

**TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE ADMINISTRADOR DE
EMPRESAS**

**DESARROLLO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA**

REALIZADO POR:

DANILO JOSE BALLESTAS BUELVAS

YENNIFER DEL CARMEN PEREZ DE LA ROSA

UNIVERSIDAD DE CARTAGENA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CARTAGENA DE INDIAS

AÑO 2016

**DESARROLLO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES
DEL PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA
UNIVERSIDAD DE CARTAGENA**

DANILO JOSE BALLESTAS BUELVAS

YENNIFER DEL CARMEN PEREZ DE LA ROSA

Asesor

WILFRIDO PRIMO TAPIAS

Proyecto final como requisito para optar al título de Administrador de Empresas

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINSTRACION DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS**

AÑO 2016

CONTENIDO

		Pag.
0.	INTRODUCCION	6
1.	DESCRIPCION DEL PROBLEMA	8
1.1.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	8
1.2.	FORMULACION DEL PROBLEMA	11
2.	OBJETIVOS	12
2.1.	OBJETIVO GENERAL	12
2.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
3.	JUSTIFICACION	13
4.	MARCO DE REFERENCIA	15
4.1.	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
4.2.	MARCO TEORICO	21
4.2.1.	Evolución histórica de la cultura emprendedora	21
4.2.2.	Cultura emprendedora	26
4.2.3.	El emprendedor y sus características	29
4.3.	MARCO LEGAL	35
4.3.1.	Ley 1014 de enero de 2006	35
4.4.	MARCO CONCEPTUAL	37
5.	DISEÑO METODOLÓGICO	39
5.1.	TIPO DE ESTUDIO	39
5.2.	DELIMITACION DEL PROBLEMA	39
5.2.1.	Delimitación espacial y geográfica	39
5.2.2.	Delimitación del tiempo	40
5.2.3.	Delimitación temática	40
5.3.	LINEA DE INVESTIGACION	40

		Pag.
5.4.	POBLACION Y MUESTRA	40
5.4.1.	Población	40
5.4.2.	Muestra	40
5.4.3.	Muestreo	40
5.5.	RECOLECCION DE INFORMACION	42
5.5.1.	Fuentes primarias	42
5.5.2.	Fuentes secundarias	42
5.6.	TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION	42
5.6.1.	Técnica de la encuesta	42
5.6.2.	Técnica de la entrevista	42
5.7.	TABULACION, ANALISIS Y PRESENTACION DE RESULTADOS	43
5.8.	METODO DE TRABAJO	43
5.9.	OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	44
6.	ADMINISTRACION DEL PROYECTO	45
6.1.1	Características socio-demográficas de los estudiantes.	45
6.1.2	Emprendimientos que han tenido los estudiantes.	50
6.1.3	Factores asociados al desarrollo de la cultura emprendedora.	55
6.1.4	Análisis de los factores que inciden de manera directa en el desarrollo del emprendimiento.	63
6.2.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	67
6.3.	PRESUPUESTO	68
	CONCLUSIONES	69
	RECOMENDACIONES	72
	BIBLIOGRAFIA	73
	ANEXOS	83

LISTA DE ANEXOS

		Pag.
Anexo 1	Formato o guía de encuesta	84
Anexo 2	Formato o guía de entrevista	87

RESUMEN

La creación de empresas se muestra como alternativa para la disminución del desempleo y dinamización de la economía, por tal razón el desarrollo de una cultura emprendedora es de vital importancia para poder impactar en la economía global y nacional.

En el programa de Administración de empresas de la Universidad de Cartagena se muestra la necesidad de crear empresas, teniendo en cuenta la falta de empleos y de experiencia de los estudiantes, por lo que se busca generar una verdadera cultura empresarial, donde el pilar sea la innovación y creatividad.

En el trabajo desarrollado se evidencia que aun en el programa ni existe una verdadera cultura empresarial, debido a las falencias encontradas en materia de apoyo institucional y falta de recursos, sin embargo, en los últimos años se han presentado diversas ideas innovadoras que lograran impactar la economía local y nacional si llegaran a materializarse, de igual forma, a través del consultorio empresarial se han venido apoyando proyectos productivos buscando crear nuevas empresas duraderas y exitosas.

Por otra parte, en el trabajo se destacan las ganas que tienen los estudiantes de emprender nuevos proyectos, teniendo en cuenta que quieren mejorar su condición de vida y generar empleo. Por último, es importante recalcar que se requiere más apoyo institucional, para lograr consolidar nuevas empresas, al igual que se requiere la búsqueda de más recursos para invertir en proyectos innovadores.

0. INTRODUCCIÓN

Ser una persona emprendedora en este nuevo siglo cobra relevancia, porque, se convierte en la alternativa más idónea para que los estudiantes de pregrado inicien su vida laboral en el país. El emprendimiento entonces es la herramienta con la cual los estudiantes darán quizás sus primeros pasos en el crecimiento económico, creación de empleo y el desarrollo de una sociedad. El emprendimiento hace ser al individuo creativo, innovador, persona con iniciativa y capacidad para liderar nuevos proyectos, sin importar el tamaño del negocio o el tipo de bienes y/o servicios que se producirán.

Esta tendencia a nivel nacional e internacional ha conducido a que los diferentes gobiernos, universidades, centro de investigación, empresa privada, cámaras de comercio Instituciones Educativas Superior, entre otros, promuevan y desarrollen políticas, programas y planes de trabajo para incentivar, facilitar y respaldar el emprendimiento y la actividad emprendedora. Las universidades colombianas también se han hecho presente y han contribuido con este proceso desde la formación académica formando desde sus aulas un nuevo profesional capaz de ser emprendedor, o sea, un estudiante con características personales actitudinales como la autoconfianza, proactividad, creatividad, iniciativa, con capacidad para la toma de decisiones, y de asumir riesgos.

La investigación en su primera parte describe el desempleo en Colombia como situación problema que impide el desarrollo laboral de la sociedad y se detalla que la actividad emprendedora es uno de los principales mecanismos que favorecen el crecimiento económico y la creación de empleo. Así mismo se puntualizan los

objetivos que se pretende alcanzar en la investigación, finalizando con la justificación

En la segunda parte correspondiente al marco de referencia, se describen los antecedentes investigativos, los cuales, son estudios e investigación realizados con anterioridad y que sirven de un soporte vital a la investigación. Luego se forma el marco teórico, el cual hace un recorrido de la evolución histórica de la cultura emprendedora y del término emprendedor. Se puntualiza también la normatividad colombiana que rige y reglamenta el fomento a la cultura del emprendimiento y el marco conceptual donde se detallan los conceptos claves de la temática para una mejor comprensión.

En la tercera parte que atañe a la metodología aplicada, se establece, tipo de estudio, línea de investigación, variables en estudio; unidad de estudio y las técnicas e instrumentos para recolección futura de la investigación.

En la parte final se realizará el trabajo de campo que consistirá en aplicar formatos o guías de encuesta, luego se interpretan los hallazgos encontrados en base a la información suministrada por los estudiantes del Programa de Administración de Empresas y se puntualizarán las conclusiones y recomendaciones.

.1. DESCRIPCION DEL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La creación de nuevas empresas se presenta hoy día como una alternativa para disminuir o dar solución al problema de estabilidad económica y creación de empleo en el país y el emprendimiento se haya convertido en una de las principales herramientas para promover el desarrollo de un país, por lo que merece ser estudiado, pues, la actividad emprendedora es uno de los principales mecanismos que favorecen el crecimiento económico y la creación de empleo. Esta problemática ha venido transformando el pensamiento y las políticas de desarrollo empresarial en nuestro país. Es así como las universidades empezaron realizar propuestas de formación y de la capacidad empresarial y creación de empresas en sus programas académicos.¹

En nuestro país las propuestas de formación en competencias empresariales se van implementando en las universidades y centros de formación técnica y tecnológica, como modelos o metodologías, para encontrar solución al problema social del desempleo y la desigualdad social. En muchas de ellas se han creado unidades de emprendimiento y se han hecho reformas curriculares para fomentar la creación de empresas entre sus estudiantes, reorientando sus perfiles profesionales, dadas las nuevas condiciones de su entorno².

¹ ROMERO, Luis. La Universidad Colombiana y el Fomento al Espíritu Empresarial en la Década de los 80: Una Perspectiva Histórica y Crítica, en Revista Escuela de Administración de Negocios, 1989.

² REINOSO, Lastra Juan Fernando. El papel de la Universidad dentro de un ecosistema emprendedor. Facultad Ciencias Administrativas y Económicas Universidad del Tolima, , Altos de Santa Elena, Ibagué, Tolima, Colombia. Revista Mundo Económico y Empresarial. No. 10. Año 2011

De acuerdo con la Constitución Política de Colombia de 1991 y la Ley 1014 de 2006 sobre “Fomento a la cultura del emprendimiento”, los gobiernos de turno han venido promoviendo el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país debido a la necesidad de abrir espacios e instancias efectivas para combatir el desempleo, ha llevado a nuestras autoridades del Ministerio de Educación a la necesidad de prestar atención al tema del emprendimiento, en los últimos años. Dicha ley contempla y define la cultura como un conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización³. Entendidos en la temática la han definido como una construcción social.⁴, porque la cultura varía con el transcurso del tiempo; otros relacionan el termino con el crecimiento económico, el autor habla indistintamente de cultura empresarial y de cultura emprendedora, para hacer referencia a la necesidad expresada por diferentes agentes políticos, económicos y sociales de fomentar la creación de empresas y el mantenimiento de las mismas⁵.

Por otra parte la cultura emprendedora ha sido definida como el conjunto de valores, habilidades y actitudes para la resolución de las situaciones que surgen en el ámbito socio-laboral y socioeconómico de cada sujeto.⁶ También como aquella que propicia un lugar para trabajar dinámico y creativo. Según estos autores, una organización con una cultura emprendedora se sostiene por el compromiso hacia la

³MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (MEN). Ley 1014 de 2006. Disponible en: <<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-94653.html>>

⁴ CAVALLI Sforza, L.L. (2007): La evolución de la cultura: propuestas concretas para futuros estudios. Barcelona: Anagrama.

⁵ GONZÁLEZ Domínguez, F.J. (2004): “Incidencia del Marco Institucional en la Capacidad Emprendedora de los Jóvenes Empresarios de Andalucía”. Tesis Doctoral. Sevilla. Universidad de Sevilla.

⁶ SUDOE (2006) Citado en TARAPUEZ, E. Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor Cuad Adm. Bogotá (Colombia). Julio-diciembre. Año 2007

experimentación y la innovación⁷. Por ello en este siglo XXI, las instituciones educativas superiores deben velar por porque se desarrolle dentro de su currículo la cultura emprendedora en los estudiantes, para que los mismos trabajen en ideas de negocios y esas ideas sean planificadas, buscando a futuro que los mismos las implementen en su vida profesional y laboral. En este orden de ideas la Universidad de Cartagena conscientes de la alcance del desarrollo del emprendimiento como parte vital como medio de vinculación laboral para los futuros egresado del programa de Administración de Empresas, ha creado un ámbito propicio para desarrollar la cultura emprendedora. Dicha formación está plasmada también en la normatividad colombiana, ya que, busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento a través de acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo⁸.

En virtud de lo anterior resulta necesario y coherente, la realización de investigaciones, que busquen resultados significativos de la cultura emprendedora en los futuros profesionales de la administración de empresas. Por ello se pretende determinar las habilidades y actitudes en el desarrollo de la cultura emprendedora de los estudiantes del programa de Administración de Empresas en la Universidad de Cartagena, y para tales efectos se ha formulado el siguiente interrogante de investigación:

⁷ PIZARRO Moreno, Isabel; Real, Juan C.; Rosa María Dolores. La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, vol. 14, núm. 3, 2011, pp. 139-150. Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas. Madrid, España

⁸ MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (MEN). Ley 1014 de 2006. Disponible en: <<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-94653.html>>

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Tienen aptitud emprendedora los alumnos del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena?

¿Qué factores influyen en el desarrollo de la cultura emprendedora de los estudiantes del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena?

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar el desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes del programa de Administración de Empresas en la Universidad de Cartagena.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Describir las características socio-demográficas de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena.
- ❖ Identificar los emprendimientos que han tenido los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena.
- ❖ Identificar los factores asociados al desarrollo de la cultura emprendedora en el estudiante de Administración de Empresas.
- ❖ Analizar los factores que inciden de manera directa en el desarrollo del emprendimiento en el estudiante del programa de administración de empresas de la universidad de Cartagena.

3. JUSTIFICACION

El proceso de creación de empresas ha venido adquiriendo creciente importancia en el plano de la política económica de un país⁹. El desarrollo de capacidades emprendedoras de la población y, por ende, la creación de nuevas empresas se ha convertido, desde los inicios de la década pasada, en un objetivo central para acelerar el desarrollo económico y social de las naciones. Así, a este proceso se le considera como un fenómeno complejo y vinculado a factores sociales, culturales y económicos, cuya importancia radica en su contribución al crecimiento económico, al desarrollo de nuevos actores para completar y diversificar cadenas de valor a la creación de empleo, al fortalecimiento de los procesos de innovación y la promoción del recambio generacional del empresariado^{10,11}.

Existe hoy en día un acuerdo amplio sobre la gran importancia que tienen la actividad emprendedora y los emprendedores en la dinámica del desarrollo económico^{12,13}, y los emprendedores, deben estar orientados a actividades económicas y/o sociales, bien sea dentro de sus propias organizaciones o de organizaciones para las cuales trabajan, impulsan la innovación, aceleran los cambios estructurales en la economía y en la sociedad, e introducen nuevos

⁹ KANTIS, H.; Ishida, M. y Komori, M. (2002) *Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington. [Versión en inglés: *Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia*, Inter-American Development Bank, Washington D.C.]. http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=E12UQYgH_14%3D&tabid=574&language=es

¹⁰ AUDRETSCH, D. (1995b) «Innovation, Growth and Survival», *International Journal of Industrial Organization*, vol. 13: 441-457. En: KANTIS, H.; Ishida, M. y Komori, M. (2002)

¹¹ SHAPERO, A. (1984) *The Entrepreneurial Event*», en Kent (ed.) *The Environment for Entrepreneurship*. Lexington Press. En: KANTIS, H.; Ishida, M. y Komori, M. (2002) *Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el este de Asia*

¹² AMORÓS, J. E. *El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación desde el Contexto Latinoamericano*. Academia, *Revista Latinoamericana de Administración*, 1-15. Año 2011

¹³ KELLEY, D., Bosma, N., & Amorós, J. E. *Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report*. Wellesley Mass., Santiago Chile: Babson College & Universidad del Desarrollo. Año 2011 En: <http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=1093>.

mecanismos de competencia y estimulan de esta forma la productividad y elevan los niveles de desarrollo social y económico.¹⁴ La importancia hoy día de la innovación para el desarrollo de los países, tanto económica como socialmente, es la fuerza que hace caminar al mundo y son los emprendedores las que la ponen en marcha¹⁵. También es importante porque los individuos con un nivel educativo más elevado tienen mayores posibilidades de éxito en el emprendimiento,¹⁶ porque cuando las sociedades empiezan a prosperar, estas empiezan a producir suficiente cantidad de alimentos, mano de obra, hay mas formación y educación, entra a trabajar en el sector servicios y en la industria y esto promueve la innovación, la mejora de la enseñanza, mejores universidades, mercados libres, crecimiento económico y desarrollo equitativo e incluyente, mejores infraestructuras, y un crecimiento demográfico más lento entre otros¹⁷

Para el estudiante y el futuro profesional de la administración de empresas es aún más importante; pues, a través de la cultura emprendedora el mismo puede alimentar su creatividad, la cual, se verá reflejada a futuro en proyectos que le harán progresar como persona, como profesional y como individuo social. Institucionalmente es relevante, porque, aportará información conceptual, metodológica e instrumental y de consulta a estudiantes, egresados y profesionales de la administración para el desarrollo de futuras investigaciones con temáticas relacionadas; poniendo de manifiesto los conocimientos adquiridos durante la carrera.

