

Información Importante

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan **finalidad académica**, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

Bibliotecas Bucaramanga
Universidad Santo Tomás

**MEDICIÓN DEL CLIMA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA LA
COMUNIDAD EDUCATIVA EN LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
BUCARAMANGA SIGUIENDO LOS PARAMETROS DEL GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)**

**SILVIA MARCELA MARIÑO GÓMEZ
NELLY MARCELA ROZO VILLAMIZAR**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DIVISIÓN DE INGENIERIAS Y ARQUITECTURA
BUCARAMANGA
2015**

**MEDICIÓN DEL CLIMA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA LA
COMUNIDAD EDUCATIVA EN LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
BUCARAMANGA SIGUIENDO LOS PARAMETROS DEL GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)**

**SILVIA MARCELA MARIÑO GÓMEZ
NELLY MARCELA ROZO VILLAMIZAR**

**Trabajo de grado presentado para optar al título de
INGENIERA INDUSTRIAL**

**Director
Eduwin Andrés Flórez Orejuela
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DIVISIÓN DE INGENIERIAS Y ARQUITECTURA
BUCARAMANGA
2015**

DEDICATORIA

A nuestros padres, por su inagotable amor, por su grandeza de espíritu y constancia, por apoyar cada una de nuestras decisiones y guiarnos siempre con inteligencia y cordura. A ellos les debemos cada uno de nuestros logros.

A toto (Q.E.P.D), por ser el mayor ejemplo a seguir, porque con carácter, arduo trabajo y responsabilidad supo forjar un camino ejemplar y dejar legado para siempre.

A Cecita y a nuestros hermanos Juan Carlos y Diana quienes siempre han estado con nosotras motivándonos a seguir adelante.

A Dios todopoderoso, porque sin su infinito amor, nada de esto hubiese sido posible.

AGRADECIMIENTOS

Al centro de emprendimiento de la universidad, liderado por el Ingeniero Eduwin Flórez, quien también fue el director de este proyecto, por su constante lucha por mejorar y mantener en pie todos los proyectos y programas del CEDE.

A Gustavo Gómez, docente de la universidad, quien también participó de este proyecto y ayudó para dar culminación del mismo.

A la comunidad Tomasina en general, por confiar en nosotras y en nuestra labor como integrantes del centro de emprendimiento, y por brindarnos la oportunidad de demostrar que todo es posible cuando de cumplir metas y sueños se trata.

Para ustedes, nuestros mejores agradecimientos.

Silvia Mariño y Marcela Rozo.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	13
1. MEDICIÓN DEL CLIMA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA LA COMUNIDAD EDUCATIVA EN LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS BUCARAMANGA SIGUIENDO LOS PARAMETROS DEL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)	14
1.1. ANTECEDENTES.....	14
1.1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	22
1.2. JUSTIFICACIÓN.....	24
1.3. OBJETIVOS.....	27
1.3.1. Objetivo general	27
1.3.2. Objetivos específicos	28
2. MARCO REFERENCIAL.....	29
2.1. MARCO CONCEPTUAL	29
2.1.1. Emprendimiento.....	29
2.1.2 Metodología	29
2.1.3 Ecosistema de emprendimiento.....	30
2.1.4 Innovación.....	30
2.1.5 Iniciativa Empresarial	30
2.1.6 Mejoramiento.	30
2.1.7 Actividad.	30
2.1.8 Comunidad.....	31
2.1.9 GEM.....	31
2.1.10 Generación de estrategias	31
2.1.11 Factores.....	31
2.2 MARCO TEORICO	32
2.2.1. Competitividad	32
2.2.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM).....	32
2.2.3. Clima de emprendimiento	36
2.2.4. Innovación.	37
2.2.4.1. <i>Innovación de producto</i>	38

2.2.4.2. <i>Innovación de proceso</i>	38
2.2.4.3. <i>Innovación de mercadotecnia</i>	38
2.2.4.4. <i>Innovación de organización</i>	38
2.2.5. Doing Business.....	39
2.2.6. El Banco Interamericano de Desarrollo.....	39
2.2.7. Organización No Gubernamental.....	39
2.2.8. Artículos.....	40
2.3 MARCO HISTÓRICO.....	41
2.4. MARCO LEGAL.....	42
2.5. ESTADO DEL ARTE.....	44
2.5.1 Estudios y mediciones del clima de emprendimiento en Colombia.....	44
3. METODOLOGÍA.....	49
3.1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	49
3.2 ADAPTACIÓN Y VALIDAR LA METODOLOGÍA.....	50
3.3 FORMULACIÓN ESTRATEGIAS.....	51
4. RESULTADOS.....	52
4.1 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	52
4.1.1. Definición de elementos.....	52
4.1.2. Validación de elementos.....	52
4.1.3. Estructura final.....	53
4.2 APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	55
4.2.1. Cálculo de muestra.....	55
4.2.2. Resultados de la aplicación.....	56
4.2.2.1. Características de género, edad y división de los programas académicos.....	56
4.2.2.2. Actividad emprendedora.....	58
4.2.2.3. Actitud emprendedora.....	59
4.2.2.4. <i>Formación del emprendedor</i>	63
4.2.2.5. Promoción del valor de emprendimiento e innovación.....	64
4.2.2.6. Desarrollo de un ecosistema de apoyo.....	65
4.2.2.7. Capital humano.....	66

4.2.2.8. Educación.....	67
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	70
5.1. Análisis de Cubos OLAP	70
5.1.1. Estudiantes con intención de emprender.....	70
5.1.2. Estudiantes con familiar empresario que quiere crear empresa.....	73
5.1.3. Estudiantes con intención de emprender según la formación.....	75
6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	76
7. ESTRATEGIAS.....	78
8. INDICADORES	80
9. CONCLUSIONES	83
10. RECOMENDACIONES.....	85
BIBLIOGRAFÍA.....	87
ANEXO	92

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de emprendimiento.....	25
Figura 2. Cadena de la competitividad.....	27
Figura 3. Países participantes en GEM 2013 clasificadores por región geográfica y nivel de desarrollo económico.....	33
Figura 4. Los motivos de la innovación.	38
Figura 5. Fases de la metodología del proyecto.	50

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Tasa de creación de nuevas empresas (TEA).	20
Gráfico 2. Porcentaje de satisfacción con las políticas de emprendimiento locales.	23
Gráfico 3. Ranking de los países de América Latina.	45
Gráfico 4. Género de la población objetivo.	56
Gráfico 5. Edad de la población objetivo.....	57
Gráfico 6. División de los programas académicos de los estudiantes.	58
Gráfico 7. Intención de crear empresa.	59
Gráfico 8. Familiar empresario.....	60
Gráfico 9. Intención emprendedora.....	60
Gráfico 10. Actitud emprendedora.	61
Gráfico 11. Dificultad para emprender.	61
Gráfico 12. Actitudes y valores.	62
Gráfico 13. Consideraciones esenciales para la formación del emprendedor.	64
Gráfico 14. Aspectos para generar cultura emprendedora.	65
Gráfico 15. Instituciones que apoyan a los emprendedores.	66
Gráfico 16. Autoeficacia.....	67
Gráfico 17. Formación alcanzada.	68
Gráfico 18. Formación recibida.....	68

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Actividad emprendedora en los 67 países participantes en el GEM 2013 por región geográfica.	35
Tabla 2. Escala utilizada para la validación de elementos.	53
Tabla 3. Intención de crear empresa - dificultades para emprender.....	71
Tabla 4. Intención de crear empresa - aspectos para generar cultura emprendedora.....	72
Tabla 5. Intención de crear empresa – control percibido.....	72
Tabla 6. Intención de crear empresa – Formación recibida.....	73
Tabla 7. Estudiantes con familiar empresario.....	74
Tabla 8. Estudiante que no tienen familiar empresario.....	74
Tabla 9. Estudiantes con intención de emprender que han terminado la secundaria.	75
Tabla 10. Estudiantes con intención de emprender que tienen otros estudios.....	75
Tabla 11. Tabla de indicadores.	80

RESUMEN

Esta investigación, busca definir el perfil del emprendedor tomasino para la comunidad educativa en la Universidad Santo Tomás Bucaramanga. Para el inicio del estudio se realizó una revisión bibliográfica de las diferentes metodologías que analizan el nivel de emprendimiento e innovación en las economías más representativas alrededor del mundo para complementar los parámetros del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). De estas metodologías se identificaron los elementos de evaluación de emprendimiento y se validaron con expertos de la Red de Emprendimiento Universitaria (REUNE) quienes determinaron los componentes más representativos para la elaboración del instrumento de medición, determinando así, cuáles son las limitantes de la comunidad tomasina al momento de crear empresas y las estrategias a implementarse en la promoción del espíritu emprendedor, la cultura de emprendimiento y la innovación.

PALABRAS CLAVES

Emprendimiento, innovación, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Fomento, Espíritu emprendedor, indicadores, cultura emprendedora, estrategias, iniciativa empresarial, actividad emprendedora, ecosistema de emprendimiento.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento y la innovación se han convertido en una de las prioridades de la sociedad, debido al reconocimiento de la creación de empresas como la fuerza impulsora del crecimiento económico y social, es por esto que las Universidades juegan un papel esencial para fomentar en las personas el espíritu emprendedor y la cultura de emprendimiento en estas tempranas. El inicio de este proyecto es una revisión bibliográfica para determinar cuáles son los elementos más representativos para complementar los parámetros del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), y con ayuda de expertos en temas de emprendimiento adaptar la metodología que se va a implementar en la USTA, con el fin de realizar la medición del clima de emprendimiento e innovación y determinar el perfil emprendedor tomasino.

En este sentido, el instrumento de medición se aplicó a un grupo base calculado por muestreo aleatorio estratificado en donde se definieron como estratos: Estudiantes, docentes y administrativos. Con la recopilación de la información y el análisis de los datos en el programa SPSS, se van a identificar las limitantes de la comunidad tomasina al momento de crear empresas y los aspectos que influyen en la intención de emprender.

Con el fin de valorar el potencial emprendedor de la universidad y originar posibles recomendaciones de acción que mejoren sus resultados, se establecieron unas estrategias para reforzar el emprendimiento y la innovación en la comunidad tomasina, junto con un sistema de indicadores para medir el impacto de estas en un futuro, de tal forma lo que se ofrece es una línea base para tener una visión del panorama en cuanto al clima de emprendimiento e innovación de la Universidad Santo Tomás.

1. MEDICIÓN DEL CLIMA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA LA COMUNIDAD EDUCATIVA EN LA UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS BUCARAMANGA SIGUIENDO LOS PARAMETROS DEL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM)

1.1. ANTECEDENTES

En 1803 el economista francés Jean Baptista Say dio a conocer la importancia de diferenciar los términos empresario y capitalista afirmando que el empresario es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, recursos humanos y recursos financieros) para constituir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital que él emplea, de los gastos en que incurre y de la utilidad que busca. Es el punto de apoyo (píbot) sobre el cual gira todo el negocio. Para ser exitoso se debe tener disciplina, perseverancia y un conocimiento tan bueno del mundo como del negocio. Debe poseer el arte de la superintendencia y de la administración¹.

Por otra parte, Joseph Schumpeter afirmó en 1934 que la ocupación de un empresario es “cambiar el esquema de producción usando una tecnología no tratada para elaborar un nuevo bien, o produciendo un producto viejo de una nueva forma, o abriendo una nueva oferta de materiales, un nuevo punto de venta o reorganizando una industria”².

Podemos concluir que el principal actor de las actividades es el empresario, el cual es capaz de enfrentar cualquier dificultad presentada y encontrar una rápida solución. También según lo dicho por Arthur Cole en 1959 donde afirma que “ser empresario es la actividad donde un individuo o grupo de individuos toman la iniciativa, la mantienen y crece una unidad de negocio orientada a la producción y distribución de bienes y servicios”³, David McClellan en 1961 dice que “El empresario es alguien que ejerce control sobre los medios de producción y produce más de lo que consume con el fin de venderlo para lograr un beneficio propio”⁴, Peter F. Drucker en 1964 “El trabajo del empresario es la maximización de oportunidades y que, por lo tanto, su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas (eficacia), más que el efectuar las actividades bien hechas (eficiencia) que es la labor fundamental de los gerentes; y que se deben concentrar los recursos y los esfuerzos más en esas oportunidades empresariales que en los problemas gerenciales”⁵. Drucker retomó el tema y en 1974 afirmó que la función del empresario es lograr que el negocio de hoy, y especialmente el exitoso, permanezca exitoso ahora y en el futuro transformándolo en un negocio diferente.

¹ VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, 2001. P. 60.

² Ibid. P. 61.

³ Ibid.

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

Afirma que “el empresario tiene que reorientar recursos de área de resultados bajos o decrecientes a áreas con potencialidad de resultados altos o crecientes. Tiene que abandonar el pasado y declarar obsoleto lo que ya existe y se conoce. Tiene que crear el mañana”⁶.

En 1986, se relacionó el concepto de empresario con innovador debido a que las empresas crean nuevos productos y procesos siempre pensando en un valor agregado que las haga diferentes. En ese mismo año, Peter Drucker siguió analizando al empresario innovador basándose en la teoría económica y social que expresa el término cambio “como algo normal y saludable y que cree que la tarea más importante de la sociedad y de la economía es hacer algo diferente”⁷. De esta manera se ha ido desarrollando el concepto de emprendimiento y se ve más a fondo en el campo empresarial haciendo que las personas se instruyan y se capaciten para poder aportar a sus empresas los conocimientos que los llevarían al éxito y a la mejora continua en la toma de decisiones. En el año 1990, Batty afirma que “el éxito empresarial requiere un catalizador que él llama mente empresarial y lo caracterizó como la actitud poco compasiva pero no feroz; confianza en la intuición pero también en la racionalidad; capacidad de pensar táctica como estratégicamente; actitud que promueve la acción en el momento oportuno, usualmente basado en información incompleta; conjunto mental que integra muchos hechos en un plan de acción; actitud que en definitiva indica: no vine solo a jugar, vine a ganar”⁸.

Fue en 1997 que empieza a surgir y a adquirir importancia el término “emprendedor” como tal. Autores como Veciana afirman que “Existen los empresarios, hombre o mujeres, que crean empresas, puesto de trabajo y riqueza; personas que reúnen cualidades que son menos comunes que las necesarias para seguir instrucciones de otros”.⁹ En 1999, Timmons, afirmó que “El espíritu empresarial (Entrepreneurship) es una forma de pensar, razonar y actuar que se basa en una obsesión por la oportunidad, en un enfoque holístico, en un liderazgo balanceado. Resultando de la creación, crecimiento, realce, realización y renovación de valor no solo para los propietarios sino para todos los implicados (stakeholders) sean ellos proveedores, socios, clientes, empleados, comunidad y gobierno”¹⁰. Por último en 1999 el Global Entrepreneurship Monitor definió al emprendedor como: “persona o grupo de persona capaces de percibir la oportunidad y de tomar los riesgos existentes para abrir nuevos mercados, diseñar nuevos productos y desarrollar procesos innovativos”¹¹.

Otro de los factores en el tema de emprendimiento es el espíritu empresarial. “El espíritu empresarial desempeña un papel básico en todo proceso de desarrollo

⁶ Ibid. P. 62

⁷ Ibid. P. 63

⁸ Ibid.

⁹ Ibid.

¹⁰ Ibid. P. 64

¹¹ Ibid.

humano y social, este espíritu emprendedor ha sido el responsable de sacar al ser humano de su estado primitivo proporcionándole fuego y herramientas para hacer su trabajo más fácil”¹². Además ha sido responsable de la creación de las grandes culturas que han existido a lo largo de la historia y de todo el desarrollo que se ha heredado de ellas. Ha sido responsable también de los grandes movimientos religiosos, artísticos y científicos venciendo así sistemas políticos que trataron por años acabar este espíritu empresarial existente en los seres humanos.

El espíritu empresarial, entonces, es un reto de desarrollo de cada persona que busca por naturaleza la independencia, es un proceso puramente humano que se hace más fuerte dependiendo del grado en que cada persona decida asimilarlo convirtiéndolo en su vida para cumplir logros. Este espíritu empresarial tiene su importancia, como se ha dicho anteriormente, desde mucho tiempo atrás debido a que las actividades de una población y los valores de una sociedad han sido modelados básicamente por la capacidad de las sociedades de crear empleo. “En el caso de América Latina, este fenómeno se dio con una mayor intensidad desde la década de los años 40, en la cual la mayoría de estos países iniciaron el proceso de industrialización creando así demandas por empleo”¹³. Estas demandas crearon dificultades que han sido permanentes a lo largo de la historia. “Los gobiernos latinoamericanos adoptaron no solo el papel de medir los índices de desempleo, sino en muchos casos el papel de solucionadores de problema, y crearon empleos burocráticos que originaron déficit fiscal, endeudamiento, inflación, recesión y todos sus derivados, y desempleo”¹⁴. Solo a finales del siglo XX los países en vía de desarrollo entendieron que no es posible que los estados solos asuman la responsabilidad de generar pleno empleo por lo cual se hizo necesario la privatización de las empresas. Desde entonces, los índices de autoempleo en la mayoría de países alrededor del mundo han aumentado permanentemente gracias al fortalecimiento de una cultura emprendedora generando un cambio significativo en la sociedad en donde se ha creado empresas innovadoras entendiendo estas como aquellas organizaciones que llevan un proceso constante de actualización tanto tecnológico como comercial y organizacional de acuerdo con la estrategia de la empresa. Esto ha disminuido el porcentaje de desempleo en Colombia ya que poco a poco la sociedad se ha convertido en una sociedad de empresarios. “Colombia llegó en 1999 al 20% de desempleo y en el año 2006 llega al 12%.”¹⁵

“Los Estados y sus sociedades han llegado al convencimiento de que deben estimular cada día más las iniciativas privadas por medio de programas de apoyo y de que todos aquellos que tengan capacidad de defenderse por sí mismos deben ser entusiasmados y apoyados para que lo hagan implantando medios educacionales y reformas administrativas”¹⁶.

¹² Ibid. P. 9.

¹³ Ibid.

¹⁴ Ibid. P. 10

¹⁵ Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Disponible en: www.dane.gov.co

¹⁶ VARELA. P. 10. Op. Cit.

Para el gobierno es mucho más fácil encontrar diferentes soluciones para disminuir el desempleo a medida que se vayan creando más empresas privadas que contribuyan a la generación de empleo en el país ya que está demostrado que los procesos de creación de empleo están más asociados a las pequeñas y medianas empresas (Pymes). En conclusión, el espíritu empresarial brinda unas pautas para que las personas cuenten con los valores principales que les permita desarrollar sus capacidades y puedan innovar en cuanto a la realización de propuestas llevando a cabo proyectos empresariales, creando así oportunidades de desarrollo social y logrando expandir sus metas.

En la década de los 90 se inició una modificación en la historia de la educación planteando el tema de Emprendimiento Empresarial en todas las Instituciones Educativas (Universidades, Colegios).

