el individuo que compra los medios de producción a un determinado precio y les da un valor agregado con el fin de obtener un nuevo producto, resalta que el emprendedor no posee un retorno seguro por lo que está inmerso en el riesgo, el cual es determinado por el comportamiento del mercado (Thornton, 1998). Por otra parte,

Timmons (1999) define el *entrepreneurship* como el estudio de un conjunto de destrezas necesarias para comenzar con una actividad productiva. Para Drucker (1999), Cooper y Dunkelberg (1986), Jarillo (1886), Birch (1979) y Mclelland (1961) entre otros autores, Especifican que el *entrepreneurship* hace mención al agente emprendedor, tomado de manera individual o colectiva. (Castillo, 2006, p. 115)

Finalmente, el enfoque que asumió la presente investigación está en la línea que utiliza como elemento fundamental la relación entre emprendimiento y emprendedor, dado que el emprendimiento es aquella actitud y aptitud del individuo (emprendedor) que inicia con la acción de concebir ideas creadoras, multiplicadoras y proactivas generadoras de valor, dicho en otras palabras, es la acción de emprender nuevos proyectos.

- **Espíritu emprendedor**

El espíritu emprendedor hace referencia a la capacidad que tiene una persona para desarrollar ideas y materializarlas, es decir que tiene cualidades extraordinarias de innovación, creatividad, tolerancia al riesgo, así como la habilidad de planificar y organizar sus ideas, procurando obtener beneficio y satisfacción propia. Prieto et al., (2013) afirman que el espíritu emprendedor es aquella actitud del individuo que lo induce a tomar la iniciativa con valor, responsabilidad y aceptación de riesgos, a fin de alcanzar las metas que se ha trazado, tanto en su vida personal como en su vida profesional o en la creación de una empresa. El espíritu emprendedor tiene la virtud de descubrir oportunidades para crear ideas de negocio. En

conclusión, la conceptualización del espíritu emprendedor para el presente trabajo hizo énfasis en la motivación y la capacidad de innovación que tienen los individuos para desarrollar negocios, aprovechando las oportunidades que el medio le brinda.

- **Idea de negocio o plan de negocios**

Antes de introducir los términos “plan de negocios”, es fundamental definir en forma clara y concisa la esencia del mismo, es decir cuál es su punto de partida, de tal forma que, es necesario insertar el concepto de “idea de negocio” lo cual, es el primer acercamiento para definir un proyecto empresarial. Siendo así, la idea de negocio es una representación mental que surge a raíz de la identificación de una oportunidad, por la cual, tras ser efectuada, traerá beneficios económicos al emprendedor. La idea debe ser plasmada en un plan que detalle la información que permita generar la acción. En este sentido, el plan de negocios es una de las herramientas más importantes que necesita el emprendedor a la hora de transformar su proyecto o idea de negocio en una realidad empresarial. De acuerdo a Longenecker et al., (2010) definen el plan de negocios como:

Un documento en el que se bosqueja la idea básica que fundamenta una empresa y se describen consideraciones relacionadas con su puesta en marcha. Un plan de negocios es un plan de juego del emprendedor; cristaliza los sueños y esperanzas que lo motivan a zambullirse en la puesta en marcha. El plan de negocios debe exponer la idea básica de la nueva iniciativa de negocios e incluir descripciones de dónde se encuentra usted ahora, hacia dónde desea ir y cómo pretende llegar allí. (p. 151)

Los mismos autores atribuyen tres objetivos fundamentales, que debe contemplar un emprendedor en su nuevo negocio: “Identificar el contexto en donde surge la idea de negocio. Presentar la metodología que la emprendedora emplea para desarrollar su idea de negocio.

Reconocer los factores que influyen en el éxito de la iniciativa de negocio. (Longenecker et al., 2010, p. 32)

En síntesis, un plan de negocio tiene la función de ser una guía, por la cual el emprendedor asumirá la responsabilidad de emprender un proyecto empresarial, en esta guía se debe especificar la finalidad, la estrategia, los medios y los recursos a emplear para el desarrollo óptimo de la iniciativa de negocio.

- **Empresa**

Para Chiavenato (1993) la empresa “es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos” (p. 3). Explicando este concepto, el autor menciona que la empresa “es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social” (Chiavenato, 1993, p. 4). Por otra parte, según Pallares et al., (2005) autores del libro "Hacer Empresa: Un Reto", la empresa se la puede conceptualizar como "un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado" (p. 41)

En síntesis, y en base a los anteriores conceptos, se puede decir que la empresa, es un sistema instituido principalmente por personas, quienes han identificado una oportunidad de negocio y desarrollan actividades para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, con la finalidad de generar beneficios económicos a través de la producción de bienes o servicios, usando las de diferentes capacidades técnicas y recursos financieros.

- **Empresario**

El concepto de empresario ha ido evolucionando con el paso del tiempo, llegando a plantearse diversas concepciones. Para describir el término empresario se han utilizado otros términos como “comerciante”, “persona de negocios”, “negociante”, “hombre de acción”. El Empresario es aquella persona que dirige una empresa y administra los medios de producción, tiene la capacidad de asumir los riesgos del negocio derivados de sus decisiones. Según Primo y Turizo (2016) “empresario es quién dirige, es decir, el responsable del buen funcionamiento de la empresa” (p. 16).

- **Proyecto empresarial**

Es el conjunto de acciones que se realizan a lo largo de un período de tiempo en el que se involucran una serie de recursos para su desarrollo, todo con el fin de resolver una necesidad o arriesgar logrando su desarrollo, ganancia económica o beneficio del usuario. Según la Universidad de Extremadura (2011), el proceso de generación de un proyecto empresarial

Tiene como punto de partida la elección del tipo de negocio que se pretende poner en marcha, es decir, la idea. Esta puede surgir de los conocimientos personales que se tengan sobre el producto o servicio, de la existencia de un mercado especialmente interesante y desabastecido, del hallazgo de un producto o servicio nuevo, de la observación del entorno, etc. (p. 1)

Es deseable desarrollar un estudio de pre factibilidad del proyecto de negocio o plan de negocio, con el fin de definir y cuantificar el proyecto, reducir las incertidumbres y evitar, en la medida de lo posible, que las experiencias previas del proyecto serán la ventaja añadida al pasar por el objetivo del proyecto.

- **Financiación**

Las finanzas se definen como la administración del dinero e incluyen actividades como invertir, pedir prestado, prestar, presupuestar, ahorrar y hacer provisiones. Hay tres tipos principales de financiamiento: personal, corporativo y público / gubernamental. Primero, las pequeñas empresas deben comprender que las finanzas significan más que dinero. Si bien el dinero es una moneda de curso legal utilizada para liquidaciones de transacciones, las finanzas se refieren a la asignación de activos y la administración de recursos monetarios. Las finanzas abarcan múltiples actividades, como desarrollar un pronóstico de flujo de efectivo para su negocio, mantener el dinero en una cuenta de ahorros con altos intereses y crear presupuestos y modelos financieros.

- **La empresarialidad**

“La empresarialidad es el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea; es la potencialidad de todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno” (Ley 1014 de 2006, p. 1), identificando las oportunidades y elaborando planes para crear empresas o unidades de negocio; gestionando la consecución de recursos; desarrollando la capacidad para asumir riesgos y abordando de manera amplia el concepto de empresarialidad, entendido éste no solamente como la generación y producción de bienes y servicios, sino también como la creación de riqueza cultural, deportiva, artística, ambiental, tecnológica.

La formación para la empresarialidad en la educación superior se fomenta desde la adquisición de competencias básicas, ciudadanas y laborales específicas y contextualizadas de acuerdo con el carácter de las instituciones de educación superior, donde haya procesos de articulación con el trabajo y el tipo de emprendimiento que aborden los estudiantes, en ejecución de sus proyectos o experiencias empresariales. Para abordar la empresarialidad en la educación

superior, las universidades deben definir con claridad la correspondencia entre los objetivos educativos de cada pregrado y los aportes que el componente empresarial que se dará a los estudiantes. En tal sentido, es importante resaltar las siguientes características que pueden promoverse desde este componente:

Fomento de buenos hábitos y prácticas

Ética del trabajo

Fortalecimiento de las áreas comunes

Desarrollo de ideas de negocio y empresa

Creación de riqueza cultural, deportiva, artística...

Formación de actitudes y conocimientos básicos para la empresarialidad. (Ley 1014 de 2006)

Es importante establecer las estrategias que se utilizarán para facilitar a los estudiantes los contenidos, espacios, escenarios y ambientes apropiados para realizar actividades de aprendizaje y prácticas propias de la creación y materialización de ideas y de negocio y planes empresariales.

7.3. Marco legal

Hoy en día, el emprendimiento es visto como un factor de desarrollo económico para todos los países, en especial los de América Latina. Por ende, el gobierno colombiano se ha encargado de establecer leyes y normas de fomento al emprendimiento, que van acompañadas de programas y organismos que contribuyen al desarrollo de la cultura de emprendimiento en la sociedad. En el siguiente apartado, se detalla la normatividad que rige al Estado colombiano en materia de emprendimiento.

- **Constitución Política de Colombia**

La Constitución Política es la suprema ley de Colombia, a partir de su normatividad se establecen las disposiciones generales para organizar las funciones del Estado y los derechos fundamentales de la sociedad. Los artículos constitucionales 38, 58 y 333 contemplan las disposiciones que consagran los derechos y garantías que van relacionados con el emprendimiento.

Artículo 38. Garantiza el derecho a la Libertad de Asociación, con el propósito de que los ciudadanos colombianos puedan ejecutar las diferentes actividades económicas que se desarrollan en la sociedad. (Constitución Política de Colombia, 1991, p. 10)

Artículo 58. Garantiza el derecho a la propiedad, consagrando la propiedad privada como un derecho de los ciudadanos colombianos, está sujeto al interés público o social, protegiendo y promoviendo las formas de propiedad asociativa y solidaria. (Constitución Política de Colombia, 1991, p. 12)

Artículo 333. Establece la Libertad Económica y toma la empresa como un pilar para el desarrollo económico. (Constitución Política de Colombia, 1991, p. 50)

- **Leyes colombianas**

Además de esto, están algunas leyes como la Ley 29 de 1990 (1990), por la cual se establece la obligación del Estado colombiano, de promover la investigación científica y el desarrollo tecnológico, además de la responsabilidad de incorporar la ciencia y la tecnología en los planes y programas de desarrollo económico y social de la nación, en el mediano y largo plazo.

La Ley 344 de 1996 (1996) son las normas correspondientes a la creación de empresa. El artículo 16, especifica que, “el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) debe contribuir con el 20% de sus ingresos, para destinarlos al desarrollo de programas de competitividad y

desarrollo tecnológico productivo, por la cual, dichos programas son implementados por la misma entidad” (p. 4).

La Ley 590 de 2000 (2000), por la que se consagra las disposiciones generales de la política estatal para la creación de empresas en Colombia. Tiene la finalidad de establecer las condiciones favorables para la creación y desarrollo de las micro, medianas y pequeñas empresas, como reconocimiento al papel fundamental que representan en la economía colombiana.

El artículo 2, modificado en la Ley 905 del 2004 (2004), clasifica por tamaños las empresas, de acuerdo con el número de trabajadores y sus activos totales. Las medianas empresas deben estar conformadas por una planta de personal entre 51 y 200 trabajadores y disponer de unos activos totales entre 5.001 a 30.000 SMMLV. Las pequeñas empresas, deben contar con una planta de personal entre 11 y 50 trabajadores y unos activos totales, entre 501 y 5.000 SMMLV. Finalmente, las microempresas, no deben superar los 10 trabajadores y deben disponer de unos activos totales menores o iguales a 500 SMML.

La Ley 789 de 2002 (2002), mediante artículo 40 establece la creación del Fondo Emprender, el cual es administrado por el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA. Cumple la función de financiar proyectos productivos a través de un fondo denominado Plan Semilla. Los proyectos deben ser desarrollados por aprendices, practicantes o profesionales que estén o hayan desarrollado su formación técnica, tecnológica o profesional en Instituciones de Educación Superior, reconocidas por el Estado Colombiano mediante la Ley 30 de 1992 y Ley 115 de 1994.

La Ley 1014 de 2006 (2006), en su artículo 2 explica que tiene como finalidad de promover el espíritu emprendedor en los estudiantes que conforman todos los niveles educativos, desde la educación preescolar, la educación básica (primaria y secundaria), la educación media

(dos grados y culmina con el título de bachiller), y la educación superior, para formar ciudadanos con capacidades innovadoras que contribuyan al desarrollo económico del país. La Política Nacional de Emprendimiento, dispone de cinco objetivos estratégicos, a saber:

Emprendimientos en el marco de la formalidad: Busca la formalización de las nuevas y existentes empresas.

Diversidad y efectividad de alternativas de financiamiento e inversión: Pretende implementar nuevas metodologías para financiar la actividad emprendedora, mediante acuerdos con las entidades financieras, los emprendedores presentan su plan de negocio, como una garantía ante el préstamo solicitado. Esta medida, enfatiza la promoción de la inversión privada directa en nuevas empresas y en proyectos empresariales.

Articulación institucional: Fomenta la conformación de la Red Nacional de Emprendimiento y de las Redes Regionales de Emprendimiento, en este espacio las instituciones podrán desarrollar programas y planes de trabajo que promuevan el emprendimiento, generando redes de contacto entre emprendedores, inversionistas y entidades interesadas en el desarrollo de proyectos empresariales.

Fortalecimiento de los servicios no financieros para el emprendimiento: Pretende consolidar y renovar el portafolio de servicios de apoyo al emprendimiento, además de brindar acompañamiento, asesoría, formación, asistencia técnica, a los emprendedores desde la germinación de una idea de negocio hasta su puesta en marcha.

Promoción de emprendimientos que apliquen ciencia, tecnología e innovación: Busca fomentar la innovación como elemento esencial en el desarrollo de planes de negocio sostenibles.

Gracias a la política gubernamental y a la gestión de las diferentes instituciones públicas y privadas, se han fortalecido los programas y planes orientados a promover una cultura emprendedora como eje central en la búsqueda de equidad y desarrollo económico regional y nacional. Esta ley de emprendimiento se rige por principios de formación integral de los estudiantes a través de la formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, fortalecimiento de la cooperación, reconocimiento de las responsabilidades del desarrollo de las personas como individuos y apoyo a proyectos empresariales desde lo académico, social cultural. En este sentido, a través de la ley todas las entidades educativas formales y no formales están obligadas a promover el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación.

La Ley 1258 de 2008 (2008) con la cual se decreta la creación de Sociedades por Acciones Simplificadas, lo que permite crear un tipo societario muy flexible y práctico a la hora de crear negocios, podrá ser constituida por una o varias personas, mediante un contrato unilateral establecido en un documento privado. El registro mercantil se deberá realizar en la Cámara de Comercio del lugar donde se encuentra su domicilio. El contenido del documento de constitución debe indicar el nombre, documento de identidad y domicilio de cada uno de sus accionistas, además de especificar la razón social y actividad económica que desarrollará la empresa. La responsabilidad estará limitada en concordancia al aporte de cada uno de los socios, así mismo la sociedad pasará a ser una persona jurídica, independientemente de sus accionistas en el momento que se realice la inscripción en el registro mercantil.

La Ley 1286 de 2009 (2009), con la cual se modifica la Ley 29 de 1990 y tiene como objetivo fortalecer el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología en Colombia para lograr un modelo productivo sustentado en la ciencia, tecnología y la innovación. El Departamento

Administrativo, Colciencias, será responsable de las funciones generales que presenta la Ley 489 de 1998. Además, formular e impulsar las políticas de corto, mediano y largo plazo del Estado, en ciencia, tecnología e innovación.

La Ley 1429 del 2010 (2010), que tiene como principal objetivo la formalización y la generación de empleo, con la finalidad de brindar incentivos a la formalización de las empresas en su fase preliminar, además ofrece beneficios tributarios que permite que la empresa tenga una manera escalonada de tributación. Las nuevas pequeñas empresas que inicien su actividad económica bajo los parámetros de esta ley o se formalicen, el primer año no pagan el costo de la matrícula mercantil en las Cámaras de Comercio, el segundo y tercer año pagan tarifas reducidas 50% y 75% respectivamente, los dos primeros años no pagan los aportes parafiscales a las cajas de compensación, el tercer, cuarto y quinto año, pagan tarifas reducidas 25, 50 y 75% respectivamente, los dos primeros años no pagan impuesto de renta, el tercero, cuarto y quinto año pagan tarifas reducidas, 25%, 50% y 75% respectivamente.