¹⁴PEREIRA Fernando, et., al. Reporte GEM Colombia 2011 -2012/ Fernando Pereira L, et al. Ediciones Sello Javeriano 76 p.; ISBN: 978-958-8347-70-7

¹⁵Conclusiones del Primer Seminario Red Motiva. Nodo Colombia. Sede de Investigación Universitaria de la Universidad de Antioquia. Medellín, abril 30 de 2007

¹⁶ GENNERO, A. y Liseras, N. "Supervivencia y desempeño de nuevas firmas: Evidencia de un estudio de panel en cinco ciudades argentinas". Mimeo, Universidad Nacional de Mar del Plata. Año 2011

¹⁷ Ibid. Op., Cit Primer Seminario Red motiva - Medellín, abril 30 de 2007

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

El emprendimiento en esta nueva década del siglo XXI es de suma importancia, por la necesidad de muchas las personas de lograr su independencia y estabilidad económica, es vista como la herramienta eficaz para lograr se emprendedores exitosos; por ello, dentro de las instituciones universitarias se debe velar porque los estudiantes manejen competencias como la iniciativa emprendedora que desde el ámbito educativo formal tiene una función importante y esencial para el fomento de la cultura emprendedora de las personas, y, por lo tanto, de la sociedad. Entiéndase por competencias todos aquellos conocimientos, habilidades y actitudes, que son necesarios para que los jóvenes se desempeñen con eficiencia como seres productivos y la misma está relacionada con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como con la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos¹⁸.

A continuación se presentan estudios investigaciones realizados con anterioridad a la presente, que plasman la temática y han identificado factores, características e indicadores de la persona emprendedora y de la cultura del emprendimiento, pero a pesar de esto todavía faltan más estudios para soportar aún más el fenómeno del emprendimiento. Iniciamos con dos investigaciones a nivel institucional investigaciones acerca del nivel de emprendimiento en la Universidad de Cartagena, donde se evidenció la existencia de diversos factores que influyen en la creación de empresas. Una de estas investigación es la llevada a cabo por los

¹⁸MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (MEN). Articulación Serie Guías N° 21 Aportes para la Construcción de Currículos Pertinentes Competencias Laborales Generales. ISBN 958-691-262-0. En http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-106706_archivo_pdf.pdf

docentes Alejandro Barrios Martínez, Eliecer Mayorca Capataz y Sara Villareal Martínez, del Programa de Administración de Empresas, titulado **“Estudio y análisis del espíritu empresarial de los estudiantes de la universidad de Cartagena-sede Piedra de Bolívar”** quienes concluyeron, que teniendo en cuenta la crisis del modelo educativo actual y el imperio que hay, de hacer que el profesional sea un generador de oportunidades se hace necesario crear en la universidad una unidad de desarrollo empresarial para la capacitación, acompañamiento y gestión de los proyectos de empresas de los estudiantes de la Universidad de Cartagena¹⁹.

La investigación liderada y desarrollada por los estudiantes Yeysson Enrique Pautt Bustos y Carlos Javier Tarra Torres, del Programa de Contaduría Pública, **“El emprendimiento y el empresarismo en la formación del contador público de la universidad de Cartagena a partir de la ley 1014 de 2006”** quienes sintetizan, que los estudiantes tienen un interés especial por ser empresarios, ya que piensan que es la forma más rápida de hacerse rico, la cuestión es que muchos creen que no tienen las herramientas suficientes para ser buenos empresarios y esto les hace pensar que será más ardua la tarea de llegar a la meta. Además sabemos que un emprendedor debe ser un cumulo de virtudes, valores, conocimiento, y pasión; adquiridas en toda la etapa de formación educativa. Mientras que ser empresario es una carrera fácil de alcanzar pero difícil de sostener, donde se necesita sagacidad, habilidad, conocimiento, innovación, adaptabilidad y mejora continua en los procesos para permanecer en el tiempo, sin embargo una es el complemento de la otra para que realmente se pueda llegar a ser un empresario integro²⁰.

¹⁹ BARRIOS M., Alejandro, Mayorca C., Eliecer Villareal M., Sara Universidad de Cartagena, “Estudio y análisis del espíritu empresarial de los estudiantes de la universidad de Cartagena-sede Piedra de Bolívar.”

²⁰ PAUTT B., Jeysson E. Tarra T., Carlos J. “El emprendimiento y el empresarismo en la formación del Contador Público de la Universidad de Cartagena a partir de la ley 1014 de 2006.” Programa de Contaduría Pública, Universidad de Cartagena.

A nivel distrital encontramos el proyecto “**Centro de Emprendimiento de la ciudad CEMPRENDE**” de la Alcaldía de la ciudad de Cartagena, en su política de inclusión productiva para población en situación de pobreza, pobreza extrema y vulnerabilidad, en alianza con la Cámara de Comercio de Cartagena y con el apoyo permanente del programa de las naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD, creó el primer Centro de Emprendimiento de la ciudad CEMPRENDE - Centro de Emprendimiento Pedro Romero. Este Centro presta servicios de Orientación y Referenciación, para ampliar oportunidades de empleo, autoempleo y emprendimiento de la población sujeto de inclusión prioritariamente pertenecientes a la Red Unidos y en general, población en situación de vulnerabilidad como desplazados, madres cabeza de hogar, situación pobreza, discapacidad, jóvenes en riesgo, entre otros²¹.

A nivel nacional encontramos la investigación “**Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia**” La Escuela de Ingeniería de Antioquia (EIA) tiene establecido dentro de sus ejes de formación el desarrollo del espíritu emprendedor. En razón de ello, el área de Emprendimiento identificó la necesidad de promover la cultura emprendedora en la comunidad, para lo cual se requería, en primer lugar, hacer el diagnóstico de su existencia. Inicialmente, se realizó un recorrido teórico con el fin de homologar los conceptos de cultura, espíritu emprendedor y cultura emprendedora, lo que permitió identificar los seis componentes del espíritu emprendedor que se evalúan: forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades; consideración del riesgo; creatividad e innovación; generación de valor; proactividad, y búsqueda de

²¹Convenio Alcaldía de Cartagena, Cámara de Comercio de Cartagena y con el apoyo permanente del programa de las naciones Unidas para el Desarrollo-PNUD, creó el primer Centro de Emprendimiento de la ciudad Cemprende-Centro de Emprendimiento Pedro Romero. Año 2009 en: <http://www.cccartagena.org.co/cemprende/>

información. Estos componentes fueron analizados a partir de encuestas y entrevistas en profundidad, para identificar las percepciones que sobre ellos tenían los integrantes de la comunidad, lo cual dio como resultado que la comunidad EIA posee dichos componentes en diferentes niveles de desarrollo. Se recomienda como trabajo futuro efectuar el diagnóstico periódico de la cultura emprendedora a fin de validar los avances en su desarrollo.²²

“El emprendimiento en Colombia” El propósito de este artículo es analizar y contrastar las cifras sobre emprendimiento que establece la Global Entrepreneurship Monitor para Colombia, estudio que realiza la valoración anual del emprendimiento mediante “una visión amplia sobre lo que es la creación de empresas, la cual se enfoca en el papel que juegan los individuos en el proceso empresarial”, donde se estudia el comportamiento de los individuos con respecto a la creación de las empresas, entendiéndose ésta como “los procesos y consideraciones de las personas sobre la actividad empresarial en sus diferentes fases: desde la gestación hasta la fase de estabilidad y posible discontinuidad de las mismas”. Igualmente se busca construir un discurso del emprendimiento en el contexto colombiano, que se hará simultáneamente con el análisis de acuerdo con sus implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales, desde el punto de vista interdisciplinario, que interprete su propósito acción, gestión, innovación y sobre todo su relación con el entorno, tan trascendental para el crecimiento de las empresas. En este contexto, el año 2007 se caracterizó por el crecimiento de la economía que alcanzó el 7,2% del PIB, como resultado de la actividad de emprendimiento de los colombianos, sustentado en el estudio referenciado, con uno de los niveles más altos en el mundo²³.

²² GALINDO, Rafael., Echavarría María Victoria. Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Medellín-Colombia. Revista EIA, ISSN 1794-1237 Número 15, p. 85-94. Julio 2011.

²³ RODRÍGUEZ Ramírez Alfonso. El emprendimiento en Colombia. Artículo de reflexión. Vol.4 No. 2 Universidad Libre de Cali Colombia Año 2008

Nivel de Latinoamérica se presenta un estudio acerca de **“Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica del Uruguay”**. El objetivo fue estudiar las actitudes emprendedoras de los estudiantes nuevos en todas las carreras de la Universidad Católica del Uruguay haciendo especial énfasis en la toma de riesgos, el control interno, la autoestima, la planificación y la imaginamos en el futuro, así como el reconocimiento. Su objetivo fue determinar cuál es la actitud que cada estudiante tenga con respecto a los aspectos anteriores en el momento de entrar a la universidad y al mismo tiempo tratando de encontrar un vínculo entre su educación a los padres como los empresarios o no. Otra forma de ver la información de este trabajo es clasificar a los estudiantes a través del tipo de carrera que están estudiando. Es decir, si un estudiante está estudiando una carrera en el campo de los negocios y luego analizando el cual los individuos son los que tienen un mayor perfil emprendedor. La importancia de este trabajo radica en el aprendizaje de lo que es la actitud de los estudiantes en el momento de iniciar sus estudios en la universidad.²⁴

“Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios”

En esta investigación se estudió la vocación emprendedora en alumnos universitarios que cursan el último año de carreras de economía, administración e ingeniería en la Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se estimó la proporción de estudiantes con vocación emprendedora, analizándose posteriormente tres tipos de factores asociados a la misma: las características personales actitudinales, los elementos vinculados al entorno y aquellos vinculados a la formación. Esto se efectúa controlando el efecto ejercido por el tipo de universidad a la que concurren los alumnos (pública o privada) y por el tipo de carrera que ellos cursan (ciencias económicas o ingeniería), a fin de estimar la

²⁴ KRAUSS Catherine. Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica del Uruguay. Facultad de Ciencias Empresariales.Universidad Católica del Uruguay

asociación en forma más precisa. Se trabajó sobre la base de una muestra de 799 alumnos encuestados en 9 universidades y 14 facultades dentro del área de cobertura de la investigación durante el segundo cuatrimestre del año 2002. Para el análisis se utilizaron técnicas estadísticas apropiadas para el tratamiento de datos categóricos. Los resultados mostraron que un 35% de los alumnos universitarios avanzados poseen vocación emprendedora, encontrándose que dicha proporción es mayor en las universidades privadas que en las públicas, pero no difiere entre las distintas carreras. A su vez, la presencia de vocación emprendedora entre los estudiantes aparece asociada a la posesión de un número elevado de características personales actitudinales mencionadas en la literatura específica como propias de los emprendedores (autoconfianza, creatividad, capacidad de negociación, propensión al riesgo y orientación a la acción); a los elementos de su entorno cercano (modelos de rol paternos y de familiares o amigos); y a factores relacionados con su formación (la realización de cursos específicos, las expectativas de obtener mayores ingresos como autoempleados a partir de la formación universitaria, la valoración positiva de las herramientas brindadas.²⁵ Por último la investigación “**Vocación emprendedora en alumnos universitarios avanzados**” Estudio efectuado en la ciudad de Mar del Plata, según el cual la proporción estimada de alumnos de ciencias económicas con vocación emprendedora se ubica en un 37.5%. En este estudio surgen asociados con la vocación emprendedora: (1) los modelos de rol de familiares y amigos; (2) la experiencia laboral en una empresa familiar o en una pyme; (3) la falta de una oportunidad laboral que se adecue a las capacidades del futuro graduado; (4) la visualización de una oportunidad empresarial; (5) la percepción de diferencias en

²⁵LISERAS Natacha, Gennero de Rearte Ana y Graña Fernando. Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios. Universidad Nacional de Mar del Plata. VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur. Rosario, octubre de 2003..

ingresos relativos al comparar un empleo en relación de dependencia vs. la creación de una empresa propia.²⁶

4.2. MARCO TEORICO

4.2.1. Evolución histórica de la cultura emprendedora: Observamos este hecho desde el mismo tránsito de la prehistoria a la historia de la humanidad, la cual implicó seguramente la existencia de seres capaces de explorar y organizar, hombres incógnitos, emprendedores primitivos capaces de tomar riesgos y sostener iniciativas que contribuyeron a mejorar la vida de la humanidad: son ellos los que crearon instrumentos de caza: el hacha de mano, la lanza, vestimenta, descubrieron el fuego, la agricultura, la cocción del barro, construyeron viviendas, inventaron la escritura y con ello, la historia; en fin, inventaron la especialización social y la ciudad²⁷. O sea desde la prehistoria y de manera natural el hombre ha sido creativo y ha tenido iniciativa para realizar sus descubrimientos y es en las ciudades donde las formas de organización social hacen prevalecer el intercambio de ideas y la creatividad, las ciudades son el sitio donde la innovación se hace característica²⁸.

Los espacios urbanos fueron dominantes por primera vez en las sociedades del neolítico establecidas en Mesopotamia, es decir, la parte occidental de la masa euroasiática ubicada entre los ríos Éufrates y Tigris. Esta zona llena de urbanidad fue el laboratorio de la producción urbana de la humanidad occidental. En ella se inventaron todo tipo de utensilios, se cristalizó una fase dinámica de avances y

²⁶ SHIERSMANN, S. ; Graña, F. y Liseras, N. "Vocación emprendedora en alumnos universitarios avanzados: El caso de las Facultades de Ciencias Económicas de FASTA y de la UNMDP". VII Reunión Anual Red Pymes mercosur, Rafaela. Año 2002

²⁷ BUELNA Serrano María Elvira, Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html

²⁸ BRAUDEL, Ferdinand(1995) citado en BUELNA Serrano María Elvira , Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html

conflictos que configuraron su esencia²⁹. Ahí se dio un proceso de creación que fue producto de la actividad emprendedora del individuo, aunque tenemos pocos conocimientos de ello, ahí se inventó la escritura, las matemáticas, la astronomía, se consolidó la agricultura; de ahí proviene la cerámica, el ladrillo y el arte de la construcción; todo ello resultado de un pueblo o conjunto de pueblos emprendedores³⁰.

Después fue en ciudades como Atenas donde la libertad se constituyó en un ejercicio de cultura y se destacaron los emprendedores de la ciencia y la filosofía, pensadores que nos heredaron su saber desde los tiempos de Sócrates hasta los de Hypatia, emprendedores que legaron el conocimiento como objetivo humano y una hermosa biblioteca como centro de la vida intelectual, la biblioteca de Alejandría.

En la edad media los emprendedores fueron de tipo religioso en su primera fase y de tipo militar y mágico hacia su final. Durante ella la creencia y la fe fueron la base de las prácticas sociales, la organización social a partir de la ciudad fue relegada. Sin embargo, la acumulación de riqueza tenía un grupo especializado en ello, los judíos, quienes hicieron del ahorro y la inversión un oficio para obtener dividendos, en su éxito se encontró otro motivo para justificar su marginación. Asimismo, otro tipo de emprendedores fueron los alquimistas, quienes conjuntaron la magia y la ciencia con el objetivo de encontrar la piedra filosofal, la substancia que contuviera en sí misma los cuatro elementos y poseyera las propiedades necesarias para transmutar cualquier metal en oro, que fuera elixir de la vida, que curara

²⁹ DE PABLO, I. Baquerin, C. y Fernández Aguado, J. Crear Empresa, Madrid, Ed. CIADE. Año 1999

³⁰ Ibi., op cit. BUELNA Serrano María Elvira

enfermedades y lograra la inmortalidad, y por increíble que parezca, está búsqueda dio como resultado el descubrimiento de los fundamentos de la química.