Los directivos de las universidades tomaron conciencia de lo importante de este tema en la formación de los alumnos y apoyaron la creación de una cultura Emprendedora iniciada por el gobierno. En esta se desarrollaron diversas políticas de emprendimiento y se promovieron trabajos investigativos y de creación de empresas para que así los alumnos desarrollaran sus capacidades, estando en contacto con la realidad, logrando una conciencia para que se dieran cuenta de la importancia que es tener su propia empresa generando recursos y oportunidades de trabajos a una sociedad con alto porcentaje de desempleo.

“Este fenómeno ha crecido en forma significativa en todo el mundo durante los últimos 25 años desde que Estados Unidos inició dicha experiencia”.¹⁷

“En Colombia, el emprendimiento empresarial ha logrado una gran acogida rompiendo paradigmas y aumentando el número de conferencias, de programas de fomento empresarial y de congresos relacionados con el tema”¹⁸.

El gobierno colombiano, en los últimos tiempos ha establecido una serie de políticas cuya finalidad es apoyar la creación de empresas, las reconocidas son:

- Ley 1014 de 2006: ley de Fomento de la Cultura de Emprendimiento
- Fondo emprender: Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de carrera profesional o profesionales que no superen dos años de haber recibido su primer título profesional).

¹⁷ Emprendimiento, desafío para América Latina. Disponible en: dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?idArt=40749 2003.

¹⁸ *Ibíd.*

- Presidencia de la República de Colombia-Fondo Emprender: Este fondo es gerenciado por Fonade y brinda a los jóvenes la oportunidad de realizar el montaje de su propia empresa, al facilitar el acceso a la financiación, generando empleo y bienestar socioeconómico.
- Decreto 934 de 2003: Artículo 7. Criterios para la financiación de proyectos o iniciativas empresariales. En la definición de los criterios de priorización de los proyectos o iniciativas empresariales, el Consejo de Administración del Fondo deberá tener en cuenta como mínimo los siguientes criterios:
 - ✓ Número de empleos directos o indirectos generados con la iniciativa empresarial.
 - ✓ Estudio de mercado
 - ✓ Sostenibilidad del proyecto
 - ✓ Iniciativas empresariales que generan desarrollo en los departamentos y regiones con menor grado de crecimiento empresarial e industrial.
 - ✓ Los demás criterios de elegibilidad determinados por el consejo de Administración.
- Ley 344 de 1996: Artículo 16.-De los ingresos correspondientes a los aportes sobre las nóminas de que trata el numeral cuarto del artículo 30 de ley 119 de 1994, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA, destinara un 20% de dichos ingresos para el desarrollo de programas de competitividad y desarrollo tecnológico productivo.

El Sena ejecutara directamente estos programas a través de sus centros de formación profesional o podrá realizar convenios en aquellos casos en que se requiera la participación de otras entidades o centros de desarrollo tecnológico.

- Ley 590 de 2000 y ley 905 de 2004: La ley Mi Pyme en su artículo 17 creó el Fondo Colombiano de Modernización y Desarrollo Tecnológico para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, conocido como FomiPyme. “Este Fondo es muy importante también en cuanto tiene que ver con la creación de empresas, puede ser de mucha utilidad para su proyecto emprendedor. Esta ley fue reformada por la ley 905 de agosto de 2004”¹⁹

Con el surgimiento de estas políticas se han creado también importantes programas que tienen como objetivo capacitar a las personas emprendedoras en el desarrollo de sus planes de negocio, ofrecer asesorías para la puesta en marcha de sus compañías y llevar un registro de la actividad emprendedora del país. Entre los programas más importantes se destacan el programa Jóvenes con Empresa creado en el 2002 por el Banco Interamericano de Desarrollo y el Fondo de Desarrollo Empresarial de la Fundación Corona, y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

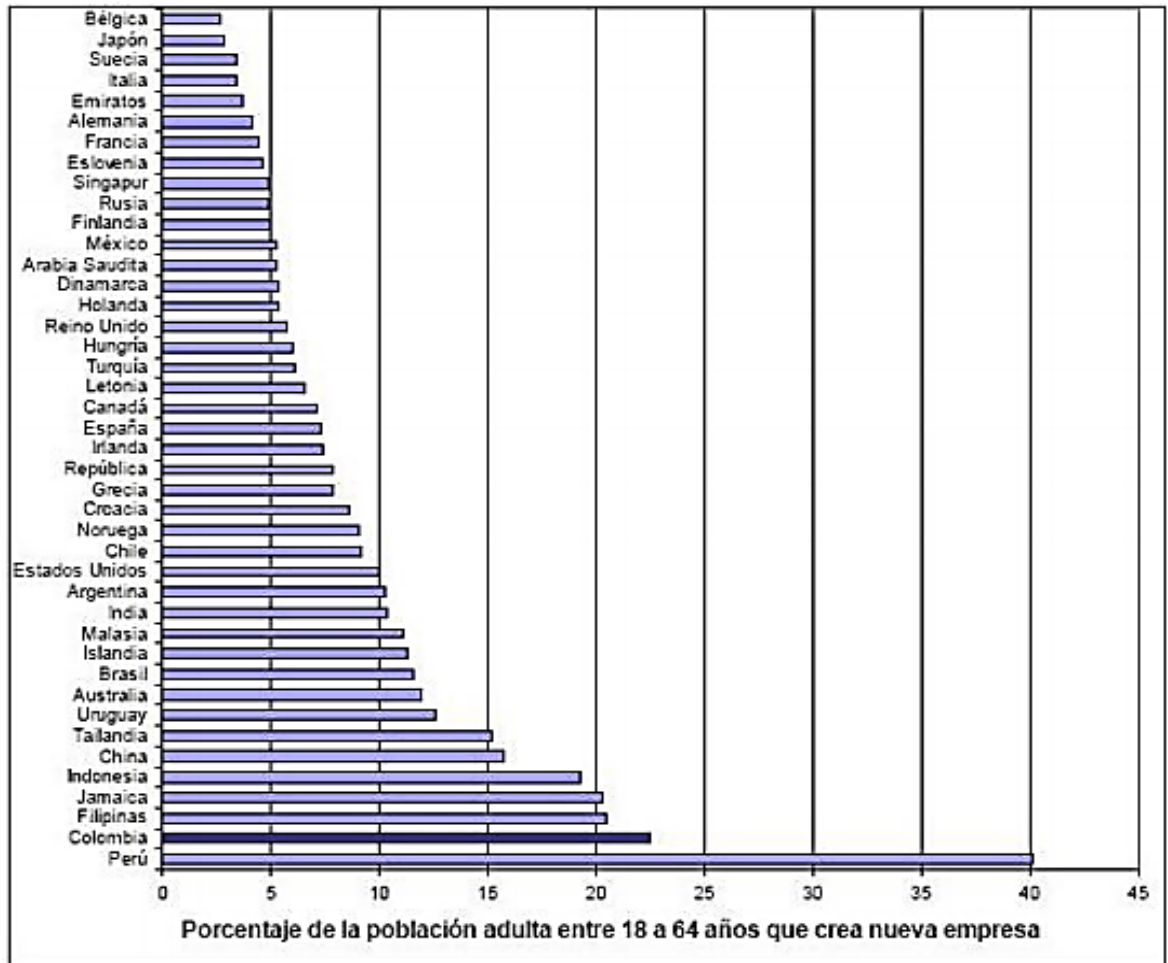
¹⁹ Universidad Autónoma de Occidente. Políticas de Apoyo al Emprendimiento. Disponible en: <http://sev.cuao.edu.co/mipymes/politicas.htm>

que es la red mundial de monitoreo a la actividad emprendedora más grande del mundo, donde participan más de 100 universidades e instituciones de todo el planeta. “Esta red mundial elabora anualmente investigaciones e informaciones sobre emprendimiento en diferentes países. Los objetivos de esta red son medir el nivel de actividad empresarial en distintos países, identificar los factores determinantes de creación de nuevas empresas y formular políticas que puedan estimularlas.”²⁰

Por medio de la siguiente grafica se puede observar el porcentaje de adultos entre 18 y 24 años que ha creado nuevas empresas y que ha funcionado por un largo periodo no inferior a 42 meses. Se puede ver que los resultados son bastante positivos, teniendo en cuenta que los países con ingresos similares a Colombia ocupan puestos inferiores.

²⁰ GEM COLOMBIA 2006 GEM COLOMBIA 2006. Disponible en: www.icesi.edu.co/agenciadeprensa/contenido/pdfs/GEM%20COLOMBIA%2020061.pdf

Gráfico 1. Tasa de creación de nuevas empresas (TEA).



FUENTE: GEM COLOMBIA 2006

EMPREDIMIENTO EN LA SANTO TOMÁS

El 29 de febrero de 2008, La Universidad Santo Tomás, creó el centro de emprendimiento y desarrollo empresarial (CEDE) e inició a trabajar con los temas de emprendimiento así como el fomento de esa cultura la cual no estaba ligada directamente con el plan de estudios de la universidad. De esta forma se ha estado inculcando en los estudiantes el tema de emprendimiento y al mismo tiempo involucrando en el plan de estudios del programa.

“En el año 2013 el CEDE ha desarrollado el acompañamiento a 7 ideas de negocio, 22 asesorías a estudiantes de la universidad y a 2 microempresas de la región.”²¹

²¹ Universidad Santo Tomás. Bucaramanga. Disponible en: <http://www.ustabuca.edu.co/gpresencia/vista/tpl/ustabmanga/ingenieria-industrial.html>

“La facultad de Ingeniería Industrial cuenta con el Programa de Emprendimiento “Creamos en Santander”, con el objetivo de crear y estimular la cultura del emprendimiento, la creación de empresas y su fortalecimiento.”²² El programa de emprendimiento apoya a:

- ✓ Todo estudiante matriculado en cualquier programa de pregrado, especialización, maestría o doctorado de la Universidad Santo Tomás.
- ✓ Todo egresado de alguno de los programas de pregrado, especialización, maestría o doctorado, que a la fecha de inscripción en la convocatoria haya obtenido su título en la Universidad Santo Tomás, y cuya idea de empresa se relacione con el perfil profesional.

La Universidad también ha incluido dentro de su Planeación Estratégica, el emprendimiento como un tema prioritario en la formación de los estudiantes. Lo anterior con el fin de cumplir la visión del Área de emprendimiento, que busca ser reconocida a nivel nacional por su buen desempeño y por la calidad de la formación de profesionales capaces de competir en mercados nacionales e internacionales.

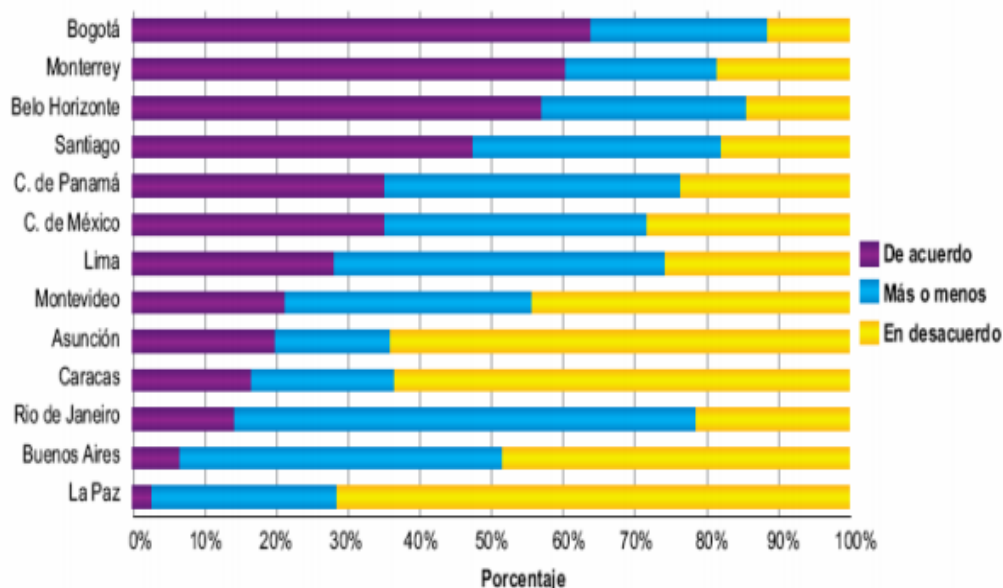
El Área de Emprendimiento les brinda a los estudiantes la opción de iniciar un proceso de creación de empresas, desarrollando en los estudiantes un espíritu emprendedor e innovador capaz de generar beneficios para sí mismos y para el país.

²² Ibid.

1.1.1. Formulación del problema Actualmente, el emprendimiento ha cobrado una gran importancia debido a los constantes problemas económicos que viven las sociedades. Los seres humanos buscan independencia y estabilidad económica por medio de proyectos propios, para no hacer parte de los altos índices de desempleo que viven países como Colombia. Todo se basa en un cambio de mentalidad que busca pasar de empleado a empleador por medio de llevar a cabo ideas de negocio competitivas en el mercado. Para lograr este cambio de mentalidad las personas debe ser ambiciosas y estar insatisfechas con la estabilidad que le pueda generar un trabajo como asalariado. Es importante entender que en países en vía de desarrollo, en los cuales los estados no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo, la mejor alternativa para garantizar el acceso a los recursos que satisfagan las necesidades básicas de una persona y la realización de esta, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Es por esta razón que los gobiernos han destinado un presupuesto para apoyar a las personas emprendedoras que con su actitud y creatividad puedan generar resultados generando empleos que sean capaces de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Para crecer económicamente y elevar el nivel de competitividad de una región, es necesario crear una cultura de emprendimiento que motive a las personas a vencer las resistencias establecidas por el comportamiento económico y social global. En el 2007, Bogotá se posicionó en América Latina como la ciudad en la que más se percibe una política de apoyo al emprendimiento. La capital colombiana se reconoce en la región por contar con políticas e instituciones públicas y privadas que promueven y apoyan el emprendimiento y son consideradas como experiencias exitosas.

Gráfico 2. Porcentaje de satisfacción con las políticas de emprendimiento locales.



Fuente: América Economía Intelligence.

Las sociedades y economías que promueven el desarrollo del emprendimiento y la innovación en sus miembros, logran mayor productividad y se vuelven más competitivas y seguras en el mercado globalizado. “En las políticas locales, el emprendimiento se consolida como estrategia para lograr mayor desarrollo económico, fomentar la creación de empresas competitivas y sostenibles, consolidar nuevos proyectos productivos, incrementar las exportaciones, y crear nuevos empleos en condiciones de estabilidad y formalidad, con resultados positivos en la calidad de vida de los habitantes”²³

El emprendimiento se ha establecido en los últimos años como la base del desarrollo y crecimiento de un país debido a que trae consigo nuevas ideas y más empresas productivas que le aportan una dinámica a la sociedad.

Aun así, es de vital importancia entender que el emprendimiento debe ir obligatoriamente ligado a la educación y debe ser desarrollado en todos los ámbitos, tanto en el entorno como en el personal. Lo que se busca en últimas es lograr, después de un largo proceso, que el tema de emprendimiento sea considerado como un elemento estratégico en el mejoramiento continuo de cada país y de esta forma aprovechar cada uno de los beneficios que trae consigo el desarrollo.

El papel clave para lograr este proceso está en manos de las instituciones educativas quienes tienen bajo su responsabilidad la preparación de alumnos

²³ CÁMARA DE COMERCIO. Observatorio del Emprendimiento de Bogotá. Edición No. 1. Septiembre de 2007.

capaces de enfrentarse y competir con un mercado laboral demasiado competitivo, logrando utilizar las herramientas dadas para aportar al desarrollo económico y social de un país.

La Universidad Santo Tomás Bucaramanga, se ha esforzado por inculcar el tema de emprendimiento en cada uno de sus estudiantes lo cual se ve reflejado en algunas asignaturas que se ven a lo largo de los programas como la cátedra de emprendimiento organizada por la facultad de Ingeniería Industrial y en los proyectos de grado ya que muchos estudiantes se han enfocado en este tema.

Aun así no existe un sistema en donde se encuentren consolidados los resultados de la información anterior por lo cual no se pueden analizar con verdadera certeza los efectos obtenidos en los estudiantes para así reforzar y mejorar las falencias y al mismo tiempo resaltar lo que se está haciendo de la manera correcta. Lo que se busca entonces al realizar este estudio es analizar el tema de emprendimiento de toda la universidad (incluyendo docentes y administrativos) para verificar la importancia que el emprendimiento tiene en su vida profesional y así poder establecer el impacto que se ha tenido e implementar de ser necesario un pensamiento más profundo de mentalidad y cultura emprendedora. Además se hace necesario realizar un estudio en el cual se evidencien los casos exitosos y se expongan los factores que han llevado a estos estudiantes a alcanzar dicho éxito.

De esta manera nace nuestra pregunta problema con el fin de cumplir con lo mencionado anteriormente y darle cabida a una nueva propuesta para la Universidad Santo Tomás en materia de emprendimiento e innovación.

¿Cuál es el estado actual del clima de emprendimiento e innovación en la comunidad educativa de la Universidad Santo Tomás y qué estrategias deben implementarse para mejorarlo?

1.2. JUSTIFICACIÓN

La ley 1014 del 2006 “De fomento a la cultura del emprendimiento”²⁴, en el capítulo II, el marco institucional explica cómo debería ser en general el país para fomentar la cultura de emprendimiento y la creación de empresas, también establece la obligatoriedad de la creación de una Red Nacional para el Emprendimiento (RNE), con el objetivo de “establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento, formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento y conformar mesas de trabajo”.²⁵

²⁴ Ley 1014 de 2006. Disponible en: <http://www.secretariasenado.gov.co/leyes/L1014006.HTM>

²⁵ Red Nacional y Redes Regionales. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=16237>

Así que para dar cumplimiento a esta ley, “nace la iniciativa el 29 de febrero del 2008 de crear el Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial (CEDE) en la Universidad Santo Tomás sede Bucaramanga”.²⁶ Sin embargo es hasta el año 2011, que el CEDE inicia un proceso de fortalecimiento y direccionamiento estratégico, enfocándose en cuatro líneas estratégicas: 1. Sensibilización del emprendimiento. 2. Asesorías en la construcción planes de negocio. 3. Desarrollo empresarial. 4. Conformación de Emprendimiento en los macro Sectores.

En forma simultánea con la creación del CEDE, el Ministerio de Cultura Industria y Turismo (MINCIT), ente del Gobierno encargado de regular el emprendimiento, competitividad y productividad en el año 2008, identificó que el concepto de emprendimiento no tenía una definición concreta, por esto, las personas adaptaron e interpretaron la concepción de emprendimiento a su manera. Al respecto, el Gobierno decidió actualizar la política pública del emprendimiento con ayuda de las redes nacionales para el emprendimiento, con el fin de lograr, que las instituciones aborden el tema del emprendimiento desde un enfoque común.