En la actualidad se han presentado algunos avances significativos como la Ley 1780 de 2016 (2016), con la que se busca lograr un importante desarrollo institucional que permita la implementación de diferentes acciones y estrategias a partir de un desarrollo integral de la juventud, en términos de buscar una salida a las dificultades relacionadas con la vinculación laboral intentando resolver y aliviar los problemas del desempleo para la población juvenil. El gobierno nacional en la búsqueda de mejorar esta situación se ha puesto en la tarea de buscar estrategias productivas para los jóvenes en edad productiva e inactivos laboralmente, a través de iniciativas de capital semilla, que permitan su productividad, así como la búsqueda de generación estímulos para que los jóvenes creen empresa y contribuyan al desarrollo propio y de su región.

Así las cosas, se comenzó a generar una serie de acciones de intervención por parte del Estado que están enmarcadas en tres tipos de políticas de empleo a escala macroeconómica, de regulación del mercado laboral y en políticas del mismo, pero sin lograr el éxito esperado. De otra parte, hay que entender que las políticas de empleo se encuentran relacionadas con las dinámicas económicas, políticas y sociales de un país, específicamente en términos de una política económica y social desajustada o y en la estrategia misma del desarrollo. La naturaleza de las medidas e instrumentos utilizados tanto en el ámbito económico como social e institucional para afectar el nivel y la calidad del empleo es muy variada.

La Ley 2059 de 2020 (2020), por medio de la cual se impulsa el emprendimiento en Colombia que tiene como objetivo establecer un marco regulatorio moderno para promover el crecimiento de nuevas empresas que contribuyan a la generación de equidad y bienestar social. La unificación de los recursos que se destinan a los programas se la realiza a través de la agencia de emprendimiento e innovación “INNPULSA”. La ley fue diseñada para todo tipo de emprendedor, buscando la facilidad de creación, fortalecimiento y consolidación de las Pymes que contribuyan a la generación de empleo, Principalmente incluye beneficios para iniciativas emprendedoras en los sectores del, agro, sector social, deportivo y femenino. Los aspectos más relevantes de la ley son:

Reducción de cargas en trámites para la creación de empresas.

Modifica las tarifas para las Pymes que requieran certificación del Invima.

Ajusta los impuestos departamentales para la inscripción de empresas y establece un sistema de contabilidad diferenciada para las microempresas.

Mejora las condiciones para que los microempresarios y emprendedores puedan venderle al estado, mediante la participación de las compras públicas.

Brinda mayor inclusión a las mujeres en temas de creación de empresa y crea un sistema de información para las compras del estado.

Unifica fuentes públicas de financiamiento.

Articula a las pymes al sistema nacional de competitividad e innovación, además de incentivar con acompañamiento técnico, a través de INNPULSA Colombia, la cual busca asesorar al emprendedor, en los procesos de creación de empresa y facilita la promoción y divulgación de la cultura emprendedora en las instituciones educativas del país.

Crea un fondo con el ICETEX para beneficiar a los emprendedores con financiamiento para sus proyectos.

- **Decretos en Colombia**

Dentro de los decretos que se apoya la investigación están el Decreto 1860 de 1994 (1994) que reglamenta parcialmente la Ley General de Educación, específicamente en lo relacionado con los aspectos pedagógicos y organizativos generales, se citan en su artículo 14 que

Todo establecimiento educativo debe elaborar y poner en práctica con la participación de la comunidad educativa, un proyecto educativo institucional que exprese la forma como se ha decidido alcanzar los fines de la educación definidos por la ley, teniendo en cuenta las condiciones sociales, económicas y culturales de su medio”. (p. 7)

Y en su artículo 15 la norma deja claro que “cada establecimiento educativo goza de autonomía para formular, adoptar y poner en práctica su propio proyecto educativo institucional sin más limitaciones que las definidas por la ley y este reglamento” (p. 8).

El Decreto recuerda la obligatoriedad de incluir las áreas fundamentales consignadas en la Ley General de Educación y prevé la posibilidad de la inclusión de otras áreas o asignaturas

que se requieran para llevar a cabo el Proyecto Educativo Institucional; también determina que las áreas pueden desarrollarse mediante asignaturas o proyectos pedagógicos de duraciones variables desde trimestrales hasta anuales. Además, el Decreto 1860 considera en su artículo 36 que, además los proyectos pedagógicos también podrán estar orientados al diseño y elaboración de un producto, al aprovechamiento de un material equipo, a la adquisición de dominio sobre una técnica o tecnología, a la solución de un caso de la vida académica, social, política o económica y en general, al desarrollo de intereses de los educandos que promuevan su espíritu investigativo y cualquier otro propósito que cumpla los fines y objetivos en el proyecto educativo institucional. (p. 36)

Decreto 934 de 2003 (2003) que reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender, contemplando la ley 789 del 2002, expedida por el Congreso de la República, la cual estipula las normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social, además de modificar los artículos del Código Sustantivo del Trabajo. Para efectos del presente decreto, se determina que los aprendices, son los estudiantes adscritos o certificados por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), o estudiantes de otras estudiantes que el SENA reconozca. El capítulo II, establece todos los criterios, mecanismos y funciones por el cual el Fondo Emprender trabajará. También da a conocer los diferentes medios y recursos que posee la entidad y los coloca a disposición de los beneficiarios con el fin de desarrollar proyectos que generen beneficios positivos al desarrollo de la nación.

Decreto 4466 de 2006 (2006), por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas. También está el Decreto 525 de 2009 (2009), por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000, mejora la operatividad de esta ley, establece alivios y gradualidad del pago de parafiscales para las micro, pequeñas y medianas

empresas. El Decreto 1192 de 2009 (2009), por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

- **Programas de emprendimiento**

Así mismo, se han desarrollado programas en Colombia que buscan apoyar el fomento del emprendimiento como “La Plataforma del Sistema de Información del Fondo Emprender” en donde se desarrollan la formulación proyectos. Esta entidad creada por el Estado y administrada por el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), tiene como objetivo, financiar proyectos empresariales que provengan y sean desarrollados por aprendices, egresados, practicantes universitarios o profesionales cuya formación se esté desarrollando o se haya desarrollado en instituciones reconocidas por el Estado (Fondo Emprender, 2020).

Por otra parte, un programa de equidad de género es “El Fondo Mujer Emprende” el cual busca apoyar las iniciativas de mujeres en sectores rurales, en actividades de moda, turismo, alimentos procesados, entre otros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2021).

También se han desarrollado los Parquesoft - Parque Tecnológico del Software (2020) que promueven el desarrollo y la creación de empresas que provean al mercado, de productos y servicios de tecnología informática, siendo el clúster de Ciencia y Tecnología Informática más grande de Colombia y uno de los más importantes líderes en apoyo a proyectos de emprendimiento enfocados a la tecnología e Investigación de paradigmas tecnológicos para aplicar al desarrollo de soluciones informáticas.

La Red de Jóvenes Empresarios también es otro programa que se encuentra alineado con la estrategia Sacúdete del Gobierno Nacional, que tiene como finalidad propiciar espacios que conlleven al crecimiento de los jóvenes, a través del emprendimiento y la innovación,

convirtiéndose en una valiosa oportunidad para potencializar el talento de las nuevas generaciones en las regiones (Innpulsa Colombia, 2021).

Además, existen alianzas presididos por Emprende Colombia, como las Redes Regionales de Emprendimiento que son acciones que se coordinan entre los actores de origen regional liderados por las gobernaciones de los departamentos en Colombia, “actualmente se cuenta con la participación de más 660 instituciones entre gobernaciones, alcaldías, cámaras de comercio, universidades, cajas de compensación, fundaciones y colegios” (Emprende Colombia, 2020, párr. 4) en toda la nación. También está el Ecosistema de Innovación de la Alianza del Pacífico (EIAP) donde se busca “desarrollar estrategias, programas e instrumentos que aceleren y potencialicen la innovación en los países miembros” (Emprende Colombia, 2020, párr. 7), con estos se busca apoyar a los empresarios jóvenes en países como Colombia a través de oficinas de consultoría.

También, en el país se han creado programas de reconocimiento, como: el Premio Colombiano a la Innovación Empresarial para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Premio Innova) liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, cuyo propósito es apoyar la innovación en Colombia en aras de mejorar la competitividad.

7.4. Marco Contextual

La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas - FACEA - de la Universidad de Nariño (Institución de Educación Superior del Departamento de Nariño), inicia en la década de los setenta con la creación del programa de Economía, expedido mediante el Acuerdo 018 de 22 de junio de 1973. En el año de 1992 mediante el Acuerdo 110 de 28 de julio se crea el programa de Administración de empresas, posteriormente en el año de 1993 se crea el programa de Comercio Internacional mediante el Acuerdo 164 de 25 de noviembre. Asimismo, en el año 2010

se crea el programa de Contaduría Pública mediante el Acuerdo 012 del 10 de febrero, como resultado de la solicitud persistente de la comunidad nariñense para que se oferte el programa en la única universidad pública del departamento. Finalmente, en el año 2011 se crea el programa de Mercadeo mediante el acuerdo 004 del 4 de febrero del mismo año.

De esta manera, la facultad queda consolidada por cinco programas académicos de tradición y prestigio a nivel local y nacional, dichos programas están encaminados a la preparación de profesionales competentes, que aporten un valor agregado a la sociedad, lo que ha permitido posicionar a la facultad dentro de la Universidad y la Región. En lo que respecta a la razón de ser y la proyección de la Facultad: la Misión “contribuye a formar seres humanos, ciudadanos y profesionales integrales que marcan la diferencia en su entorno por su capacidad innovadora, emprendedora, crítica y propositiva” (Universidad de Nariño, 2016, párr. 1). En cuanto a la Visión, la facultad busca “en una comunidad de aprendizaje de las ciencias económicas liderando el desarrollo integral de la región” (Universidad de Nariño, 2016, párr. 2).

La Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas cuenta con profesionales altamente calificados, quienes trabajan en equipo y con efectividad, a fin de cumplir con los objetivos misionales de docencia, investigación y proyección, lo que les ha permitido consolidar a la facultad como un referente académico para la formación de pensamiento estratégico que contribuya con el desarrollo humano y sustentable de la (Universidad de Nariño, 2016). Además, la facultad cuenta con unidades académicas de apoyo que trabajan en red tanto a nivel interno como externo, con el propósito de formar investigadores y líderes emprendedores. Esas unidades de apoyo son:

La Unidad de Emprendimiento (UNEMPRESA) creada mediante el Acuerdo 038 del 13 de abril del 2007 y teniendo en cuenta las atribuciones establecidas en la Ley nacional 1014 del

de enero del 2006, de Fomento de cultura de emprendimiento, tiene la finalidad de articular el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo, a través de la formación empresarial, apoyo y acompañamiento a los diferentes proyectos que contribuyan a la transición dinámica de la región.

El Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Empresarial (CEDRE) fue creado el 26 de octubre de 1998 mediante Acuerdo No. 054 expedido por el Consejo Superior de la Universidad de Nariño. El Centro brinda un espacio académico para el desarrollo de capacidades de investigación en la comunidad, académica. Para ello, ofrece servicios de capacitación, formación y entrenamiento, en temas concernientes al desarrollo empresarial, la planificación, estructuración y gestión de proyectos de inversión pública o privada, con la finalidad de contribuir al desarrollo económico de la región.

El Centro de Inteligencia de Mercados (CIM) el cual fue creado principalmente para orientar al empresario de la región, en la creación de proyectos empresariales competitivos. Teniendo en cuenta los diferentes recursos, físicos técnicos y humanos con las que dispone la universidad, el CIM trata de articular de manera sistemática los recursos mencionados anteriormente con el objetivo de brindar asesoría y capacitación a las entidades públicas y privadas, de acuerdo a los requerimientos que se ajusten a cada una de ellas.

Otras áreas de apoyo e investigación de la facultad son los Comités Universidad Empresa-Estado (CUEEs), cuyo rol consiste en impulsar proyectos de investigación aplicada, que posibiliten la apropiación social del conocimiento tecnológico en beneficio del desarrollo de las empresas y comunidad en general. La Universidad de Nariño está constituida por la sede principal en la ciudad de Pasto y por tres extensiones en los municipios de Ipiales, Túquerres y

Tumaco. Particularmente la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas hace presencia en la sede principal (Pasto) y en las Extensiones de Túquerres e Ipiales.

En la Sede Pasto, la facultad cuenta con una excelente infraestructura física y tecnológica, donde se ofertan los cinco programas de pregrado que consolidan la facultad, ésta se encuentra ubicada en la Ciudad Universitaria Torobajo, calle 18 Crr 50 - Bloque 02, San Juan de Pasto, Colombia. La Extensión Túquerres, cuenta con tres programas de pregrado: Administración de Empresas, Economía y Mercadeo, se encuentra ubicada en la calle 24 No. 13 B – 62 en el municipio de Túquerres, Nariño. La Extensión Ipiales ofrece tres programas de pregrado: Administración de Empresas, Comercio Internacional y Mercadeo, se encuentra ubicada en la calle 1 No. 3 – 81, barrio La Floresta Ipiales, Nariño.

- **Contexto**

Una vez brindada la información general, el espacio físico en donde se plantea la presente investigación corresponde a la Universidad de Nariño, extensión Ipiales. Cabe mencionar que Ipiales es una ciudad que limita con la República del Ecuador, con el departamento del Putumayo y con los municipios de la Ex provincia de Obando, lo que le ha permitido constituirse en una Unidad de Desarrollo Fronterizo y en el polo de desarrollo del suroccidente del departamento de Nariño,

En este sentido la población objeto de estudio son los estudiantes adscritos a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Extensión Ipiales, cuya marca temporal corresponde al periodo académico B - 2016 al periodo académico B - 2020. La facultad en la extensión Ipiales dio apertura en agosto del 2016 con el programa de Administración de Empresas, (Registro calificado, Resolución No. 2819 de 2016). Posteriormente en agosto del 2017 se adiciona el programa de Comercio Internacional, (Registro calificado, Resolución No.

2436 de 2016) finalmente en febrero de 2018 se amplía la oferta académica con el programade Mercadeo. (Registro calificado para Ipiales, Resolución No. 5553 de 2016) Dichos programas cuentan con registro calificado por término de siete años, otorgado por el Ministerio de Educación Nacional. La Facultad, dispone de 491 estudiantes matriculados entre el periodo académico B - 2016 al periodo académico B – 2020, representando el mayor porcentaje del estamento estudiantil adscrito a la Universidad de Nariño Extensión Ipiales.

La FACEA de la extensión Ipiales, comparte los espacios físicos con los estudiantes del programa de Ingeniería de Sistemas y los estudiantes del Centro de Idiomas de la Universidad de Nariño. Por ende, la facultad no cuenta con una infraestructura propia y carece de oficinas del Cedre, Unempresa, y El Centro de Inteligencia de Mercados (CIM).

8. Metodología

En el presente capítulo se describe el marco metodológico, en el cual se determina el diseño y enfoque de la investigación, así como la población y muestra, el tipo de instrumento de recolección de datos y las herramientas de procesamiento de datos.

8.1. Diseño de la investigación

Para el estudio de la investigación, se utilizaron los diseños de investigación de campo y de diseño no experimental transversal descriptivo, por cuanto tiene como propósito diagnosticar el estado de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales, matriculados entre el periodo académico B 2016 - B 2020, para formular estrategias que contribuya al fomento del emprendimiento de los estudiantes en mención.

Es preciso señalar que Sabino (1992), expone que el diseño de la investigación se puede clasificar en función del tipo de datos recolectados, por un lado, está la investigación de tipo bibliográfico y por otro lado la investigación de campo. En este sentido, el diseño del presente trabajo fue de campo, puesto que los datos obtenidos son de fuente primaria, recolectados a través de algunas técnicas de los métodos cuantitativos y cualitativos. Por otra parte, Hernández et al., (2018) define que la investigación no experimental:

Es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre variables se realizan sin intervención o influencia directa, y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural. (p.152)

Así mismo, los autores plantean que los diseños de investigación transversales “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y

analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como *tomar una fotografía* de algo que sucede” (Hernández et al., p.152). En este sentido, para el estudio se recolectó información de fuentes primarias mediante el uso de cuestionarios y entrevistas que se desarrollaron en un trabajo de campo, obtenidas en un solo momento, es decir en un tiempo único (periodo B 2016 – periodo B2020), cuyo propósito fue describir la variable en estudio, es decir la cultura de emprendimiento.