En el siglo XV, emprendedores indagaron rutas comerciales alternas que rompieran el bloqueo otomano de la ruta de la seda. Esta búsqueda transformó al mundo. Emprendedores como Enrique el Navegante traspasaron el Estrecho de Gibraltar e iniciaron la exploración de las vías marítimas hacia el Oriente³¹. Este fue el comienzo de los grandes descubrimientos geográficos que permitieron a marinos italianos, portugueses y españoles darle la vuelta al planeta. Estas iniciativas transformaron al mundo entre 1450 y 1800, es decir, entre el Renacimiento y la Ilustración, por eso este fue un periodo caracterizado por grandes emprendedores.

En el periodo de la era moderna los océanos fueron conquistados, el comercio alcanzó un volumen y una dimensión geográfica nunca antes logrados. El aumento del intercambio comercial motivó fuertes oleadas de emigración de Europa al resto del mundo, y hubo un conjunto de emprendedores: exploradores, conquistadores, nuevos religiosos, gente que se arriesgó a establecer formas de vida guiadas por la utopía o por la ganancia. Estos emprendedores modificaron la vida entera del planeta: globalizaron su economía.

Las ciudades fueron nuevamente los sitios en donde los emprendedores civiles encontraron un nicho para sus actividades, los libertos urbanos, alejados de los dominios territoriales, generaron sistemas que se basaban en la producción para el intercambio a pesar de las excesivas reglamentaciones y de su carácter corporativo,

³¹ LSENHANS, H.(1991) Citado en BUELNA Serrano María Elvira, Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html

pero también se apoyaron en sistemas de conocimiento donde la razón, no la creencia, ganó la batalla. Así, desde el origen de la Época Moderna, cuando la organización social se fincó de nuevo en la razón y el entendimiento, se creó una nueva cultura que aceptó como valor el progreso material de la humanidad.

La razón se difundió a partir del siglo XVIII como principio explicativo de todo: de la naturaleza, de la religión y del propio hombre. La creencia fue sustituida por la ciencia, la ganancia dejó de ser pecado, los préstamos a futuro y a distancia se desarrollaron sentando las bases de un mercado financiero internacional, los sistemas comerciales florecieron, primero bajo la acción emprendedora protegida por los reinos, luego, como expresión privada. La vida toda, determinada por el esfuerzo personal, era una vida con futuro porque el bienestar se convirtió en el objetivo del mundo.

Lo que siguió a la Ilustración fue una serie de revoluciones sociales, civiles, y políticas realizadas por espíritus emprendedores. En efecto, a raíz de la revolución comercial que encabezaron los ibéricos, el incremento de la riqueza dio pauta al desarrollo de la Revolución Industrial realizada por los ingleses y holandeses. A partir de ese entonces, empezó a generalizarse la idea de que las sociedades pueden mejorar su nivel de vida. El hombre civil de las nuevas urbes industriales comenzó a definirse por su carácter emprendedor asociado al cambio social y al papel que en él juega el sentido material para encontrar nuevas modalidades que satisfagan sus necesidades tanto sociales como económicas³².

³² GALEANA, Patricia (1991) Citado en BUELNA Serrano María Elvira, Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html

La comprensión de la actitud emprendedora de la sociedad civil como determinante en el proceso de mejoramiento de la vida fue resultado del Renacimiento, la revolución comercial, la Revolución Industrial y la Ilustración. Este conjunto de movimientos dieron otro papel al individuo en la sociedad porque, a partir de entonces, él fue el origen del poder y el fin de la economía. Desde ese tiempo se construyeron conjuntos sociales organizados cada vez más con base en el conocimiento, no en la creencia, tratando de hacer crecer el ingreso más que la riqueza, es decir, la producción en vez de la propiedad, haciendo del bienestar un objetivo tripartito: social, económico y político. Así se establecieron sistemas basados en principios jurídicos-sociales de igualdad, en principios económicos de competencia orientados a la satisfacción del consumidor y en fundamentos políticos derivados de la idea de que la soberanía, o sea, el poder político, debía recaer en el pueblo y no en un monarca.

Todo este conjunto de cambios transformó la visión de la vida, particularmente de la idea del poder, porque si este recaía en el pueblo, entonces el poder que residía en él debería servirle para lograr sus objetivos, de manera que un nuevo conjunto de emprendedores sociales se sumaron a los emprendedores particulares, la sociedad era principio y fin de la economía y de la política.

En economía, los hechos eran contundentes: a partir de la industrialización, la competencia, la reorganización política, la especialización y la división del trabajo social elevaron la productividad y aumentaron el intercambio y el bienestar material, el cual ha venido en ascenso desde la recuperación renacentista; asimismo se

desarrolló el conocimiento para el beneficio material de la sociedad que ha caracterizado el desarrollo mundial contemporáneo³³.

4.2.2. Cultura emprendedora: La cultura emprendedora apoyada en la definición de cultura, busca el desarrollo humano del individuo y de la comunidad propiciando comportamientos benéficos para la mejora personal, profesional y a su vez del empleo y del desarrollo socioeconómico, es el conjunto de valores, habilidades y actitudes para la resolución de las situaciones que surgen en el ámbito socio-laboral y socioeconómico de cada sujeto³⁴. El hacer el análisis del concepto de cultura emprendedora permite identificar las particularidades de la dimensión de la cultura emprendedora y visualizar las divergencias y convergencias de los valores, habilidades y actitudes de los emprendedores, dando con ello a conocer el desarrollo de la comunidad que se observa³⁵.

Otros autores la definen como aquella que propicia un lugar para trabajar dinámico y creativo. Según estos autores, una organización con una cultura emprendedora se sostiene por el compromiso hacia la experimentación y la innovación³⁶. El énfasis está en ser el primero y el éxito implica obtener nuevos productos y servicios. De este modo la organización emprendedora anima a la incitativa individual, a la autonomía y a una toma de decisiones participativa. La gente deja sus miedos fuera y se arriesga, los líderes promueven recompensas al éxito y la tolerancia al fracaso. El concepto de actividad emprendedora se refiere al surgimiento y desarrollo de

³³ BUELNA Serrano María Elvira, Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html

³⁴ SUDOE (2006) Citado en TARAPUEZ, E. Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor Cuad Adm. Bogota (Colombia). Julio-diciembre. Año 2007.

³⁵ RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013

³⁶ PIZARRO, Moreno, Isabel; Real, Juan C.; Rosa María Dolores. La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, vol. 14, núm. 3, 2011, pp. 139-150. Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas. Madrid, España. Año 2011

nuevos emprendedores y empresas. Se trata de un concepto dinámico relacionado con los procesos de transformación de las estructuras empresariales, las cuales tienen impacto sobre el desempeño económico y social de las economías nacionales y regionales o locales³⁷.

Así mismo, Galindo (2011) identifico seis (6) componentes de la cultura emprendedora que son:

- 1) **Espíritu emprendedor:** Capacidad para pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado.
- 2) **Consideración del riesgo:** Capacidad de comprender los escenarios posibles y deseables para el logro del objetivo, y que permite evaluar y definir las acciones para seguir contemplando las circunstancias que se pueden presentar³⁸.
- 3) **Creatividad e innovación:** Capacidad de generar e incorporar ideas novedosas para la solución a un problema de tal manera que sean aceptadas por el mercado³⁹.

³⁷ BERNAL, Escoto Blanca Estela. "impacto del programa de fomento a la cultura emprendedora "Mi Primer Empresa – Emprender Jugando". Universidad Autónoma de Baja California, Coordinación de Mercadotecnia, Tijuana. B.C., Plan de Intervención de Tutores, FESE, 2010, Valle de Bravo, México

³⁸ LAMBING, P. (1998) Citado en: GALINDO Rafael, Echavarría María Victoria. Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de Ingeniería de Antioquia. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Medellín (Colombia) Revista EIA, ISSN 1794-1237 Número 15, p. 85-94. Julio 2011

³⁹ VARELA, R. Innovación empresarial. Bogotá: Prentice Hall, 2001. p. 128.

- 4) **Generación de valor:** Capacidad de entregar un beneficio a la sociedad que permita dinamizar la economía desde la introducción hasta el desarrollo de una idea novedosa y que sea sostenible en el tiempo.

- 5) **Proactividad:** Capacidad de ver el camino hacia adelante y tomar acciones en el presente, para llegar a la meta establecida de una manera efectiva.

- 6) **Búsqueda de información:** Capacidad de encontrar fuentes y datos para recopilar la información requerida en una situación o problema⁴⁰.

Además de las competencias el emprendedor necesita contar con características especiales, y estas hacen parte de los factores personales de las personas. Estos factores son importantes porque se habla directamente del sujeto. Al respecto investigador han enfatizado desde la teoría de la motivación, de los rasgos personales o la teoría cognitiva, y enfatizan la necesidad de realización, el poder de control o la propensión al riesgo. Otras características del emprendedor son aquellas centradas en los valores personales del individuo, tales como honestidad, responsabilidad y la ética

También es relevante la experiencia del emprendedor, ya que a través de esta el sujeto empieza a tener ideas correctas que le permiten empezar a gestionar su propia empresa, puesto que es el conjunto de ideas, sensaciones y valoraciones de la persona resultado de la interacción con el medio. Para algunos autores la experiencia por ejemplo en la industria o sector específico dentro del cual el

⁴⁰ GALINDO Rafael, Echavarría María Victoria. Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de Ingeniería de Antioquia. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Medellín (Colombia). Revista EIA, ISSN 1794-1237 Número 15, p. 85-94. Julio 2011

emprendedor realiza su incursión empresarial, también tiene impacto⁴¹. Otros mencionan que la experiencia influye decididamente en las habilidades y aptitudes, las cuales, no son más que el resultado de la capacidad de aprender que tienen los individuos⁴².

Otros se refieren a la experiencia como aquella que ayuda a aumentar la percepción de auto-eficacia y la red de contactos personales o como que aquella donde los emprendedores aprenden de las experiencias⁴³.

4.2.2. Emprendedor y sus características: El ser emprendedor es la razón por la cual alguien puede ser considerado como tal; las competencias que tiene o desarrolla provienen de sus actitudes, valores, prejuicios, experiencia de vida y horizonte cognitivo. Un emprendedor es una persona que detecta una oportunidad y crea una organización para ponerse al frente de ella y el proceso emprendedor comprende todas las actividades relacionadas con detectar oportunidades y crear organizaciones para concretarlas⁴⁴. Estudiosos e investigadores del fenómeno no han tenido realmente un consenso sobre la definición del concepto de emprendedor, pero si ha ido evolucionando. La búsqueda de los primeros rasgos semánticos del concepto de emprendedor, donde el origen histórico del término, a finales del siglo XVII y comienzos del XVIII, se asociaba con dos usos iniciales:

⁴¹ KANTIS, (2002) Citado en QUINTERO, Duque Carlos. Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Universidad Autónoma de Bucaramanga. M-O 13544018. Año 2007.

⁴² GUZMAN, SANTOS (1999) Citado en QUINTERO, Duque Carlos. Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Universidad Autónoma de Bucaramanga. M-O 13544018. Año 2007.

⁴³ VECIANA, J.M. (1989): "Características del empresario en España", Papeles de Economía Española, N° 39, pp. 19-36.

⁴⁴ QUINTERO, Duque Carlos. Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Universidad Autónoma de Bucaramanga. M-O 13544018. Año 2007.

- ❖ La persona que asumía una construcción civil, cuyo diseño es acordado previamente lo mismo que el pago. Esta acepción resalta la idea de una actividad importante que es retribuida económicamente, además de hacer énfasis en el conocimiento y no en el capital para realizar la iniciativa.
- ❖ El guerrero que emprende una conquista, propio del espíritu de las cruzadas de la Edad Media. Esta idea resalta la característica de arrojo, valentía y riesgo que implica la iniciativa.

Richard Cantillón: identifica el término *entrepreneur* como un agente que compra medios de producción a precios que son inciertos en el momento en que compromete a sus costos⁴⁵. En ese sentido Cantillón destaca que una de las funciones del emprendedor es poner en marcha la actividad empresarial en un ambiente incierto y las actividades como la compra, la producción, el acercamiento y la venta son realizadas bajo su propio riesgo.

Jean Baptiste Say: sugiere que el emprendedor es el agente que combina a las personas y otros recursos en un organismo productivo⁴⁶.

John Stuart Mill: en su teoría del Beneficio aclara que se deben remunerar tres cosas con la ganancia bruta: Abstinencia, riesgo y esfuerzo; el interés es la recompensa de la abstinencia. Afirmó: El empresario debe tener una remuneración por su tiempo y su trabajo, ya que la dirección de las actividades recaen en su persona y es quien suministra los recursos para que éstas se realicen y es el más interesado en el resultado, por lo que su función debe ser eficiente, precisa y

⁴⁵ RODRIGUEZ, A.(1999). Citado en RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013

⁴⁶ Ibid op cit Rodríguez (1999)

requiere de una habilidad extraordinaria. Destacó la importancia del emprendimiento para el crecimiento económico⁴⁷.

Johann Heinrich Von Thünen afirmó que la actividad empresarial consiste en asumir riesgos y define la ganancia del empresario. El empresario debe tener un ingreso que compense el riesgo asumido por las contingencias que presenta la economía⁴⁸.

Mangoldt, ofreció una teoría de la ganancia del emprendedor, la define como la renta de la capacidad emprendedora que utiliza éste en la adecuada combinación de factores. Para él, el emprendimiento y la innovación son un factor importante en la empresa, por lo cual, se asocia al emprendedor con una persona que innova constantemente⁴⁹.

John Bates Clark: Sostiene que los diferentes factores obtendrán una parte del ingreso total correspondiente a su contribución a ese ingreso, es decir, el trabajo recibirá lo que el trabajo ha creado, los capitalistas lo que el capital ha creado, los emprendedores, lo que su función coordinadora hubiera creado⁵⁰.

Alfred Marshall explica que los factores de la producción son cuatro; tierra, trabajo, capital y empresa. Indicó que el cuarto factor de producción es la organización, el empresario para él, era un capitalista y las ganancias un ingreso sobre el capital.

⁴⁷ MILL, J. S. (1951). Principios de economía política; con algunas de sus aplicaciones a la filosofía social. Citado en RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013

⁴⁸ RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013

⁴⁹ RODRIGUEZ, C. y Jiménez, M. Emprenderismo, acción gubernamental y academia: Innovar, 15 (6). Año 2005.

⁵⁰ TARAPUEZ, E. Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor Cuad Adm. Bogotá (Colombia). Julio-diciembre. Año 2007.

Coincidió con Mill en que los emprendedores poseen numerosas habilidades. Sin embargo, reconoció que una persona puede aprender y adquirir dichas habilidades. Estableció que los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causan la ausencia de información⁵¹.

Frank Knight: “el empresario es el único factor productivo, puesto que la tierra, el trabajo y el capital son solo medios de producción”, habla del juicio que el emprendedor tiene para los negocios y el espíritu empresarial representa ese juicio para analizar los eventos más inciertos como comenzar una nueva empresa, definir un nuevo mercado, decisiones en las que hay incertidumbre, ya que se da la posibilidad de equivocarse. Por ello Knight ve en el empresario a la persona que toma a su cargo los riesgos y es por eso que existe el beneficio para el empresario y éste resulta de la diferencia que hay después de haber descontado todos los pagos contractuales. Las características que asigna Knight al emprendedor son: Identificado como una persona inteligente que asume riesgos e incertidumbre. Poseedor de energía indomable. Optimismo, autoconfianza y mucha fe. Creatividad e imaginación. Tenacidad y persistencia. Efectividad para el logro de beneficios. El dinero es su mayor motivación. Conocimiento de sí mismo y del sector. Agente de cambio e innovación. Los emprendedores según Knight no se hacen, sino que nacen⁵².

Joseph Shumpeter manifestó que el emprendedor es un ente generador de crecimiento económico. Desde 1934 y hasta la fecha se reconoce que el desarrollo de las economías se debe en gran parte a los emprendedores y los nuevos negocios

⁵¹ Ibidem. RODRIGUEZ, C. y Jiménez, M. (2005)

⁵² KNIGHT, F. (1947). Riesgo, incertidumbre y beneficio. Citado en RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013

que se instalan tienen como principal recurso la figura del emprendedor⁵³. Se le atribuye a Schumpeter el concepto moderno de lo que actualmente se conoce como emprendedor, dado que el intuye que hay una impresión de sentido común y que existe algo que se llama capacidad para los negocios que incluye una aptitud para la administración y para la decisión rápida. El empresario era quien utilizaba los inventos, introduciéndolos en la economía y no quien hacía el descubrimiento técnico o invento.