En esta búsqueda de armonización conceptual, el MINCIT encontró que se han “desarrollado varios modelos para analizar el impacto del emprendimiento”²⁷, pero muchos de ellos no se enfocan en la persona como tal, por esta razón, decidieron escoger como referente el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), porque este se centra en analizar el emprendimiento desde la perspectiva del emprendedor, y además tiene una clasificación de emprendimiento, que es emprendimiento por necesidad y por oportunidad, la RNE clasificó a su vez dentro de estos, dos emprendimientos, como se muestra en la figura 1.

Figura 1. Tipos de emprendimiento.



Fuente: Red Nacional de Emprendimiento 2012

Partiendo de los supuestos anteriores, lo que se quiere lograr con la nueva política pública del emprendimiento es que disminuya el emprendimiento por subsistencia y aumente el emprendimiento dinámico y de alto impacto.

²⁶ Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial (CEDE). Disponible en: <http://www.ustabuca.edu.co/gpresencia/vista/tpl/ustabmanga/ingenieria-industrial.html>

²⁷ Estado del arte sobre emprendimiento universitario. Disponible en: www.mincit.gov.co/minindustria/descargar.php?id=71364

El Ministerio de Cultura Industria y Turismo (MINCIT), primero identificó los tipos de emprendimiento y luego identificó la cadena de competitividad, que se muestra en la figura 2.

Figura 2. Cadena de la competitividad.



Fuente: Red Nacional de Emprendimiento. 2011

Para darle seguimiento a esta cadena de competitividad, el MINCIT realizó un estudio y de acuerdo a este, encontraron dos vacíos de la oferta institucional en el proceso emprendedor, el primero en la aceleración, porque las personas que son emprendedoras o tienen empresas, no consiguen como acelerarla y son pocas; y el segundo, de mayor relevancia está en la sensibilización, porque la gente no tiene mentalidad y cultura sobre la importancia del emprendimiento.

En todo caso, así como es importante identificar el nivel del emprendimiento en la región, también es importante medir la participación de las universidades en este aspecto; por otra parte, es de gran importancia que los emprendedores reconozcan que “la creación de nuevas empresas, es uno de los principales motores para el crecimiento económico”²⁸ tanto propio como para la universidad, y el propósito es crear conciencia sobre la importancia que tiene el emprendedor dentro de la actividad empresarial. Sin embargo, como no existe una metodología o una forma como tal, que pueda medir efectivamente el nivel de emprendimiento dentro de las universidades, en este sentido el punto de partida es la metodología utilizada por el GEM, para identificar los factores que influyen en el clima de emprendimiento e innovación de la comunidad universitaria específicamente en docentes, administrativos y estudiantes. Una vez realizado el estudio es necesario plantear estrategias que puedan aportar al mejoramiento del clima de emprendimiento e innovación de la comunidad universitaria.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general. Realizar una medición del clima de emprendimiento e innovación para la comunidad educativa en la Universidad Santo Tomás siguiendo los parámetros del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para la generación de estrategias que promuevan la cultura de emprendimiento.

²⁸ Global Entrepreneurship Monitor Colombia

1.3.2. Objetivos específicos

- ✓ Realizar una revisión bibliográfica de las diferentes metodologías de medición del clima de emprendimiento e innovación para complementar los parámetros del GEM y determinar cuáles son las condiciones que impulsan las iniciativas empresariales.
- ✓ Adaptar y validar una metodología basada en el GEM, para la medición del clima de emprendimiento e innovación en la universidad Santo Tomás.
- ✓ Formular estrategias de mejoramiento para el fortalecimiento del espíritu emprendedor en la comunidad Universitaria, junto con un sistema de indicadores para la medición a futuro del impacto del nivel de la actividad emprendedora.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO CONCEPTUAL

2.1.1. Emprendimiento. A lo largo de los años, el término emprendimiento ha obtenido una gran cantidad de definiciones provenientes de diversos autores, las cuales, coinciden o se diferencian según la visión de estos.

En primer lugar, la palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur que se refiere a “capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo.”²⁹

Dos definiciones que se asemejan a este concepto son:

- ✓ Según Schumpeter, profesor de Harvard, una persona emprendedora es aquella que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados.³⁰
- ✓ En contraposición a esta teoría, la escuela Austriaca considera que una persona emprendedora es aquella que logra mejorar y hacer más eficiente la red comercial, anulando las turbulencias y creando nuevas riquezas.³¹

Múltiples investigaciones realizadas por innumerables autores y ejecutivos reconocidos, coinciden en que “una persona emprendedora es flexible, dinámica, capaz de asumir riesgos, innovadora, creativa y orientada al crecimiento.”³²

En otras palabras, el emprendimiento es una actitud propia de cada persona que le da la capacidad y la motivación para emprender nuevos proyectos que le permitan generar beneficios, tanto personales como sociales. “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”³³

2.1.2 Metodología “La metodología reflexiona sobre los métodos y técnicas tomando en cuenta aspectos políticos, filosóficos y éticos sobre el desarrollo. La metodología refleja el concepto ideológico y orienta la selección de métodos y técnicas para lograr los objetivos inscritos en cada concepto de desarrollo”³⁴

²⁹ ROMERO GUTIÉRREZ, Juan Carlos. Mercadeo y emprendimiento. El mercadeo como pilar del emprendimiento. Disponible en: <http://www.elpais.com.co/elpais/blogs/viga-en-ojo-ajeno/mercadeo-y-emprendimiento>

³⁰ CÁMARA DE COMERCIO. Observatorio del Emprendimiento de Bogotá. Edición No. 1 septiembre de 2007.

³¹ *Ibíd*

³² *Ibíd*

³³ Ley 1014 de 2006. De Fomento a la Cultura del Emprendimiento. Art. 1.

³⁴ GRUNDMANN, Gesa y Stahl. Como la sal en la sopa: conceptos, métodos y técnicas para profesionalizar el trabajo en las organizaciones de desarrollo. Ecuador. ABYA-YALA, 2003. p. 17.

2.1.3 Ecosistema de emprendimiento “Es el estudio, análisis y explicación de las diferentes relaciones complejas entre instituciones y personas emprendedoras con sus entornos académicos, sociales, políticos y económicos.”³⁵ Las universidades contribuyen a la formación de los emprendedores con la enseñanza de los conocimientos que se requieren para ello.

2.1.4 Innovación “Es todo cambio que genere valor, pero en una definición más específica, es todo cambio basado en conocimiento que genere valor para la empresa.”³⁶ En un contexto más empresarial, las ideas que generan valor son básicamente de tres tipos: comerciales, gerenciales, organizativas y tecnológicas. Por esto, podrá hablarse de innovaciones comerciales nacidas del conocimiento comercial y, por las mismas razones, de innovaciones organizativas o de innovaciones tecnológicas. Es a éstas últimas a las que siempre se ha otorgado una mayor importancia, por ser las que pueden tener mayores y mejores consecuencias, por supuesto sin dejar a un lado a las demás.

2.1.5 Iniciativa Empresarial “La iniciativa empresarial es la parte fundamental de los procesos administrativos y económicos que requieren del compromiso permanente de las personas para asumir retos empresariales que fortalezcan la generación de oportunidades de negocio, mediante el mejoramiento de los procesos productivos, administrativos, tecnológicos y financieros, logrando con ello el crecimiento económico y social.”³⁷

2.1.6 Mejoramiento. “Cambio o progreso de una cosa que está en condición precaria hacia un estado mejor.”³⁸

2.1.7 Actividad. “El concepto de actividad se examina en psicología en dos funciones: como principio explicativo y como objeto de investigación. “En esencia, la actividad presupone no sólo las acciones de un solo individuo tomado aisladamente, sino también sus acciones en las condiciones de la actividad de otras personas, es decir, presupone cierta actividad conjunta” (Leóntiev, cit. en Davidov, 1983, p. 253). Según ese autor, una actividad se compone de una necesidad, un motivo, una finalidad y condiciones para obtener la finalidad. Entre sus componentes se ejercerían transformaciones mutuas.”³⁹

³⁵ Ecosistema del Emprendimiento en Colombia. 2013. Disponible en: <http://mprende.co/opini%C3%B3n-y-foros/ecosistema-del-emprendimiento-en-colombia>

³⁶ MULET MELIÁ, D. Juan. Director General de la Fundación COTEC. La innovación, concepto e importancia económica; P.21. Disponible en: http://www.elfinancierocr.com/gerencia/biblioteca/Presentacion-Mulet-Congreso-Economia-Navarra_ELFFIL20140425_0007.pdf [En línea]:

³⁷ GUEVARA GARZÓN, Rubiel. Iniciativa e innovación empresarial. Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios. Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102029/INICIATIVA_EMPRESARIAL.pdf. P. 8.

³⁸ Mejoramiento. Disponible en: <http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/mejoramiento>

³⁹ La situación de enseñanza y aprendizaje como sistema de actividad: el alumno, el espacio de interacción y el profesor. Uruguay. P. 1. Disponible en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/1306Vargas.pdf>

2.1.8 Comunidad. “La comunidad es, en oposición a sociedad, el grupo humano que se funda en la solidaridad profunda e instintiva, creada por vínculos naturales de sangre, raza, proximidad física, y en el predominio de la afectividad espontánea y la memoria colectiva sobre la reflexión y la organización racional de las relaciones humanas.”⁴⁰

2.1.9 GEM. “El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se ha enfocado en el entendimiento del rol que tiene la actividad empresarial, dentro del análisis del crecimiento económico y de la competitividad de los países, vista desde dos agentes: las nuevas empresas y las empresas establecidas.”⁴¹

Durante el año 2006 Colombia se unió a este proceso de investigación junto a cuatro prestigiosas universidades del país: Universidad de los Andes, Universidad del Norte, Universidad Icesi y Universidad Pontificia Javeriana-Cali.

Desde ese año se ejecuta en forma anual el proceso de medición en Colombia y se han producido los respectivos informes GEM Colombia.

“Adicionalmente se han realizado estudios en ciudades y en regiones. Bogotá (2010,2011, 2012,2013), Cali (2010,2011) Medellín (2010), Antioquia (2011), Cartagena (2011), Barranquilla (2011) Eje cafetero (2011), Bucaramanga (2011).”⁴² Todos los años las instituciones que hacen parte del equipo GEM tienen la coordinación general. Para el 2014 la Universidad del Norte tendrá a cargo la coordinación junto con el equipo del centro de emprendimiento de dicha universidad.

2.1.10 Generación de estrategias. Una vez fijados los objetivos, se deberá definir cómo se van a lograr, y para ello habrá que establecer una serie de alternativas estratégicas. “Las estrategias son las acciones que nos conducirán al logro de los objetivos. Son un conjunto de medidas que deberán llevar a una organización de una situación actual a una situación deseada en el futuro. Para la generación de las estrategias se tendrá en cuenta las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO), así como la misión, visión y objetivos, definidos anteriormente.”⁴³

2.1.11 Factores. “Entendemos por factores a aquellos elementos que pueden condicionar una situación, volviéndose los causantes de la evolución o transformación de los hechos. Un factor es lo que contribuye a que se obtengan determinados resultados al caer sobre él la responsabilidad de la variación o de los cambios.”⁴⁴

⁴⁰ POSADA ESCOBAR, Jorge Jairo. Notas sobre comunidad educativa. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1513/7/06CAPI05.pdf>

⁴¹ GEM COLOMBIA. Disponible en: <http://gemcolombia.org/gemcolombia/>

⁴² Ibid.

⁴³ GARTEIZ, José María. Generación de estrategias. 2009. Disponible en: <http://www.mycoach.es/2009/03/16/generacion-de-estrategias/>

⁴⁴ Definición de Factores. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/general/factores.php>

2.2 MARCO TEORICO

2.2.1. Competitividad. Llama la atención el aporte de Müller, quien afirmó que “Existen palabras que tienen el don de ser excepcionalmente precisas, específicas y al mismo tiempo, extremadamente genéricas, ilimitadas; altamente operacionales y medibles, y al mismo tiempo, considerablemente abstractas y extensas. Una de éstas palabras mágicas es competitividad”.⁴⁵

Al respecto, el autor que más se destacó en cuanto al término de competitividad fue Michael Porter, él consideró que “la competitividad se define por la productividad con la que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. Para comprender la competitividad, el punto de partida es la fuente subyacente de prosperidad que posee un país.”⁴⁶ También, menciona que “el nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales.”⁴⁷

Sin embargo, la Organización para la Cooperación Económica y el Desarrollo OCDE, define la competitividad como “el grado en que un país puede, bajo condiciones de libre mercado y justa competencia, producir bienes y servicios que pasan la prueba de los mercados internacionales y al mismo tiempo, mantienen o expanden los ingresos reales de la población a largo plazo”.⁴⁸ Por otra parte, CEPAL/ONUDI, especifica que la competitividad es la “capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela de la calidad de vida de la sociedad”.⁴⁹

Otra definición interesante, fue aportada por Landau en 1990, quien relacionó la competitividad con “la habilidad de proveer una tasa aceptable de crecimiento y un estándar de vida sostenido para sus ciudadanos, mientras que eficientemente se provee empleo sin reducir el crecimiento potencial y estándar de vida de las futuras generaciones.”⁵⁰ De esto podemos concluir que la competitividad, es un medio básico para mejorar el nivel de vida, y se considera que un país será competitivo cuando, además de ganar mercados exteriores, consigue crecimiento, bienestar y puede enriquecerse.

2.2.2. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es un programa de investigación que analiza la relación entre la

⁴⁵ Rojas & Sepúlveda. ¿Qué es la competitividad?

⁴⁶ PORTER, Michael. ¿Qué es la competitividad? Disponible en: <http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=438&idioma=1>

⁴⁷ Ibid. P. 1

⁴⁸ HERNÁNDEZ, René y CEPAL. Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano.

⁴⁹ Factores de competitividad aplicables en una IES. Disponible en: <http://201.221.128.62:3000/Pagina/images/stories/investigacion/TrabajoDefCompetitividad.pdf>

⁵⁰ Ibid. P. 20

actividad emprendedora y el crecimiento económico. Tiene como objetivo proporcionar datos acerca de la medición de la tasa de actividad emprendedora de las naciones, regiones y ciudades que participan. “El GEM es el mayor proyecto de investigación mundial que analiza la propensión de la población de un país para participar en las actividades emprendedoras. También, es un proyecto académico que permite tener datos armonizados comparables a nivel internacional, de manera sistemática y forma anual.”⁵¹

Podemos decir, que el GEM es un proyecto que analiza los factores que influyen en la creación de empresas y el crecimiento económico, y tiene en cuenta “las aportaciones de las grandes, medianas y pequeñas empresas”⁵² Igualmente, el GEM resalta que “el emprendimiento está compuesto por actitudes, aspiraciones y actividades personales y que están directa e indirectamente involucradas en actividades emprendedoras. A su vez, esto depende de la sofisticación y grado de innovación que haya en la economía, lo que también depende de cierto contexto político, social y cultural.”⁵³

Actualmente, existen varios indicadores para medir la actividad emprendedora, uno de los principales proyectos, el más exitosos para la medición del emprendimiento, es el GEM, el cual se realizó en 67 países en el 2013, la figura 3 hace referencia a los países participantes clasificados por región geográfica y nivel de desarrollo económico, y en la tabla 1 se muestran los resultados de la Actividad emprendedora por región geográfica.

De igual manera, Porter et al, en el 2002, establece que para enriquecer el análisis de los resultados del GEM, se ha categorizado los países participantes en tres grandes grupos: Economías impulsadas por factores, economías impulsadas por la eficiencia y economías impulsadas por la innovación.⁵⁴

Como resultado, Colombia está ubicada en las economías impulsadas por eficiencia: “En las cuales, el principal factor de generación de riqueza y de exportaciones, es la intensidad en la producción, basada en el logro de alta eficiencia y bajos costos por las economías de escala.”⁵⁵ Es decir, por ser un país que logra niveles de competitividad fabricando bienes y servicios de mejor calidad, adquiriendo tecnología para mejorar en investigación y desarrollo.

Así mismo, otros países que se encuentran en la misma clasificación de Colombia son: Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Panamá, Perú, Uruguay, entre otros. Sin embargo en el año 2013, Ecuador es quien ocupó el primer puesto.

⁵¹ Reporte nacional 2012. La situación del emprendimiento en Costa Rica.

⁵² URBANO, Rojas & DÍAZ. ¿Hacia dónde va la investigación en el proyecto GEM?

⁵³ Global Entrepreneurship Monitor. Actividad Emprendedora en Chile y el mundo. 2012.

⁵⁴ Reporte GEM. Cali 2010- 2011.

⁵⁵ Ibid. P. 21

Figura 3. Países participantes en GEM 2013 clasificados por región geográfica y nivel de desarrollo económico.

Región	Economías impulsadas por factores	Economías impulsadas por la eficiencia	Economías impulsadas por la innovación
América Latina y el Caribe		Colombia, Argentina, Brasil, Barbados, Chile, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Panamá, Perú, Surinam, Uruguay	Trinidad y Tobago
Medio Oriente y el Norte de África	Algeria, Irán, Libia		Israel
África Sub-Sahariana	Angola, Botsuana, Ghana, Malawi, Nigeria, Uganda, Zambia	Namibia, Sur África	
Asia Pacífico y Sur Asia	India, Filipinas, Vietnam	China, Indonesia, Malasia, Tailandia	Japón, República de Corea, Singapur, Taiwán
Europea (pertenecientes a la Unión Europea)		Croacia, Estonia, Hungría, Lituania, Letonia, Polonia, Rumania, Eslovaquia	Bélgica, República Checa, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, España, Eslovenia, España, Suecia, Reino Unido
Europea (no pertenecientes a la Unión Europea)		Bosnia, Macedonia, Rusia, Turquía	Noruega, Suiza
América del Norte			Canadá, Puerto Rico, Estados Unidos

Fuente: Dinámica Empresarial Colombiana 2013

En cuanto a los países que están ubicados en economías impulsadas por innovación, el cual hace referencia al: “principal factor de generación de riqueza y de exportaciones, es la producción de bienes y servicios nuevos y únicos que se crean a través de grandes innovaciones que muchas veces son pioneras en el mercado.”⁵⁶ Es decir, son los países que logran desarrollar su propia tecnología y sus propios procesos, lo que les permite mejorar los bienes y servicios, introduciendo investigación y desarrollo, logrando así generación de valor agregado, diferenciación y posicionamiento en los diferentes mercados.

Por último, Los países que están ubicados en economías impulsadas en factores, se caracterizan porque “los procesos extractivos de materias primas son la principal

⁵⁶ Ibid.

fuelle de exportaciones y de generaci3n de riqueza.”⁵⁷ Es decir, un bajo desarrollo institucional, educativo y de infraestructura. Como consecuencia de esto, el valor agregado es m3nimo, y las econom3as son sensibles a los ciclos econ3micos.

Tabla 1. Actividad emprendedora en los 67 pa3ses participantes en el GEM 2013 por regi3n geogr3fica.