8.2. Enfoque de la investigación

El presente estudio fue diseñado bajo el planteamiento de enfoque mixto, debido a que es el método que mejor se adaptó a las características y necesidades de la investigación, por lo que implicó la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y desarrollo conjunto. Para el componente cuantitativo, se hizo uso de la técnica de encuestas, cuyo instrumento fue un cuestionario compuesto por un conjunto de preguntas estructuradas, que permitieron recopilar información referente al perfil emprendedor de los estudiantes objeto de estudio. Por otra parte, para el componente cualitativo se hizo uso de la técnica de Focus Group, en donde se recopiló información a través de unas preguntas de discusión emitidas a un grupo de profesionales y expertos en emprendimiento.

8.2.1. Población

Debido a las características específicas señaladas con anterioridad, se necesitó la selección de un conjunto de individuos que reúnan ciertos criterios de clasificación que sean consistentes con el presente trabajo. En este caso, la población seleccionada son los estudiantes adscritos a la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales, comprendidos en el periodo B – 2016 al periodo B – 2020. Según la Oficina de Registro y Control Académico, de la Universidad de Nariño, el número de estudiantes

matriculados entre el periodo B 2016 y B 2020 corresponde a 491 estudiantes, de los cuales 162 se encuentran matriculados en el programa de Comercio Internacional, 232 estudiantes en el programa de Administración de empresas y 97 estudiantes están matriculados en el programa de Mercadeo.

En las siguientes tablas, se puede observar con claridad la relación del número de estudiantes matriculados en cada semestre, en los distintos programas de la facultad.

Tabla 1.

Número de Estudiantes Matriculados en el Programa de Comercio Internacional.

Semestre	No. De estudiantes matriculados
I	59
III	35
V	27
VII	41
Total, estudiantes matriculados	162

Fuente: Oficina de Registro y Control Académico, de la Universidad de Nariño (2020).

Tabla 2.

Número de Estudiantes Matriculados en el Programa de Administración de Empresas.

Semestre	No. De estudiantes matriculados
I	59
III	54
V	42
VII	40
IX	37
Total, estudiantes matriculados	232

Fuente: Oficina de Registro y Control Académico, de la Universidad de Nariño (2020).

Tabla 3.

Número de Estudiantes Matriculados en el Programa de Mercadeo.

Semestre	No. De estudiantes matriculados
II	35
IV	32
VI	30
Total, estudiantes matriculados	97

Fuente: Oficina de Registro y Control Académico, de la Universidad de Nariño (2020).

8.2.2. Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2018), la muestra es “un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población” (p.173), con la muestra se busca sobre todo generalizar los resultados entrados en ella a la población.

Con la finalidad de aplicar los instrumentos de recolección de datos, se hizo uso de la fórmula estadística para población finita, que permitió determinar la muestra de acuerdo a la población, considerando un nivel de confianza del 95% con un margen de error mínimo del 3%.

Donde;

N= Tamaño de la población (491)

Z= Nivel de confiabilidad (95%)

e= Error de estimación máxima aceptada (5%)

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q= probabilidad de que no ocurra el evento estudiado (1 -p)

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

$$n = \frac{491 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(491 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

En consecuencia, el tamaño de la muestra corresponde a 216 estudiantes. La muestra es representativa y confiable debido a que el nivel de confianza es del 95% y su margen de error es del 5%.

8.3. Técnicas de recolección de datos

La presente investigación planteada desde el enfoque mixto constituye dos técnicas de recolección de datos, para tal efecto se seleccionó las siguientes:

- **Encuestas**

Ésta es ampliamente utilizada como un procedimiento de investigación, debido a que permite recolectar datos de modo rápido y eficaz. Se puede definir la encuesta como “una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación, mediante la recolección de datos de una muestra representativa de una población o universo más amplio” (Casas et al., 2003, p. 527)

- **Focus Group**

Desde el punto de vista conceptual de Zeller y Carmines (1980) el Focus Group “se caracteriza por proporcionar un método de exploración, que permite a los participantes expresar sus preocupaciones y/u opiniones dentro de un contexto que es útil para la comunidad científica” (p. 116). En síntesis, la técnica de grupo focal es una herramienta que puede ser utilizada en investigaciones mixtas y consiste en una especie de entrevista grupal, en la cual los participantes discuten y debaten sobre un tema específico.

8.4. Instrumentos de recolección de datos

Para llevar a cabo el desarrollo de la investigación, se utilizaron dos instrumentos de recolección de información:

- **Cuestionario**

Este instrumento de recolección de datos estuvo compuesto de 34 preguntas, 21 preguntas dicotómicas, 14 preguntas polinómicas y 3 preguntas abiertas, cuyo fin consistió en caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales, matriculados entre el periodo académico B 2016 – B 2020. La encuesta fue sometida a prueba piloto aplicándosele a 10 estudiantes de la Facultad objeto de estudio, lo cual permitió realizar los ajustes necesarios en términos de redacción, precisión y comprensibilidad. El cuestionario se aplicó de manera virtual, a través de los formularios Google Works Space. (Ver Anexo 1).

- **Ficha del Focus Group**

Este es el instrumento del Focus Group (Ver Anexo 2) y se aplicó a profesionales expertos en emprendimiento, con la finalidad de llevar a cabo una discusión para identificar los factores claves que se deben tener en cuenta para el desarrollo del emprendimiento en estudiantes universitarios. El Focus Group se desarrolló a través de una reunión virtual por medio de Microsoft Teams (aplicación de videoconferencias de Microsoft), el tiempo empleado fue de una hora 15 minutos.

8.5. Herramientas para el procesamiento de datos

Para el procesamiento de los datos recolectados mediante la encuesta, se usó el programa IBM SPSS Statistics (Statistical Package for Social Sciences), en donde se estructuró el análisis bajo los resultados obtenidos de cada interrogante y para el procesamiento de los datos

recolectados mediante el Focus Group, se usó la grabación de la reunión, en donde se realizó un análisis cualitativo de cada una de las percepciones que emitieron los profesionales invitados, frente a los interrogantes expuestos durante la sesión.

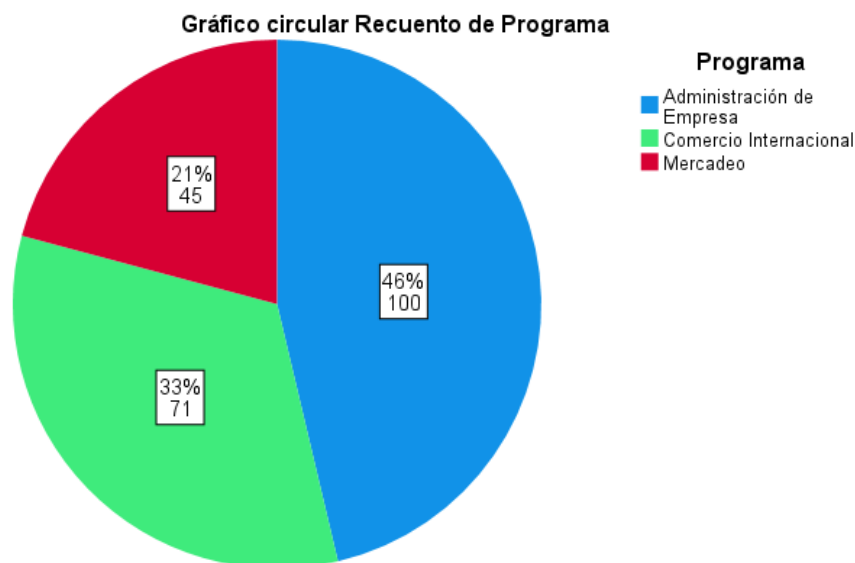
9. Presentación de resultados

9.1. Nivel de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020

Para el análisis de los resultados de la encuesta aplicada se hizo uso del programa de IBM SPSS Statics, donde para cada pregunta se realizó una gráfica circular con el conteo acumulado y el porcentaje, como se muestra a continuación:

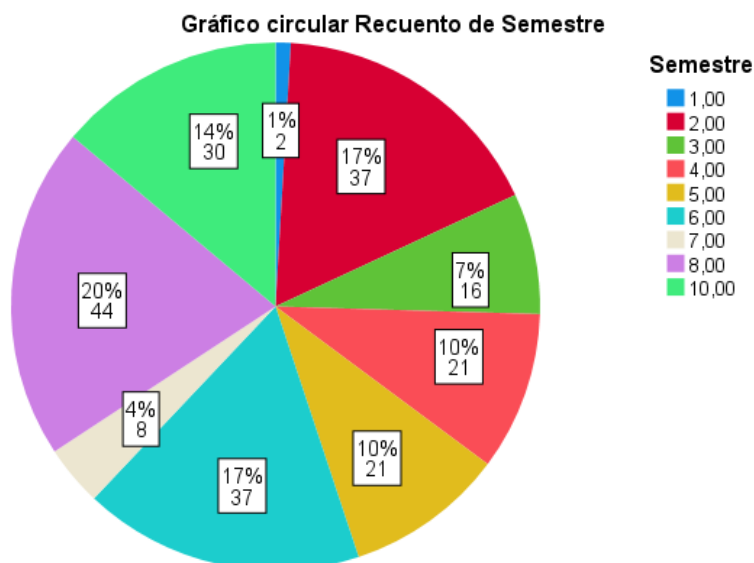
Figura 1.

Programa académico



Fuente: esta investigación (2022)

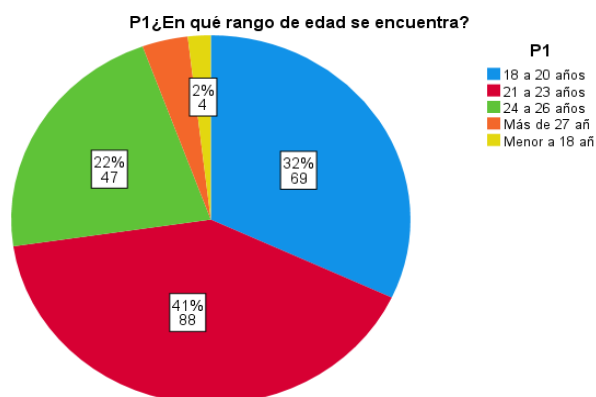
Para el conteo sobre el programa académico de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, se les pregunto a qué programa académico pertenecen donde para una muestra de 216 de estudiantes, el acumulado de distribuyo de la siguiente manera: 100 estudiantes estudian Administración de Empresa con un 46%, 71 estudiantes pertenecen al programa de Comercio Internacional con un porcentaje de 33% y por último 45 estudiantes estudian Mercadeo con 21%.

Figura 2.*Semestre*

Fuente: esta investigación (2022)

En la figura 2, que respecto al semestre académico de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, se encontró que un 1% pertenecen al primer semestre, un 17% a segundo semestre, un 7% al tercer semestre, un 10% en igual proporción para los semestres cuarto y quinto respectivamente, un 17% para el sexto semestre, un 20% para el octavo semestre y finalmente un 14% para el décimo semestre, para un total de 216 estudiantes.

Se observa que la muestra está distribuida de manera no uniforme, pero existe un mínimo de estudiante por semestre brindado variedad en los datos y las respuestas recibidas.

Figura 3.*Edad*

Fuente: esta investigación (2022)

Para el conteo sobre la edad se tomaron 5 categorías, comprendidas desde menor de 18 años hasta más de 27 años, agrupadas en 2 años como límites, donde la edad predominante con 88 estudiantes fue el rango de edad de 21 a 23 años, seguido de 18 a 20 años con 69 estudiantes y por último 24 a 26 años con 47 estudiantes, en menor medida se presenta el rango de edad de más de 27 años con 8 estudiantes y por último en menor de 18 años se registran 4 estudiantes, para un total de 216 estudiantes. Se observa que la muestra está distribuida mayormente entre los 18 a 26 años donde está más del 95% de los estudiantes.

Figura 4.*Sexo*

Fuente: esta investigación (2022)

En la figura 4, indica que respecto al sexo de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, un 62% pertenecen al sexo femenino y un 38% al masculino.

Figura 5.

Pregunta: 3. ¿Confía en sus capacidades a pesar de cometer errores?



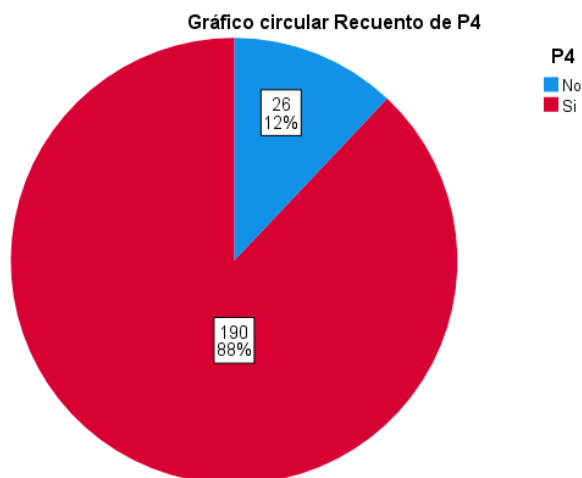
Fuente: esta investigación (2022)

Respecto del tercer planteamiento relacionado sobre que si ¿Confía en sus capacidades a pesar de cometer errores?, se encontró que en los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, un 96% si confía en ellas, mientras que solo un 4% no lo hacen.

Lo que indica que el mayor porcentaje de los estudiantes, tienen la seguridad y la confianza en sí mismos y de sus talentos, teniendo en cuenta que están expuestos a cometer errores, pero con la capacidad de reconocerlos y aprender de ellos.

Figura 6.

Pregunta: 4. ¿Usted cuenta con sensibilidad para analizar problemas y tiene creatividad para resolverlos?



Fuente: esta investigación (2022)

La figura 6 indica que respecto del cuarto planteamiento relacionado con que si ¿Usted cuenta con sensibilidad para analizar problemas y tiene creatividad para resolverlos?, los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, en un 88% si presenta sensibilidad y creatividad, mientras que un 12% manifiesta que no presentan esta cualidad, lo cual es importante destacar pues estos dos son factores importantes que debe tener un emprendedor ya que la sensibilidad le permite comprender el mundo y sus problemáticas y la creatividad le permite la solución eficaz de problemáticas desde el ámbito empresarial.

Figura 7.

Pregunta: 5. ¿Encuentra a menudo soluciones rápidas y eficaces a los problemas?



Fuente: esta investigación (2022)

La figura 7 infiere que respecto del quinto planteamiento relacionado con que si ¿Encuentra a menudo soluciones rápidas y eficaces a los problemas? los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, en un 73% si encuentra soluciones rápidas y eficaces, mientras que un 27% indica que no.

Esto muestra un alto nivel de sinceridad por parte de los estudiantes puesto que más de 50 estudiantes respondieron no a esta pregunta, La resolución de problemas es más fácil de desarrollar si se dispone de las herramientas adecuadas y se planifica una estrategia correcta.

Figura 8.

Pregunta: 6. ¿Le gusta promover un ambiente de innovación y es un generador constante de ideas originales?



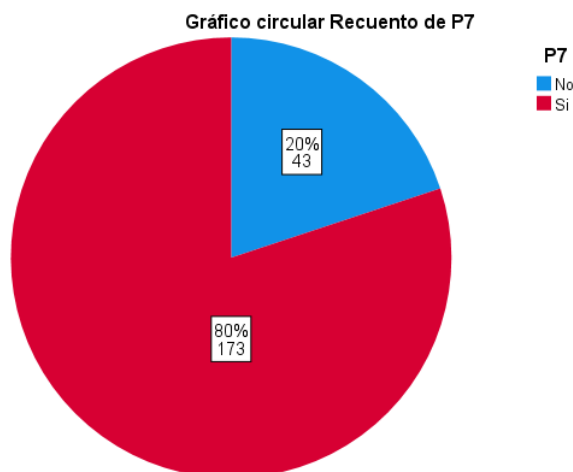
Fuente: esta investigación (2022)

La figura 8 infiere que respecto del sexto planteamiento relacionado con que si ¿Le gusta promover un ambiente de innovación y es un generador constante de ideas originales? los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, indican en un 90% que, si promueven un ambiente de innovación y generador de ideas originales, mientras que el 10% restante no lo hace.