El diccionario de la Real Academia Española (1791) lo define como “la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua”⁵⁴. Autores como Olson (1985) consideran que es una persona orientada hacia el futuro, capaz de asumir riesgos para involucrarse en la identificación y desarrollo de nuevas ideas. Garrido (1993) un emprendedor es cualquiera que dirija un equipo de personas para alcanzar unos fines, que no tienen por qué ser exclusivamente materiales, mediante la aplicación de unos recursos económicos⁵⁵.

De acuerdo con Gerber (1996), el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades⁵⁶. Caos en armonía. Para Lezana & Tonelli (1998), “emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o

⁵³ GARCÍA (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas Estudios de economía aplicada vol. 25–3.

⁵⁴ Diccionario de la Real Academia Española (1791) VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012

⁵⁵ QUINTERO, Duque Carlos. Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Universidad Autónoma de Bucaramanga. M-O 13544018. Año 2007.

⁵⁶ GERBER(1996) Citado en: BÓVEDA V., Juan Angel. El emprendedor y las Pequeñas Empresas Centro de Atención a la Pequeña y Mediana Empresa (CAPYME). Fundación Emprender. Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II. Asunción Paraguay. En <http://www.revistafuturos.info>

colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto”⁵⁷. Aireu (2003) dice que es un término francés “Entrepreneur” atribuido a Richard Cantillo, quien a principios del siglo XVIII habría introducido esta palabra para identificar a quienes tomaban la responsabilidad de poner en marcha y llevar a término un proyecto⁵⁸.

Autores más recientes le han definido como aquellos individuos que persiguen el beneficio, trabajando individualmente o colectivamente. Puede ser definido como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (funciones de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto⁵⁹.

El emprendedor requiere la configuración de una serie de rasgos psicológicos, atributos, actitudes y valores individuales que motivan a aventurarse en una iniciativa empresarial. Entre los principales rasgos psicológicos y motivacionales del emprendedor puestos de manifiesto por las numerosas investigaciones llevadas a cabo en este campo, en la que cabe destacar a (Veciana, 1989) en donde indica que esos rasgos son:

- ❖ Necesidad de independencia.
- ❖ Motivación de logro, energía personal y desarrollo de iniciativa.

⁵⁷ LEZANA & TONELLI (1998)Citado en: BÓVEDA V., Juan Angel. El emprendedor y las Pequeñas Empresas Centro de Atención a la Pequeña y Mediana Empresa (CAPYME). Fundación Emprender. Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II. Asunción Paraguay. En <http://www.revistafuturos.info>

⁵⁸ ARIEU. 2003. La educación de los emprendedores. En: <http://winred.com/emprendedor/la-educacion-de-los-emprendedores/gmxniv110-con2489.html>.

⁵⁹ BÓVEDA V., Juan Angel. El emprendedor y las Pequeñas Empresas Centro de Atención a la Pequeña y Mediana Empresa (CAPYME). Fundación Emprender. Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II. Asunción Paraguay. En <http://www.revistafuturos.info>

- ❖ Control interno.
- ❖ Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos.
- ❖ Persona insatisfecha o marginada.
- ❖ Intuición, visión de futuro, obsesión y hombre de acción.
- ❖ Tolerancia a la ambigüedad⁶⁰.

Hisrich (1988, 1990) dice que el emprendedor es alguien que tiene iniciativa y creatividad al pensar, que es capaz de organizar, de dar soluciones, que acepta el riesgo y el fracaso⁶¹. Para (Thomas y Mueller, 2000). El emprendedor requiere de prudencia y energía, pasión y perseverancia, iniciativa y saber dirigir⁶².

Por ello, aventurarse hacia el emprendimiento requiere una autoestima, con tal grado de desarrollo, que le permita al sujeto enfrentar la crisis con buena dosis de manejo ante situaciones de incertidumbre, con autoconciencia respecto de sus potencialidades para abordarla⁶³.

4.3. MARCO LEGAL

4.3.1. Ley 1014 de enero de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento:

En sus disposiciones generales: El **artículo 1º** define la Cultura: Conjunto de

⁶⁰ VECIANA, J.M. (1989): "Características del empresario en España", Papeles de Economía Española, N° 39, pp. 19-36.

⁶¹ HISRICH, R.D. (1988-1990): Entrepreneurship Development in public Enterprises. Citado en VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012

⁶² THOMAS Y MUELLER (2000): Entrepreneurship in Developing Countries. Citado en VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012

⁶³ VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012

valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización; y Emprendedor a la persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva y emprendimiento como una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad; **artículo 2°**. Objeto de la ley. Inciso a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley. Inciso b) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas. **Artículo 12**. Objetivos específicos de la formación para el emprendimiento. Son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento: a) Lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como seres productivos; b) Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia; c) Promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo; d) Fomentar la cultura de la cooperación y el ahorro así como orientar sobre las distintas formas de asociatividad.⁶⁴

⁶⁴Congreso de la Republica de Colombia. Ley 1014 de 2006 de enero de 2006

4.4. MARCO CONCEPTUAL

Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

Emprendedor: Persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva

Cultura emprendedora (o sentido de la iniciativa) representa un complejo elenco de habilidades y actitudes que son las que permitirán a las personas enfrentarse de forma creativa a un nuevo entorno cambiante y globalizado.

Competencias: es aquella que está relacionada con la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos, así como con la habilidad para planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar objetivos.

Factores: Elementos o circunstancias que contribuye, junto con otras cosas, a producir un resultado.

Factores sociales: Son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, en el lugar y en el espacio en el que se encuentren.

Factores económicos: Actividades que tienden a incrementar o disminuir la capacidad productiva de una sociedad.

Factores culturales: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, de un grupo social en determinado lugar.

Factores personales: Conjunto de actitudes que podemos cambiar de forma consciente

Factores institucionales: Características estructurales y funcionales que difieren en cada institución y su grado de influencia confiere a la universidad peculiaridades propias.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1. TIPO DE ESTUDIO

Es un estudio descriptivo, porque, se realizará un análisis del desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes del programa de Administración de Empresas; el objetivo de este tipo de estudio es llegar a conocer situaciones a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas; el contexto es de campo porque se realizará la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, y donde ocurren los hechos⁶⁵, el diseño será de tipo transversal porque se realizará en un periodo de tiempo específico.⁶⁶

El enfoque será cuantitativo, para dar una explicación de una realidad vista desde una perspectiva externa; este enfoque trabaja a través de la medición numérica y el análisis de datos, dándole de esta manera validez y confiabilidad al proceso de construcción del conocimiento;⁶⁷ y los resultados arrojados serán presentados estadísticamente utilizando tablas y gráficos.

5.2. DELIMITACION DEL PROBLEMA

5.2.1. Delimitación espacial y geográfica: El estudio se llevará a cabo en las instalaciones Universidad de Cartagena, en la Facultad de Ciencias Económicas, dirigido a los estudiantes del Programa de Administración de Empresas.

⁶⁵ ARIAS, Fidas G. (2006). Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. (5ª ed.) Caracas: Episteme

⁶⁶ CURCIO, Borrero, Carmen Lucia. Investigación Cuantitativa. Una perspectiva Epistemológica y Metodológica. Pag. 115 Año 2002

⁶⁷BAQUERO, Nova Manuel et al. Orientaciones para el diseño desarrollo y presentaciones de trabajos de investigación. Edición del Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad de San Buenaventura Cartagena. Año 2001

5.2.2. Delimitación del tiempo: El tiempo estimado en el cual se desarrollará el proyecto de será en el lapso de un (3) años contados a partir de agosto de 2013 hasta junio de 2016.

5.2.3. Delimitación temática: El proyecto estará basado en los enunciados y planteamientos de expertos que han detallado la temática de la cultura emprendedora.

5.3. LINEA DE INVESTIGACION

El estudio se centra en las líneas de investigación de la Universidad de Cartagena en su Programa de Administración de Empresa “**Desarrollo y organización empresarial y eje temático liderazgo empresarial del Programa de Administración de Empresas**”.

5.4. POBLACION Y MUESTRA

5.4.1. Población: La población futura del proyecto serán doscientos cuarenta y siete (247) estudiantes del 8º, 9º y 10º semestre de la jornada diurna y nocturna del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena.

5.4.2. Muestra: La muestra objeto de estudio estará conformada por ciento doce (112) estudiantes del 8º, 9º y 10º semestre de la jornada diurna y nocturna del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena.

5.4.3. Muestreo: La escogencia de la muestra fue de tipo probabilístico que es aquella que se caracteriza, porque, todos los elementos que conforman la población

tienen la misma probabilidad de integrar parte de la muestra⁶⁸. Para tales efectos fue aplicada una fórmula para poblaciones finitas, así:

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

Donde:

n= tamaño de la muestra que deseamos conocer

N= Tamaño de la población conocida (247)

z= Nivel de confianza del 95% que equivale (1.96)

d= margen de error (0,03)

p= Proporción esperada (0.95)

q= 1-p (0.05)

$$n = \frac{247 \times (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.95}{(0.03)^2 \times (247 - 1) + (1.96)^2 \times 0.05 \times 0.95} = 111,59$$

Paralela a esta muestra fueron escogidos el total de docentes del área de emprendimiento de la jornada diurna y nocturna del Programa de Administración de Empresas en la Universidad de Cartagena, con el propósito de conocer desde su perspectiva la aptitud emprendedora y el desarrollo de la cultura del emprendimiento en los estudiantes.

⁶⁸ BAQUERO, Nova Manuel et al. Orientaciones para el diseño desarrollo y presentaciones de trabajos de investigación. Edición del Departamento de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad de San Buenaventura Cartagena. Año 2001

5.5. RECOLECCION DE LA INFORMACION

5.5.1. Fuentes primarias: La información futura de la investigación será obtenida de una encuesta, la cual, será aplicada a los estudiantes del 8º, 9º y 10º semestre de la jornada diurna y nocturna del Programa de Administración de Empresas en la Universidad de Cartagena y una entrevista a los docentes del área de emprendimiento de este mismo programa.

5.5.2. Fuentes secundarias: Como fuentes secundarias se utilizarán, estudios e investigaciones de expertos en la temática, tesis, artículos y ensayo, los cuales darán, soporte a la investigación.

5.6. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE INFORMACION

5.6.1. Técnica de la encuesta: La información del proyecto de grado se obtendrá de una encuesta estructura con preguntas cerradas, a través de ella se realizará un análisis de la cultura emprendedora de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas en la Universidad de Cartagena, para ello, se utilizará un formato o guía de encuesta como instrumento de recolección que contendrá alrededor de quince interrogantes (Ver anexo 1).

5.6.2. Técnica de entrevista: Se realizará una entrevista semi-estructura en formato o guía que constará de cinco (5) interrogantes a los docentes del área de emprendimiento del Programa de Administración de Empresas, y tendrá como propósito conocer desde su perspectiva la aptitud emprendedora y el desarrollo de la cultura del emprendimiento en los estudiantes (Ver Anexo 2).

La validación de esta técnica será a través de la recolección, la organización y el análisis de los datos, los cuales se revisarán de forma permanente y progresiva para la validez de sus hallazgos y sus interpretaciones.

5.7. TABULACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Los datos que serán recolectados a través del instrumento, se tabularán en una hoja de cálculo conocida como Excel 2010, perteneciente al paquete de Microsoft office 2010. Seguidamente se realizará un análisis a través de porcentajes o frecuencias. Los datos serán presentados tomando en tablas y gráficas.

5.8. METODO DE TRABAJO

Para la analizar la cultura emprendedora en los estudiantes inicialmente se aplicará un cuestionario tipo encuesta de quince (15) interrogantes que será, contestados por los estudiantes del Programa de Administración de Empresas y el objetivo del mismo será conocer el desarrollo de la cultura emprendedora en los mismos. Primero se realizará la identificación de las características socio-demográficas de la unidad de estudio, para conocer las proporciones de estudiantes en una u otra variable, seguidamente se identificarán los factores asociados a la cultura emprendedora y luego se analizarán aquellos que inciden de manera directa en la misma. Seguidamente se tabularán los resultados que arroje la encuesta y serán presentados en forma estadística en tablas y gráficos.

5.9. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICION	DIMENSION	INDICADOR
Características socio-demográficas	Tiempo de existencia	Edad	Guía o formato de encuesta
	Rasgos genéticos	Sexo	
	Nivel de ubicación social de la vivienda familiar	Estrato social	
	Tipo de unión marital con otra persona	Estado civil	
	Medida económica de un individuo	Nivel económico	
	Años de trabajo	Experiencia laboral	
	Pasantías, cursos, talleres, seminarios, diplomados etc.	Formación	
	Inicio de un negocio o servicio	Emprendimientos	
Factores asociados a la cultura emprendedora	Son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, en el lugar y en el espacio en el que se encuentren.	Factores sociales	Guía o formato de encuesta
	Actividades que tienden a incrementar o disminuir la capacidad productiva de una sociedad.	Factores económicos	
	Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, de un grupo social en determinado lugar.	Factores culturales	
	Conjunto de actitudes que podemos cambiar de forma consciente	Factores personales	
	Características estructurales y funcionales que difieren en cada institución y su grado de influencia confiere a la universidad peculiaridades propias.	Factores institucionales	

6. ADMINISTRACION DEL PROYECTO

6.1.1 Características socio-demográficas de los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena.

Las condiciones socio demográficas de los estudiantes de administración de empresas influyen en el desarrollo de una cultura emprendedora en el programa.

Según Arenius y Minniti (2005) “existen factores demográficos y económicos que inciden sobre la decisión personal de ser emprendedor como el género, la edad y el nivel educativo”⁶⁹. Asimismo, Moriano y otros (2006) encontraron que “el género está directamente relacionado con la intención o espíritu emprendedor”⁷⁰.

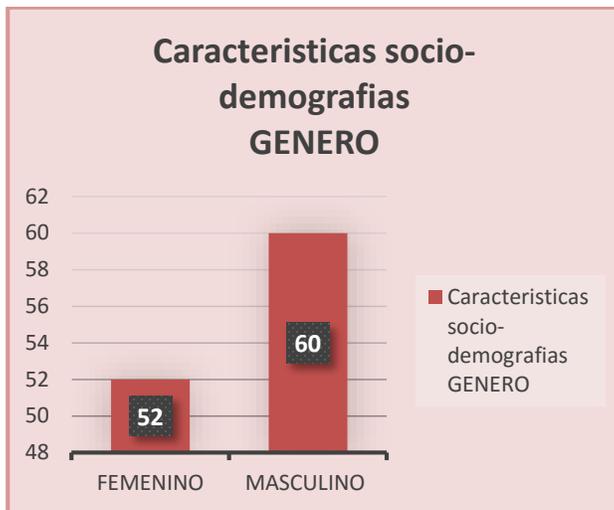
El informe GEM (2010) determina que “el emprendimiento depende del género, considerando en mayor cantidad la actividad masculina, pues si bien es cierto la inclusión de la mujer en el mundo laboral fue tardía y este hecho se manifiesta en los empresarios de hoy; se indica entonces, que la tasa de actividad empresarial en los hombre es convincentemente mayor a la de las mujeres debido al comienzo anticipado que los hombres tuvieron en el campo profesional / laboral”.⁷¹

En este sentido, al indagar sobre el género predominante en los estudiantes de administración de empresas de la Universidad de Cartagena, se evidencia que el 53,57% pertenecen a género masculino y el 46,42 % es femenino. Es decir, que los hombres tienen una mayor inclinación hacia el mundo de los negocios, sin embargo no se puede desconocer el papel que juega la mujer en esta área, ya que el número de féminas en el programa es importante y cada día más se evidencia un equilibrio entre géneros buscando oportunidades en el mundo empresarial.