<i>Pa3s</i> <i>Regi3n</i>	<i>Actividad emprendedora naciente</i>	<i>Nuevos negocios, gerentes y propietarios</i>	<i>Fase inicial de actividad emprendedora (TEA)</i>	<i>Negocios, gerentes y propietarios establecidos</i>	<i>Descontinuaci3n de negocios</i>	<i>Descontinuaci3n de negocios</i>	<i>Actividad emprendedora por oportunidad: independencia y mayor ingreso (% del TEA)</i>
AM3RICA LATINA Y EL CARIBE							
Argentina	10,5	5,6	15,9	9,6	3,8	29,8	47,4
Brasil	5,1	12,6	17,3	15,4	2,8	28,6	57,4
Chile	15,4	9,6	24,3	8,5	5,5	20,1	57,7
Colombia	13,6	10,3	23,7	5,9	3,0	18,1	26,7
Ecuador	25,3	13,6	36,0	18,0	6,2	33,6	32,1
M3xico	11,9	3,3	14,8	4,2	4,8	6,7	26,3
Guatemala	7,6	4,9	12,3	5,1	2,4	31,4	44,2
Jamaica	8,0	6,0	13,8	6,3	5,8	40,6	34,2
Panam3	15,4	5,2	20,6	3,5	2,8	18,6	39,8
Per3	17,8	5,9	23,4	5,4	3,3	22,5	54,2
Republica Checa	4,9	2,7	7,3	5,3	2,2	22,7	60,3
Surinam	3,9	1,3	5,1	1,7	0,6	17,8	57,6
Trinidad y Tobago	11,4	8,5	19,5	11,4	3,4	11,2	76,0
Uruguay	8,5	5,7	14,1	4,9	2,4	12,0	36,8
Promedio (no ponderado)	11,4	6,8	17,7	7,5	3,5	22,4	46,5
MEDIO ESTE Y NORTE DE 3FRICA							
Argelia	2,2	2,6	4,9	5,4	2,0	21,3	62,3
Ir3n	6,4	6,1	12,3	10,6	3,7	38,0	35,8
Israel	5,3	4,8	10,0	5,9	3,2	17,4	49,2
Libia	6,6	4,7	11,2	3,4	5,5	8,1	60,3
Promedio (no ponderado)	5,1	4,6	9,6	6,4	3,6	21,2	51,9
3FRICA SUBSAHARIANA							
Angola	8,0	14,7	22,2	8,5	8,8	26,1	40,3
Botsuana	11,0	10,2	20,9	3,4	14,9	26,3	52,0
Ghana	8,5	17,7	25,8	25,9	6,5	33,3	44,1
Malawi	10,1	18,8	28,1	12,0	28,2	43,7	29,4
Nigeria	20,0	20,7	39,9	17,5	5,5	25,4	52,3
Sud3frica	6,6	4,0	10,6	2,9	3,9	30,3	31,5
Uganda	5,6	20,0	25,2	36,1	18,1	25,1	47,5
Zambia	22,6	18,0	39,9	16,6	13,4	38,8	37,2
Promedio (no ponderado)	11,5	15,5	26,6	15,4	12,4	31,1	41,8

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor, Reporte Nacional de Chile 2013

⁵⁷ Ibid.

De acuerdo con el informe del proyecto GEM en Colombia, el cual fue realizado por un consorcio de cuatro instituciones: Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Universidad Icesi de Cali, Universidad del Norte de Barranquilla y Universidad de los Andes de Bogotá. Con respecto a los resultados del 2013, en cuanto a la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), con un porcentaje de 23.7%, Colombia ocupó el 3er lugar en Latinoamérica, y el 4to lugar en las economías impulsadas por eficiencia y por innovación.

De los informes anteriores del GEM, se puede visualizar que el crecimiento de las nuevas empresas en el país, ayudan a aumentar el desarrollo económico, Aunque Colombia ha experimentado un notable incremento en la creación de nuevas empresas durante los últimos años. Si bien es cierto, ha permitido “dinamizar un poco la economía principalmente a través de la generación de empleo, pero no ha repercutido de manera significativa en el crecimiento, desarrollo económico y social del país, por cuanto las empresas establecidas y nacientes, no logran fabricar y posicionar productos con valor agregado, como resultado de procesos de innovación, investigación y desarrollo.”⁵⁸

Al mismo tiempo, en Colombia se ha identificado un “alto componente de emprendimiento por necesidad, este tipo de emprendimiento está relacionado con las limitaciones del mercado laboral y con la informalidad”⁵⁹, lo cual no ha contribuido para lograr un crecimiento económico notable.

Mientras que, Chile fue otro país que realizó el proyecto GEM, con ayuda de las instituciones: Universidad de Tarapacá, Universidad Arturo Prat, Universidad Católica del Norte, Corporación para la Competitividad e Innovación de la Región de Atacama, Universidad Técnica Federico Santa María, Universidad del Desarrollo, Universidad Católica de la Santísima Concepción y Universidad de la Frontera, en cuanto a la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), obtuvo como resultado un 24.3%, ocupando el 2do lugar en Latinoamérica, y el 3er lugar en las economías impulsadas por eficiencia y por innovación, superando así el porcentaje de Colombia. Sin embargo es Ecuador el país más emprendedor de América Latina, de acuerdo con los resultados del proyecto GEM 2013, con un porcentaje de 36%.

2.2.3. Clima de emprendimiento. En primer lugar, gracias a diversos programas académicos de las universidades que están relacionados con el emprendimiento, el cual resulta oportuno mencionarlo, ya que es el fundamento para aumentar la creatividad e innovación en los estudiantes, de igual manera permite desarrollar la mentalidad y cultura.

⁵⁸ GIRALDO, BEDOYA & VARGAS. Principales limitaciones del empresario que afectan el desarrollo económico y social del país.

⁵⁹ Emprendimiento e innovación en Colombia. Disponible en: <http://www.cenired.org.co/files/memorias2/3/rafael.pdf>

En ese sentido, Bechard y Toulouse, opinan que en los estudiantes “la intención emprendedora puede ser alentada a través de la educación mediante el desarrollo de habilidades emprendedoras, que llevan a generar un clima de emprendimiento.”⁶⁰

Por otra parte, se entiende clima de emprendimiento como “la relación con el entorno educacional que rodea a un estudiante y que debería repercutir en su intención de ser emprendedor.”⁶¹

Otra definición interesante expresa el clima de emprendimiento como “el conjunto de condiciones y circunstancias que rodean un lugar específico y que afectan directa o indirectamente las intenciones emprendedoras de las personas. Además el clima de emprendimiento debe ser visto desde una óptica sistémica en la cual inciden factores de diversa índole, tanto formales como informales.”⁶² De esto podemos concluir que las universidades deben realizar un esfuerzo en mejorar el clima de emprendimiento, el cual es clave para mejorar la intención emprendedora.

2.2.4. Innovación. Según Josep A. Schumpeter⁶³ describió la innovación como motor del desarrollo económico en el sistema capitalista a partir de un proceso retroalimentado de “destrucción creadora”.

Por otra parte, el Manual de Oslo de la OCDE, amplió la definición afirmando que “innovar es utilizar el conocimiento y generarlo si es necesario, para crear productos, servicios o procesos que son nuevos para la empresa, o mejorar los ya existentes, consiguiendo con ello tener éxito en el mercado.”⁶⁴ Para sintetizar el Manual de Oslo es una Guía para la realización de mediciones y estudios de actividades científicas y tecnológicas.

Por lo tanto, se puede concluir, que cuando se habla de innovación se hace referencia a todo cambio, basado en conocimiento de cualquier tipo, siempre que genere valor y una contribución económica, ya sea introduciendo un nuevo producto o mejorándolo, gracias a la innovación se puede establecer ventajas competitivas ya que esta es el alma de los procesos empresariales.

Por último, la innovación es un concepto importante para entender el funcionamiento de la economía, en la figura 4, se puede denotar dos efectos que se obtienen con la innovación, en primer lugar se consigue ofrecer productos o servicios con mejores prestaciones, generando más valor, es decir, que los productos se podrán vender a un mayor precio, lo que compensa los costes unitarios de los factores y en segundo lugar como consecuencia de lo anterior se producen con menores recursos.

⁶⁰ MORALES, Parragué El clima de emprendimiento, un determinante clave en la intención emprendedora de los estudiantes de escuelas de Negocio.

⁶¹ Ibid. P. 2

⁶² Ibid.

⁶³ SCHUMPETER. Josep A. La cultura como factor de innovación económica y social.

⁶⁴ Manual de Oslo. 1997. Qué es innovar.

Figura 4. Los motivos de la innovación.



Fuente. La innovación, concepto e importancia económica.

Igualmente, en el Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación, se especifica una clasificación de cuatro tipos, los cuales son:

2.2.4.1. Innovación de producto. “Corresponde con la introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en cuanto a sus características o al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, los componentes y los materiales, la informática integrada, la facilidad de uso u otras características funcionales.”⁶⁵

2.2.4.2. Innovación de proceso. “Es la introducción de un proceso de producción o de distribución nueva o significativamente mejorada. Este tipo de innovación implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos.”⁶⁶

2.2.4.3. Innovación de mercadotecnia. “Es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos en el diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.”⁶⁷

2.2.4.4. Innovación de organización. “Es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones externas de la empresa.”⁶⁸

⁶⁵ Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación

⁶⁶ Ibid. P. 59

⁶⁷ Ibid. P. 60

⁶⁸ Ibid. P. 62

Todas las formas de innovación anteriormente señaladas deben presentar una serie de requisitos comunes para poder ser consideradas como tal. El primer requisito es que “una innovación por sí misma no garantiza una ventaja competitiva pura, ya que requiere de un proceso de difusión y maduración en el mercado. Un segundo requisito clave es que la innovación tendrá que demostrar que es capaz de producir beneficios económicos que compensen los costes de la inversión en términos de tiempo, esfuerzo y recurso.”⁶⁹

2.2.5. Doing Business. Esta metodología está centrada en “divulgar públicamente la facilidad para crear una empresa”⁷⁰, además, la encuesta utilizada hace alusión a un “modelo de empresa sencillo para asegurar que se puedan establecer comparaciones entre economías y a través del tiempo, con suposiciones acerca de la forma legal de la empresa, su tamaño, su ubicación y la naturaleza de sus operaciones”⁷¹. Los factores que se van a tener en cuenta son: Apertura de una empresa, manejo de permisos de construcción, obtención de electricidad, registro de propiedades, obtención de crédito, protección de inversionistas minoritarios, pago de impuestos, comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos y resolución de la insolvencia.

2.2.6. El Banco Interamericano de Desarrollo. El BID “ayuda a mejorar la salud, la educación y la infraestructura a través del apoyo financiero y técnico a los países que trabajan para reducir la pobreza y la desigualdad”⁷². Los factores que se van a evaluar fueron extraídos de la “innovación y emprendimiento un modelo basado en el desarrollo del emprendedor”⁷³ y son los siguientes: formación del emprendedor, promoción del valor del emprendimiento e innovación y el desarrollo de un ecosistema de apoyo.

2.2.7. Organización No Gubernamental. El estudio es ejecutado por P3 Ventures, El cual es “lo que Centroamérica puede hacer para que el emprendimiento dinámico apoye su (nuevo) crecimiento”⁷⁴ el objetivo general del proyecto es fomentar el dialogo interinstitucional para buscar soluciones a las deficiencias en materia de cultura de emprendimiento, desarrollo local y competitividad en siete países de Centroamérica y el Caribe. Los factores que se extrajeron para ser evaluados son: gobierno, capital humano, capital financiero, educación, infraestructura física y redes de emprendimiento.

⁶⁹ La cultura como factor de innovación económica y social.

⁷⁰ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Colombia 2011 – 2012.

⁷¹ Grupo del Banco Mundial. Doing Business. Midiendo regulaciones para hacer negocios.

⁷² Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Acerca del BID.

⁷³ Banco Interamericano de Desarrollo. Innovación y emprendimiento un modelo basado en el desarrollo emprendedor.

⁷⁴ Lo que Centroamérica puede hacer para que el emprendimiento dinámico apoye su nuevo crecimiento.

2.2.8. Artículos. Para complementar el proceso de adaptación y propuestas para la institución se hace evidente el apoyo de artículos tanto nacionales como internacionales, los cuales se presentan a continuación:

- ✓ Un artículo publicado en Dinero en el año 2011, nos habla acerca de ¿por qué Colombia no avanza en emprendimiento?; nuestro país ocupó el puesto 23 en un estudio sobre la medición de emprendimiento en 24 naciones. Se dice que eso probablemente se debe a que no se tiene un conocimiento de que todos los emprendimientos no son iguales. Por ejemplo, el emprendimiento de alto impacto que busca lograr una rentabilidad en el tiempo y no sólo esto sino generar más empleos y riqueza para la sociedad.

Lo mismo pasa con la mentalidad y cultura de la cual hacemos énfasis en este proyecto y que este artículo toca de igual manera: “El emprendedor colombiano necesita pensar en grande, dejar de tener miedo a fracasar, motivarse a crear empresas de gran tamaño. Sólo el 30% de los Colombianos cree que el emprendimiento es otra forma de convertirse en una persona exitosa”.⁷⁵

Concluyen con que el gobierno nacional se debe enfocar en temas de cultura y mentalidad y en incentivar y orientar una industria de financiación temprana, mientras que las regiones deben empoderarse y definir las acciones que encajan mejor con sus ecosistemas locales.

- ✓ Fedesarrollo en uno de sus artículos de innovación y emprendimiento en Colombia publicado en marzo de 2014 nos habla de que a pesar de que la economía colombiana ha mejorado notablemente con mercados más abiertos y competencia más sofisticada, las empresas exigen rentabilidad y competencia con servicios más sofisticados. Las empresas en Colombia muchas veces no alcanzan esto así como los estándares de calidad y valor agregado para llevar al mundo bienes y servicios de última tecnología y sofisticación. “También habla de los seis pilares centrales importantes en toda organización: Una institucionalidad pública coordinada y articulada, financiamiento, talento humano, innovación, mentalidad y cultura y un entorno competitivo que facilite la generación de emprendimiento.”⁷⁶
- ✓ Revista semana en el 2010 también mencionó en uno de sus artículos la importancia de actuar en materia de emprendimiento. “América Latina está jugando en una posición muy difícil y, ante las escasas perspectivas de crecimiento de Estados Unidos y Europa, se ha convertido en una de las regiones del mundo con mayor atractivo para las inversiones.”⁷⁷ Para América Latina, es vital consolidarse durante esta década como un foco de atracción de

⁷⁵ <http://www.dinero.com/negocios/articulo/por-que-colombia-no-avanza-emprendimiento/136128>

⁷⁶ http://www.fedesarrollo.org.co/wp-content/uploads/2014/04/debate_pres_2014_cuad50.pdf

⁷⁷ <http://www.semana.com/economia/articulo/emprendimiento-colombia-tiempo-actuar/124034-3>

la inversión extranjera. Sin embargo, la guerra de monedas pone a los países de la región en conflicto entre sus intereses de largo y corto plazo. Es el momento para que el emprendimiento en Colombia actúe.

- ✓ El PHD. Rafael Vesga de la facultad de administración de la Universidad de los Andes en una de sus publicaciones acerca del emprendimiento e innovación en Colombia nos recalca la importancia que el emprendimiento genera en toda organización. “El emprendimiento hace que los negocios avancen de una manera rápida que resulta difícil entender cómo actuar.”⁷⁸ El emprendimiento innovador es una actitud en las personas, una cultura y una capacidad en las empresas y una característica del entorno competitivo en los países. Estos tres niveles tienen que funcionar al mismo tiempo, pues cada uno de ellos se alimenta de los demás. Para lograr una sociedad más emprendedora, es necesario activar el potencial de las personas, las empresas y el contexto macro.
- ✓ El decano de la facultad de especialidades empresariales de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en la revista alternativas, nos habla del papel que ocupa en el emprendimiento en el desarrollo de las economías, “el concepto de emprendimiento ha llamado la atención de las economías mundiales como un factor imprescindible para impulsar el progreso económico de los países.”⁷⁹ También habla de la ley 1014 de 2006 donde uno de los principales objetivos es promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.
- ✓ En un informe de investigaciones educativas de la Universidad Nacional Abierta se habla de las tres funciones fundamentales que se han concebido: “la docencia, la investigación y la extensión. De ahí se parte para hablar acerca de la educación universitaria, que por naturaleza, representa un vínculo con el entorno y constituye una función básica y estratégica que permite el proceso de formación básica del estudiante, especialmente en el desarrollo de actitudes y habilidades para convivir y emprender.”⁸⁰

2.3 MARCO HISTÓRICO

El GEM fue concebido en 1997 por la London Business School y el Babson College. El primer estudio global del GEM fue realizado por 10 países en 1999. Luego, a medida que transcurrieron los años, pasaron a ser 21 en el 2000, 29 en 2001, 37 en

⁷⁸ <http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

⁷⁹ <http://lfhidalgo.com/emprendimientoeconomias.pdf>

⁸⁰ <http://biblo.una.edu.ve/ojs/index.php/IIE/article/view/1353>

2002; para transformarse en un consorcio del que participan 56 equipos nacionales realizando la investigación año a año.

En el año 2004 London Business School y el Babson College transfirieron el capital intelectual del GEM a la “Global Entrepreneurship Research Association (GERA)”, una organización sin fines de lucro dirigida por representantes de los equipos nacionales, de las dos instituciones fundadores y de las instituciones patrocinantes.

Colombia se sumó a esta iniciativa desde la academia con la participación y el trabajo conjunto de varias universidades, a partir del 2006. El equipo GEM Colombia lo integran la Universidad de los Andes, el Icesi, la Universidad Javeriana de Cali y la Universidad del Norte como se ha mencionado anteriormente.

“Colombia sigue teniendo una de las Tasas de Actividad Emprendedora (TEA) más altas del mundo. La TEA de Colombia en 2008 fue de 24,5%, un nivel similar al de 2007, cuando llegó a 23%.”⁸¹

El programa se basa en una evaluación del nivel de actividad emprendedora, explorando el rol del emprendedor sobre el crecimiento económico nacional.

El GEM es único, enfocando su mirada en el rol de los individuos dentro del proceso emprendedor. El estudio observa la existencia de algunas diferencias sistemáticas; hay países altamente emprendedores que al mismo tiempo presentan bajos niveles de desarrollo económico. Existen una cantidad de factores estructurales nacionales y características asociadas con el surgimiento y crecimiento de la actividad emprendedora.

Expertos de todo el mundo; empresarios, académicos, emprendedores, etc.; trabajan en conjunto para recolectar datos bajo un sistema armonizado que garantiza la relevancia del resultado y un análisis valioso.

El GEM es el estudio más extenso y completo a nivel global basado en la metodología de encuestas. Cada año, los equipos nacionales realizan en su país simultáneamente; con los mismos lineamientos y el mismo material adaptado culturalmente en dos 2 idiomas; encuestas involucrando a más de 2000 individuos.