Estos resultados permiten inferir que el mayor porcentaje de estudiantes cuentan con la creatividad para generar ideas innovadoras que pueden convertirse en oportunidades de negocio, sin embargo, las ideas no solo deben quedar en representaciones mentales, éstas deben ser llevadas a la acción para materializarlas en ideas de negocio y posteriormente a los planes de negocio.

Figura 9.

Pregunta: 7. ¿Se conoce a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?



Fuente: esta investigación (2022)

Respecto del séptimo planteamiento relacionado a: ¿Se conoce a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?, se encontró que en los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, el 80% de los encuestados afirma tener autoconocimiento. Lo que da a entender, que los estudiantes que poseen esta habilidad pueden contribuir en el desarrollo de proyectos, debido a que el autoconocimiento es vital para realizar acciones basadas en la toma de decisiones.

Por otra parte, el 20% restante niega conocerse así mismo, lo que permite interpretar que la carencia de esta habilidad puede ser un factor que imposibilita el desarrollo de emprendimientos, en los estudiantes que hacen parte de este porcentaje.

Figura 10.

Pregunta 8. ¿Ve posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hace?



Fuente: esta investigación (2022)

La innovación, es un concepto clave en cualquier emprendimiento, debido a que es ese proceso de crear, modificar o darle un valor agregado a algo que impacte de manera favorable y traiga consigo beneficios para la persona que emprende y quienes lo rodean.

Sobre la pregunta en cuestión, los estudiantes respondieron de forma positiva en un 83% mientras que el 17% respondió negativamente, es decir que de 216 estudiantes encuestados 180 de ellos poseen la característica de Innovación.

Figura 11.

Pregunta 9. ¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?

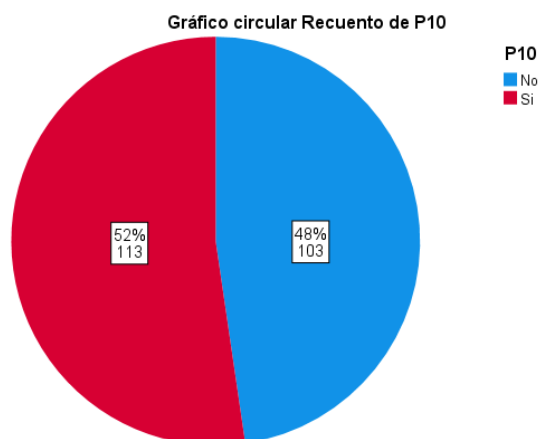


Fuente: esta investigación (2022)

El adjetivo de persona ingeniosa, se caracteriza por astucia u originalidad de invención o construcción para la resolución, en este aspecto los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 respondieron de manera positiva en un 77% y de manera negativa en un 23%.

Figura 12.

Pregunta 10. ¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?

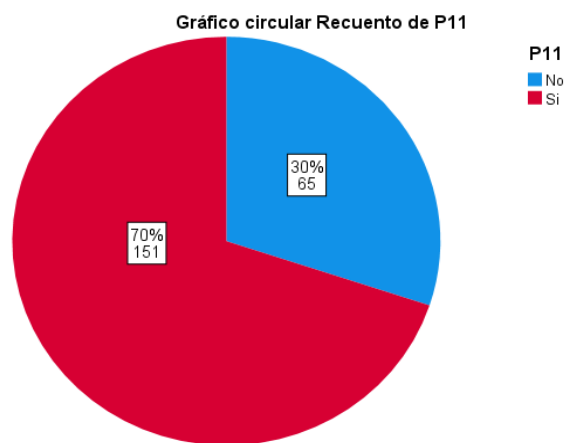


Fuente: esta investigación (2022)

La capacidad para trabajar bajo presión implica lidiar con las limitaciones que a menudo están fuera de su control; estas pueden ser limitaciones de tiempo o de recursos, la dificultad de la tarea o la falta de conocimientos necesarios para completar la tarea, o cambios o problemas imprevistos. La planificación y la gestión del tiempo efectivas (para mitigar o permitir problemas inesperados, por ejemplo) pueden reducir la probabilidad de que ocurran algunas situaciones presurizadas, pero no las erradicará por completo. Sobre este aspecto los estudiantes respondieron que pueden resolver problemas rápidamente incluso bajo presión en tan solo un 52% (113 estudiantes) y de manera negativa en un 48% (103 estudiantes), esto demuestra una preferencia de los estudiantes de trabajar en ambientes más relajados y con libertad de elección, que ambientes de tensión y solución inmediata, este aspecto es de los que más porcentaje negativo ha presentado hasta ahora en el análisis del instrumento empleado.

Figura 13.

Pregunta 11. ¿Toma la iniciativa ante situaciones complejas?



Fuente: esta investigación (2022)

La iniciativa es la capacidad de ser ingenioso y trabajar sin que siempre se le diga qué hacer. Requiere resistencia y determinación. Las personas que muestran iniciativa demuestran

que pueden pensar por sí mismas y actuar cuando sea necesario. Significa usar la cabeza y tener el impulso para lograr. Sobre este aspecto los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 respondieron de manera positiva en un 70% y de manera negativa en un 30%.

Figura 14.

Pregunta 12. ¿Tiene predisposición para asumir riesgos?

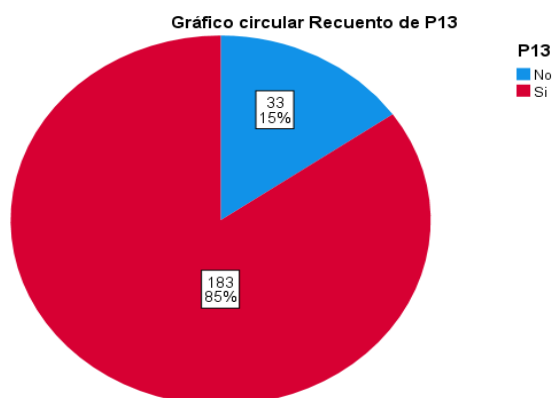


Fuente: esta investigación (2022)

Diferente a los aspectos anteriormente nombrados, asumir riesgos puede ser una cualidad relacionada directamente con la personalidad, actividades prácticas como realizar un primer contacto con una persona desconocida o hablar para un público grande requiere de esta habilidad directamente, donde los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 respondieron de manera positiva en un 87% y de manera negativa en un 13%.

Figura 15.

Pregunta 13. ¿Se adapta fácilmente a los cambios?

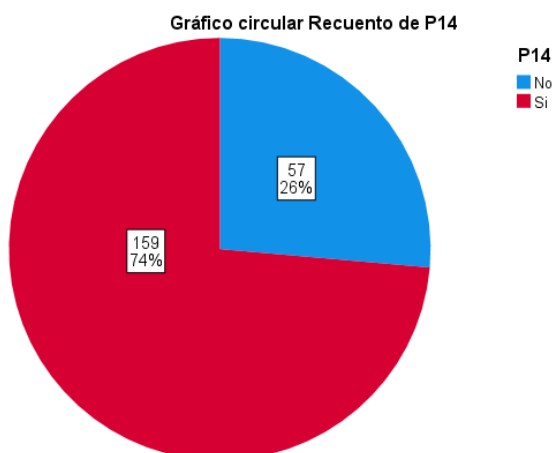


Fuente: esta investigación (2022)

La adaptabilidad como habilidad se refiere a la capacidad de una persona para cambiar sus acciones, rumbo o enfoque para hacer las cosas con el fin de adaptarse a una nueva situación. Sobre este aspecto los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 respondieron de manera positiva en un 85% y de manera negativa en un 15%.

Figura 16.

Pregunta 14. ¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?



Fuente: esta investigación (2022)

La comunicación es el proceso de transmitir información de una persona a otra. El propósito de la comunicación comprende la información y el entendimiento. Cualquier cosa que uno quiera decirle a alguien debe ser entendida claramente por él, de lo contrario, el propósito mismo de la comunicación sería en vano. Sobre este aspecto los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 respondieron de manera positiva en un 74% y de manera negativa en un 26%. Mostrando indicios de ser personas un poco introvertidas debido al alto porcentaje de personas que no ven fácil comunicarse con otras personas.

Figura 17.

Pregunta 15. ¿Tiene persistencia en el logro de sus objetivos?



Fuente: esta investigación (2022)

La persistencia es un rasgo de la personalidad que se caracteriza por la determinación de lograr un objetivo a pesar de los obstáculos y retrasos que pueda encontrar. Muchas personas exitosas tienden a persistir en sus esfuerzos hasta que logran lo que se propusieron. Nunca se rinden. Sobre este aspecto los estudiantes respondieron de manera positiva en un alto porcentaje

del 94% mientras que de manera negativa en tan solo un 6%, siendo este uno de los rasgos más presente en la muestra estudiada.

Figura 18.

Pregunta 16. ¿Arriesgaría recursos propios si pusiera en marcha un proyecto empresarial?

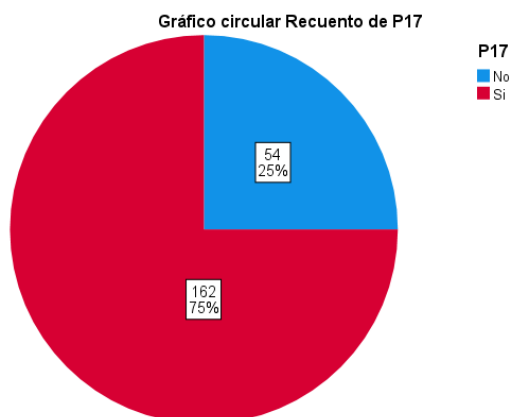


Fuente: esta investigación (2022)

El desarrollo de un proyecto empresarial propio, el creer en sí mismo o la misma práctica de ser emprendedor conlleva muchas veces el riesgo de perder recursos, como también implica involucrar nombre y reputación. Sobre este aspecto los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 respondieron que estarían dispuesto a arriesgar recursos propios en un 92%, mientras que el 8% restante preferiría hacerlo con recursos de terceros. Hoy en día muchos emprendedores prefieren las figuras de ángeles inversores, crowdfunding, etc. para el desarrollo de sus proyectos esto debido a que muchas veces no cuentan con recursos más allá de la idea de negocio y el tiempo. Desarrollar un emprendimiento con dinero de terceros implica a la final una reducción del margen de utilidad propio pero muchas veces es la opción viable para el emprendedor.

Figura 19.

Pregunta 17. ¿Sabe administrar sus recursos económicos?

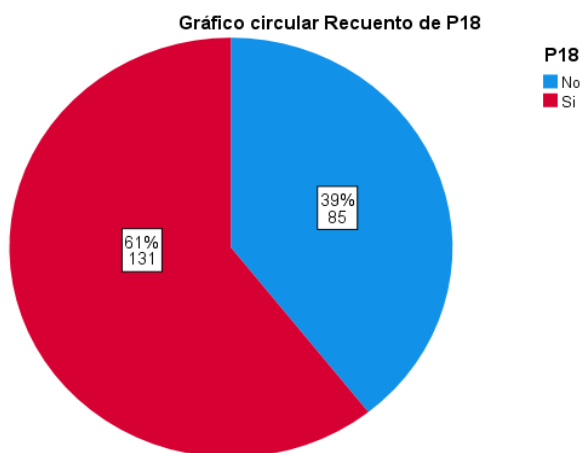


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 19 infiere que respecto al planteamiento relacionado con que si ¿Sabe administrar sus recursos económicos? los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, indican en un 75% que, si saben administrar sus recursos económicos, mientras que el 25% restante no.

Figura 20.

Pregunta 18. ¿Tiene facilidad para negociar con éxito?



Fuente: esta investigación (2022)

En esencia, las habilidades de negociación abarcan la comunicación de ida y vuelta diseñada para llegar a un acuerdo entre dos o más partes. La negociación es una parte intrínseca de cualquier tipo de acción conjunta, resolución de problemas y resolución de disputas, y puede ser verbal, no verbal, explícita, implícita, directa o a través de intermediarios.

La figura 20, infiere que respecto al planteamiento relacionado con que si ¿Tiene facilidad para negociar con éxito? los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, indican en un 61% que si saben negociar con éxito mientras que el 49% restante no.

Figura 21.

Pregunta 19. ¿Estaría dispuesto/a hacer frente al fracaso con tal de ampliar sus horizontes?

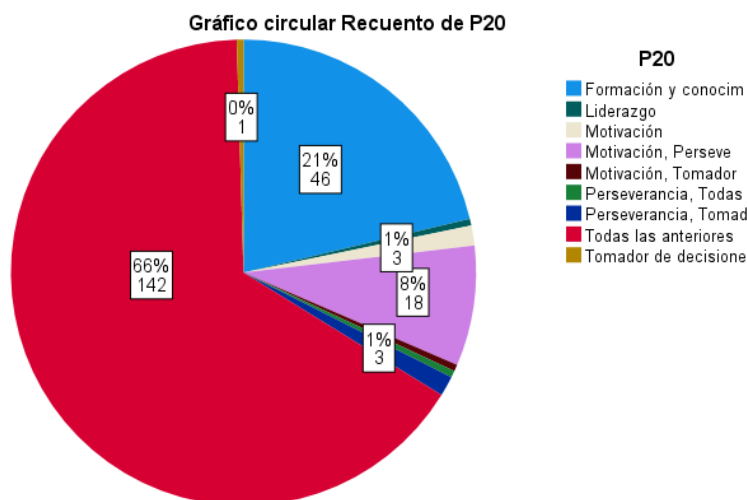


Fuente: esta investigación (2022)

El fracaso comercial se refiere a que una empresa cesa sus operaciones después de su incapacidad para obtener ganancias o generar suficientes ingresos para cubrir sus gastos. Un negocio rentable puede fracasar si no genera un flujo de caja adecuado para cubrir los gastos. La figura 21, muestra que el 97% de los estudiantes están dispuestos a hacerle frente al fracaso con tal de ampliar sus horizontes, mientras que un mínimo de 3% le temen al fracaso como parte de la actividad de emprender nuevos horizontes.

Figura 22.

Pregunta 20. ¿Para usted qué características debe tener un emprendedor?

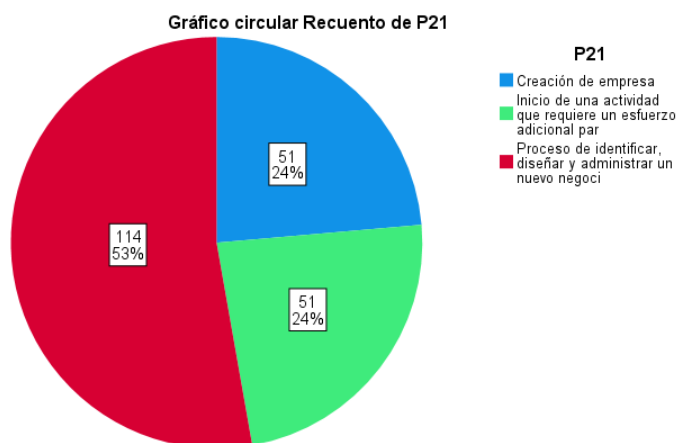


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 22 infiere que respecto al planteamiento relacionado con que características debe tener un emprendedor, donde la opción con mayor porcentaje fue aquella que acoge todas las opciones (Todas las anteriores) con un 66%, luego de esto la característica siguiente fue “formación y conocimiento” con un porcentaje del 21%, con un porcentaje del 8% se destaca la característica de “motivación y perseverancia” y ya en menor medida y con poco porcentaje se presentan el resto de opciones donde la que menor porcentaje tubo fue “Tomador de decisiones”. Ser emprendedor es la capacidad y la disposición para desarrollar, organizar y administrar una empresa comercial, junto con cualquiera de sus incertidumbres con el fin de obtener ganancias. El ejemplo más destacado de espíritu empresarial es el inicio de nuevas empresas.

Figura 23.

Pregunta 21. ¿Para usted que es el emprendimiento empresarial?