⁶⁹ ARENIUS, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics* , 233.

⁷⁰ MORIANO, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista De Psicología Del Trabajo y De Las Organizaciones*, 22 (1), 75-100.

⁷¹ (Global Entrepreneurship Monitor, 2010) tomado de la página web el día 30 de marzo del 2016 <http://www.gemconsortium.org/>



Fuente: autores del proyecto

Xi	Ni	Ni	Fi	Fi
Femenino	52	52	46,42%	46,42%
Masculino	60	112	53,57%	100 %

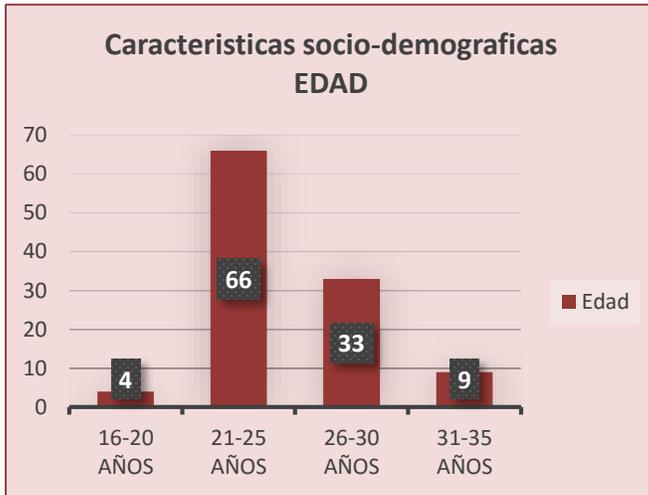
Fuente: autores del proyecto

En cuanto a la edad, existen diversas opiniones sobre su influencia en el desarrollo de la cultura emprendedora, por una parte, Cuervo, Ribiero y Roig (2006), indican que “los jóvenes tienen una mayor disposición hacia el emprendimiento ya que son ambiciosos y poseen menos temor al riesgo”⁷². Mientras que Arenius y Minniti (2005) manifiestan que el emprendedor tiende a tener mayor edad que el empleado, esto se debe a la necesidad de adquirir experiencia previa y obtener algunos recursos antes de tomar la decisión de crear empresa⁷³.

En los estudiantes de administración de empresas de la Universidad de Cartagena, es evidente que la mayoría son jóvenes, en rangos de edades de 16 a 35 años, siendo el intervalo de 21 a 25 el de mayor incidencia, ya que del total de encuestados representan un 58,9%, el rango edades de 26 a 30 años, representan un 29,4%, de 31 a 35 años un 8% y de 16 a 20 un 3,5%.

⁷² CUERVO, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva*. Madrid: Fundación Bancaja.

⁷³ ARENIUS, P., & Minniti, M. (2005). *Perceptual variables and nascent entrepreneurship*. *Small Business Economics*, 247.



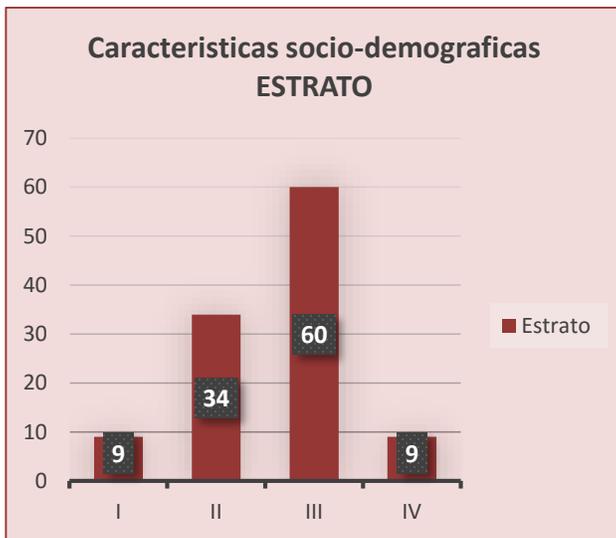
Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	Fi	Fi
16-20 años	4	4	3,5%	3,5%
21-25 años	66	70	58,9%	62,4%
26-30 años	33	103	29,4%	91,8%
31-35 años	9	112	8%	100%

Fuente: autores del proyecto

Al analizar el estrato social de los estudiantes, un 54% viven en estrato III, un 30% en estrato II, un 8% en estrato I y el otro 8% restante en estrato IV. Es decir, que la mayoría de los alumnos están en estrato medio, lo que indica que el emprendimiento se ve como una alternativa para mejorar su calidad de vida y sus condiciones laborales. Investigaciones previas han demostrado que los emprendedores de clase media son los responsables de la creación de la gran mayoría de las nuevas empresas dinámicas de América Latina, que contribuyen decisivamente tanto a la creación de empleo como a la diversificación económica.⁷⁴ Es decir, que esta clase económica se ha convertido en una fuerza económica importante, ya que través de la creación de empresas generan empleos y fortalecen las finanzas del país.

⁷⁴ Tomado el día 5 de abril del portal web <http://www.prodem.ungs.edu.ar/blog/2014/03/la-clase-media-emprende-una-vision-regional-y-una-comparacion-internacional/>

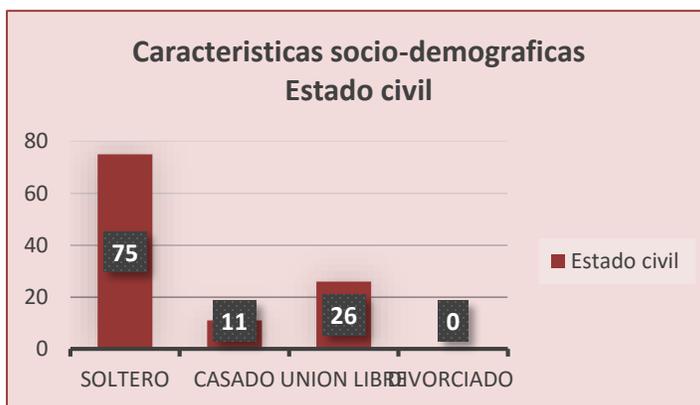


Fuente: autores del proyecto

Xi	Ni	Ni	Fi	Fi
I	9	9	8%	8%
II	34	43	30,3%	38,3%
III	60	103	53,5%	91,8%
IV	9	112	8%	100%

Fuente: autores del proyecto

En cuanto al estado civil de los estudiantes un 66,9% es soltero, un 23,21 vive en unión libre y un 9,8% es casado.



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	Fi	Fi
Soltero	75	75	66,9%	66,9%
Casado	11	86	9,8%	76,7%
Unión libre	26	112	23,21%	100%
Divorciado	0	112	0%	100%

Fuente: autores del proyecto

De igual manera, se evidencio la situación laboral actual de los estudiantes, de los cuales un 54% manifiestas estar laborando, mientras que el 46% no trabaja, es decir, dependen económicamente de sus padres, familiares o parejas.



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	fi	Fi
Si	61	61	54,4%	54,4%
No	51	112	45,5%	100%

Fuente: autores del proyecto

Sintetizando, se puede decir que las condiciones sociodemográficas de los estudiantes de la Universidad de Cartagena son determinantes en su deseo de emprender. Las diversas variables estudiadas permiten identificar que los estudiantes cuentan con las características de un emprendedor, ya que en su mayoría son jóvenes, en un estrato social medio, solteros y con experiencia laboral, sin embargo, estas condiciones no necesariamente dicen que los estudiantes son emprendedores, ya que hace falta conocer la incidencia de más factores y la motivación de ellos para iniciarse en el mundo empresarial.

6.1.2 Emprendimientos que han tenido los estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena.

Antes de identificar cuáles han sido los emprendimientos que han realizado los estudiantes de administración de empresas de la Universidad de Cartagena, es importante destacar el rol que juega la universidad en el desarrollo de una verdadera cultura empresarial, ya que estos recintos son promotoras de innovación y emprendimiento, debido a que logran captar diversos talentos que tiene la capacidad de generar crecimiento y dinamismo en la economía global y nacional. Para esto es vital conocer cuáles son las herramientas que brinda la universidad de Cartagena para el desarrollo de una cultura emprendedora y para la fomento de empresarios dentro de su alumnado.

En el año 2007 se creó el consultorio empresarial de la Universidad de Cartagena, el cual tiene como objetivo general propiciar la proyección social de la Facultad de Ciencias económicas, a través de la interacción, Universidad – Sector productivo - Comunidad, presentando alternativas de solución a la problemática empresarial y social de la Región Caribe. Esto se lograra a través de las siguientes acciones:

- Prestar un servicio social a la micro, pequeña, mediana y gran empresa de la Región Caribe, a través de la asesoría, consultoría e investigación empresarial.
- Construir un núcleo especial, para que nuestros estudiantes interactúen de forma efectiva con el entorno empresarial.
- Generar una cultura emprendedora e innovadora en comunidad universitaria para la creación de empresas, acceso a programas de financiamiento y acompañamiento en el crecimiento de la empresa.
- Ser facilitadores en programas que coadyuven al desarrollo y la generación de ingresos de las comunidades vulnerables.

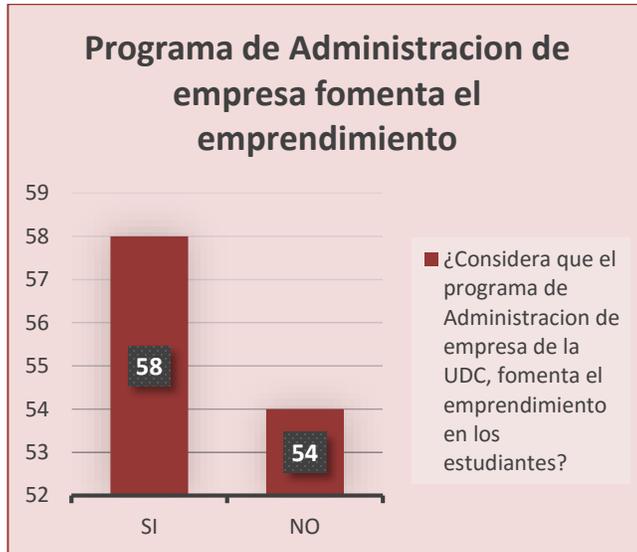
En este sentido, se indago en el Consultorio Empresarial el número de estudiantes de administración de empresas que han solicitado los servicios que brinda dicha entidad, reflejándose que en los últimos 3 años un total de 38 alumnos han requerido asesorías y acompañamiento empresarial para poner en marcha ideas de negocios, a través del Fondo Emprender de dicho organismo.

Dentro de los planes de negocios asesorados se destacan aplicaciones móviles que buscan brindar soluciones a diversas problemáticas presentadas en la cotidianidad, así como la creación de productos amigables con el medio ambiente, que buscan mitigar los efectos de diversos contaminantes, tales como la creación de tela a partir de botellas plásticas y la reutilización de neumáticos para crear productos novedosos. Se destaca la creatividad y la innovación de los diversos planes de negocios presentados, ya que se pudo observar su funcionalidad y el impacto que generarían en la comunidad si se pudieran desarrollar.

En cuanto al programa de administración de empresas, este tiene como objetivo formar profesionales empresarios de alta calidad humana en el campo de las Ciencias Administrativas que lideren los cambios del entorno empresarial basados en la convivencia, la ética, la tolerancia y la libertad. En su programa académico cuenta con asignaturas como espíritu empresarial, plan de negocios empresariales, gerencia estratégica y decisiones empresariales, que buscan brindar en los estudiantes las pautas para que generen ideas de negocios y las pongan en prácticas, al igual que se le brindan herramientas para que sepan cómo desenvolverse en el mundo empresarial.

Siendo así, se pregunta a los alumnos el papel que ha juega el programa de Administración de empresas de la Universidad de Cartagena en el fomento de estudiantes emprendedores, un 51,7% de los encuestados manifiestan que el programa si promueve el emprendimiento entre los estudiantes, mientras que un 48% indica que no. En cuanto a los conocimientos adquiridos en el programa, se

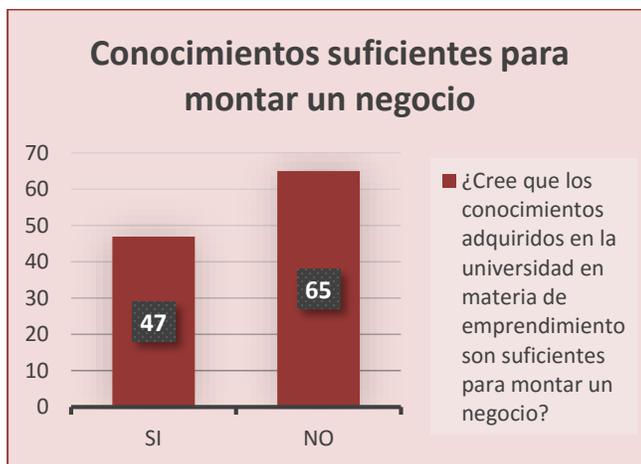
indaga en los encuestados, si cree que estos son suficientes para montar negocio, un 42% indica que si, mientras el 58% restantes manifiesta que no.



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	Fi	Fi
Si	58	58	51,7%	51,7%
No	54	112	48,2%	100 %

Fuente: autores del proyecto



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	Fi	Fi
Si	47	47	41,9%	41,9%
No	65	112	58%	58%

Fuente: autores del proyecto

Sin embargo, al preguntarles se han tenido o tienen negocio el 71,4% de los estudiantes manifiesta no haber tenido empresa, mientras que solo un 28,5% indica ser empresario. Lo que refleja una baja cantidad de emprendedores en el programa, teniendo en cuenta que el 51,7% considera que si se promueve la cultura empresarial y el 41,9% manifiesta recibir los conocimientos necesarios para poner

en marcha una empresa. De igual forma, hay que destacar que hay en juego otros factores que también determinan la creación de negocios, por lo que es necesario estudiar dichas variables para determinar la incidencia del programa en el desarrollo de nuevos negocios.



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	Fi	Fi
Si	32	32	28,5%	28,5%
No	80	112	71,4%	100 %

Fuente: autores del proyecto

Del total de encuestas que manifiesta tener empresa, el 68,7% indica que tiene empresas del sector comercial, mientras que un 31,2% indica que su empresa pertenece al sector servicio.



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	fi	Fi
Comercial	22	22	68,7%	68,7%
Industrial	0	22	0%	68,7%
Servicio	10	32	31,2%	100%
Otro	0	32	0%	100%

Fuente: autores del proyecto

Teniendo en cuenta estos resultados, se puede decir que el número de empresarios en el programa de administración de empresas es muy bajo poniendo como base el total de estudiantes con que cuenta el programa, que para el 2015 en los semestres 8,9 y 10 era de 247 personas, lo que evidencia que hacen falta estrategias de parte de los alumnos y del programa para fomentar el desarrollo de una verdadera cultura emprendedora. Por otro lado, se destaca la creatividad y la innovación en los planes de negocios presentados antes el Consultorio Empresarial de la Universidad de Cartagena, que aunque no se han materializado muestran gran potencial y generarían gran impacto en la economía local y nacional.

6.1.3 Factores asociados al desarrollo de la cultura emprendedora en el estudiante de Administración de Empresas.

El desarrollo de una cultura emprendedora va de la mano con una serie de factores y características únicas que las personas deben cumplir para poder considerarse emprendedores. Partiendo de esto, el estudio de los factores asociados al emprendimiento en los estudiantes de Administración de empresas, nos permite conocer su perfil emprendedor y su disposición para crear empresas y emprender nuevos proyectos, logrando impactar positivamente la economía local y nacional. También es relevante conocer cuáles son las motivaciones y limitantes que tienen los estudiantes para crear empresa, ya que estos podrían convertirse en obstáculos para lograr desarrollar una cultura emprendedora en el programa, además del papel que ha jugado la universidad para fomentar el emprendimiento entre su alumnado.