2.4. MARCO LEGAL

En la política pública Colombiana para la creación de empresas se cuenta con un marco normativo que tienen una gran trayectoria cronológica, teniendo como eje central La Constitución Política (1991), en su Título XII “Del Régimen Económico y de la Hacienda Pública”.

⁸¹ Colombia cuanta con alta actividad emprendedora. 2009. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-empresa/emprendedores/articulo/colombia-cuanta-alta-actividad-emprendedora/82152>

Constitución política: Principalmente, su artículo 38 sobre Libertad de Asociación, artículos 333 sobre Libertad Económica y se considera la empresa como la base para el desarrollo y el artículo 158 sobre Unidad de Materia.

Ley 1014 de 2006: Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia, promoviendo el espíritu emprendedor entre los estudiantes, egresados y público en general. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional.

Decreto 4463 de 2006: Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas.

Decreto 1192 de 2009: Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

Decreto 934 de 2003: Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE. El artículo 40 de la ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

Ley 344 de 1996: Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se concede unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas. En el artículo 16 trata sobre el acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

Ley 550 de 1999: Que establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley. Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana por ello se le denominó Ley mipymes, posteriormente modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el Plan Nacional De Desarrollo 2006-2010.

Sentencia c-392 de 2007 de la corte constitucional: La Sala Plena de la Corte Constitucional, en cumplimiento de sus atribuciones, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. De acuerdo con la Sentencia en mención, las empresas que se creen a partir de la

entrada en vigencia de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

Ley 1286 de 2009: por la cual se modifica la LEY 29 DE 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones.

2.5. ESTADO DEL ARTE

Los últimos estudios en materia de emprendimiento son fundamentales para determinar qué pasos se pueden seguir para inculcar el espíritu empresarial en los estudiantes de la universidad Santo Tomás y aplicarlos según las necesidades de la población a estudiar. A continuación encontraremos lo que se ha hecho en materia de estudios y mediciones del clima de emprendimiento en Colombia.

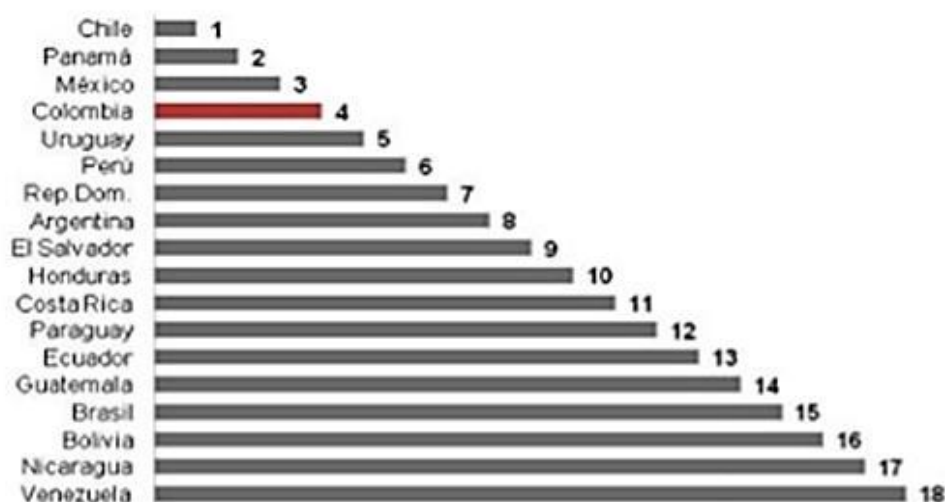
2.5.1 Estudios y mediciones del clima de emprendimiento en Colombia.

“Emprender está de moda. Según un estudio de la Fundación Telefónica, el 68 por ciento de los jóvenes entre 18 y 30 años cree en el emprendimiento.”⁸² Por ejemplo, en Bogotá según el último estudio realizado por el Global Entrepreneurship Monitor, la Cámara de Comercio de la capital y la Universidad de Los Andes hay más de un millón de iniciativas empresariales.

En el más reciente ranking de los mejores países para emprendedores en América Latina, elaborado por Latín Business Chronicle, muestra que Colombia se posicionó como el cuarto país de la región, después de Chile, Panamá y México.

⁸² MEDINA, Édgar. Cinco consejos de emprendedores para nuevos empresarios. 2014. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/consejos-de-emprendedores-para-nuevos-empresarios/14917516>

Gráfico 3. Ranking de los países de América Latina.



Fuente: Revista Dinero, Colombia un país para emprendedores. 2013

“Colombia se constituye en uno de los países de la región donde es más fácil desarrollar negocios.”⁸³ Así lo establece el ranking de los mejores países para emprendedores que realiza Latin Business Chronicle

“Este ranking se establece con base en el Latin Entrepreneurs Index, que analiza cinco indicadores clave que impactan a los emprendedores.”⁸⁴

- ✓ El indicador de facilidad de acceso a un préstamo bancario, donde Colombia obtuvo una calificación de 3,09 y ocupó el puesto 7 entre los 18 países de América Latina analizados.
- ✓ En el indicador de disponibilidad de capital de riesgo, que mide la disponibilidad de capital de riesgo y de inversionistas ángeles para apoyar proyectos innovadores de los emprendedores, con algún nivel de riesgo. Allí Colombia registró una calificación de 2,82, ocupando el puesto 5 entre 18 países de América Latina, logrando superar a países como Brasil, México y Argentina.
- ✓ Los otros ítems que evalúa el estudio son: el número de procedimientos para empezar un negocio, el número de días para iniciar un negocio y el costo de iniciar un negocio como porcentaje del ingreso per cápita.

Particularmente Bogotá se mantiene entre el grupo de las Top 10 más atractivas en la Región. La ciudad ha venido ganando reconocimientos internacionales gracias a sus progresos en materia económica y de entorno favorable para los negocios y se ha venido consolidando como una de las ciudades más dinámicas y con mayor potencial de atracción de inversión en la región.

⁸³ Colombia, un país para emprendedores. 2013. Disponible en: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/colombia-pais-para-emprendedores/168583>

⁸⁴ Ibíd

“Según datos de la Cámara de Comercio de Bogotá, cerca de 63.000 empresas se crearon el año pasado, de las cuales el 38% son personas jurídicas. Igualmente, más de 1.400 empresas extranjeras están instaladas en la capital del país porque ven oportunidades de negocio interesantes y un clima pro-inversión.”⁸⁵

Iniciativas como “Bogotá Emprende”⁸⁶, que desarrolla la Cámara de Comercio de Bogotá para promover la competitividad de las empresas y apoyar a los emprendedores en todo su proceso de creación y consolidación del negocio, han logrado que Bogotá se reconozca como una ciudad ideal para el emprendimiento, que ofrece condiciones propicias para los negocios.

En el ranking de Mejores Ciudades para Hacer Negocios que elabora anualmente América Economía Inteligencia, se destaca la buena combinación entre calidad de vida, desarrollo profesional y potencial de negocios que ofrece Bogotá; la percepción de ser una ciudad que agrega valor a los negocios; y el apoyo que brinda a empresarios y emprendedores, independientemente de si son nacionales o extranjeros.

“Según el Ranking de American Cities of the Future 2011/2012, publicado por FDI Magazine, Bogotá ocupó el cuarto puesto entre las ciudades de América Latina, logrando una posición privilegiada entre las principales ciudades de la Región. En el índice de Facilidad para hacer negocios 2013, que elabora anualmente el Banco Mundial Bogotá ocupó el tercer lugar en la región después de Santiago y Lima.”⁸⁷

La Capital es reconocida como una de las ciudades del mundo que más reformas ha implementado para facilitar el clima de negocios en los últimos años y la más dinámica en América Latina. En los últimos años se destacan principalmente las iniciativas de simplificación de trámites para la creación de empresas que han logrado reducir el tiempo, costo y número de procedimientos asociados. No obstante, la ciudad no debe descuidarse, sino trabajar conjuntamente con el sector público y privado para potenciar sus fortalezas, abordar sus debilidades y conseguir diferenciarse de sus principales competidoras.

Es de esperarse que, si la ciudad continúa trabajando en mejorar el entorno y condiciones para los emprendedores, logrará aumentar su productividad empresarial, garantizar la generación de empleos e ingresos de mayor calidad, mejorar y hacer más eficiente su aparato productivo, mejorar sus estándares de calidad de vida y perfilarse como una de las mejores y más atractivas ciudades de América Latina para el emprendimiento y los negocios.

⁸⁵ Ibíd

⁸⁶ BOGOTÁ EMPRENDE, Soluciones efectivas para crear y consolidar empresa. Disponible en: <http://www.bogotaemprende.com/portal/default.aspx>

⁸⁷ Ibíd

Lo mismo pasa en la educación si podemos medir y determinar cómo los estudiantes consiguen incentivar el espíritu empresarial, generar empleo y hacer más eficiente su vida.

El GEM en Colombia como hemos mencionado anteriormente es una herramienta que nos puede ayudar a tener una visión de cómo se encuentra el país en la materia. Este estudio inició en el 2006, siendo en el año 2013 el último estudio realizado en el país el cual publicó entre otros, los siguientes resultados:

- ✓ En todas las etapas empresariales la tubería colombiana presentó indicadores más altos y estables que en la tubería latinoamericana, excepto en la etapa de empresarios establecidos que muestra una tendencia decreciente. La tubería empresarial para mujeres presentó indicadores más bajos que la tubería empresarial para hombres excepto en la aceptación socio cultural de la actividad empresarial.
- ✓ Es muy importante para el gobierno y empresarios apoyar este tipo de estudios, ya que por más de 15 años el GEM ha permitido realizar comparaciones válidas que estimulen el desarrollo de políticas públicas en la creación de nuevas iniciativas empresariales.
- ✓ En el periodo 2010-2013 la TEA presentó algunos problemas pero siempre manteniendo una economía impulsada por la eficiencia y la innovación.
- ✓ Por primera vez en 8 años, el grupo con la visión hacia la creación de nuevas empresas es el grupo de 35 a 44 años seguido por el grupo de 25 a 34 años que siempre había liderado los resultados.
- ✓ El espíritu empresarial por necesidad ha disminuido desde el 2010.
- ✓ Se logra apreciar que la tendencia creciente a emprender aumenta con la edad.
- ✓ “Muy pocas de las iniciativas nuevas y establecidas tienen actualmente más de 5 empleos, pero con una proyección a 5 años el 63% de las nacientes y 46% de las establecidas tendrán más de 5 empleos.”⁸⁸
- ✓ Se detectó muy poca utilización de tecnología en toda la tubería empresarial. “Muy pocas empresas se enfocan en los mercados internacionales.”⁸⁹
- ✓ Hay mucha competencia en el mercado, las empresas se encuentran altamente orientadas a la competencia y ofrecen productos similares.

⁸⁸ Dinámica empresarial colombiana. 2013. P. 93.

⁸⁹ *Ibíd.*

- ✓ Según expertos la baja actividad empresarial es debida a las malas condiciones estructurales como la infraestructura comercial, la educación y formación, áreas de financiamiento entre otras.
- ✓ Colombia presenta mejores indicadores que los empresarios motivados por necesidad, o nacientes y los empresarios motivados por necesidad sienten menor nivel de bienestar subjetivo que los empresarios(as) motivados por oportunidad.
- ✓ Dentro del tema “salud de los empresarios” se encontró que los adolescentes sufren menos de problemas como ansiedad y depresión que en general padecen los empresarios en Colombia.

3. METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta que este proyecto se realizará mediante un estudio descriptivo, se utilizarán elementos cuantitativos y cualitativos, utilizando como herramienta de medición la realización de encuestas a la comunidad tomasina adulta entre los 18 y 64 años de edad, residentes en el área metropolitana de Bucaramanga, sean hombres o mujeres de cualquier estrato socio-económico.

Además, se contará con ayuda de expertos quienes proporcionarán información sobre experiencias o puntos de vista en temas relacionados con la actividad emprendedora, en este caso la técnica que se empleará son grupos focales, entendiéndose este como una técnica de recopilación de información basada en entrevistas colectivas.

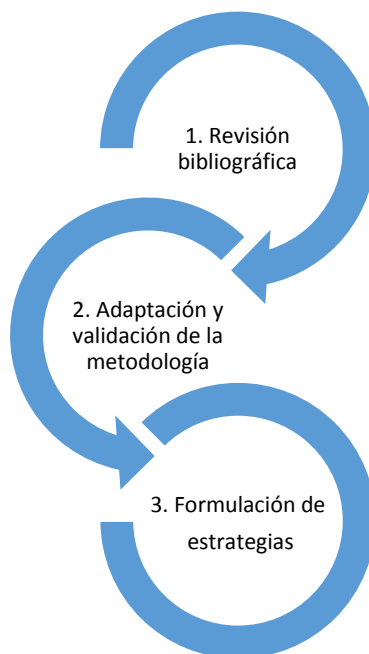
Para el desarrollo de la metodología del proyecto, ésta se dividió en tres fases, las cuales se presentan a continuación:

3.1 REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.

En primer lugar se realizará una revisión bibliográfica sobre las diferentes metodologías que se utilizan en Colombia y el mundo sobre emprendimiento e innovación. Esta revisión estará enfocada a complementar los elementos planteados en la metodología del Global Entrepreneurship Monitor, que sean necesarios para la medición del clima de emprendimiento e innovación en la Santo Tomás y que no se consideren en la medición GEM.

Para tal efecto se revisarán las bases de datos nacionales e internacionales, asegurando la presencia de artículos y autores de Colombia y el mundo que le brinden la solides conceptual al proyecto.

Figura 5. Fases de la metodología del proyecto.



Fuente: Elaborado por autores del proyecto

3.2 ADAPTACIÓN Y VALIDACION DE LA METODOLOGÍA.

Partiendo de los resultados obtenidos, se adaptará una metodología para determinar el nivel de emprendimiento e innovación de la Universidad Santo Tomás. En esta fase se realizará un proceso de análisis que permita identificar cuáles son los factores comunes en torno a la medición del clima de emprendimiento, mediante un proceso de validación de expertos que hacen parte de la Red de Emprendimiento Universitaria. En ese sentido, se seleccionarán los factores que los expertos consideren más representativos en cada una de las metodologías identificadas en el proceso de revisión bibliográfica tales como GEM, Doing Business y el Banco Interamericano de Desarrollo.

Con estos factores se diseñará y aplicará de un instrumento de medición que evalúe el nivel de importancia de los elementos encontrados en el proceso como más representativos para la comunidad tomasina.

Este instrumento de medición se aplicará a un grupo base calculado bajo una metodología de muestreo estratificado; teniendo en cuenta el tamaño de la población total de la comunidad tomasina y definiendo como estratos estudiantes docentes y administrativos.

Antes de la aplicación de la metodología diseñada, se realizará un proceso de validación de expertos en temas de emprendimiento e innovación y posteriormente

una prueba piloto de aplicación, para verificar que el diseño de la metodología sea comprensible para la población objetivo.

Finalmente, los datos obtenidos se analizarán, mediante la utilización del software SPSS lo que permitirá evidenciar cuál es el nivel de emprendimiento e innovación de la comunidad tomasina, identificar la existencia de casos exitosos de emprendimiento y cuales han sido los factores que han impulsado esta iniciativa.

3.3 FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS

Aplicada la metodología a la población objetivo, se identificarán una serie de problemáticas o debilidades de la comunidad tomasina que serán clasificadas según el modelo de la cadena de emprendimiento establecida para Colombia. Ver figura 2: Cadena de la Competitividad

Finalmente, con el fin de promover el emprendimiento e innovación de la Universidad Santo Tomás se van a plantear estrategias, articuladas con las problemáticas identificadas, con el fin de mejorar el nivel de la actividad emprendedora y contribuir significativamente con el desarrollo económico y social. También para generar conciencia en la comunidad tomasina sobre la importancia y beneficios que trae para la vida ser emprendedor.

4. RESULTADOS

En este capítulo se describe el proceso de diseño, validación y aplicación del instrumento de medición así como los resultados obtenidos de este proceso.

4.1 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

El instrumento se diseñó siguiendo los parámetros del GEM y diferentes metodologías las cuales tienen en común que analizan el nivel de emprendimiento e innovación en las economías más representativas alrededor del mundo. Dentro de estas metodologías se identificaron los componentes de evaluación de emprendimiento más importantes los cuales se sometieron a evaluación con los expertos que pertenecen a la Red de Emprendimiento Universitaria (REUNE), quienes determinaron cuales son los elementos a tener en cuenta en el instrumento de medición.

El instrumento de medición consiste en una serie de componentes, que buscan medir el nivel de emprendimiento tomasino, se enfocan en la educación, mentalidad y cultura, nivel de emprendimiento, entre otras.

4.1.1. Definición de elementos. Los elementos que se definieron después del proceso de investigación de las diferentes metodologías fueron:

- ✓ GEM: Actividad emprendedora, actitud emprendedora y aspiraciones de los emprendedores.
- ✓ Doing Business: Aportes de una empresa, manejo de permisos de construcción, obtención de electricidad, registro de propiedades, obtención de crédito, protección de inversionistas minoritarios, pago de impuestos, comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos y resolución de la insolvencia.
- ✓ BID: Formación del emprendedor, promoción del valor del emprendimiento e innovación y desarrollo de un ecosistema de apoyo.
- ✓ ONG: Educación, gobierno, infraestructura física, redes de emprendedores, capital humano y capital financiero.

A continuación se realizó un formato con estos elementos para realizar la validación con la red de emprendimiento universitario.

4.1.2. Validación de elementos. Con el fin de realizar la validación de los elementos más representativos, se planteó una herramienta de medición para determinar cuáles de estos elementos eran de mayor importancia, en este caso se le solicitó la colaboración a REUNE como expertos en el tema de emprendimiento e innovación para responder el formulario que se presenta en (Anexo A), el cual cuenta con 22 elementos y la escala que se utilizó fue la siguiente:

Tabla 2. Escala utilizada para la validación de elementos.

0	Nada importante.
1	Poco importante.
2	Algo importante
3	Medianamente importante.
4	Importante.
5	Más que importante.
6	Muy importante
7	De suprema importancia.

Fuente: Elaborado por autores del proyecto

Los 10 expertos de REUNE que validaron el formulario fueron los siguientes:

El director de la unidad de emprendimiento de la Universidad Católica de Pereira Juan Pablo Jaramillo Duque, el profesor investigador de la Universidad de Icesi Melquic Edec Lozano, el director del departamento de administración de la Universidad del Tolima Juan Fernando Reinoso Lastra, el profesor asociado de la Universidad EAN Francisco J. Matiz, la coordinadora del programa de transferencia tecnológica de la Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales U.D.C.A. Lida Milena Barón Hernández, la coordinadora de emprendimiento de la Universidad Santo Tomás Olga Lucía Santamaría Cabrales, el investigador docente de UNIMINUTO Carlos Eduardo González Serrano, el coordinador emprende UCM de la Universidad Católica de Manizales Alexander Parrales Arango, el docente coordinador de emprendimiento de INTENALCO Germán Castaño Cárdenas y el coordinador de emprendimiento de la Universidad Simón Bolívar Julio Cesar Castaño Cárdenas.