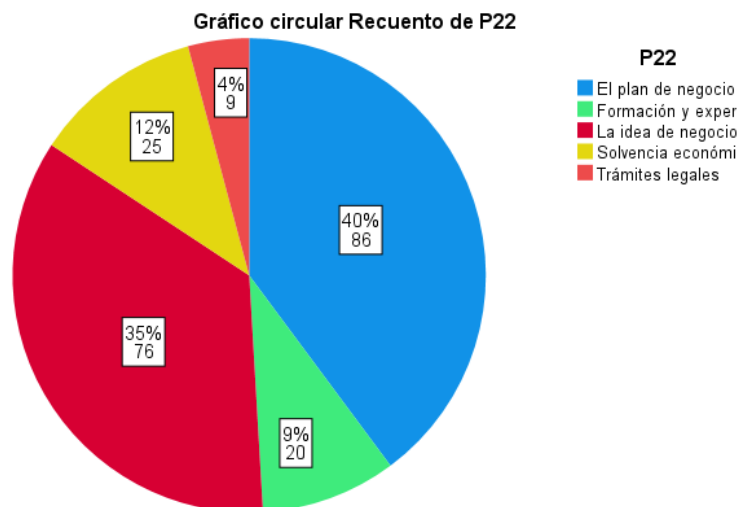


Fuente: esta investigación (2022)

Sobre esta figura observamos que en esencia existe una respuesta predominante con un 53% que responde a la pregunta ¿Para usted que es el emprendimiento empresarial?, los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 indican que el emprendimiento empresarial es el “proceso de identificar, diseñar y administrar un nuevo negocio” como primera opción, las dos respuestas restantes tiene un empate porcentual con un 24% cada una, las cuales son “creación de empresa” y “inicio de una actividad que requiere un esfuerzo adicional para cumplir un objetivo”. Una persona que asume el riesgo de iniciar una nueva empresa se denomina emprendedor. Un emprendedor crea una empresa para hacer realidad su idea, conocida como emprendimiento, que agrega capital y trabajo para producir bienes o servicios con fines de lucro.

Figura 24.

Pregunta 22. ¿Qué es prioritario a la hora de crear una empresa?



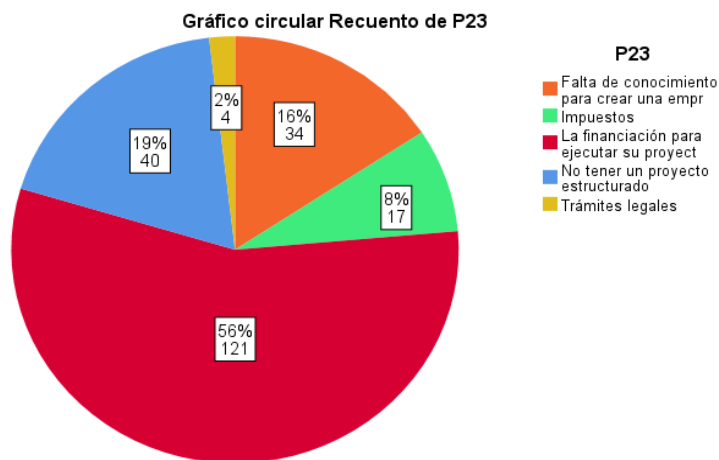
Fuente: esta investigación (2022)

La figura 24 infiere que respecto al planteamiento relacionado con ¿Qué es prioritario a la hora de crear una empresa? los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, indican en un 40% que el plan de negocio es lo más importante.

La segunda opción con mayor frecuencia es “la idea de negocio” con un porcentaje del 35%, luego de estas opciones precede la “solvencia económica” con 12%, la “formación y experiencia” con un 9% y por último los “trámites legales” con un 4%.

Un plan de negocios es un documento escrito que describe en detalle cómo una empresa, generalmente una startup, define sus objetivos y cómo va a lograr sus objetivos. Un plan de negocios establece una hoja de ruta escrita para la empresa desde el punto de vista de marketing, financiero y operativo.

Figura 25. Pregunta 23 ¿Qué factores usted considera un limitante para emprender y crear empresa?



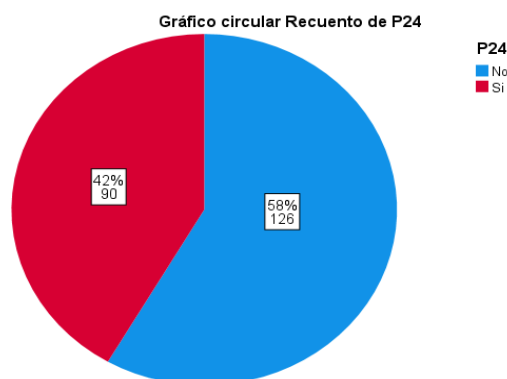
Fuente: esta investigación (2022)

La figura 25, muestra que respecto al planteamiento relacionado con ¿Qué factores usted considera un limitante para emprender y crear empresa? los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, indican en un 56% que la “financiación para ejecutar su proyecto” es el mayor limitante.

La segunda opción con mayor frecuencia es “no tener un proyecto estructurado” con un porcentaje del 19%, luego de estas opciones precede la “falta de conocimiento para crear una empresa” con un 16%, los “impuestos” con un 9% y por último los “trámites legales” con un 2%.

Figura 26.

Pregunta 24. ¿Usted conoce las redes de fomento al emprendimiento con las que cuenta Universidad de Nariño?

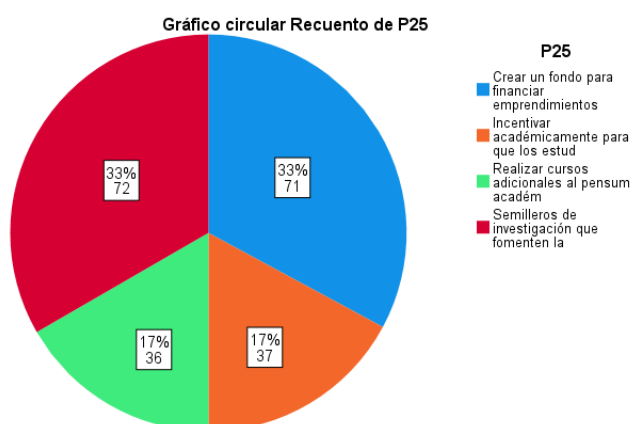


Fuente: esta investigación (2022)

El desconocimiento de redes de fomento de emprendimiento de la Universidad de Nariño se evidencia en la figura anterior donde los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, indican en un 58% desconocer totalmente la existencia de dichas redes, un porcentaje inferior del 42% dice si conocer dichas redes.

Figura 27.

Pregunta 25. ¿Qué estrategias usted considera que debería emplear la Universidad para fomentar el emprendimiento en los estudiantes?

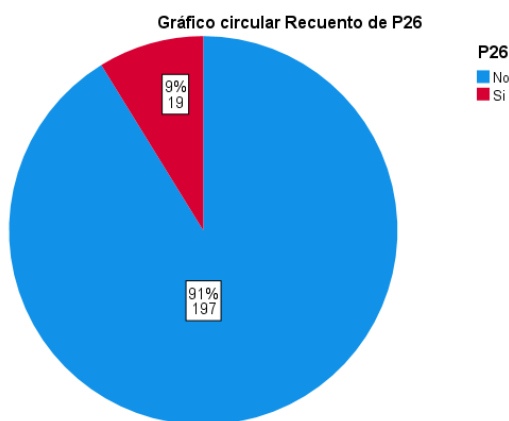


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 27 nos muestra como consejo principal de los estudiantes hacia la universidad dos opciones con igual porcentaje, en este caso del 33% que da respuesta al interrogante ¿Qué estrategias usted considera que debería emplear la Universidad para fomentar el emprendimiento en los estudiantes? Con “Semilleros de investigación que fomenten la creación de empresa” con 72 estudiantes, seguido de “Crear un fondo para financiar emprendimientos” con 71 estudiantes. Las dos opciones restantes presentan también porcentaje bastante iguales con un 17% en “Incentivar académicamente para que los estudiantes presenten ideas de negocio y las desarrollen” y 17% en “Realizar cursos adicionales al pensum académico sobre emprendimiento”.

Figura 28.

Pregunta 26. ¿Usted tiene empresa o negocio?

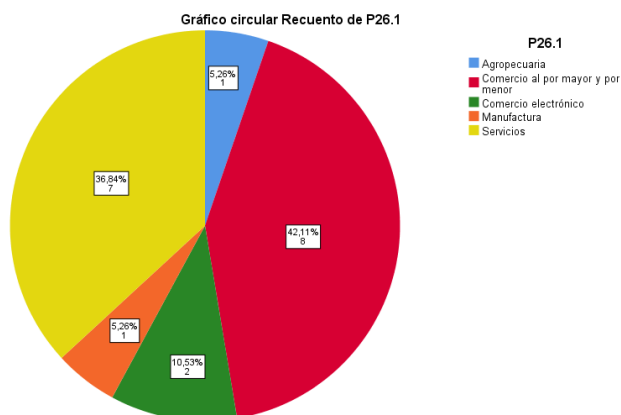


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 28 infiere que respecto al planteamiento relacionado con ¿Usted tiene empresa o negocio? los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020, indican en un 91% no tener empresa o negocio y un 9% respondió afirmativo a dicha pregunta.

Figura 29.

Pregunta 26.1 Si su respuesta es SI, indique la actividad económica a la que pertenece su negocio

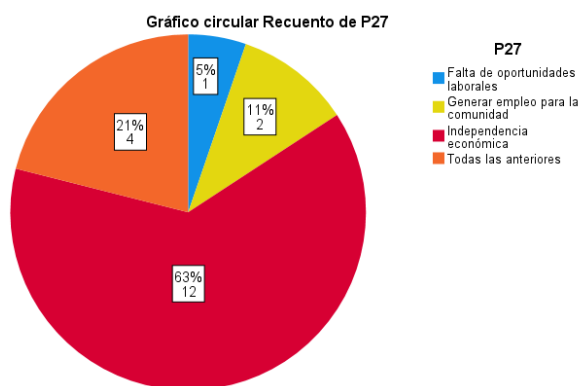


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 29 muestra la actividad económica de los 17 estudiantes que respondieron si tener empresa o negocio, la actividad con más frecuencia acumulada es “comercio al por mayor y por menor” con 43%, luego de esto la segunda actividad económica son los “servicios” con un 36%, con menor porcentaje aparece la respuesta de “comercio electrónico” con 10% y con 5% las respuestas “manufactura” y “agropecuaria”.

Figura 30.

Pregunta 27. ¿Qué lo motivo a la creación de su plan de negocio?

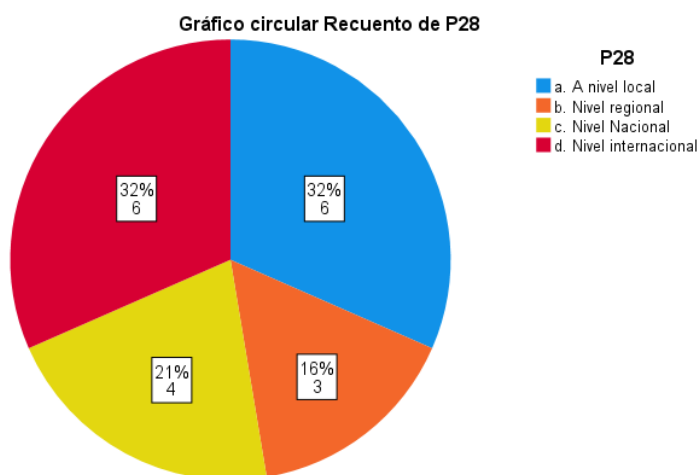


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 30 muestra el motivo por el cual crearon empresa los estudiantes que respondieron si a la pregunta 26, donde el principal motivo fue “independencia económica” con un 63%, (12 estudiantes). Por otra parte, el 21% (4 estudiantes) refiere que su motivo por el cual crearon empresa, se debe a la falta de oportunidades laborales, generar empleo para la comunidad y, por ende, tener independencia económica. Como tercera opción, el 11% de los estudiantes (2) desarrollaron su empresa con la finalidad de generar empleo para la comunidad. Por último, el 5% restante que corresponde a un estudiante, da a conocer que su motivo de creación de empresa se debe a la falta de oportunidades laborales.

Figura 31.

Pregunta 28. ¿Cómo proyecta su empresa o negocio?

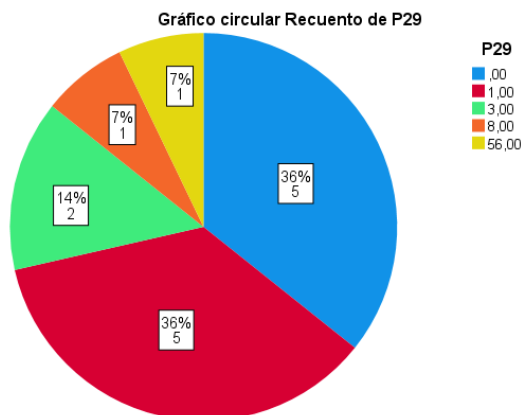


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 31 muestra la proyección que tienen los estudiantes que en la actualidad tienen empresa o negocio, donde predominan las respuestas “nivel internacional” y “nivel local” con igual porcentaje del 32%, en tercer lugar, aparece la opción “nivel nacional” con 21% y por último la opción de “nivel regional” con 16%.

Figura 32.

Pregunta 29. ¿Cuántos empleos formales genera la empresa?



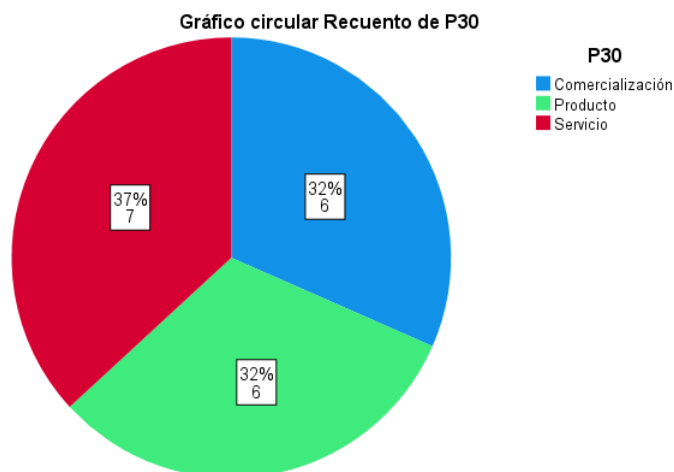
Fuente: esta investigación (2022)

En esta pregunta, se indago sobre la cantidad de empleos formales que genera el negocio o empresa que los estudiantes en la pregunta 26 respondieron que sí, la respuesta de “cero empleos formales” y “un empleo formal” presentan mayor porcentaje con un 36% respectivamente, se tiene además dos estudiantes que generan “tres empleos formales” que representan un 14%, y como casos atípicos aparecen las respuestas de “ocho empleos formales” y “56 empleos formales” con 7% de porcentaje.

Estas dos últimas opciones representan empresas ya consolidadas, en cambio el hecho de que cero empleos formales aparezca como una de las opciones predominantes significa que los negocios de estos estudiantes son informales y pertenecen a desarrollo de emprendimientos a menor escala o en fase de iniciación.

Figura 33.

Pregunta 30. ¿Cuál es la innovación más representativa de su empresa?

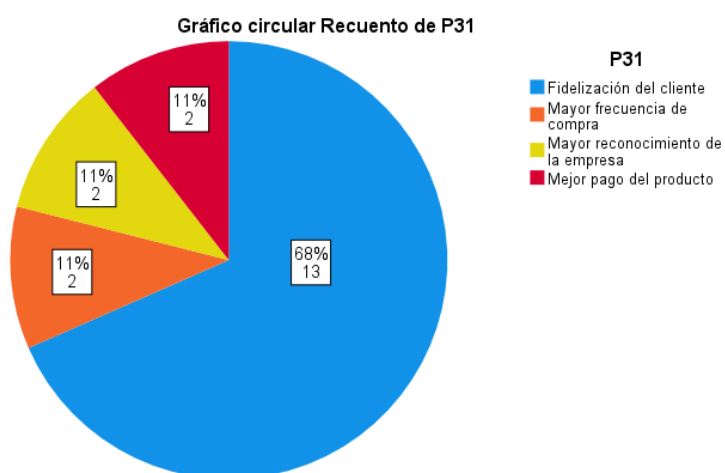


Fuente: esta investigación (2022)

La figura 33 muestra que la pregunta 30 obtiene frecuencias y porcentajes bastante ajustados, donde con 7 estudiantes la opción de “servicio” ocupa el primer lugar como innovación representativa con 37% y luego con igual frecuencia (6) aparecen “comercialización” y “producto” con 32% respectivamente.

Figura 34.