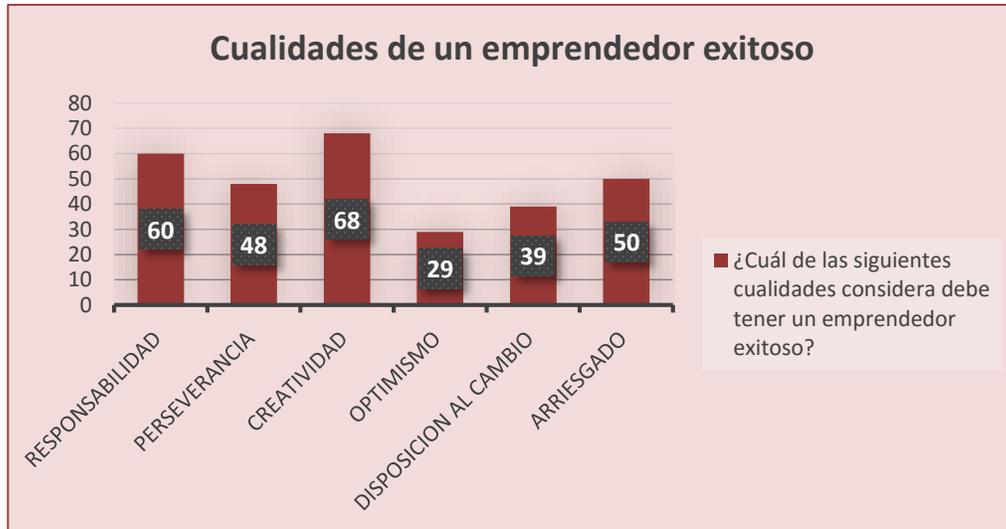
El perfil emprendedor desde la perspectiva de (Gartner, 1989), se encuentra compuesto por las características personales, sociales y psicologías, ubicando dentro de cada una de ellas un conjunto de competencias que ante su eficiente desarrollo configurar un perfil orientado al emprendimiento. Dentro de estas competencias se encuentra la autonomía, la toma de decisiones, la responsabilidad, el liderazgo, trabajo en equipo, la necesidad de logro, entre otras.⁷⁵

En este sentido, es importante conocer cuál es la percepción que tienen los estudiantes acerca de los factores que lo limitan o le permiten tener su propia empresa, teniendo en cuenta el bajo porcentaje de empresarios dentro de este programa.

De esta manera, se pregunta a los estudiantes cuales consideran deben ser las cualidades de un empresario exitoso, los cuales manifiestan que debe ser una

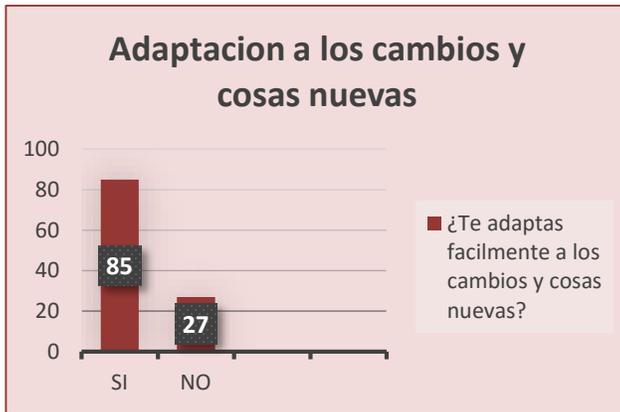
⁷⁵ Gartner, W. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice* ,68.

persona creativa con un 60,7%, responsable con un 53,7%, arriesgado 44,6%, perseverante 42,8%, debe tener disposición al cambio 34,8% y optimista 25,8%.



Fuente: autores del proyecto

De igual forma, se indaga en los estudiantes su disposición a los cambios y a asumir riesgos, donde se arrojan los siguientes resultados. Un 76% de los estudiantes encuestados se consideran personas que se adaptan fácilmente a los cambios, mientras que el 24% restante manifiesta no adaptarse con facilidad, en cuanto a asumir riesgos, un 69% de las personas encuestadas dice ser una persona arriesgada, mientras que un 31% prefiere evitar riesgos. Siendo así, se puede identificar que la mayoría de las personas son receptivas a asumir retos y adaptarse a cosas nuevas, características fundamentales de los emprendedores, ya que en gran parte el mercado presenta muchos imprevistos que los empresarios deben solventar de la mejor manera.



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	Fi	Fi
Si	85	85	75,8%	75,8%
No	27	112	24,1%	100 %

Fuente: autores del proyecto



Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	Fi	Fi
Si	77	35	68,75%	68,75%
No	35	112	31,25%	100 %

Fuente: autores del proyecto

Ahora bien, cuando se piensa en montar un negocio se deben considerar, las razones por la cuales se hace, las motivaciones que se tiene para emprender nuevos proyectos y que se piensa obtener a través de la inversión realizada. De esta manera, al indagar en los estudiantes cuales eran sus motivaciones para crear empresa, un 57% manifestó que es mejorar su calidad de vida, un 15% indica que busca generar empleo, otro 15% busca ganar dinero, un 6% adquirir conocimiento y un 6% adquirir experiencia.

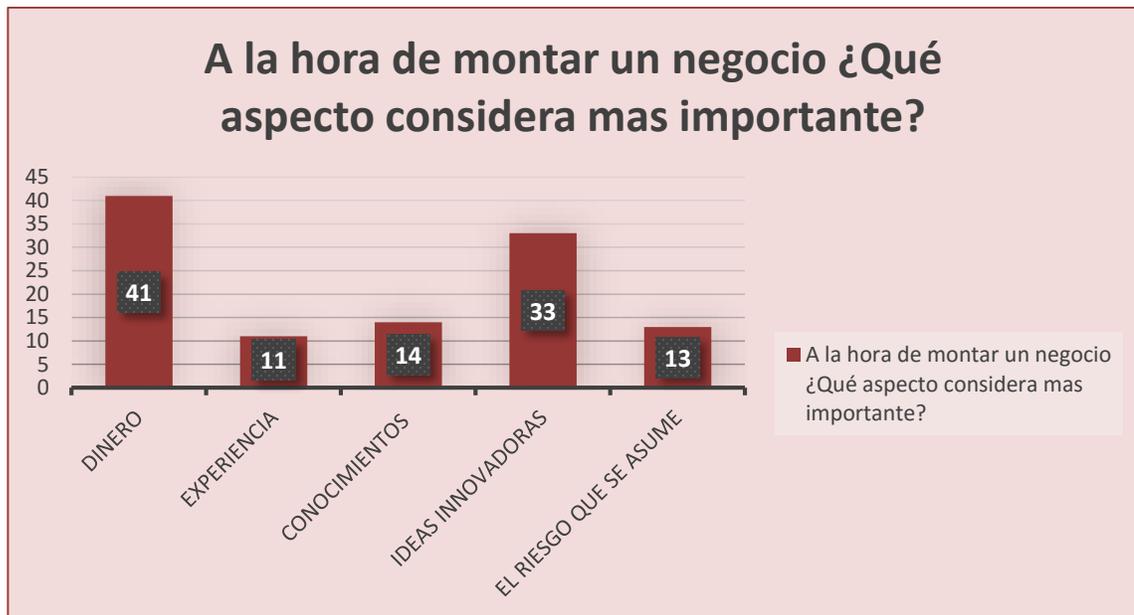


Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	fi	Fi
Mejorar calidad de vida	64	64	57,1%	57,1%
Generar empleo	17	81	15,1%	72,2 %
Ganar dinero	17	98	15,1%	87,3%
Adquirir experiencia	7	105	6,2%	93,5%
Adquirir conocimientos	7	112	6,2%	100%

Fuente: autores del proyecto

En cuanto a los aspectos que ellos consideran más importantes para crear empresas, los estudiantes manifiestan que el dinero es lo primordial con un 37%, un 29% dice que las ideas innovadoras, un 12% indica que el conocimiento, otro 12% el riesgo que se asume y el 10 % restante piensa que la experiencia es lo más importante.

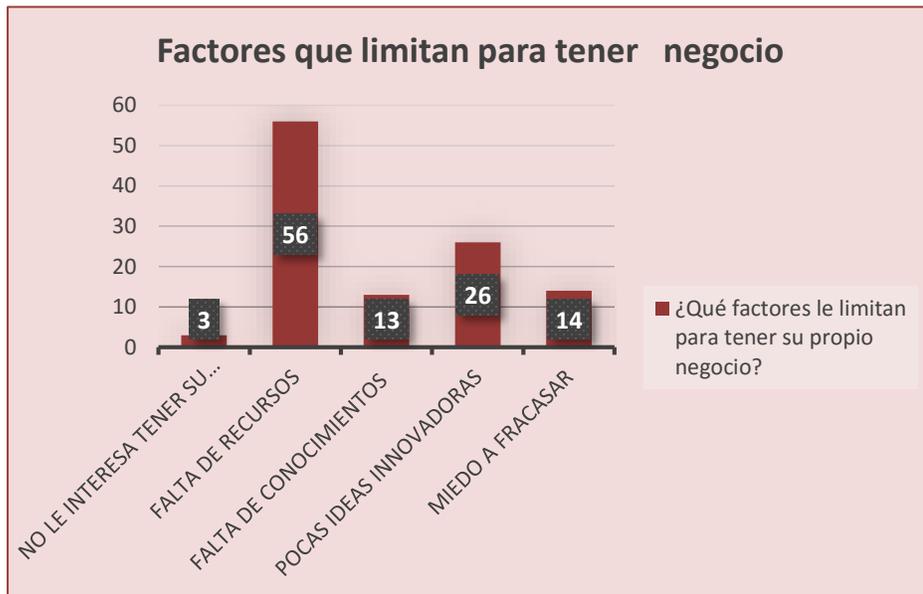


Fuente: autores del proyecto

Xi	ni	Ni	fi	Fi
Dinero	41	41	36,6%	36,6%
Experiencia	11	52	9,8%	46,4 %
Conocimientos	14	66	12,5%	58,9%
Ideas innovadoras	33	99	29,4%	88,3%
Riesgo que se asume	13	112	11,6%	100%

Fuente: autores del proyecto

En cuanto a los limitantes para crear su propia empresa, los estudiantes indican que los factores que los obstaculizan para montar un negocio son la falta de recursos con un 50%, pocas ideas innovadoras con 23%, un 12% considera que la falta de conocimiento, otro 12% indica que el miedo a fracasar y un 3% indica que no le interesa tener empresa.



Fuente: autores del proyecto

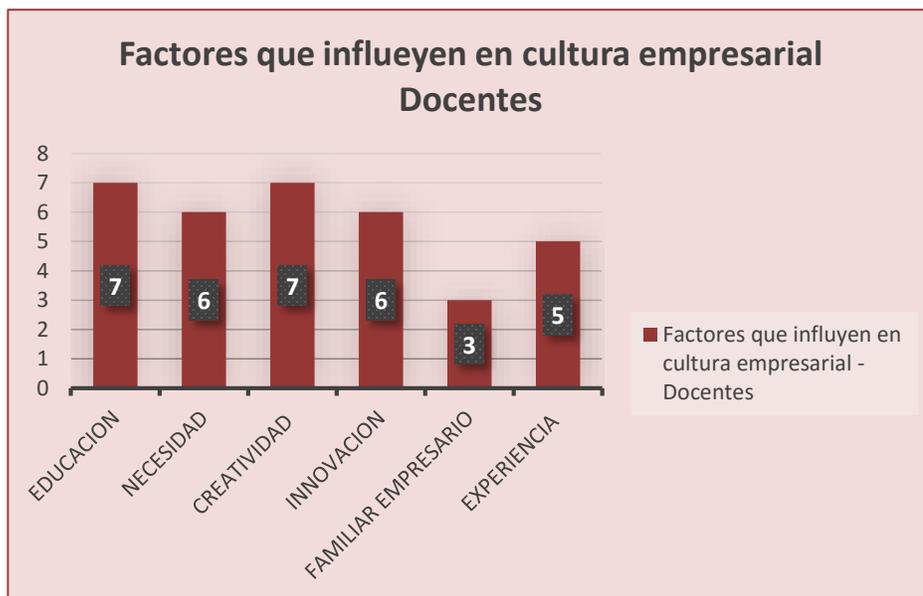
Xi	Ni	Ni	Fi	Fi
No le interesa	3	3	2,6%	2,6%
Falta de recursos	56	59	50%	52,6 %
Falta de conocimientos	13	72	11,6%	64,2%
Pocas ideas innovadoras	26	98	23,2%	87,4%
Miedo al fracaso	14	112	12,5%	100%

Fuente: autores del proyecto

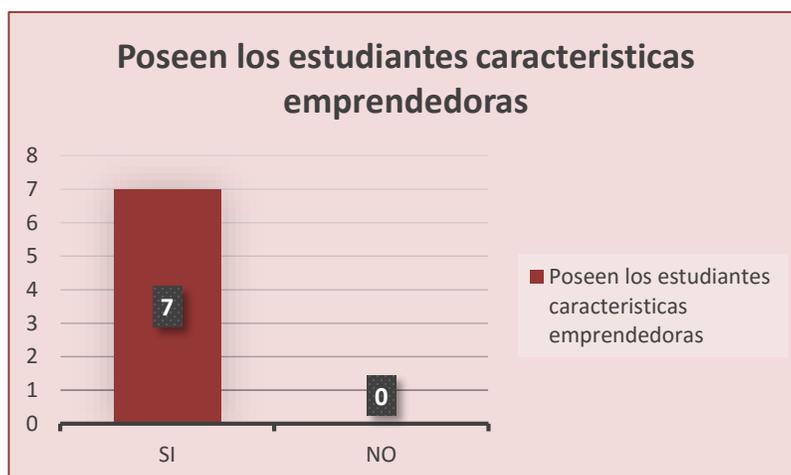
Por otra parte, es importante conocer las percepciones que tienen los docentes del área de emprendimiento de los estudiantes de administración de empresas en materia de cultura empresarial y como se ha desarrollado este concepto en el programa. Partiendo de este punto, se entrevista a 7 docentes, a los cuales se les

plantearon algunos interrogantes que permiten conocer su punto de vista y su postura acerca del tema.

Primeramente se les indica cuales consideran son los factores que influyen en el desarrollo de una cultura empresarial en los estudiantes de administración de empresas, obteniendo como respuesta la educación, la necesidad, experiencia, creatividad, innovación y ser familiar de empresario.



Al preguntarle si consideran que los estudiantes del programa de administración de empresas poseen características emprendedoras, todos los docentes coincidieron en que los alumnos si están en la capacidad de ser grandes empresarios, argumentando que estas cualidades deben ser explotadas a través de ferias, talleres y proyectos innovadores, donde se pueda recrear un ambiente real y plantear estrategias para las resolución de problemas que se puedan presentar.



Sin embargo, la mayoría de docentes reconoce que el programa de administración de empresas tiene falencias a la hora de implementar estrategias sólidas para fomentar el desarrollo de nuevas empresas, debido a la falta de recursos y apoyo institucional, que permitan sacar adelante proyectos innovadores, que le permitan a los estudiantes crear empresas exitosas y que contribuyan a la creación de empleos.



De igual forma, se les indaga acerca de la temática impartida a los estudiantes, preguntándoles si consideran que el PENSUM del programa está orientado a desarrollar un perfil emprendedor, donde 6 docentes manifiestan que sí, mientras que 1 indica que no.



Por último, se les pregunta si consideran que los alumnos están preparados para emprender un negocio exitosamente, a lo cual responden unánimemente que Sí. Sin embargo es necesario una buena orientación y más apoyo institucional para

lograr consolidar a los estudiantes en el mundo empresarial y contribuir de esta manera al desarrollo económico y social de la ciudad.

6.1.4 Análisis de los factores que inciden de manera directa en el desarrollo del emprendimiento en el estudiante del programa de administración de empresas de la universidad de Cartagena.