En el (Anexo B). Se muestran los resultados obtenidos tras la aplicación del formulario a los expertos de REUNE mencionados anteriormente y la priorización de las respuestas según el nivel de importancia, siendo siete (7) el máximo.

De acuerdo con los elementos evaluados por los expertos, se seleccionaron los que son considerados más representativos para la medición del clima emprendimiento e innovación, para así con base en esos elementos diseñar el instrumento de medición que se aplicará a la comunidad tomasina. A continuación, encontramos los diez elementos más importantes: Actitud emprendedora, promoción del valor del emprendimiento e innovación, aspiraciones de los emprendedores, desarrollo de un ecosistema de apoyo, educación, capital humano, formación del emprendedor, cumplimiento de contratos, actividad emprendedora y gobierno.

4.1.3. Estructura final. El instrumento de medición fue validado por el director del proyecto, el Ingeniero Edwin Flórez, para determinar si éste evaluaba los siguientes aspectos: el nivel de emprendimiento en la Universidad Santo Tomás, el perfil

tomasino y los elementos asociados a la actitud emprendedora. En el (Anexo C) se puede observar la estructura final.

Esta herramienta contiene preguntas que permiten conocer información básica del encuestado como: nombre (opcional), genero, edad, estrato socioeconómico y formación profesional.

Seguido por preguntas para indagar sobre los aspectos personales y del entorno tales, como:

- ✓ Actividad emprendedora: Se refiere al surgimiento y desarrollo de nuevas empresas, en donde se pueden distinguir diversas etapas en las cuales ocurre, bien sea en las etapas iniciales, de consolidación o crecimiento y cierre, las cuales tienen un impacto para acelerar el crecimiento económico y la generación de empleo. Igualmente, es el grado en el cual se cree que pueden existir oportunidades buenas para empezar una empresa, el reconocimiento social que se le dé al ser emprendedor, la percepción y la actitud frente al riesgo que las personas tengan, la noción que se dispone de las competencias emprendedoras para desarrollar una empresa.
- ✓ Actitud emprendedora: Es la capacidad de crear o iniciar un proyecto, una empresa o un nuevo sistema de vida, teniendo como fuente de inspiración la confianza en sí mismo y la determinación de actuar, otras actitudes relevantes podrían incluir el nivel de riesgo que la persona está dispuesta a soportar y la percepción que ésta tiene de sus propias habilidades, conocimientos y experiencia.
- ✓ Formación del emprendedor: Se refiere a estimular el pensamiento creativo, promover un sentido de autorrealización personal, desarrollar una forma de pensar y actuar, el hábito de autoevaluar el rendimiento e introducir a la práctica las habilidades y competencias.
- ✓ Promoción del valor de emprendimiento e innovación: Es fomentar la cultura emprendedora a través de la difusión masiva de casos de negocio, historias y reportajes de emprendedores, en donde se resalte la importancia y el potencial de desarrollar la capacidad para innovar y emprender en la sociedad.
- ✓ Desarrollo de un ecosistema de apoyo: Hace referencia a la conformación de un ecosistema de emprendimiento e innovación de mentores y asesores que puedan guiar, apoyar y acelerar el proceso de formación y creación de nuevas empresas, que faciliten las relaciones con entidades que brinden apoyo financiero y empresarial.
- ✓ Capital humano: Es el conjunto de las aptitudes, habilidades y capacidades que una persona consigue mediante el aprendizaje que adquiere en la educación y la capacitación.

- ✓ Educación: Es el proceso de socialización o transmisión de conocimientos, hábitos, costumbres y valores hacia una persona para que ésta adquiera una determinada formación.

Para recolectar información pertinente al objetivo de la investigación, se presentaron doce (12) preguntas cerradas y un total de cuarenta y seis (46) decisiones individuales (Marcar – X) y cinco (5) abiertas (nombre, genero, edad, estrato y la pregunta No. 4 que considera lo esencial para la formación de un emprendedor).

4.2 APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

4.2.1. Cálculo de muestra. Este instrumento de medición se aplicó a un grupo base calculado por muestreo aleatorio estratificado, se utilizó este muestreo porque la población a estudiar puede ser agrupada en subgrupos internamente homogéneos con respecto a las variables de interés y heterogéneos entre ellos, definiendo como los estratos (estudiantes, docentes y administrativos). Para tal efecto se seleccionará al azar muestras representativas independientes dentro de cada grupo.

Para hallar el tamaño de la muestra se necesita conocer los componentes tradicionales de las formulas los cuales son: Tamaño de la población (N), Error de estimación (E), nivel de confianza (Z) y desviación estándar.

La información de la población, tanto de estudiantes, docentes y administrativos que tiene la universidad Santo Tomás, fue brindada por la misma institución; acudimos al área de seguimiento y control donde con la autorización del decano de la facultad de industrial se facilitó dicha información.

En el muestreo estratificado se puede reemplazar el valor de la desviación estándar por el valor de las proporciones, cuando se habla de proporciones se refiere a que solo es importante si un factor en particular cumple o no una determinada característica. Para las proporciones se necesita estimar “p” y “q” donde “p” es el número de respuestas que cumplen con la característica determinada y “q” es 1 – “p”.

En este caso como se desconoce las características determinadas se toma “p” = 50% y “q” = 50%. Ahora el tipo de muestreo es aleatorio estratificado proporcional ya que en los diferentes estratos del presente estudio se quieren medir variables cualitativas.

Como se conoce el tamaño de la población la fórmula para hallar el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N \times n_0}{n_0 + N - 1}$$

Donde N es el tamaño de la población y n_0 se halla con la siguiente formula:

$$n_0 = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

A continuación se muestra el resultado de la fórmula para hallar n_0 y el tamaño de la muestra en cada estrato:

$$n_0 = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2} = 384.2 \cong 385$$

Estudiantes

$$n = \frac{5346 \times 385}{385 + 5346 - 1} = 359.2 \cong 360$$

Docentes

$$n = \frac{638 \times 385}{385 + 638 - 1} = 240.3 \cong 241$$

Administrativos

$$n = \frac{400 \times 385}{385 + 400 - 1} = 196.4 \cong 197$$

Los datos que se presentaron son suministrados por treientos sesenta (360) estudiantes, docientos cuarenta y uno (241) docentes y ciento noventa y siete (197) administrativos de la Universidad Santo Tomas Bucaramanga, entre los 18 y 64 años de edad.

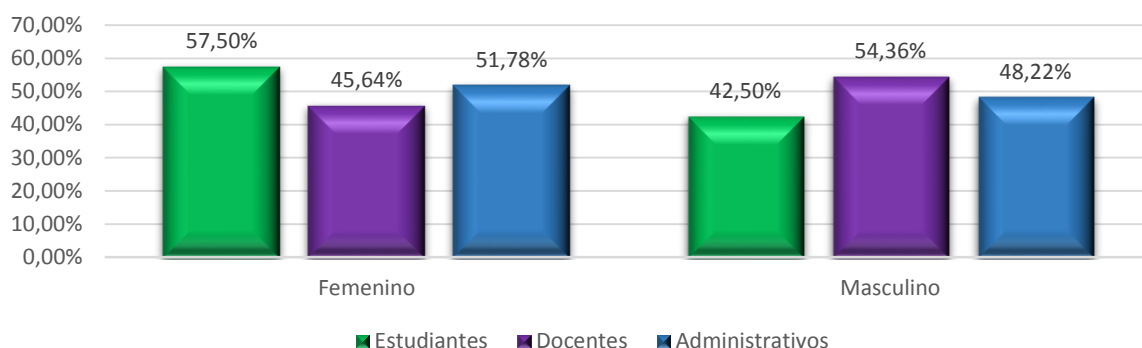
4.2.2. Resultados de la aplicación. A continuación se muestra el análisis acerca de los 12 aspectos que se validaron mediante el instrumento de medición y utilizando el programa SPSS, para obtener por medio de cada pregunta, la media y el porcentaje, los cuales ayudan a tener más información sobre el pensamiento de la comunidad educativa y sus debilidades, para así proponer estrategias que ayuden a mejorar el clima de emprendimiento e innovación en la Universidad Santo Tomás.

4.2.2.1. Características de género, edad y división de los programas académicos.

En esta sección se realizó una descripción breve sobre el género, la edad y la división de los programas académicos de los encuestados, ya que éstas características son esenciales para determinar los pensamientos, ideales e intenciones de la comunidad tomasina.

Gráfico 4. Género de la población objetivo.

Género

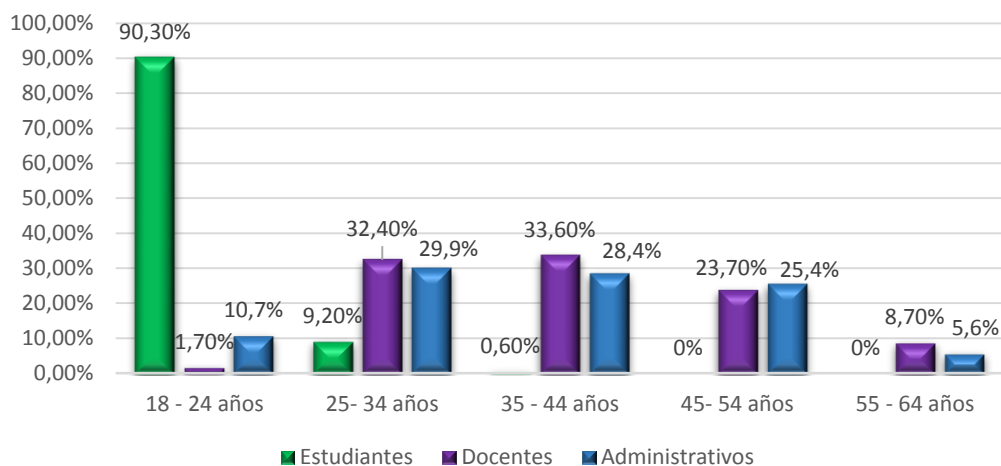


Fuente: Elaborado por autores del proyecto

En el gráfico 4, se observa que dentro de los estudiantes, el (57,7%) son mujeres y (42,50%) hombres. Para los docentes, el (45,64%) son mujeres y el (54,36%) hombres. Finalmente para los administrativos, el (51,78%) son mujeres y el (48,22%) hombres. De lo cual se puede analizar que la comunidad educativa está representada por mayor cantidad de personas de género femenino.

Gráfico 5. Edad de la población objetivo.

Edad

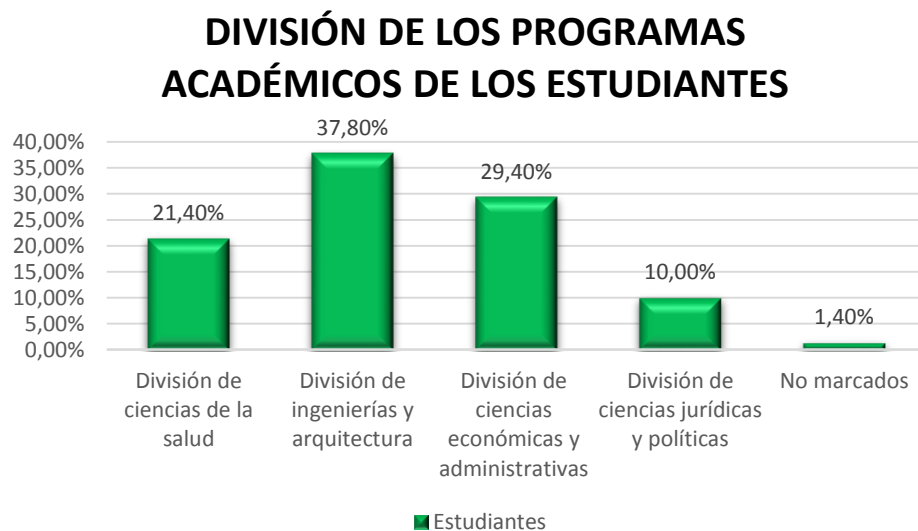


Fuente: Elaborado por autores del proyecto

En el gráfico 5, se observa que dentro de los estudiantes, el (90,30%) se encuentran entre 18-24 años, el (9,20%) entre los 25-34 años y el (0,60%) entre los 35-44 años. Para los docentes, el (1,70%) están entre los 18-24 años, el (32,40%) entre los 25-

34 años, (el 33,60%) entre los 35-44 años, el (23,70) entre los 45-54 años y el (8,70%) entre los 55-64 años. Finalmente para los administrativos, el (10,7%) se encuentran entre 18-24 años, el (29,9%) entre los 25-34 años, el (28,4%) entre los 35-44 años, el (25,4%) entre los 45-54 años y el (5,6%) entre los 55-64 años de edad. De lo cual se puede concluir que al momento de fomentar el emprendimiento es de gran importancia orientarlo a la edad adecuada, teniendo en cuenta que los metodos de enseñanza para cada estrato son diferentes.

Gráfico 6. División de los programas académicos de los estudiantes.



Fuente: Elaborado por autores del proyecto

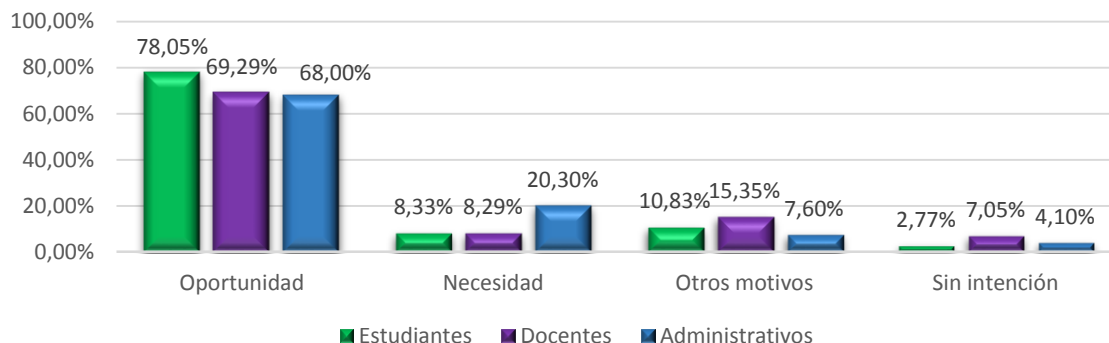
Se puede observar que de los estudiantes encuestados el 37,80% pertenecen a la división de ingenierías y arquitectura, la cual integra los siguientes programas: Ingeniería civil, ingeniería ambiental, ingeniería de telecomunicaciones, ingeniería mecatrónica, ingeniería industrial, arquitectura y química ambiental; seguido con un 29,40% la división de ciencias económicas y administrativas que engloba los siguientes programas: Administración de empresas, administración de empresas agropecuarias, economía, contaduría pública y negocios internacionales.

4.2.2.2. Actividad emprendedora. En esta sección se realizó un análisis sobre la intención de crear empresa para los estudiantes, docentes y administrativos de la Universidad Santo Tomás Bucaramanga, la cual representa la pregunta uno.

Pregunta 1. Si usted tiene la intención de crear su propia empresa, lo haría principalmente por:

Gráfico 7. Intención de crear empresa.

Intención de crear empresa



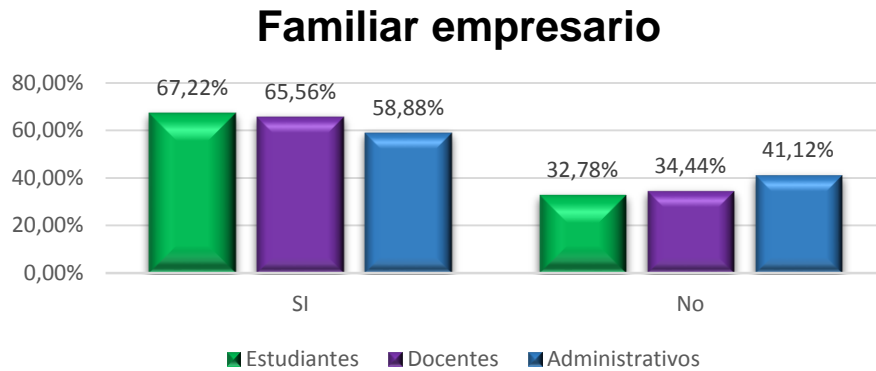
Fuente: Elaborado por autores del proyecto

En el gráfico Nro. 7 se puede analizar que en la comunidad educativa, conformada por estudiantes, docentes y administrativos, la principal intención para crear empresa es por oportunidad con un (78,05%) para estudiantes, (69,29%) para docentes y (68%) para administrativos. De lo cual se concluye que en la universidad, las personas contemplan la opción de crear una empresa si se presenta la oportunidad de negocio en el mercado que pueda brindar una opción de crecimiento y sostenibilidad para la empresa.

4.2.2.3. Actitud emprendedora. En esta sección se analizó si la comunidad educativa cuenta con familiares empresarios, lo cual representa la pregunta dos del instrumento de medición, seguido del grado de intención emprendedora, representado por la pregunta nueve, la actitud emprendedora con respecto a crear una nueva empresa, representado por la pregunta cinco, las principales dificultades para emprender, representado por la pregunta seis y las actitudes y valores que los encuestados poseen, representado por la pregunta doce.

Pregunta 2. ¿Tiene algún miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio?

Gráfico 8. Familiar empresario.

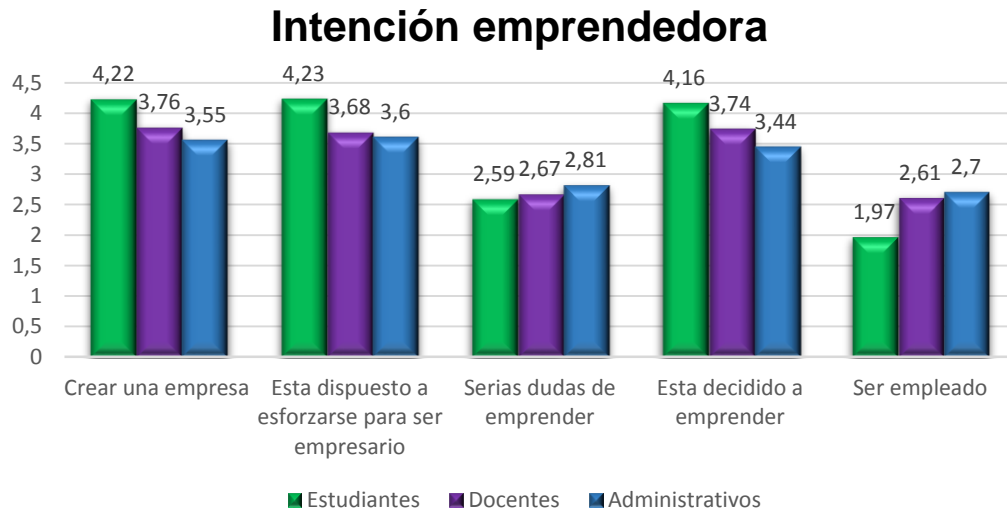


Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En el gráfico Nro. 8 se puede analizar que en la comunidad educativa, si tienen un familiar empresario representado con un (67,22%) para estudiantes, (65,56%) para docentes y (58,88%) para administrativos. De lo cual se concluye que este factor puede tener una relación con la intención de emprender pues son los estudiantes los que más tienen familiares empresarios.