Pregunta 31. ¿La innovación ejercida en su negocio ha sido valorada por sus clientes?



Fuente: esta investigación (2022)

Los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 que tienen negocio o empresa e hicieron innovación recientemente, consiguieron como respuesta por parte de sus clientes, “Fidelización del cliente” en un 67%, “mayor reconocimiento de la empresa” en un 11%, “mejor pago del producto” en un 11% y por último “mayor frecuencia de compra” con 11%.

Pregunta 32. ¿Ha obtenido nuevas fuentes de financiación?

En este punto, no se requiere representar las respuestas gráficamente, dado que las frecuencias acumuladas no representan mayor número de estudiantes. De los 19 estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - A 2020 que tienen negocio o empresa solo dos de ellos afirman haber obtenido nuevas fuentes de financiación.

Pregunta 32.1 Si su respuesta es afirmativa, decir cuál es la nueva fuente de financiación.

Las dos personas que respondieron positivamente la pregunta anterior, dicen obtener nuevas fuentes de financiación a partir de trabajos alternativos y aportes de familiares.

Pregunta 33. ¿Cuál es el monto que ha recibido de la nueva fuente de financiación?

El monto recibido como nuevas fuentes de financiación de estos dos estudiantes fue de \$10.000.000 y \$50.000.000.

Pregunta 34. ¿Si usted llegara a obtener nuevos recursos financieros en que lo invertiría?

Los dos estudiantes respondieron maquinaria y equipo como la opción de inversión si se obtiene nuevos recursos.

De esta manera a través de los resultados expuestos en las anteriores 34 preguntas, se logró identificar el nivel de emprendimiento de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales matriculados entre el periodo académico B 2016 – B

2020 en donde se logró evidenciar la necesidad de fomentar una cultura y espíritu empresarial en los estudiantes. Ante esta situación el espíritu empresarial no solo debe equipararse con la creación de nuevas empresas o la gestión de pequeñas empresas, sino con la creatividad y el cambio. En este contexto es importante que la Universidad de Nariño en coordinación de la Unidad de Emprendimiento genere estrategias más asertivas para sensibilizar y fomentar el emprendimiento en los estudiantes a fin de generar una cultura de emprendimiento que contribuya al desarrollo socioeconómico de la región.

Como se sostiene a partir de las inferencias y porcentajes encontrados en las preguntas claves como son la Pregunta: 5. ¿Encuentra a menudo soluciones rápidas y eficaces a los problemas?, Pregunta: 7. ¿Se conoce a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?, Pregunta 9.

¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?, Pregunta 10. ¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?, Pregunta 11. ¿Toma la iniciativa ante situaciones complejas?, Pregunta 14. ¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?, Pregunta 17. ¿Sabe administrar sus recursos económicos?, Pregunta 18. ¿Tiene facilidad para negociar con éxito?

Estas preguntas permitieron identificar el estado actual de los estudiantes con respecto al emprendimiento, en donde se identificó que el porcentaje predominante se encuentra en la respuesta positiva, aunque también hay estudiantes que se sitúan en la respuesta negativa representando el porcentaje minoritario, sin embargo, el hecho de que los estudiantes posean ciertas características catalogadas a los emprendedores no significa que los estudiantes sean emprendedores puesto que esas características se complementan con la actitud emprendedora. Además, en modo de retroalimentación para la institución se encuentra preocupante el resultado a la Pregunta 24. ¿Usted conoce las redes de fomento al emprendimiento con las que cuenta

Universidad de Nariño?, donde 126 estudiantes responden de forma negativa siendo el porcentaje predominante a la respuesta con un 58%, esto muestra una debilidad para la institución en su tarea de promocionar dichas de redes, además permite replantear estrategias para que esta información llegue a todos los estudiantes de la Universidad de Nariño y en especial a los estudiantes de la FACEA que se encuentran en la extensión Ipiales.

El hecho de que solo 19 estudiantes hayan desarrollado proyectos de negocios o empresariales, permite inferir que hay un débil desarrollo de emprendimiento donde señalan que la principal limitante para iniciar un negocio es la financiación, como se evidencia en la pregunta 23, lo que permite inferir que muchas veces los estudiantes pueden tener buenas ideas de negocios, pero existen diferentes factores limitantes que los frena. La ausencia de emprendimientos por parte de los estudiantes no solo se debe a la financiación de sus proyectos, existen otros factores que se deben analizar para comprender de manera integral que impide que haya una cultura de emprendimiento bien desarrollada.

9.2. Como se genera la cultura de emprendimiento en los estudiantes universitarios, de acuerdo a la concepción de profesionales en emprendimiento

Con el fin de identificar los factores claves que se deben tener en cuenta para el desarrollo de emprendimientos en estudiantes universitarios, se realizó una discusión con profesionales y expertos en la materia, el grupo focal estuvo conformado por cuatro especialistas en emprendimiento, egresados de la Universidad de Nariño de programas de pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, y quienes además hacen parte del cuerpo docente de la Universidad en mención.

Expertos:

Fabio Jesús Ibarra Jaramillo: Docente Hora Cátedra Universidad de Nariño Coordinador Unidad de Emprendimiento (UNEMPRESA)

Administrador de Empresas, Especialista en gerencia de proyectos y Magister en Administración.

Luis Eduardo Benavides Pupiales: Docente Hora Cátedra Universidad de Nariño Gestor Emprendimiento Universidad de Nariño.

Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Proyectos, Magister en Mercados Financieros y Magister en Administración.

Luis Guillermo Arteaga Regalado: Docente Hora Cátedra Universidad de Antioquia Coordinador Unidad de Emprendimiento e Innovación Universidad de Antioquia. Administrador de Empresas, Especialista en Diseño Estratégico e Innovación.

Omar Libardo Villarreal Velasco: Docente Hora Cátedra Universidad de Nariño, Gestor Emprendimiento Universidad de Nariño. Economista, Especialista en Gestión Incubadora de Empresas y Tutoría en Proyectos Empresariales, Especialista en Docencia Universitaria y Magister en Administración.

Con las personas mencionadas anteriormente se llevó a cabo una discusión a través de una reunión virtual, cuyo propósito fue identificar con la ayuda de profesionales y expertos en emprendimiento, como se genera la cultura de emprendimiento en los estudiantes universitarios.

De este modo, se indagó en primera medida sobre los factores claves que influyen en el desarrollo de emprendimiento en los estudiantes universitarios, ante lo cual de acuerdo a las respuestas de los ponentes se hallaron algunas similitudes.

Según Fabio Ibarra, existen dos factores claves “la sensibilización hacia el emprendimiento y el acompañamiento a los estudiantes para la creación de empresas por parte de la universidad”. F. Ibarra (comunicación personal, 21 de julio, 2021)

En este punto coincide Luis Benavides al explicar que existen factores tanto a nivel de contexto y a nivel personal, en el primer nivel,

La sensibilización hacia el emprendimiento por parte de las universidades e instituciones, es clave para dar cumplimiento a la Ley de Emprendimiento emitida por el Estado, en este sentido, las universidades han implementado espacios como las unidades de emprendimiento cuyo propósito es fomentar la cultura de emprendedora a través de actividades de sensibilización que permita el desarrollo de procesos de formación, capacitación y asesoría a los estudiantes que desean encaminarse en esta temática. A nivel personal se encuentra el espíritu emprendedor del estudiante, que hace referencia a la actitud y enfoque de pensamiento crítico, que busca el cambio a través de la generación de ideas y va acompañado de la estimulación del núcleo académico. L. Benavides (comunicación personal 21 de julio, 2021).

Del mismo modo, Omar Villareal explica que en Colombia ya existe una gestión política sobre el tema:

Considero que, en este momento, Colombia está atravesando por una etapa positiva en emprendimiento, primero porque se tiene una ley de emprendimiento, la Ley 1014 del 2006, y ahora la nueva ley 2066 que salió en diciembre del 2020 y adicional a ello se encuentra la política nacional de emprendimiento CONPES. Si analizamos esta situación podemos decir que hay unos actores muy interesados en el desarrollo de Colombia con el emprendimiento, eso significa que esta ley ha involucrado al sistema educativo debido a

que, tiempo atrás las universidades estaban formando profesionales para el trabajo, el mismo Sena estaba generando técnicos y tecnólogos para el trabajo, sin embargo, gracias a las leyes mencionadas anteriormente, hoy en día se ha logrado enrutar el emprendimiento como una alternativa de generación de oportunidades laborales tanto para los estudiantes como para la comunidad. De este modo, un factor clave del desarrollo de emprendimiento es el fomento y sensibilización a los estudiantes en donde se motiva y brinda las herramientas y conocimientos técnicos que guía a los estudiantes hacia el desarrollo de nuevos proyectos. O. Villareal (comunicación personal 21 de Julio, 2021).

Adicionalmente, Villareal considera que otro factor clave que explica el desarrollo de emprendimientos en los estudiantes universitarios, es el ecosistema, y aquí es importante mencionar que la articulación entre el gobierno, la academia y las empresas, han contribuido en la generación de un entorno propicio que brinda oportunidades para el desarrollo de proyectos de emprendimiento. Esto quiere decir que las universidades deben abogar por el desarrollo de actividades que refuercen el emprendimiento no solo dentro de sus campus, sino también por fuera de ellos, a través del impulso y creación de alianzas para promover una cultura de emprendimiento a nivel local, con el propósito de crear un campo o área donde los proyectos de los futuros profesionales tengan un amplio desarrollo y aceptación en el mercado.

Luis Benavides, considera que el contexto es esencial para el desarrollo de emprendimientos, en este punto coincide con Luis Arteaga y Omar Villareal, quienes plantean que:

El ecosistema es clave en el emprendimiento, es decir cuando una persona empieza a emprender algo importante a tener en cuenta es el entorno. Ante este planteamiento, Luis

Arteaga contrasta y ejemplifica que emprender en Medellín, quizás es un poco más fácil que emprender en Nariño, debido a que el ecosistema en esta ciudad se encuentra conformado por una cultura y un espíritu emprendedor muy desarrollado. Siendo así, el desarrollo de emprendimientos de los estudiantes también se debe al contexto y condiciones del medio en el que se encuentran. L. Arteaga y O. Villareal (comunicación personal 21 de Julio, 2021).

Por otro lado, Arteaga expone que “un factor clave es el propósito de vida por el cual el estudiante decide emprender y decide entender todas las dinámicas del emprendimiento, comprendiendo que su propósito puede surgir por necesidad o por oportunidad” L. Arteaga (comunicación personal 21 de Julio, 2021), es decir el nivel personal es un factor determinante que debe ser explorado y explotado por las universidades.

En segunda medida, se realizó un debate sobre cuáles son las características a tener en cuenta para catalogar a una persona como emprendedora donde se halló:

Según Ibarra la principal característica que se debe tener en cuenta es el enfoque del ser, del saber y del tener, debido a que, anteriormente se pensaba que los emprendedores únicamente debían ser educados desde los aspectos técnicos, por esta razón cuando “un emprendedor fracasaba en su proyecto, no tenía resiliencia y esa capacidad de levantarse y emprender de nuevo”. F. Ibarra (comunicación personal 21 de julio, 2021)

Hoy en día no solo se trabaja en la parte técnica, sino que además se trabaja en el ser y en las habilidades blandas. Bajo este nuevo modelo de trabajo, las habilidades blandas han adquirido gran valor e importancia en el mundo empresarial, debido a que, antes de hacer está el ser, y para emprender se debe tener una serie de habilidades como la inteligencia emocional, la creatividad, la adaptación a los cambios, la tolerancia al fracaso, la capacidad de asumir riesgos y

otras habilidades fundamentales que apuntan al lado emocional y personal que influyen en el comportamiento al momento de iniciar un proyecto” (comunicación personal 21 de Julio 2021). Esto quiere decir que, en el campo de la educación, enseñar a emprender requiere de la formación de muchos aspectos como por ejemplo el trabajo en las capacidades y habilidades como persona.

En este sentido, Luis Arteaga concuerda al expresar que hoy en día las personas que emprenden deben tener un equilibrio tanto en su desarrollo técnico, como el campo social y personal, “si no hay equilibrio no se puede catalogar a alguien como emprendedor, digamos que, hay diferentes tipos de emprendedores, diferentes roles dentro de su equipo de trabajo y eso marca un aporte dentro de un equipo”. L. Arteaga (comunicación personal 21 de julio, 2021).

De este modo, en aspectos como el liderazgo y la toma de decisiones, los emprendedores deben tener habilidades técnicas y habilidades organizativas donde comprendan el marco normativo de un proceso. Pero, además, deben aprender a socializar y saber comunicarse con sus compañeros de trabajo para lograr las metas propuestas en el desarrollo de una idea.

Así mismo, Omar Villareal explica que para que el emprendedor alcance el éxito tiene que tener en cuenta una ecuación compuesta por

La actitud emprendedora + la intención emprendedora + el comportamiento emprendedor, esas son las tres características fundamentales para que una persona, independientemente de su profesión, su posición o estrato social, sea catalogada como emprendedora, si la persona posee la actitud y visión de cambio, tiene más facilidad para llevar una iniciativa hacia la creación de una empresa. O. Villareal (comunicación personal 21 de julio, 2021).

A esta ecuación se le suma Luis Benavides, quien explica que aspectos como el liderazgo, la tolerancia, el manejo de la frustración, el manejo del riesgo, la comunicación, el

trabajo en equipo y la creatividad, son las principales características que deben componer al emprendedor en su camino al éxito.

En tercera instancia, se indagó sobre la percepción que se tiene sobre el desarrollo de emprendimiento en los estudiantes universitarios cuya formación académica está enfocada en las ciencias económicas, a lo cual se encontró que:

Luis Benavides afirma que de acuerdo a investigaciones y estudios que se han realizado, los estudiantes tienen la motivación y la actitud de emprender, es decir que el talento humano existe con la disposición de emprender, además, muchas de las universidades del país brindan las herramientas necesarias para encaminar a los estudiantes en el mundo del emprendimiento, aunque se debe tener en cuenta que para emprender se requiere de vocación y pasión. Omar Villarreal explica que en la

Universidad de Nariño con respecto a otras universidades de la región, tiene un ambiente muy propicio para que el estudiante se sienta motivado para generar ideas de negocio, pueda llevarlas a un plan de negocios y posteriormente hacia la creación de una empresa. O. Villareal (comunicación personal 21 de julio, 2021).

Por otro lado, también destaca que la universidad tiene unos indicadores positivos puesto que, aproximadamente hay 45 empresas creadas a través del Fondo Emprender, donde se encuentra que en mayor medida las mujeres son las que más emprenden.

Así mismo, Fabio Ibarra, afirma que los estudiantes de la Universidad de Nariño tienen una amplia motivación para emprender, sin embargo, el problema está en que son muy pocos los estudiantes que se arriesgan y llevan su idea de negocio a la acción, explica que, la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño, cuenta con cinco programas de formación enfocadas en el desarrollo de una economía sostenible, sin embargo, los

emprendimientos que se han desarrollado a través de la Unidad de emprendimiento no se han gestado por estudiantes de esta facultad, por lo que esta situación es interesante para analizar y estudiar el porqué de esta situación, si es que tal vez este tipo de formación que tienen los estudiantes los lleva más a buscar zonas de confort o a la seguridad de tener un empleo y unos ingresos fijos, debido a que emprender requiere de actitud de cambio, implica mucho compromiso, responsabilidad y sacrificio.

Finalmente se indagó sobre cuáles pueden ser las limitaciones en los estudiantes a la hora de emprender, donde según Omar Villarreal existen tres limitantes claves:

1. Prototipo: En el ejercicio del emprendimiento se identifica la idea, se encuentra el problema y se le da la solución, cuando la idea pasa a ser un plan de negocio se debe realizar el prototipado y la validación en el mercado, y si en este ejercicio se encuentra que el modelo de negocio carece de estrategias que le permitan la sostenibilidad en el mercado, por tal razón el emprendedor abandona su proyecto.
2. Las características y competencias del estudiante: ya que además de tener las habilidades y conocimientos técnicos se requiere de ciertas características como, el ímpetu, la persistencia, la capacidad de asumir riesgos y la tolerancia al fracaso, entre otras.
3. Los recursos: debido a que emprender es un complemento de todo y se requiere tanto de las habilidades personales y técnicas como de los recursos físicos y financieros para darleejecución a la actividad planteada y a pesar de que existe diferentes organizaciones que brindan el apoyo financiero, los emprendedores deben presentar un proyecto factible y sostenible, y concursar con otros proyectos. O. Villareal (comunicación personal 21 de julio, 2021).