De acuerdo a los resultados presentados anteriormente se puede decir que los estudiantes de administración de empresas consideran que los factores que influyen en la creación de empresas son la oportunidad de mejorar su calidad de vida, la experiencia, los conocimientos que puedan adquirir, generar empleos y ganar dinero, sin embargo estos aspectos también se consideran limitantes debido a que no dispone de algunos de ellos, por lo que esto representa un obstáculo para llevar a cabo ideas de negocios. En cuanto a las cualidades que debe poseer un emprendedor según lo estudiantes, prima la creatividad, la responsabilidad, la perseverancia y el asumir riesgos, como características básicas de empresarios exitosos. También se determinó la importancia de la educación en la creación de una cultura emprendedora en los estudiantes, mirando cual ha sido la influencia de la universidad en el desarrollo de la misma.

Teniendo en cuenta esto, podemos decir que existe una relación entre el nivel de vida de los estudiantes y su deseo por crear empresas, ya que consideran que a través de este medio se puede mejorar su calidad de vida y superar los obstáculos que han enfrentado. Para ello consideran que es fundamental tener dinero, conocimiento y experiencia, el dinero como el medio para comprar todos los insumos y materiales que se requieran, los conocimientos para saber lo que se va hacer y la experiencia para llevarlo a la práctica, sin embargo como se vio anteriormente, al no disponer de todos estos factores, los estudiantes ven en ellos obstáculos para emprender negocios, por lo que es fundamental que se brinden en la universidad estrategias de financiación y laboratorios experimentales, donde se refleje el comportamiento que en algún momento se podría dar en el mercado y se empiecen a materializar ideas creativas e innovadoras que tengan los alumnos.

Según López (2008) la creatividad es un elemento esencial a la hora de iniciar proyectos empresariales o generar una orientación al crecimiento.⁷⁶ La creatividad permite identificar negocios donde nadie más los ve, crear nuevas soluciones a problemas existentes, por eso se constituye como un factor determinante de un emprendedor exitoso, ya que esto determinará el impacto de una idea de negocio en la comunidad.

Por otra parte, la responsabilidad según Arroyo (2004), alude a la capacidad y habilidad que tiene un individuo de identificar y aceptar las consecuencias que traen sus acciones, por lo tanto, menciona que un individuo responsable está en la capacidad de reflexionar frente a los efectos positivos y negativos de sus actuaciones. Por tanto, un individuo responsable es consciente de la influencia que puede tener sus decisiones y actos en la vida e integridad de un colectivo, lo que implica que la toma de decisiones está soportada en la idea de no afectar a otros.⁷⁷ Los emprendedores deben ser personas responsables capaces de tomar decisiones que beneficien al negocio a la comunidad, que al final es la encargada de aprobar o desaprobar sus acciones a través de las compras que pueden hacer a la empresa.

En esta época, ha tomado mucha fuerza e importancia la responsabilidad social empresarial, como una clave para el éxito de las empresas y empresarios, considerando que todas las acciones y decisiones que se tomen afectarán su entorno. Orrego (2008), señala que la responsabilidad social puede ser definida como el conjunto de compromisos y obligaciones éticos y legales que surgen para todos los miembros de una organización a nivel económica, ambiental y social, que deben ser asumidos por el individuo que pone en marcha una acción emprendedora,

⁷⁶ LOPEZ, P. (2008). Influencia del comportamiento emprendedor de los mandos medios en el fomento del Corporate Entrepreneurship. Tesis de doctorado publicado Barcelona, España: Universidad Ramon Llull.

⁷⁷ ARROYO, F. (2004). Adquisición de actitudes de responsabilidad social a través de un programa de voluntariado. Tesis doctoral publicada. Valencia, España: Universidad de Valencia.

desde que inicia su propuesta hasta que obtener empresas viables y sostenibles.⁷⁸ Cabe recalcar, que hoy en día los empresarios y emprendedores deben ser mucho más responsables con las decisiones que tomen, ya que estas no solo afectaran su empresa, sino que repercutirán en el entorno, lo que lo implica un mayor compromiso y conciencia hacia la comunidad, procurando implementar procesos amigables con el medio ambiente y sostenibles, que brinden seguridad y confianza a los clientes.

Otra cualidad de un emprendedor exitoso es la disponibilidad para asumir riesgos, debido a que la creación de empresa implica aventurarse y tratar de sacar adelante una idea de negocio, sin conocer su éxito o fracaso. Los riesgos no se pueden controlar, debido a que la mayoría provienen que factores externos que no conocemos, sin embargo se pueden implementar algunas estrategias que ayuden a minimizar el impacto de estos en la empresa. Calderón (1999), establece que una buena proporción de personas que asumen riesgos, prefieren informarse y consultar expertos con el fin de reducir los posibles riesgos que se puedan presentar.

De esta manera, es destacable que los estudiantes asuman riesgos y se atrevan hacer cambios y cosas nuevas, que aunque bien no les garantiza éxito, si les permite conocer el mercado y desenvolverse en el mundo empresarial, logrando obtener conocimientos y experiencias necesarias para consolidar un negocio en el ámbito local y nacional, recalcando que aunque no se logren los objetivos que se quieren, es posible aprender de los errores y emprender un nuevo camino hacia lo que se quiere lograr y perseverar hasta conseguirlo.

Del mismo modo, la influencia de la educación es vital para que los estudiantes puedan desarrollarse como empresarios y encaminarse hacia el fomento de nuevas empresas y negocios. Dentro de las investigaciones dirigidas a estudiar la docencia en emprendimiento, está la realizada por la Red de Emprendimiento Universitario –

⁷⁸ ORREGO, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revistas Ciencias Estratégicas*, 16.

REUNE, durante los años 2011 y 2012. Como parte de los resultados de este estudio, Cubillos y Rodríguez (2013) proponen que el docente tiene una gran responsabilidad por la labor que realiza en la formación de los estudiantes universitarios. La docencia en emprendimiento debe estar orientada hacia la formación en competencias que le permitan al estudiante identificar oportunidades y proponer soluciones a los problemas de su entorno, desde el conocimiento de su disciplina o profesión; así mismo tomar decisiones, actuar, liderar y correr riesgos controlados.⁷⁹

Desde este punto de vista, se puede corroborar el papel que juega la docencia universitaria en el fomento de una cultura emprendedora en los estudiantes, debido a que son ellos los que brindan las bases para consolidar ideas de negocios, enseñando a los estudiantes aprovechar oportunidades que se encuentran en el mercado y que en algún momento se puedan materializar en grandes empresas. Lo fundamental es que exista un compromiso entre la universidad, los docentes y estudiantes para fomentar una verdadera cultura emprendedora, donde se implementen estrategias que exploten el potencial que tienen los estudiantes y aprovechar las grandes ideas que se puedan presentar, esto para lograr impactar positivamente la economía local, a través del fomento de nuevas empresas y empleos.

⁷⁹ CUBILLOS, M. C; Rodríguez, S. (2013) Una mirada a la docencia del emprendimiento en IES colombianas. Ponencia presentada en: Formando comunidades para el emprendimiento sustentable: VII Workshop Red Emprendesur. Medellín.

6.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Fases	Actividades 2012	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Ene.	Feb.	Mar	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.
I	1. Exploración Bibliográfica	■											
	2. Revisión de la literatura		■										
	3. Elaboración de la Propuesta			■									
	4. Presentación y Aprobación de la Propuesta			■	■								
II	5. Consultas con el Asesor Asignado			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
	6. Elaboración del Anteproyecto			■	■	■	■						
	7. Corrección y Ajustes Anteproyecto (Asesor)						■	■					
	8. Presentación del Anteproyecto							■	■				
	9. Corrección y Ajuste Anteproyecto								■	■			
	10. Presentación Anteproyecto Corregido									■	■		
III	11. Diligenciamiento Formato Encuesta									■	■		
	12. Recolección Información										■	■	
	13. Clasificación de la Información											■	■
	14. Interpretación Y Análisis de Datos												■
	15. Elaboración del Informe Final												■
	16. Presentación del Trabajo Final												■

6.2. PRESUPUESTO

Relación de costos y gastos de la investigación

Rubros	Cantidad	V. Unitario	V. Total
PAPELERÍA Y SERVICIOS			
Resma	1	\$10.000	\$10.000
Fotocopias	600	\$100	\$60.000
Consultas Internet	70 horas	\$1.500	\$105.000
Impresión	400	\$ 200	\$80.000
UTILES DE OFICINA			
Lapiceros	10	\$ 800	\$8.000
Resaltadores	4	\$ 2.000	\$8.000
Sacapuntas	2	\$500	\$1.000
Lápices	5	\$500	\$2.500
Engrapadora	1	\$15.000	\$15.000
Carpeta Argollada de 1 ½"	2	\$12.000	\$24.000
Carpeta Argollada de 3"	2	\$20.000	\$40.000
Discos Compactos CD	6	\$1.200	\$7.200
TRANSPORTE			
Almuerzos	40	\$7.000	\$ 280.000
Refrigerios	48	\$1.500	\$72.000
Transporte	100	\$1.500	\$150.000
SUSCRIPCIONES			
Publicaciones y registros de propiedad industrial o intelectual	1	\$30.000	\$30.000
Software	1	-	\$100.000
Administración	-	-	-
TOTAL			\$892.700

CONCLUSIONES

El desarrollo de la cultura emprendedora en el programa de Administración de empresas en la Universidad de Cartagena, se muestra como una alternativa para que los estudiantes fortalezcan personal y profesionalmente. La incursión en el mundo de los negocios les permite aventurarse en la vida empresarial, en la aplicación de conocimientos, adquirir experiencia, entre otros que son factores importantes en un empresario exitoso.

La creación de empresa se muestra como una opción altamente rentable y necesaria, teniendo en cuenta la situación laboral que enfrenta el país, donde un 11,9% de la población activa se encuentra desempleada, según el DANE y los jóvenes no solo se enfrentan a barreras personales sino también a aquellas impuestas en las empresas, donde se exigen años de experiencia y conocimientos en ámbitos específicos.

Es así como en el desarrollo del siguiente trabajo pudimos evidenciar cuales son los factores que los estudiantes consideran influyen en la creación de empresas, cuáles son las barreras que se encuentran y como ha influenciado la universidad en la determinación de ser empleados o empleadores.

Lo primero que se determinó fue el nivel socio-demográfico de los estudiantes, donde se evidencio que la mayoría de los estudiantes son jóvenes solteros en un nivel social medio-bajo, ya que viven en estratos 2 y 3. De igual forma, los estudiantes dependen económica de sus padres, parejas o demás familiares,

teniendo en cuenta que muy pocos trabajan o tiene negocio, por lo que se denota una falta de recursos propios que posibiliten la inversión en proyectos o ideas de negocios.

Por otra parte, solo un 29% de los estudiantes tienen o han tenido empresas, las cuales han sido de tipo comercial y de servicios, debido a las facilidades que se presentan en el mercado para este sector económico. Sin embargo, el porcentaje de es muy bajo, ya que a la hora de enfrentarse al mercado empresarial sobresalen diversos obstáculos que impiden el desarrollo de nuevas empresas, entre estos, la falta de recursos, considerando el nivel económico de los estudiantes es difícil conseguir el dinero que se requiere para poner en marcha un negocio prospero; la falta de conocimiento, debido a la poca experiencia con la que cuentan y la carencia de ideas innovadoras, que orienten a los estudiantes hacia nuevos servicios o productos, que puedan saciar las necesidades mercado tan cambiante e incierto propio de la globalización. De igual manera, en el Consultorio Empresarial de la Universidad, se presentaron múltiples planes de negocios, con un alto grado de creatividad e innovación, que si llegaran a materializarse serían de alto impacto en la economía local.

También es importante conocer las motivaciones que tengan los estudiantes para crear empresas, puesto que esto será el motor para tomar riesgos y asumir cambios en su forma de pensar, actuar y de ver las cosas. Entre las principales motivaciones que encuentran los estudiantes están mejorar su calidad de vida, generar oportunidades de empleo, ganar dinero, adquirir experiencia y conocimientos, por lo cual, los emprendimientos que se realicen buscar mejorar sus condiciones actuales y contribuir al desarrollo económico de la ciudad. Sin embargo, para ser un empresario exitoso no solo se requiere tener ganas, también es indispensables que

las personas tengan ciertas cualidades que les permitirán cumplir con los objetivos y metas organizacionales que se tracen y logren enfrentarse de manera correcta a los obstáculos o problemas que se puedan presentar en su intención de crear empresas sólidas. Los emprendedores deben ser personas creativas, que siempre están buscando nuevos productos o mejorar los existentes, tendientes a satisfacer las necesidades que se encuentran en el mercado, también deben ser responsables, perseverantes, que se arriesguen y asuman nuevos retos, que les garanticen una prevalencia en el entorno actual, marcado por los cambios constantes en gustos y preferencias.

La educación, es otro factor importante que influye en el desarrollo de la cultura emprendedora, puesto que permite avizorar las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de logran una vinculación entre los demás aspectos mencionados anteriormente. Para el caso particular del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena, los estudiantes tienen opiniones divididas respecto a si se fomenta el emprendimiento y si los conocimientos obtenidos en las aulas de clases son suficientes o pertinentes para crear negocios, lo que si es claro es que le gestiones hechas en el programa no ha dado los frutos esperados, puesto que la mayoría de los estudiantes salen con la idea de ser empleados, y en caso de querer emprender, no cuentan con las herramientas necesarias ni información clara, acerca de qué hacer, o a donde dirigirse para conseguir los recursos requeridos.

Los estudiantes han evidenciado a través del desarrollo de este trabajo que no tienen claro cuál será su futuro empresarial, primero porque el mercado laboral cada vez es más complejo y exigente y la creación de empresas implica la inversión en recursos que no todos tienen, por lo que el programa debe brindar opciones e

implementar estrategias claras, que los orienten hacia una cultura emprendedora, que no solo los ayuden a mejorar su calidad de vida, adquirir experiencia y conocimientos, sino que también se conviertan en un pilar importante en la económica cartagenera, por medio del crecimiento organizacional y la generación de empleos.

Por último, es importante recalcar que la cultura emprendedora define en los estudiantes la forma de pensar, sentir, actuar y razonar, que siempre está buscando nuevas oportunidades de negocio, que se puedan evidenciar a través de la mejora y creación de valor, no solo en el sentido económico, sino también social, en el cual todos los grupos de interés (propietarios, empleados, proveedores, clientes y comunidad) puedan beneficiarse.

RECOMENDACIONES

El desarrollo de este trabajo permitió evidenciar que en el programa de administración de empresas aún no existe una verdadera cultura emprendedora, teniendo en cuenta los resultados encontrados. El número de empresarios es muy bajo teniendo en cuenta el total de estudiantes matriculados, debido a esto, nos permitimos hacer algunas recomendaciones, que consideramos necesarias para empezar a fomentar el desarrollo de empresas y creación de negocios.

Primeramente, a nivel institucional se deben buscar alianzas con la banca privada y pública, para impulsar la creación de empresas apoyando las ideas innovadoras que presentan los estudiantes de los diversos programas académicos de la universidad, especialmente el programa de Administración de empresas. Dentro de esta estrategia se pueden hacer reuniones interfacultades donde se expongan las mejores ideas innovadoras, esto para que se unifiquen criterios y se garantice la realización con todo el apoyo de las facultades que se requiera.

En cuanto al programa de Administración de empresas, se deben implementar estrategias que permitan a los estudiantes desenvolverse en un ambiente empresarial. La creación de un laboratorio empresarial, donde los alumnos puedan recrear un ambiente real del mercado, permitiéndoles conocer cuáles son los factores que influyen en el desarrollo de las empresas, a las vez que puedan tomar decisiones y mirar cuales son las consecuencias de las mismas, así podrán asimilar las situaciones de una mejor manera y enfrentar al mundo empresarial con mayor conocimientos y experiencia, asumiendo un menor riesgo. Por otro lado, sería interesante la creación de talleres y conferencias, con grandes empresarios de la

ciudad, que puedan dar su experiencia a los estudiantes, dándole pautas para poder enfrentarse de mejor manera en el mercado.

Por parte de los estudiantes, se deben explotar todas las habilidades empresariales que tengan, de manera que puedan crear ideas innovadoras y creativas, para suplir las necesidades que existan en el mercado y a manera personal, logren mejorar sus condiciones de vida.