Pregunta 9. Por favor, señale su grado de intención respecto a las siguientes afirmaciones:

Gráfico 9. Intención emprendedora.



Fuente: Elaborado por autores del proyecto

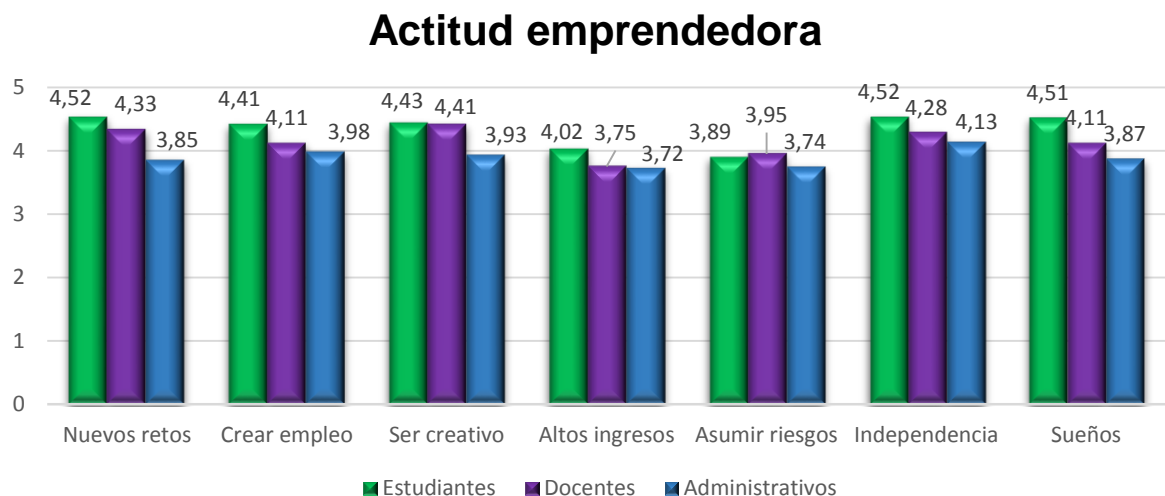
En la gráfica 9, se puede analizar que los estudiantes al momento de tener intención emprendedora, piensan que lo más importante es el esfuerzo, lo cual se encuentra

representado con una media de (4,23), mientras que los docentes se fundamentan en crear una empresa, representado con una media de (3,76) y los administrativos piensan en esforzarse por ser empresarios, representado con una media de (3,60).

Por lo cual se logra analizar que cada población (docentes, administrativos y estudiantes) de personas, tienen una intención de emprender diferente, donde se destacan los estudiantes por querer ser empresarios, los administrativos por tener menor intención y los docentes con una tendencia a crear empresa.

Pregunta 5. Crear una nueva empresa (ser emprendedor/a) para Usted supondría:

Gráfico 10. Actitud emprendedora.



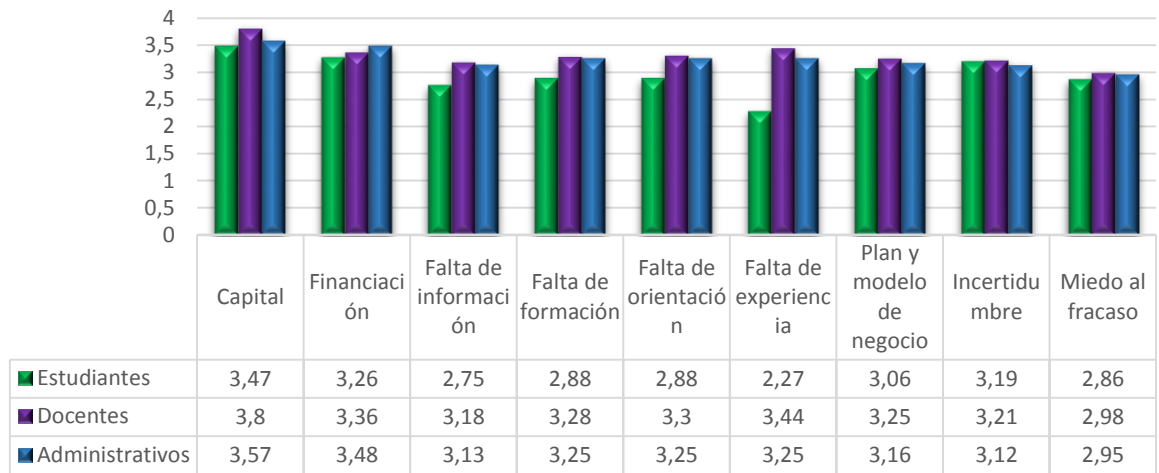
Fuente: Elaborado por autores del proyecto

En el gráfico 10, se puede analizar que la mayor parte de los estudiantes quieren crear una empresa y esto representaría enfrentarse a nuevos retos (4,52), mientras que para los docentes crear empresa representaría ser creativo (4,41) y para los administrativos crear empleo para otras personas (3,98). De lo cual se puede analizar que la población con más actitud emprendedora son los estudiantes y consideran que tener altos ingresos económicos el aspecto de menor importancia.

Pregunta 6. Si decidiera crear mi propia empresa, las principales dificultades que me encontraría serían las siguientes:

Gráfico 11. Dificultad para emprender.

Dificultad para emprender



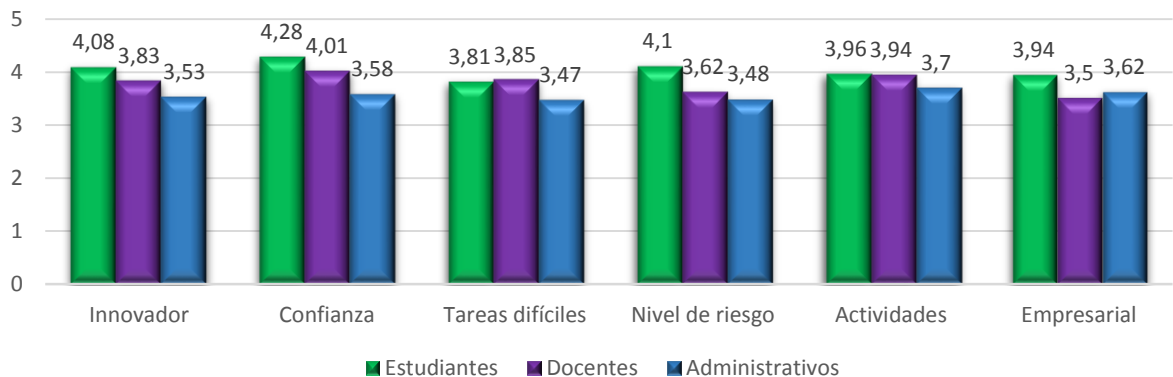
Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En el gráfico 13, se puede analizar que los estudiantes al momento de decidir crear su propia empresa tendrían como dificultad el capital, representado con una media de (3,47), igualmente para los docentes (3,8) y administrativos (3,57). De lo cual se puede concluir que la comunidad educativa considera el capital como una barrera a la hora de emprender, esto se debe a la falta de conocimiento acerca de las opciones existentes de financiación para llevar a cabo sus proyectos de negocio. Seguido de la financiación y la incertidumbre para los estudiantes, para los docentes la falta de experiencia y para los administrativos la falta de orientación.

Pregunta 12. Por favor, indique cuáles actitudes y valores considera que posee usted.

Gráfico 12. Actitudes y valores.

Actitudes y valores



Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

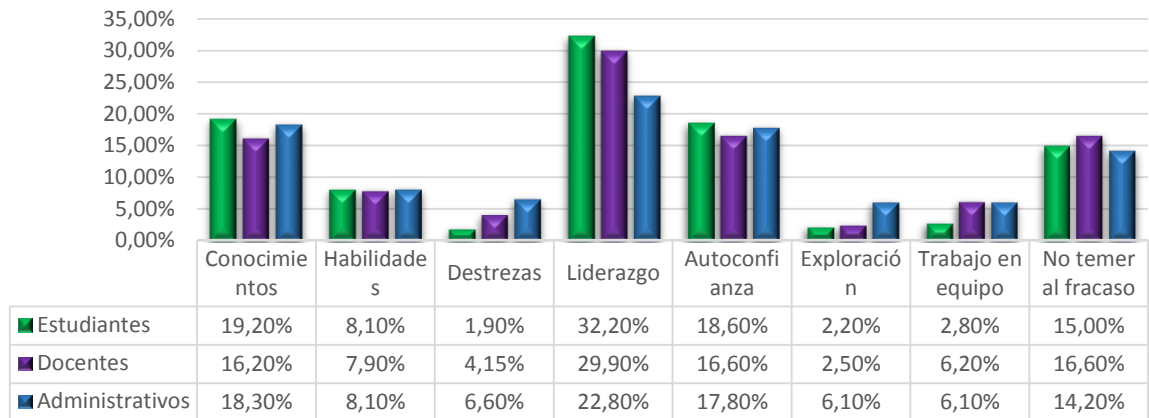
En la gráfica 12, se puede analizar que los estudiantes consideran que el mayor valor que poseen es la independencia y confianza en sí mismos (4,28), igualmente los docentes (4,01) y para los administrativos es que mediante las actividades académicas se fomenta el espíritu empresarial (3,7). De lo cual se puede concluir que la confianza es un valor y actitud esencial para la formación de un emprendedor y este le da más fortaleza a la comunidad para impulsar proyectos de emprendimiento e innovación.

4.2.2.4. Formación del emprendedor. En esta sección se analizó lo que se consideran esencial para la formación de un emprendedor, lo cual representa cuatro del instrumento de medición.

Pregunta 4. Por favor, organice en orden jerárquico lo que Usted considera esencial para la formación de un emprendedor.

Gráfico 13. Consideraciones esenciales para la formación del emprendedor.

Consideraciones esenciales para la formación del emprendedor



Fuente: Elaborado por autores del proyecto

En el gráfico Nro. 13 Se encuentran los resultados donde se pidió que ordenaran ascendientemente, según su criterio, las consideraciones esenciales para ser emprendedor; de lo cual se obtuvo la elección mayor en liderazgo, lo cual se representa con un porcentaje de (32,20) para los estudiantes, igualmente para los docentes con (29,90) y (22,80%) para administrativos. Seguido de los conocimientos con un porcentaje de (19,20%), (16,20%) y (18,30%) respectivamente. Finalmente, como tercera opción esencial se tiene la autoconfianza con (18,60%), (16,60%) y (17,80%). De lo anterior, se puede concluir que la comunidad tomasina considera que el liderazgo es la base para emprender y desarrollar proyectos nuevos.

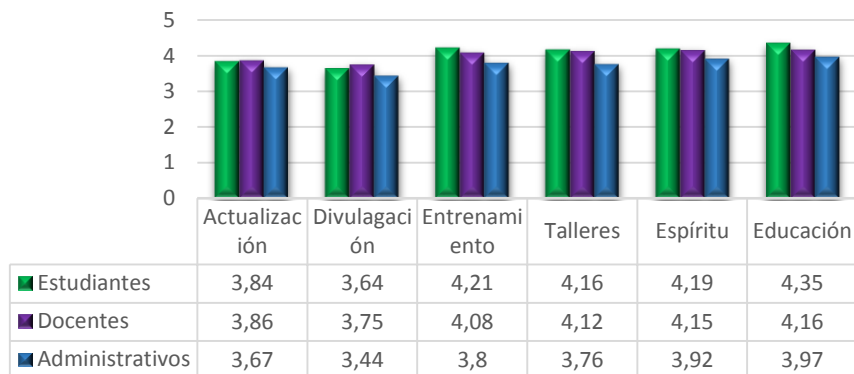
4.2.2.5. Promoción del valor de emprendimiento e innovación.

En esta sección se analizaron los aspectos esenciales para generar cultura emprendedora en la comunidad educativa, lo cual representa la pregunta siete del instrumento de medición

Pregunta 7. Por favor, indique cuáles aspectos considera Usted que es necesario para generar cultura emprendedora.

Gráfico 14. Aspectos para generar cultura emprendedora.

Aspectos para generar cultura emprendedora



Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

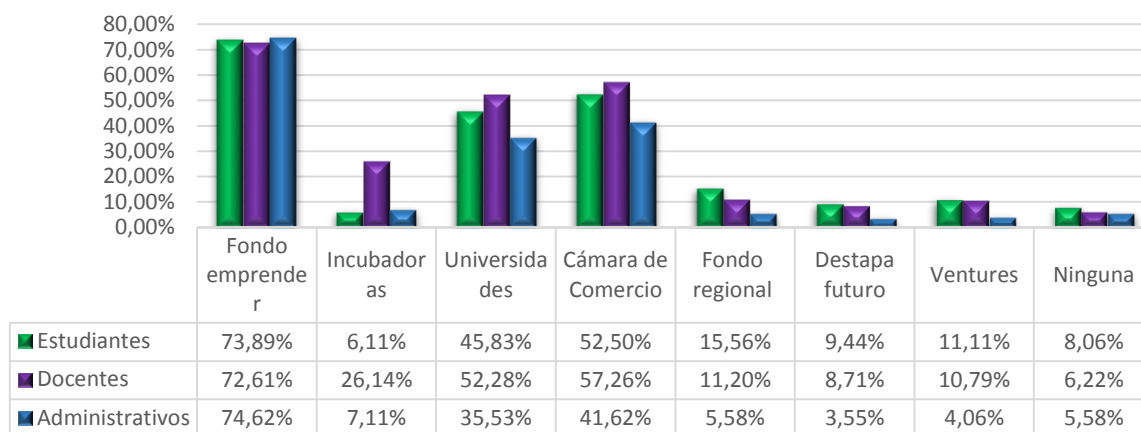
En la gráfica 14, se puede analizar que los estudiantes opinan que el principal aspecto para generar cultura emprendedora es la educación, representado con una media de (4,35); igualmente los docentes, representado con un media de (4,16) y administrativos con una media de (3,97). Para concluir, se evidencia que la educación es primordial para desarrollar aptitudes emprendedoras tanto en estudiantes como docentes y administrativos, por lo cual es importante integrar el modelo de emprendimiento en todas las asignaturas que reciben los estudiantes.

4.2.2.6. Desarrollo de un ecosistema de apoyo. En esta sección se analizó cuáles instituciones que apoyan a los emprendedores son conocidas por la comunidad educativa de la Santo Tomás. Lo cual representa la pregunta ocho del instrumento de medición.

Pregunta 8. ¿Conoce Usted cuáles son las instituciones que apoyan a los emprendedores?

Gráfico 15. Instituciones que apoyan a los emprendedores.

INSTITUCIONES QUE APOYAN A LOS EMPRENDEDORES



Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

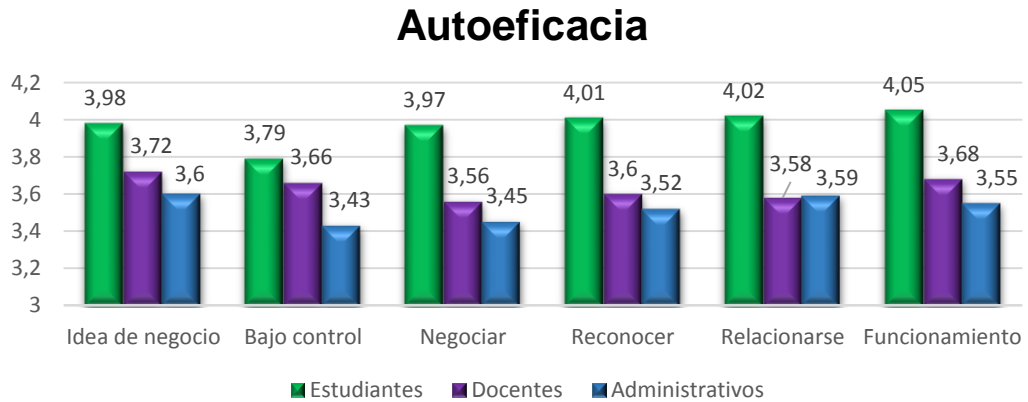
En el gráfico 15, se puede analizar que la institución que apoya a los emprendedores más conocida por los estudiantes es el fondo emprendedor de Sena (73.89%), igualmente para los docentes (72,61%) y administrativos (74,62%); La segunda institución conocida es la Cámara de Comercio tanto para estudiantes (52,50%), docentes (57,26%) y administrativos (41,62%). Mientras que la menos reconocida por la población estudiada es destapa futuro de Bavaria. En conclusión se puede evidenciar que es esencial divulgar las diferentes instituciones que apoyan a emprendedores entre ellas el Centro de emprendimiento, ya que este hace parte de la misma Universidad y más de la mitad de la población encuestada no conoce de su existencia.

4.2.2.7. Capital humano.

En esta sección se analizó la capacidad de los encuestados para realizar eficazmente una tarea, lo cual representa la pregunta diez del instrumento de medición.

Pregunta 10. Por favor, indique hasta qué punto sería Usted capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:

Gráfico 16. Autoeficacia.



Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En el gráfico 16, se puede analizar que los estudiantes opinan que serían capaces de poner en funcionamiento proyectos de emprendimiento, representado con una media de (4,05); mientras que los docentes serían capaces de definir su idea de negocio (3,72); igualmente los administrativos con una media de (3,6). Por lo cual se puede analizar que definitivamente los estudiantes son los que más están interesados en crear empresa, se sienten más preparados y seguros de lograr el funcionamiento de la misma. Dentro del aspecto que más se les dificulta, encontramos a los estudiantes con la problemática de mantener bajo control proyectos de emprendimiento e innovación, a los docentes con las relaciones y administrativos con la facilidad para establecer relaciones de negocio.

4.2.2.8. Educación. En esta sección se analizó la formación alcanzada y la formación recibida por parte de los encuestados, lo cual representa la pregunta tres y once del instrumento de medición.

Pregunta 3. ¿Cuál es el nivel máximo de formación alcanzado por Usted?

Gráfico 17. Formación alcanzada.