Estos limitantes se deben tener en cuenta, y trabajar en fortalecerse desde las universidades, de igual manera Luis Benavides explica que la principal limitante es el factor financiero puesto que, si no hay buena financiación no se pueden tener los resultados deseados, también expresa que existen otras limitantes como, los desconocimientos de ciertas metodologías que no permiten que un emprendimiento tenga una base sólida para salir al mercado.

Fabio Ibarra concuerda al expresar que los recursos las principales limitantes para desarrollar un emprendimiento, además de la mentalidad de las personas, debido a que para emprender se debe tener la intención y actitud de asumir el riesgo. Esto algo con lo que concuerda Luis Arteaga, quien explica que la primera limitante es el miedo al fracaso, seguido de los recursos financieros y finalmente la falta de conocimientos.

En síntesis, las limitantes para el emprendimiento en los estudiantes no solo radican en las restricciones de recursos financieros, también se debe a una mentalidad cuadrículada que no permite estar alerta a las oportunidades que el medio proporciona, ya sea por miedo al fracaso, por la negación al riesgo o por la comodidad de seguir en la zona de confort, por otra parte, también se encuentra la insuficiencia de conocimientos, debido a que un emprendimiento se traduce en el iniciación de un proyecto que se debe estructurar con base a conocimientos técnicos y estudios del mercado en el que se desea incursionar.

9.3. Estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento en los estudiantes de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales

El espíritu empresarial puede considerarse un activo nacional, y los empresarios son los impulsores de ese activo para cualquier país. Es un proceso dinámico que no solo aumenta la riqueza, sino que también crea valor que se traduce en mayores oportunidades y mejor bienestar. El espíritu empresarial juega un papel importante en el cambio de la sociedad, por lo que tiene

sentido cultivar, motivar y remunerar este mayor activo en la mayor medida posible. Los programas centrados en fomentar el emprendimiento, enseñan a los estudiantes habilidades cruciales para la vida que les ayudará en sus proyectos de vida como empresariales. Estas habilidades incluyen la resolución de problemas, el trabajo en equipo, la empatía y tolerancia al fracaso como parte del proceso de crecimiento. De este modo, a continuación, se presentan una serie de estrategias que parten de la intención de fomentar el emprendimiento en los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales y se establecen a partir de los resultados encontrados a través de la encuesta aplicada a los estudiantes y los aportes de los expertos que integraron el Focus Group.

Las estrategias se encuentran clasificadas en diferentes factores entre los cuales se encuentran: La formación, investigación, infraestructura, logística y asesoría técnica y alianzas estratégicas, las cuales contribuyen a alcanzar el objetivo propuesto de fomento a la cultura de emprendimiento en los estudiantes mencionados anteriormente.

Tabla 4.

Estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento en los estudiantes de la FACEA

Estrategias	Descripción	Acción	Recursos	Responsables
Gestión del Conocimiento	Uno de los aspectos más importantes al momento de fomentar el emprendimiento es a través de la gestión del conocimiento, de tal manera que reforzar la parte académica con temas sustanciales como, la economía, es el primer paso que se debe dar para promover el emprendimiento en la comunidad estudiantil, y que a su vez les permita desarrollar proyectos viables, fundamentados en el conocimiento y la ciencia.	1. Desarrollar la cátedra de carácter transversal sobre emprendimiento. en donde se introduzca, temas como: – Economía Sostenible – Emprendimientos Ecoamigables – Empoderamiento de la mujer en el emprendimiento. – Instituciones de apoyo al emprendimiento en aspectos financieros y legales. – Creación de Startup – Finanzas personales 2. Desarrollar seminarios y conferencias sobre emprendimiento. Puede ser en modalidad virtual o presencial. Dado el contexto virtual que ha tomado auge en los últimos tiempos, aprovechar las herramientas digitales para programar	– Talento Humano – Tecnológicos – Físicos – Financieros	Rector y vicerrector académico - Gestores Unidad de emprendimiento – Profesores de la FACEA

conferencias a través de webinars.

3. Generar espacios vivenciales con emprendedores del medio, endonde se dé a conocer la experiencia de un emprendedor en un contexto real. Puede ser de manera virtual o presencial. En el caso de ser virtual, invitar a emprendedores de otras regiones.

- Gestores
Unidad de emprendimiento
– Profesores de la FACEA

4. Fortalecer la formación de estudiante en habilidades blandas (Soft Skill), que les permita una adecuada relación inter e intrapersonal, enfatizando en temas claves como:

- Tolerancia al fracaso
- Inteligencia emocional
- Capacidad de solución de problemas
- Creatividad e ingenio
- Gestión del medio

- Gestores
Unidad de emprendimiento
– Profesores de la FACEA

Investigación Desarrollo de investigaciones basadas en el emprendimiento (Semilleros de Emprendimiento e Investigación).	La investigación es una actividad importante en el quehacer universitario, que permite a la Universidad, generar nuevos conocimientos, investigaciones y proyectos. Esta estrategia tiene como objetivo establecer un mecanismo que permita la transferencia del conocimiento generado a través de la investigación para contribuir a la creación de nuevos emprendimientos innovadores y competitivos.	1. Impulsar la investigación aplicada en el ámbito de la empresa y el desarrollo económico regional a través de la articulación de las asignaturas de Emprendimiento e investigación. 2. Desarrollar un centro de minería de datos para estudiar las tendencias futuras de los mercados, con el fin de orientar los productos y servicios de los nuevos emprendimientos hacia nuevos mercados y oportunidades comerciales.	– Talento Humano – Tecnológicos – Físicos – Financieros	- Gestores Unidad de emprendimiento - Gestores Unidad de emprendimiento – Profesores de la FACEA - Gestores Unidad de emprendimiento
Infraestructura Establecimiento de un Centro	La infraestructura es uno de los factores clave a la hora de llevar a cabo un emprendimiento, por	1. Contar con una sala de coworking dotada de equipos informáticos a disposición de los	– Talento Humano – Tecnológicos	- Gestores Unidad de emprendimiento

Tecnológico en Universidad de Nariño, extensión Ipiales.	ende, contar con un espacio físico para el desarrollo de un proyecto, así como contar con las herramientas tecnológicas es fundamental para fomentar el emprendimiento. Si bien es cierto, la Universidad de Nariño en su sede principal cuenta con un Laboratorio empresarial dotado con todos los recursos, sin embargo, para los estudiantes de la extensión Ipiales, el laboratorio no es de fácil acceso debido a la distancia entre ciudades y los demás factores que incurren en esta situación. Ante ello se proponen las siguientes estrategias, que además de solucionar esta necesidad, fomenta la interacción y trabajo en equipo de tal manera que permite la generación de proyectos	alumnos de la Extensión Ipiales 2. Designar un Docente y un monitor para que coordine los espacios de emprendimiento. 3. Crear un blog en donde se publique noticias, artículos e investigaciones sobre Emprendimiento en Innovación, además de contribuir en la promoción y divulgación de los emprendimientos desarrollados por los estudiantes.	– Físicos – Financieros	- Gestores Unidad de emprendimiento
--	---	---	---------------------------------------	--

interdisciplinarios e
innovadores sustentados
en las nuevas tecnologías.

**Asesoría técnica y
logística**

Generación de
una
comunicación
efectiva y una
correcta
articulación entre
la Unidad de
Emprendimiento
y la extensión
Ipiiales.

Dado que la Unidad de
Emprendimiento
“UNEMPRESA” se
encuentra establecida en la
Sede principal y con el fin
de optimizar los esfuerzos
desarrollados por el equipo
que coordina dicha Unidad,
es necesario generar una
comunicación efectiva y
una correcta articulación
entre la Unidad de
Emprendimiento y las
Extensiones de la
Universidad. Para lograrlo y
teniendo el conocimiento
que llegar a las extensiones,
incurre en la necesidad de
hacer uso de recursos
humanos y financieros, es
fundamental que los
procesos que se desarrollan
en la
UNEMPRESA tengan un

1. Conformar un equipo
multidisciplinario de
docentes que brinde
asesoría y
acompañamiento a los
estudiantes a través de
espacios virtuales, esto
con el fin de optimizar
recursos y tiempo.

- Talento Humano
 - Tecnológicos
 - Físicos
 - Financieros
- Gestores
Unidad de
emprendimiento

UNEMPRESA tengan un

alcance que llegue hasta las extensiones.

Alianzas estratégicas

Creación de alianzas estratégicas con entidades públicas o privadas que contribuyan al fomento de emprendimientos en los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño Extensión Ipiales.

Las alianzas estratégicas permiten buscar mayores oportunidades aprovechando los recursos y el conocimiento de sus aliados, por ende, es importante construir relaciones; con entidades municipales, departamentales e internacionales (en este caso la Universidad Politécnica Estatal del Carchi).

1. Establecer convenios y acuerdos estratégicos que posibiliten la comercialización de productos o servicios provenientes de los emprendimientos generados por los estudiantes o egresados de la Universidad de Nariño.

2. Generar alianzas estratégicas con entidades, departamentales, municipales e internacionales (aprovechando que Ipiales se encuentra en frontera con Ecuador) para capacitar, asesorar y brindar apoyo, económico o técnico a los proyectos o emprendimientos de estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño, extensión Ipiales.

- Talento Humano
- Tecnológicos
- Físicos
- Financieros

- Gestores
Unidad de emprendimiento

- Gestores
Unidad de emprendimiento

3. Establecer un Convenio de cooperación interinstitucional entre la Universidad Politécnica Estatal del Carchi – Ecuador y la Universidad de Nariño, enfocado en el desarrollo de proyectos específico entre la Unidad de Emprendimiento (UPEC) y UNEMPRESA (UDENAR)

- Rector y vicerrector académico

Fuente: elaboración del autor de la investigación

Conclusiones

Con el desarrollo de la investigación se logró dar cumplimiento a los objetivos establecidos debido a que en primera medida se logró caracterizar el perfil emprendedor de los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales del periodo académico B 2016 - A 2020, donde según los resultados de la encuesta aplicada se halló que el mayor porcentaje de estudiantes si poseen características básicas que un emprendedor debe tener, como la capacidad de hacer frente ante el fracaso, la propensión al riesgo, el liderazgo, la toma de decisiones, la creatividad, la innovación, la resolución de problemas, la negociación, entre otras. Sin embargo, se observa que, de los 216 estudiantes encuestados, solo 19 estudiantes han desarrollado emprendimientos, lo que indica que hay un débil desarrollo de la intención emprendedora y espíritu empresarial.

Esto es algo que también se pudo reflejar en los resultados del segundo objetivo con el cual se buscaba identificar con la ayuda de expertos en el tema de cómo se genera el desarrollo del emprendimiento en estudiantes universitarios, quienes explicaron que, el primer actor implicado en permitir el desarrollo de emprendimiento es la Universidad, pero también depende de la intención emprendedora de los estudiantes y de los recursos como el financiamiento, el conocimiento y el apoyo a los proyectos que se desarrollen, que a su vez también pueden ser unos limitantes para el emprendimiento de los estudiantes.

Finalmente, se diseñaron unas estrategias como propuesta para contribuir en el fomento de una cultura de emprendimiento en los estudiantes de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales. Dichas estrategias se diseñaron con base a los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes y con base a los conceptos emitidos por los profesionales en emprendimiento que integraron el Focus Group.

Las estrategias se clasificaron en: La formación, Investigación, Infraestructura, Logística - Asesoría técnica y Alianzas Estratégicas. Todo esto con el fin de promover el emprendimiento en los estudiantes de la FACEA, debido a que apoyar y promover el emprendimiento genera un impacto positivo en la economía de la ciudad y el país, aumentando la probabilidad de encontrar soluciones innovadoras a los desafíos sociales que enfrentan las comunidades de todo el mundo.

Recomendaciones

Se recomienda que la Universidad de Nariño extensión Ipiales realice un diagnóstico para encontrar las fallas en el sistema actual de promoción de las redes de fomento del emprendimiento, con el fin de plantear soluciones inmediatas sobre el tema.

Se recomienda tener en cuenta las estrategias propuestas, realizar un estudio de factibilidad para que estas puedan ser ejecutadas con el fin de fomentar el emprendimiento en los estudiantes de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales y a su vez ellos puedan generar proyectos que beneficien a la región y el departamento como profesionales en formación de carreras de las ciencias económicas.

Se recomienda promover el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo, con el fin de brindarles a los estudiantes de la FACEA un conocimiento completo, tanto en el enfoque teórico como el enfoque práctico.

Se recomienda tener en cuenta esta investigación y sus resultados en el desarrollo de objetivos encaminados a fomentar una cultura de emprendimiento en sus estudiantes de diversos pregrados.

Referencias

- Alvarado, O., & Rivera, W. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración*, 27(45), 61-74.
<http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v27n45/v27n45a04.pdf>
- Benavides, L., & Ibarra, F. (2018). Estudio de las intenciones emprendedoras de los estudiantes de pregrado de la Universidad De Nariño sede Pasto. Pasto, Colombia. *[Tesis de maestría, Universidad del Valle]* Biblioteca digital univalle.
<https://doi.org/https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/16636/CB-0592760.pdf?sequence=1>
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538. [https://doi.org/10.1016/S0212-6567\(03\)70728-8](https://doi.org/10.1016/S0212-6567(03)70728-8)
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional*. Intec Chile: <https://bit.ly/3ADSC4t>
- Castillo, J. (2006). Espíritu Empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. *Revista EAN*(57), 103-118.
<https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/376>
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la organización y técnica comercial*. McGraw-Hill.
- Constitución Política de Colombia [Const]. (1991). *Artículos 7, 8 y 44*. Legis.
- DANE. (2021). *Identificador Mercado Laboral*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#geih-mercado-laboral>

Decreto 1192 de 2009. (2009, 3 de abril). Presidencia de la República. Diario Oficial 47.311:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=35834

Decreto 1860 de 1994. (1994, 3 de agosto). Presidencia de la República. Diario Oficial No

41.473: [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-172061_archivo_pdf_decreto1860_94.pdf)

[172061_archivo_pdf_decreto1860_94.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-172061_archivo_pdf_decreto1860_94.pdf)

Decreto 4466 de 2006 . (2006, 15 de diciembre). Presidencia de la República. Diario Oficial

46.483:

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Dec_4463_2006_art_22.pdf

Decreto 525 de 2009. (2009, 23 de febrero). Presidencia de la República. Diario Oficial 47.272:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=35300

Decreto 934 de 2003. (2003, 11 de abril). Presidencia de la República. Diario Oficial 45.160:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=7596

Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship Practices and Principles*. Harper & Row.

Ealde Business School. (2019). *5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de emprender*. <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>

Emprende Colombia. (2020). *Emprendimiento innovación*.

<https://www.mipymes.gov.co/programas/emprende-colombia>

Emprendedores. (2020). *El método de la Harvard Business School que fomenta tu espíritu*

emprendedor. <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/competencias-emprendedor-motivacion-unctad/>

Enguix, B. (2012). *Cultura, culturas, antropologia*. Universitat Oberta de Catalunya:

https://www.researchgate.net/publication/308226681_Cultura_Culturas_Antropologia

- Erazo, G. (2017). *Propuesta metodológica para el fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación tic en el departamento de Nariño*. [Tesis de maestría, Universidad EAFIT] Repositorio EAFIT:
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/12319/GloriaIsleni_ErasoSolarte_2017.pdf;jsessionid=C728084958B21456C708FE03C977DD1E?sequence=2
- Fondo Emprender. (2020). *Sistema de información de emprendimiento*.
<http://www.fondoemprender.com:8080/Account/Login.aspx?ReturnUrl=%2f>
- Formichella, M., & Massigoge, J. (2004). *El concepto de Emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. VII Congreso Nacional e internacional de Administración: <https://bit.ly/3o9qhOd>
- Galindo, R., & Echavarría, M. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Universidad de Antioquia. *Revista EIA*(15), 85-94. <http://www.scielo.org.co/pdf/eia/n15/n15a08.pdf>
- Gazabon, D., Maldonado, D., & De la Hoz, S. (2015). Creatividad, innovación y emprendimiento en la formación de economistas en Colombia. Un estudio prospectivo. *Revista educación en ingeniería*, 19(90-104), 10.
<https://educacioneningenieria.org/index.php/edi/article/download/524/239>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2021). *GEM Colombia proyecto de investigación*.
<https://gemcolombia.org/>
- Gómez, L. (2016). *Teorías del emprendimiento*. <http://cursa.ihmc.us/rid=1NCYQZM9N-1519FM6201S/TEORIAS%20DEL%20EMPREDIMIENTO.pdf>
- González, A., & Morales, V. (2012). *El lado B del emprendimiento: casos chilenos de emprendimientos fallidos y su aplicación en el aula*. [Tesis de pregrado, Universidad de Chile] Repositorio Uchile: <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/108100>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2018). *Metodología de la investigación*. McGrawHill.