También se debería habilitar una oficina del Consultorio empresarial en las sedes de la universidad, de manera que los estudiantes tengan de cerca esta herramienta para apoyarlos y asesorarlos en las ideas que puedan tener.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) AMORÓS, J. E. El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): Una Aproximación desde el Contexto Latinoamericano. Academia, Revista Latinoamericana de Administración, 1-15. Año 2011.
- 2) ARENIUS, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 233, 245.
- 3) ARIAS, Fidias G. (2006). Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica. (5ª ed.) Caracas: Episteme.
- 4) ARIEU. 2003. La educación de los emprendedores. En: <http://winred.com/emprendedor/la-educacion-de-los-emprendedores/gmxniv110-con2489.html>.
- 5) ARROYO, F. (2004). Adquisición de actitudes de responsabilidad social a través de un programa de voluntariado. Tesis doctoral publicada. Valencia, España: Universidad de Valencia.
- 6) AUDRETSCH, D. (1995) Innovation, Growth and Survival», *International Journal of Industrial Organization*, vol. 13: 441-457. En: KANTIS, H.; Ishida, M. y Komori, M. (2002) *Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el este de Asia*
- 7) BAQUERO, Nova Manuel et al. Orientaciones para el diseño desarrollo y presentaciones de trabajos de investigación. Edición del Departamento de

Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Universidad de San Buenaventura
Cartagena. Año 2001.

- 8) BARRIOS M., Alejandro, Mayorca C., Eliecer Villareal M., Sara Universidad de Cartagena, “Estudio y análisis del espíritu empresarial de los estudiantes de la universidad de Cartagena-sede Piedra de Bolívar.”
- 9) BERNAL, Escoto Blanca Estela. “impacto del programa de fomento a la cultura emprendedora “Mi Primer Empresa – Emprender Jugando”. Universidad Autónoma de Baja California, Coordinación de Mercadotecnia, Tijuana. B.C., Plan de Intervención de Tutores, FESE, 2010, Valle de Bravo, México.
- 10) BÓVEDA V., Juan Angel. El emprendedor y las Pequeñas Empresas Centro de Atención a la Pequeña y Mediana Empresa (CAPYME). Fundación Emprender. Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II. Asunción Paraguay. En <http://www.revistafuturos.info>.
- 11) BRAUDEL, Ferdinand(1995) citado en Buelna Serrano María Elvira , Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html
- 12) BUELNA Serrano María Elvira, Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html
- 13) CAVALLI Sforza, L.L. La evolución de la cultura: propuestas concretas para futuros estudios. Barcelona. Año 2007.

- 14) Conclusiones del Primer Seminario Red Motiva. Nodo Colombia. Sede de Investigación Universitaria de la Universidad de Antioquia. Medellín, abril 30 de 2007.
- 15) Congreso de la Republica de Colombia. Ley 1014 enero de 2006.
- 16) Convenio Alcaldía de Cartagena, Cámara de Comercio de Cartagena y con el apoyo permanente del programa de las naciones Unidas para el Desarrollo- PNUD, creó el primer Centro de Emprendimiento de la ciudad Cemprende- Centro de Emprendimiento Pedro Romero. Año 2009 en: <http://www.cccartagena.org.co/cemprende/>
- 17) CUBILLOS, M. C; Rodríguez, S. (2013) Una mirada a la docencia del emprendimiento en IES colombianas. Ponencia presentada en: Formando comunidades para el emprendimiento sustentable: VII Workshop Red Emprendesur. Medellín.
- 18) CUERVO, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva. Madrid: Fundación Bancaja.
- 19) CURCIO, Borrero, Carmen Lucia. Investigación Cuantitativa. Una perspectiva Epistemológica y Metodológica. Pag. 115 Año 2002.
- 20) DE PABLO, I. Baquerin, C. y Fernández Aguado, J. Crear Empresa, Madrid, Ed. CIADE. Año 1999.
- 21) Diccionario de la Real Academia Española (1791) VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012.

- 22) GALEANA, Patricia (1991) Citado en BUELNA Serrano María Elvira, Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html.
- 23) GALINDO Rafael, Echavarría María Victoria. Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de Ingeniería de Antioquia. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Medellín (Colombia). Revista EIA, ISSN 1794-1237 Número 94. Julio 2011.
- 24) GARCÍA Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas Estudios de economía aplicada vol. 25–3.Año 2007
- 25) GEM, (Global Entrepreneurship Monitor, 2010) tomado de la página web el día 30 de marzo del 2016 <http://www.gemconsortium.org/>
- 26) GARTNER, W. (1989). "Who Is an Entrepreneur?" Is the Wrong Question. Entrepreneurship Theory and Practice ,68.
- 27) GENNERO, A. y Liseras, N. "Supervivencia y desempeño de nuevas firmas: Evidencia de un estudio de panel en cinco ciudades argentinas". Mimeo, Universidad Nacional de Mar del Plata. Año 2011.
- 28) GERBER(1996) Citado en: BÓVEDA V., Juan Angel. El emprendedor y las Pequeñas Empresas Centro de Atención a la Pequeña y Mediana Empresa (CAPYME). Fundación Emprender. Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II. Asunción Paraguay. En <http://www.revistafuturos.info>.

- 29) GONZÁLEZ Domínguez, F.J. “Incidencia del Marco Institucional en la Capacidad Emprendedora de los Jóvenes Empresarios de Andalucía”. Tesis Doctoral. Sevilla. Universidad de Sevilla. Año 2004.
- 30) HISRICH, R.D. (1988-1990): Entrepreneurship Development in public Enterprises. Citado en VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012
- 31) KANTIS, H.; Ishida, M. y Komori, M. (2002) Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el este de Asia. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington. Entrepreneurship in Emerging Economies: The Creation and Development of New Firms in Latin America and East Asia, Inter-American Development Bank, Washington D.C.]. http://www.mific.gob.ni/LinkClick.aspx?fileticket=E12UQYgH_14%3D&tabid=574&language=es
- 32) KELLEY, D., Bosma, N., & Amorós, J. E. Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report. Wellesley Mass., Santiago Chile: Babson College & Universidad del Desarrollo. Año 2011 En: <http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=1093>.
- 33) KNIGHT, F. (1947). Riesgo, incertidumbre y beneficio. Citado en RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013

- 34) KRAUSS Catherine. Las actitudes emprendedoras en los estudiantes de la universidad católica del Uruguay. Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad Católica del Uruguay.
- 35) LAMBING, P. (1998) Citado en: GALINDO Rafael, Echavarría María Victoria. Diagnóstico de la cultura emprendedora en la escuela de Ingeniería de Antioquia. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Medellín (Colombia) Revista EIA, ISSN 1794-1237 Número 15, p. 85-94. Julio 2011.
- 36) LEZANA & TONELLI (1998) Citado en: BÓVEDA V., Juan Angel. El emprendedor y las Pequeñas Empresas Centro de Atención a la Pequeña y Mediana Empresa (CAPYME). Fundación Emprender. Revista Futuros No 6. 2004 Vol. II. Asunción Paraguay. En <http://www.revistafuturos.info>.
- 37) LISERAS Natacha, Gennero de Rearte Ana y Graña Fernando. Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios. Universidad Nacional de Mar del Plata. VIII Reunión Anual Red Pymes Mercosur. Rosario, octubre de 2003.
- 38) LOPEZ, P. (2008). Influencia del comportamiento emprendedor de los mandos medios en el fomento del Corporate Entrepreneurship. Tesis de doctorado publicado Barcelona, España: Universidad Ramon Llull.
- 39) LSENHANS, H.(1991) Citado en BUELNA Serrano María Elvira, Sandoval Santiago Ávila. Cultura Emprendedora. Tradición y Actualidad. En: http://www.azc.uam.mx/publicaciones/tye/tye15/art_hist_08.html.
- 40) MILL, J. S. (1951). Principios de economía política; con algunas de sus aplicaciones a la filosofía social. Citado en RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez

Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013.

- 41) MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (MEN). Articulación Serie Guías N° 21 Aportes para la Construcción de Currículos Pertinentes Competencias Laborales Generales. ISBN 958-691-262-0. En: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-106706_archivo_pdf.pdf
- 42) MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (MEN). Ley 1014 de 2006. Disponible en: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-94653.html>
- 43) MORIANO, J. A., Palací, F. J., & Morales, J. F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista De Psicología Del Trabajo y De Las Organizaciones*, 22 (1), 75-100.
- 44) ORREGO, C. (2008). La dimensión humana del emprendimiento. *Revistas Ciencias Estratégicas*, 16.
- 45) PAUTT B., Jeysson E. Tarra T., Carlos J. “El emprendimiento y el empresarismo en la formación del Contador Público de la Universidad de Cartagena a partir de la ley 1014 de 2006.” Programa de Contaduría Pública, Universidad de Cartagena.
- 46) PEREIRA Fernando, et., al. Reporte GEM Colombia 2011 -2012/ Fernando Pereira L, et al. Ediciones Sello Javeriano 76 p.; ISBN: 978-958-8347-70-7
- 47) PIZARRO, Moreno, Isabel; Real, Juan C.; Rosa María Dolores. La incidencia del capital humano y la cultura emprendedora en la innovación. Cuadernos de

Economía y Dirección de la Empresa, vol. 14, núm. 3, 2011, pp. 139-150. Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas. Madrid, España. Año 2011.

- 48) QUINTERO, Duque Carlos. Generación de competencias en jóvenes emprendedores. Universidad Autónoma de Bucaramanga. M-O 13544018. Año 2007.
- 49) RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013
- 50) REINOSO, Lastra Juan Fernando. El papel de la Universidad dentro de un ecosistema emprendedor. Facultad Ciencias Administrativas y Económicas Universidad del Tolima. Altos de Santa Elena, Ibagué, Tolima, Colombia. Revista Mundo Económico y Empresarial. No. 10. Año 2011
- 51) RODRÍGUEZ Ramírez Alfonso. El emprendimiento en Colombia. Artículo de reflexión. Vol.4 No. 2 Universidad Libre de Cali Colombia Año 2008
- 52) RODRIGUEZ A. (1999) Citado en RAMÍREZ Calvillo Rodolfo, Ramírez Berumen Iliana Elizabeth Acero Soto Iván Omar. La cultura emprendedora y los proyectos financiados con remesas en Zacatecas. ISSN 2314-3738. Año 2013
- 53) RODRIGUEZ, C. y Jiménez, M. Emprenderismo, acción gubernamental y academia: Innovar, 15 (6). Año 2005.
- 54) ROMERO, Luis. La Universidad Colombiana y el Fomento al Espíritu Empresarial en la Década de los 80: Una Perspectiva Histórica y Crítica, en

Revista Escuela de Administración de Negocios, 1989.

- 55) SHAPERO, A. (1984) «The Entrepreneurial Event», en Kent (ed.) The Environment for Entrepreneurship. Lexington Press. En: KANTIS, H.; Ishida, M. y Komori, M. (2002) Empresarialidad en economías emergentes. Creación de empresas en América Latina y el este de Asia
- 56) SHIERSMANN, S. ; Graña, F. y Liseras, N. “Vocación emprendedora en alumnos universitarios avanzados: El caso de las Facultades de Ciencias Económicas de FASTA y de la UNMDP”. VII Reunión anual red pymes mercosur, Rafaela. Año 2002
- 57) SUDOE (2006) Citado en TARAPUEZ, E. Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor Cuad Adm. Bogota (Colombia). Julio-diciembre. Año 2007.
- 58) TARAPUEZ, E. Algunos aportes de los neoclásicos a la teoría del emprendedor Cuad Adm. Bogotá (Colombia). Julio-diciembre. Año 2007.
- 59) THOMAS Y MUELLER (2000): Entrepreneurship in Developing Countries. Citado en VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012

- 60) VARELA, R. Innovación empresarial. Bogotá: Prentice Hall, 2001. p. 128.
- 61) VECIANA, J.M. (1989): "Características del empresario en España", Papeles de Economía Española, N° 39, pp. 19-36. Citado en:
- 62) VIDAL, Vidal José. Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las Instituciones Educativas. Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena, año 2012

ANEXOS

Anexo 1 FORMATO O GUIA DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA - FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CARTAGENA DE INDIAS

AÑO 2014

Dirigido a: Estudiantes del programa de administración de empresas de los semestres

Objetivo: Analizar el desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes

Investigadores: Danilo José Ballestas Buelvas

Yennifer Pérez de la Rosa

PREGUNTAS

1. Sexo

Masculino_____ Femenino_____

2. ¿Cuál es su edad en años cumplidos? _____

3. ¿En qué estrato social reside? _____

4. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero(a) _____ Casado(a)_____ Unión Libre_____ Divorciado(a)_____

5. ¿Está laborando en este momento?

Si_____ no _____

6. ¿Te consideras una persona que asume riesgos?

Sí_____ No_____

7. ¿Te adaptas fácilmente a los cambios y cosas nuevas?

Sí_____ No_____

8. ¿ha tenido o tiene un negocio o empresa? Si su respuesta es sí pase a la pregunta 9, si su respuesta es no pase a la pregunta 10.

Sí_____ No_____

9. ¿Qué tipo de negocio tiene?

- A. Comercial
- B. Industrial
- C. Servicio
- D. Otro ____ cual _____

10. ¿Qué factores le limitan para tener su propia empresa?

- A. No le interesa tener su propio negocio
- B. Falta de recursos
- C. Falta de conocimientos
- D. Pocas ideas innovadoras
- E. Miedo a fracasar

11. A la hora de pensar en crear un negocio, ¿Qué aspectos considera más importa?

- A. Dinero
- B. Experiencia
- C. Conocimientos
- D. Ideas innovadoras
- E. El riesgo que se asume

12. ¿Cuál es su principal motivación para crear empresa?

- A. mejorar su calidad de vida
- B. Generar empleos
- C. Ganar dinero
- D. Adquirir experiencia
- E. Adquirir conocimientos

13. ¿Cuál de las siguientes cualidades considera debe tener un emprendedor exitoso? (Puede escoger varias opciones)

- A. Responsabilidad
- B. Perseverancia
- C. Creatividad
- D. Optimismo
- E. Disposición al cambio
- F. Arriesgado

14. ¿considera que el Programa de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena, fomenta el emprendimiento en los estudiantes?

Sí _____ No _____

15. ¿cree que los conocimientos adquiridos en la universidad en materia de emprendimiento son suficientes montar un negocio?

Si _____ no _____

ANEXO 2 FORMATO O GUIA DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD DE CARTAGENA - FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CARTAGENA DE INDIAS

AÑO 2014

Dirigido a: Docentes del área de emprendimiento del programa de administración de empresas **de los** semestres

Objetivo: Conocer desde la perspectiva del docente la actitud emprendedora y el desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes del programa.

Investigadores: Danilo José Ballestas Buelvas

Yennifer Pérez de la Rosa

PREGUNTAS

1. ¿Cuál de los siguientes factores considera que influye en el desarrollo de la cultura emprendedora de estudiantes del programa de administración de empresas? (puede escoger varias opciones)

A. Educación

B. Necesidad

C. Experiencia en negocios

D. Motivación

E. Familiar de empresario

F. Creatividad

G. innovación

2. ¿Considera que el estudiante de administración de empresas de la universidad de Cartagena posee las características y condiciones que son propias de una persona emprendedora? Justifique su respuesta

Sí _____ No _____

3. ¿Considera que el programa de Administración de Empresas cuenta con los recursos necesarios para fomentar el desarrollo de una cultura emprendedora en los estudiantes?

Sí _____ No _____

Si su respuesta es No, escoja una de las siguientes opciones:

___ Falta de laboratorios

___ Pocas estrategias que facilitan el emprendimiento

___ Falta de recursos para financiar proyectos emprendedores

___ Otra, Cual _____

4. ¿Considera que el PENSUM del programa de administración de empresas de la Universidad de Cartagena está orientado a desarrollar un perfil emprendedor en los estudiantes?

Sí _____ No _____

5. ¿Cree usted que los estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena están preparados para emprender un negocio exitosamente?

Sí _____ No _____