Innpulsa Colombia. (2021). *La iniciativa “Sacúdete – Atrévete a Emprender” ha conectado a más de 5.000 jóvenes en la red de emprendedores.*

<https://innpulsacolombia.com/innformate/la-iniciativa-sacudete-atrevete-emprender-ha-conectado-mas-de-5000-jovenes-en-la-red-de>

Kahn, J. (1975). *El concepto de cultura: textos fundamentales*. Anagrama.

Legarda, N., & Benavides, D. (2018). *Análisis de las expectativas laborales y de futuro de los estudiantes de últimos semestres (8º,9º Y 10º) de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Nariño San Juan de Pasto calendario B 2018.*

[Tesis de especialización, Universidad Jorge Tadeo Lozano] Repositorio Utadeo:

<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/5797>

Ley 1014 de 2006. (2006, 26 de enero). Congreso de la República. Diario oficial No. 46.164:

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Ley 1258 de 2008. (2008, 5 de diciembre). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 47.194:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Ley 1286 de 2009. (2009, 23 de enero). Congreso de Colombia. Diario Oficial 47.241:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=34850

Ley 1429 del 2010. (2010, 29 de diciembre). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 51818:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html

Ley 1780 de 2016. (2016, 2 de mayo). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 49.861:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=69573

Ley 2059 de 2020. (2020). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 51818:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=159486>

Ley 29 de 1990 . (1990, 7 de febrero). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 39.205:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=254

Ley 344 de 1996 . (1996, 27 de diciembre). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 42.951:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=345

Ley 590 de 2000. (2000, 10 de julio). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 44.078:

https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=12672

Ley 789 de 2002. (2002, 27 de diciembre). Congreso de Colombia. Diario Oficial No 45.046:

https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_0789_2002.htm

Ley 905 del 2004. (2004, 2 de agosto). Congreso de Colombia. Diario Oficial No. 45.628:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html

Longenecker, J., Moore, L., Petty, W., & Palich, P. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. Cengage.

Lucio, B. (2017). *Análisis sobre el conocimiento y acción del emprendimiento de los estudiantes de la carrera de administración de empresas de la Universidad Central Del Ecuador*.

[Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador] Dspace uce:

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/14237>

Marshall, A. (1890). *Principios de Economía Política y Tributación*. McGrawHill.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2021). *Se activa el Fondo Mujer Emprende:*

¡emprendedoras ya pueden proyectarse como empresarias!

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/se-activa-el-fondo-mujer-emprende-2021>

- Ministerio de Educación Nacional. (2011). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Orientaciones generales*. Mineducación:
https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-307150_archivo_pdf_guia39.pdf
- Moreira, C., Pérez, D., & Quintanilla, j. (2019). *Liderazgo emprendedor*.
<http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/viewFile/840/635>
- Observatorio Laboral para la Educación. (2021). *Caracterización de graduados por departamento*. Mapa perfil nacional:
<http://bi.mineducacion.gov.co:8380/eportal/web/men-observatorio-laboral>
- Oliver, A., Galiana, L., & Gutiérrez, M. (2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Anales de Psicología*, 32(1), 183-189.
<https://www.redalyc.org/pdf/167/16743391021.pdf>
- Pallares, Z., Romero, D., & Herrera, M. (2005). *Hacer Empresa: Un Reto*. Fondo editorial nueva empresa.
- Parque Soft. (2020). *¡Bienvenido ParqueSoft UPEC!* <https://parquesoft.com/>
- Pineda, C., & Manzano, Y. (2017). La cultura emprendedora en los estudiantes de administración de empresas. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 8(8), 2–9. <https://doi.org/10.22463/24221783.2458>
- Prieto, M., Álvarez, J., & Herráez Vidal, P. (2013). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Macmillan.
- Primo, W., & Turizo, H. (2016). Emprendedor y empresario: una construcción desde la dinámica del pensamiento económico. *Inquietud Empresarial*, 16(1), 13-52.
<https://doi.org/10.19053/01211048.7625>

- Quintero, G., & Gambin, E. (2016). *Determinar características de emprendimiento en los estudiantes de administración de empresas de las universidades oficiales de la región caribe. Caso: Universidad de Cartagena y Universidad de Sucre*. [Tesis de pregrado, Universidad de Cartagena] Repositorio Unicartagena:
<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/3966/DETERMINAR%20CARACTERISTICAS%20%20DE%20EMPRENDIMIENTO%20EN%20LOS%20ESTUDIANTES%20DE%20ADMINISTRACION%20DE%20EMPRESAS%20%20%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, G., Quintero, L., Pertuz, V., & Navarro, A. (2016). Estrategias para el fomento de la cultura de emprendimiento universidades de Valledupar, Colombia. *Revista Educación y Desarrollo Social*, 10(1), 38-57. <https://doi.org/10.18359/reds.1448>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de la investigación*. Panapo.
http://paginas.ufm.edu/sabino/ingles/book/proceso_investigacion.pdf
- Sapag, N., & Sapag, R. (2018). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. McGrawHill.
- Say, J. (1841). *Traité d'économie politique ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent, et se consomment les richesses*. Guillaumin.
- Schumpeter, J. (1976). *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge.
- Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), 1-16.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf>
- Thornton, M. (1998). *The origin of economic theory: a portrait of Richard Cantillón (1680-1734)*. Mises.

Universidad de Extremadura. (2011). *Proyecto empresarial*.

https://www.unex.es/organizacion/gobierno/vicerrectorados/vicealumn/archivos/ficheros/pau/bachillerato-2011-12/economia-de-la-empresa/Proyecto_empresarial_Economia_201112.pdf

Universidad de Nariño. (2016). *Misión y visión de la Facultad de Ciencias Económicas y*

Administrativas. <https://www.udenar.edu.co/facultades/facea/mision-y-vision/>

Universidad de Nariño. (2019). *Acuerdo 077 de 2019*. Consejo Superior Universitario:

https://secretariageneral.udenar.edu.co/?wpfb_dl=3350#:~:text=Por%20la%20cual%20se%20establece,de%20la%20Universidad%20de%20Nari%C3%B1o.&text=modalidades%20de%20trabajos%20de%20grado,la%20obtenci%C3%B3n%20del%20t%C3%ADtulo%20pregrado.

Universidad de Nariño. (2020). *Información estudiantes UDENAR*. Oficina de Registro y Control Académico.

Universidad Nacional de Colombia e Innpulsa. (2017). *Mapeo ecosistemas regionales del emprendimiento en Colombia, con énfasis en la localización de las startups*. Innpulsa Colombia: https://innpulsacolombia.com/sites/default/files/documentos-recursos-pdf/1.2._analisis_y_descripcion.pdf

Vanegas, F. (2014). *Enseñanza-aprendizaje del emprendimiento en carrera de Administración de empresas. Investigación diagnóstica y propuesta pedagógica para su optimización en programas de continuidad de estudios de una universidad tradicional*. [Tesis de maestría, Universidad del Bío-Bío] Repobib: http://repobib.ubiobio.cl/jspui/bitstream/123456789/383/1/Venegas_Gonzalez_Fernando.pdf

Vesga, R. (2013). *Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué Nos Está Haciendo Falta?* .

Unillanos: <https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Von, W. (1949). *Werner Von Siemens: Inventor and International Entrepreneur (Historical Perspectives)*. Ohio State University Press.

Zeller, R., & Carmines, E. (1980). *Measurement in the Social Sciences: The Link Between Theory and Data*. Cambridge University.

Anexos

Anexo 1.

Cuestionario



Universidad de Nariño

Departamento de Administración de Empresas y Finanzas

San Juan de Pasto

2021

Encuesta de emprendimiento a estudiantes de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales

Objetivo: Diagnosticar la cultura de emprendimiento en los estudiantes de la FACEA de la Universidad de Nariño extensión Ipiales periodo B 2016 - B 2020 con la finalidad de proponer estrategias que promuevan el emprendimiento en los estudiantes.

Cláusula de confidencialidad: Los datos de la presente encuesta serán utilizados sólo con fines académicos y cumpliendo con lo estipulado en la Ley 1581 de 2012, decreto reglamentario 1377 de 2013 Protección de Datos.

Se solicita su colaboración diligenciando la presente encuesta. Lea cuidadosamente cada una de las preguntas. Por favor sea lo más sincero posible. Marque con una X la respuesta que crea conveniente:

Aspectos personales

Programa; _____

Semestre _____

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

_____Menor a 18 años _____18 a 20 años _____21 a 23 años
_____24 a 26 años _____Más de 27 años

2. ¿Cuál es su sexo?

_____Masculino _____Femenino

3. ¿Confía en sus capacidades a pesar de cometer errores?

___ SÍ ___NO

4. ¿Usted cuenta con sensibilidad para analizar problemas y tiene creatividad para resolverlos?

___ SÍ ___NO

5. ¿Encuentra a menudo soluciones rápidas y eficaces a los problemas?

___ SÍ ___NO

6. ¿Le gusta promover un ambiente de innovación y es un generador constante de ideas originales?

___ SÍ ___NO

7. ¿Se conoces a sí mismo y sabe cuáles son sus limitaciones?

___ SÍ ___NO

8. ¿Ve posibilidades creativas (de innovación) en cada cosa que hace?

___ SÍ ___NO

9. ¿Se considera una persona ingeniosa, especialmente cuando se presentan soluciones difíciles?

___ SÍ ___NO

10. ¿Puede resolver problemas rápidamente, incluso bajo presión?

___ SÍ ___NO

11. ¿Toma la iniciativa ante situaciones complejas?

___ SÍ ___NO

12. ¿Tiene predisposición para asumir riesgos?

___ SÍ ___NO

13. ¿Se adapta fácilmente a los cambios?

___ SÍ ___NO

14. ¿Tiene facilidad para comunicarse con otras personas?

___ SÍ ___NO

15. ¿Tiene persistencia en el logro de sus objetivos?

___ SÍ ___NO

16. ¿Arriesgaría recursos propios si pusiera en marcha un proyecto empresarial?

___ SÍ ___NO

17. ¿Sabe administrar sus recursos económicos?

___ SÍ ___NO

18. ¿Tiene facilidad para negociar con éxito?

___ SÍ ___NO

19. ¿Estaría dispuesto/a hacer frente al fracaso con tal de ampliar sus horizontes?

___ SÍ ___NO

Conocimientos y formación en emprendimiento

20. ¿Para usted qué características debe tener un emprendedor?

_____Formación y conocimiento _____Motivación

_____Perseverancia _____Tomador de decisiones

_____Alerta a oportunidades _____Liderazgo

_____ Todas las anteriores

21. ¿Para usted que es el emprendimiento empresarial?

_____ Creación de empresa

_____ Inicio de una actividad que requiere un esfuerzo adicional para cumplir con un objetivo

_____ Proceso de identificar, diseñar y administrar un nuevo negocio

_____ No sé a qué se refiere

22. ¿Qué es prioritario a la hora de crear una empresa?

_____ La idea de negocio

_____ El respaldo económico

_____ Formación y experiencia adecuada

_____ Solvencia económica

_____ Trámites Legales

23. ¿Qué factores usted considera un limitante para emprender y crear empresa?

_____ Impuestos

_____ La financiación para ejecutar su proyecto

_____ No tener un proyecto estructurado

_____ Falta de conocimiento para crear una empresa

_____ Trámites legales

Experiencia y expectativas sobre la formación en emprendimiento

24. ¿Usted conoce las redes de fomento al emprendimiento con las que cuenta Universidad?

_____ Sí

_____ No

25. ¿Qué estrategias usted considera que debería emplear la Universidad para fomentar el emprendimiento en los estudiantes?

_____ Incentivar académicamente para que los estudiantes presenten ideas de negocio y las desarrollen

_____ Realizar cursos adicionales al pensum académico sobre emprendimiento

_____ Semilleros de investigación que fomenten la creatividad y les permita a los estudiantes generar ideas de negocios

_____ Crear un fondo para financiar emprendimientos

26. ¿Usted tiene empresa o negocio?

___ Sí ___ No___

26.1. Si su respuesta es SI, indique la actividad económica a la que pertenece su negocio

___ Servicios

___ Manufactura

___ Agropecuaria

___ Comercio electrónico

___ Comercio al por mayor y por menor

27. ¿Que lo motivo a la creación de su plan de negocio?

___ Independencia económica

___ Aporte a la economía de la región

___ Generar empleo para la comunidad

___ Falta de oportunidades laborales

___ Todas las anteriores

28. ¿Cómo proyecta su empresa o negocio?

___ A nivel local

___ Nivel regional

___ Nivel Nacional

___ Nivel

internacional.

29. ¿Cuántos empleos formales genera la empresa? _____

30. ¿Cuál es la innovación más representativa de su empresa?

___ Producto ___ Proceso ___ Servicio

___ Comercialización ___ Organizacional

31. ¿La innovación ejercida en su negocio ha sido valorada por sus clientes? en:

___ Mejor pago del producto

___ Mayor reconocimiento de la empresa o negocio

___ Fidelización del cliente

___ Mayor frecuencia de compra

32. ¿Ha obtenido nuevas fuentes de financiación?

___ Sí ___ No

32.1. Si su respuesta es afirmativa, decir cuál es la nueva fuente de financiación

33. ¿Cuál es el monto que ha recibido de la nueva fuente de financiación?

34. Si usted llegará a tener nuevos recursos financieros, ¿en qué lo invertiría?

___ Infraestructura

___ Maquinaria y equipos

___ Investigación y desarrollo

___ Capital de trabajo

¡Gracias por haber tomado parte de su tiempo para el desarrollo de la presente

encuesta!

Anexo 2.*Ficha del Focus Group.*

Universidad de Nariño

Departamento de Administración de Empresas y Finanzas

San Juan de Pasto

2021

Título de Estudio: Cultura de Emprendimiento en los estudiantes adscritos a la FACEA de la Universidad de Nariño Extensión Ipiales periodo B 2016 – B 2020

Objetivo del Estudio: Identificar con la ayuda de profesionales y expertos en emprendimiento, como se genera la cultura de emprendimiento en los estudiantes universitarios.

Expertos:

Fabio Jesús Ibarra Jaramillo:

Docente Hora Cátedra Universidad de Nariño Coordinador Unidad de Emprendimiento (UNEMPRESA)

Administrador de Empresas, Especialista en gerencia de proyectos y Magister en Administración.

Luis Eduardo Benavides Pupiales:

Docente Hora Cátedra Universidad de Nariño

Gestor Emprendimiento Universidad de Nariño

Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Proyectos, Magister en Mercados financieros y Magister en Administración.

Luis Guillermo Arteaga Regalado:

Docente Hora Cátedra Universidad de Antioquia

Coordinador Unidad de Emprendimiento e Innovación Universidad de Antioquia.

Administrador de Empresas, Especialista en Diseño Estratégico e Innovación

Omar Libardo Villarreal Velasco:

Docente Hora Cátedra Universidad de Nariño Gestor Emprendimiento Universidad de Nariño

Economista, Especialista en Gestión Incubadora de Empresas y Tutoría en Proyectos

Empresariales, Especialista en Docencia Universitaria y Magister en Administración.

Moderador: Leidy Dayana Calpa - Estudiante de Administración de Empresas.

Preguntas Focales

¿Cuál son los factores claves que explican el desarrollo de emprendimiento?

¿Cuáles son las características a tener en cuenta para catalogar a una persona como emprendedora?

¿Cómo se percibe el desarrollo de emprendimiento en los estudiantes universitarios cuya formación está enfocada en las ciencias económicas?

¿Cuál cree que son las limitaciones en los estudiantes a la hora de emprender?

Metodología:

Recursos: Videoconferencia – Microsoft Teams

Tiempo de duración: 1 hora 15 minutos