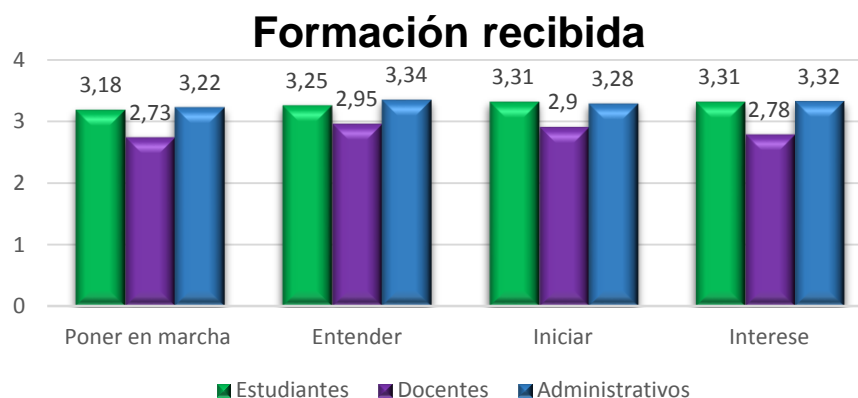


Fuente: Elaborado por autores del proyecto

En el gráfico Nro. 17 se puede analizar que el nivel de formación alcanzado por la mayor parte de los estudiantes es secundaria (87,20%), postgrado (76,80%) para docentes y otro (48,70%) para administrativos.

Pregunta 11. Por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

Gráfico 18. Formación recibida.



Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En el gráfico 18, se puede analizar que los estudiantes piensan que la formación académica que han recibido en la universidad los ha ayudado a iniciar proyectos de emprendimiento e innovación (3,31), mientras que los docentes opinan que la universidad los ha ayudado a entender mejor el papel de los emprendedores (2,95),

igualmente para los administrativos (3,34). De lo anterior se puede analizar que formar a los estudiantes, docentes y administrativos en emprendimiento es esencial para crear mentalidad y cultura en la institución y, que más adelante se consiga poner en marcha proyectos de emprendimiento e innovación; También se evidencia que el grado de formación en temas de conocimientos y competencias para la creación de empresas no es suficiente especialmente en los docentes. Se debe generar más cátedras y charlas para todos los docentes de la institución, no sólo para programas específicos.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo, se utilizó la herramienta estadística cubos OLAP, mediante la cual se puede obtener una información más concreta, precisa y clara de los aspectos estudiados en este proyecto ya que mediante ésta herramienta se puede entender los comportamientos específicos de determinadas poblaciones y determinar la relación que se produce entre las variables estudiadas en la investigación, lo que me permitirá realmente identificar cuáles son las limitantes de la comunidad tomasina al momento de crear empresa.

5.1 Análisis de Cubos OLAP.

El procedimiento Cubos OLAP (siglas del inglés On-Line Analytic Processing, Procesamiento analítico interactivo) “calcula totales, medias y otros estadísticos para variables de resumen continuas”⁹⁰. Cubos OLAP sirve para sumar grandes cantidades de datos, a la vez que proporciona a los usuarios acceso mediante su búsqueda. De esta manera, los datos se pueden resumir o reorganizar según sea necesario, para procesar la variedad más amplia de preguntas al área de interés del usuario. Es decir, facilita crear, usar y analizar información de la población más relevante, con el fin de tomar decisiones acertadas, con respecto a las dificultades o problemáticas que se evidencien, por lo cual permite relacionar dos o más variables para obtener un resultado confiable.

5.1.1. Estudiantes con intención de emprender. En esta sección se analizó la intención de emprender de los estudiantes con respecto a: las principales dificultades que se pueden enfrentar al momento de emprender, los aspectos que son necesarios para generar cultura emprendedora, el control que perciben para realizar eficazmente una tarea y la formación recibida.

⁹⁰ Cubos gráficos OLAP. Universidad de Antioquia, Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.

Tabla 3. Intención de crear empresa - dificultades para emprender.

Cubos OLAP						
Crear una empresa: totalmente tengo intención						
Esforzarme: totalmente tengo intención						
Estoy decidido: totalmente tengo intención						
	Suma	N	Media	Desv. Típ.	% de la suma total	% del total de N
Capital	402	119	3,38	,983	32,2%	33,1%
Financiación	373	119	3,13	1,065	31,8%	33,1%
Falta de información	306	119	2,57	1,101	30,9%	33,1%
Falta de formación	336	119	2,82	1,162	32,4%	33,1%
Falta de orientación	334	119	2,81	1,076	32,3%	33,1%
Falta de experiencia	364	119	3,06	1,230	30,9%	33,1%
Plan de negocio	338	119	2,84	1,242	30,7%	33,1%
Incertidumbre	356	119	2,99	1,331	31,0%	33,1%
Miedo	323	119	2,71	1,415	31,4%	33,1%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En la tabla 3, se puede analizar que 119 estudiantes de 360 que totalmente tienen la intención de crear una empresa, están decididos y dispuestos a esforzarse por ser empresarios, resaltan que las principales dificultades para emprender son: la falta de capital representado con una media de (3,38), la dificultad para obtener financiación con una media de (3,13) y la falta de experiencia en el ámbito empresarial con una media de (3,06). De esto se puede concluir que los estudiantes tienen la intención de ser emprendedores pero falta más información acerca de los beneficios que hoy en día son ofrecidos para los Colombianos que quieren serlo, de las facilidades que ofrece, por ejemplo, fondo emprender del SENA, quienes brindan un capital que no debe ser devuelto para las mejores ideas de negocio del país.

De igual manera ven la falta de experiencia como un obstáculo para desempeñarse en el campo empresarial ya que consideran que no están suficientemente preparados para afrontar los riesgos o dificultades que se puedan presentar durante el desarrollo y crecimiento de la empresa.

Tabla 4. Intención de crear empresa - aspectos para generar cultura emprendedora.

Cubos OLAP						
Crear una empresa: totalmente tengo intención						
Esforzarme: totalmente tengo intención						
Estoy decidido: totalmente tengo intención						
	Suma	N	Media	Desv. Típ.	% de la suma total	% del total de N
Actualización	479	119	4,03	1,029	34,6%	33,1%
Divulgación	447	119	3,76	1,104	34,1%	33,1%
Entrenamiento	515	119	4,33	,814	33,9%	33,1%
Talleres	496	119	4,17	,914	33,1%	33,1%
Espíritu	525	119	4,41	,807	34,8%	33,1%
Educación	544	119	4,57	,696	34,7%	33,1%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En la tabla 4, con relación a los aspectos necesarios para generar cultura emprendedora, los estudiantes que están decididos y dispuestos a esforzarse por ser empresarios y crear una empresa representan el 33,1% de la población y consideran que la educación (4,57) es importante para desarrollar las actitudes emprendedoras, también resaltan la importancia de la formación o entrenamiento que la universidad pueda ofrecer para fortalecer el emprendimiento y la innovación. Por otra parte, consideran necesario que las instituciones educativas se enfoquen en desarrollar el espíritu emprendedor desde básica primaria, para así formar emprendedores exitosos con ambición de progresar y desarrollar al máximo la creatividad e innovación en las empresas.

Tabla 5. Intención de crear empresa – control percibido.

Cubos OLAP						
Esforzarme: totalmente tengo intención						
Crear una empresa: totalmente tengo intención						
Estoy decidido: totalmente tengo intención						
	Suma	N	Media	Desv . Típ.	% de la suma total	% del total de N
Idea de negocio	527	119	4,43	,632	36,8%	33,1%
Sostenibilidad	498	119	4,18	,802	36,5%	33,1%
Negociar	518	119	4,35	,766	36,3%	33,1%
Reconocer	524	119	4,40	,668	36,3%	33,1%
Relacionarme	517	119	4,34	,786	35,7%	33,1%
Funcionamiento	533	119	4,48	,636	36,6%	33,1%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En la tabla 5, se puede analizar que los estudiantes que están decididos a crear una empresa y a esforzarse para conseguirlo, destacan que el mayor grado de dificultad es lograr la sostenibilidad de la empresa (4,48), igualmente se les dificulta negociar y relacionarse con inversores y bancos (4,35). De lo cual se puede concluir que a los estudiantes les falta adquirir más conocimientos con respecto a la sostenibilidad económica del negocio, a largo y mediana plazo, para ello, es necesario que contemplen nuevos conceptos de riesgo y de oportunidad, asociados a los aspectos medioambientales, económicos y sociales. Por otra parte, se les dificulta relacionarse con personas o instituciones que le puedan brindar apoyo económico y empresarial, siendo esto una parte fundamental para conseguir la rentabilidad del negocio y la viabilidad de la empresa.

Tabla 6. Intención de crear empresa – Formación recibida.

Cubos OLAP						
Crear una empresa: totalmente tengo intención						
Esforzarme: totalmente tengo intención						
Estoy decidido: totalmente tengo intención						
	Suma	N	Media	Desv. Típ.	% de la suma total	% del total de N
Poner en marcha	383	119	3,22	1,309	33,5%	33,1%
Entender	397	119	3,34	1,230	33,9%	33,1%
Iniciar	419	119	3,52	1,320	35,1%	33,1%
Intereses	413	119	3,47	1,407	34,6%	33,1%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

De la tabla 6, se puede analizar que los estudiantes tomasinos que están decididos a crear una empresa y a esforzarse, consideran que la educación que han recibido en la Universidad los ayudará a iniciar un negocio en el futuro y a tener un mayor interés por ser empresarios. De lo cual se analiza que la educación es esencial para formar espíritu emprendedor, mentalidad y cultura en la comunidad Tomasina.

5.1.2. Estudiantes con familiar empresario que quiere crear empresa.

En esta sección se analizó la influencia que presentan los familiares empresarios en la intención de emprender de los estudiantes.

Tabla 7. Estudiantes con familiar empresario.

Cubos OLAP						
Familiar: si						
	Suma	N	Media	Desv. Típ.	% de la suma total	% del total de N
Crear una empresa	1042	242	4,31	,828	68,6%	67,2%
Esforzarme	1035	242	4,28	,856	67,9%	67,2%
Estoy decidido	1024	242	4,23	,927	68,4%	67,2%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En la tabla 7 se puede analizar que los estudiantes que cuentan con familiares empresarios están influenciados positivamente por querer emprender, presentado una media de (4,31) con respecto a la intención de crear una empresa, con una media de (4,28) están dispuestos a esforzarse por ser empresario y (4,23) están decididos a ser emprendedores.

Tabla 8. Estudiante que no tienen familiar empresario.

Cubos OLAP						
Familiar: no						
	Suma	N	Media	Desv. típ.	% de la suma total	% del total de N
Crear una empresa	476	118	4,03	,905	31,4%	32,8%
Esforzarme	489	118	4,14	,787	32,1%	32,8%
Estoy decidido	473	118	4,01	,947	31,6%	32,8%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En la tabla 8 se puede analizar que para ser emprendedores lo más importante es esforzarse para conseguirlo (4,14), tener la intención de emprender (4,03) y estar decididos a crear la empresa (4,01), sin importar que no estén rodeados de familiares empresarios. En conclusión se evidencia que tener familiares empresarios no es un factor que determine la intención de emprender.

5.1.3. Estudiantes con intención de emprender según la formación.

Tabla 9. Estudiantes con intención de emprender que han terminado la secundaria.

Cubos OLAP						
Formación: Secundaria						
	Suma	N	Media	Desv. típ.	% de la suma total	% del total de N
Crear una empresa	1324	314	4,22	,845	87,2%	87,2%
Esforzarme	1326	314	4,22	,831	87,0%	87,2%
Estoy decidido	1313	314	4,18	,902	87,7%	87,2%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En la tabla 9 se analiza a los estudiantes cuyo nivel máximo de formación alcanzada es la secundaria, representan el 87,2% de los encuestados y resaltan que la intención de emprender más importante es esforzarse para conseguir serlo (4,22).

Tabla 10. Estudiantes con intención de emprender que tienen otros estudios.

Cubos OLAP						
Formación: otros						
	Suma	N	Media	Desv. típ.	% de la suma total	% del total de N
Crear una empresa	194	46	4,22	,987	12,8%	12,8%
Esforzarme	198	46	4,30	,866	13,0%	12,8%
Estoy decidido	184	46	4,00	1,155	12,3%	12,8%

Fuente: Elaborado por autores del proyecto.

En la tabla 10 se analiza a los estudiantes que tienen otros estudios como: técnicos y tecnológicos, en donde destacan que la intención más relevante para crear una empresa es esforzarse lo que sea necesario por conseguir ser emprendedor (4,30). En conclusión, se puede evidenciar que el nivel máximo de formación alcanza no contribuye de manera significativa en la intención de emprender de los estudiantes.

6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Teniendo en cuenta las opiniones de los estudiantes, docentes y administrativos tomasinos a quienes les fue aplicado el instrumento de medición de esta investigación, se puede demostrar que a la universidad le falta reforzar en cuanto al tema de emprendimiento. En otras palabras, se nota la necesidad que tienen principalmente los estudiantes y la misma institución de incluir el emprendimiento como algo inherente al pensum de algunos programas académicos, pues es importante que se inculque en los alumnos desde el inicio de la carrera con el fin de despertar la mentalidad emprendedora e innovadora.

La universidad Santo Tomás Bucaramanga, presenta múltiples problemas o falencias que han sido identificados por medio de la herramienta de medición, entre las que se destacan:

- ✓ El desconocimiento por parte de los estudiantes, docentes y administrativos acerca de cómo redactar un plan y modelo de negocio (7.2.2.2). Los miembros de la comunidad tomasina manifiestan limitantes para materializar su idea y convertirla en un plan o modelo de negocio de gran impacto.
- ✓ La falta de fomento hacia el emprendimiento e innovación por parte de la institución. (7.2.2.5). Los estudiantes manifiestan un número limitado de actividades de sensibilización y promoción de cultura de emprendimiento.
- ✓ La financiación y falta de capital para crear una empresa (7.2.2.3). Los miembros de la comunidad tomasina expresan que la mayor dificultad a la hora de crear una empresa, es contar con el capital necesario para iniciar su proyecto empresarial. Existen pocas opciones de financiación y las entidades bancarias exigen un gran número de requisitos que muchas veces un emprendedor no cumple.
- ✓ Falta de incentivos para que los docentes se interesen más por conocer a fondo temas de emprendimiento e innovación que puedan ser transmitidos a los estudiantes en sus clases. (7.2.2.3)
- ✓ La comunidad educativa manifiesta miedo al enfrentarse a nuevos retos y poco conocimiento de experiencias emprendedoras que los motiven a ser empresarios a futuro. (7.2.2.5). Estudiantes, docentes y administrativos, concuerdan en la importancia de compartir experiencias emprendedoras exitosas y de fracaso para la motivación y enseñanza de lecciones aprendidas por parte de empresarios que tienen un recorrido importante en un determinado sector.
- ✓ El poco conocimiento de la función, ubicación y los diferentes programas que ofrece el Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial CEDE, lugar en el que la comunidad tomasina puede acercarse a recibir apoyo y seguimiento en su proceso de realización del proyecto. (7.2.2.3).

También dentro del estudio se identificó que los estudiantes, quienes representan el mayor porcentaje de la población universitaria, son los más interesados en emprender y en querer generar empleo a futuro. Igualmente piensan que se les debe reforzar acerca de la importancia de ser líderes, de formar personas con mentalidad emprendedora, con la mentalidad de arriesgarse a crear proyectos de emprendimiento y sobretodo confianza para no desistir.

El programa de Ingeniería Industrial busca darles a sus estudiantes las herramientas necesarias para que se formen como ingenieros integrales y sensibles de la realidad. Busca también que por medio del conocimiento los estudiantes desarrollen sus habilidades y competencias al máximo con el fin de impulsarlos hacia la creación de proyectos viables, innovadores y bien planeados; sin embargo, se hace necesario incluir esto en todos los programas de la institución.

7. ESTRATEGIAS

A continuación, se describen las estrategias relacionadas con las debilidades y problemáticas encontradas en el análisis de resultados, con el fin de darle una solución y reforzar el perfil del emprendedor Tomasino, igualmente se busca el mejoramiento de la comunidad en temas emprendimiento e innovación.

1. Realizar una muestra empresarial cada semestre, organizada por el Centro de emprendimiento de la Universidad, con los proyectos de negocios que desarrollan los estudiantes, organizada por los docentes; En esta muestra empresarial toda la comunidad tomasina puede conocer las diferentes ideas innovadoras, así como la función y los diferentes programas del CEDE. (7.2.2.2).
2. De acuerdo a la naturaleza del proyecto promover conferencias, foros y seminarios de entidades que brinden apoyo financiero y empresarial a los emprendedores, tales como: Fondo emprender del Sena, destapa futuro, iNNpulsa, Ventures, incubadoras de empresas de base tecnológica, programa de emprendimiento de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, entre otros. Resolviendo limitantes relacionadas con el apoyo financiero (7.2.2.3) y el ecosistema de apoyo empresarial.
3. Capacitar a los estudiantes en relacionamiento con inversionistas, en formas de capitalización y en valoración de emprendimiento en etapa temprana, que les permita tener acceso a fuentes alternativas de financiación. Resolviendo la limitante de negociación y financiación (7.2.2.3).
4. Formar y capacitar a los administrativos y docentes de la USTA en emprendimiento, con el propósito de transmitir conocimientos, técnicas actualizadas para el diseño y creación de un plan o modelo de negocio. Realizar diplomados de emprendimiento obligatorios para los docentes enfocados en incrementar la creatividad, resaltar la importancia que tiene la cultura emprendedora, ayudar a iniciar y poner en marcha proyectos de negocio con el fin de transmitir lo aprendido a los estudiantes en las asignaturas resolviendo la limitante de intención emprendedora (7.2.2.3).
5. Exponer cada año los casos de emprendimiento exitosos y fallidos que se hayan generado en las diferentes áreas y personas de la comunidad universitaria, para generar una red de intercambio de experiencias que permitan adquirir y fortalecer conocimientos en emprendimiento resolviendo el miedo a enfrentarse a nuevos retos y el fortalecimiento de experiencias que motiven a ser empresarios a futuro (7.2.2.5).

6. Disponer de incentivos como: reconocimientos públicos, capacitaciones, intercambios, para motivar y recompensar a los docentes universitarios que ayuden a los estudiantes interesados en las capacidades emprendedoras y la creación de nuevas empresas basadas en el conocimiento. Igualmente para los administrativos que implementen el emprendimiento dentro de la misma Universidad (intraemprendedor) resolviendo la limitante de educación para iniciar proyectos de emprendimiento (7.2.2.3).
7. Crear clubes empresariales de acuerdo a cada división de la universidad, los cuales serían: Club empresarial división de ciencias de la salud, club empresarial división de ingenierías y arquitectura, club empresarial división de ciencias económicas y administrativas y club empresarial división de ciencias jurídicas y políticas. Asimismo, cada club seleccionará con ayuda del decano de cada división un representante y tres estudiantes de segundo semestre en adelante con ideas emprendedoras, para la realización de eventos de mentalidad y cultura enfocados a fomentar el espíritu emprendedor resolviendo la limitante de cultura emprendedora (7.2.2.5).
8. Generar estudios posteriores que permitan comparar el nivel de emprendimiento dentro de la misma institución en diferentes periodos, tomando el actual como línea de base. Se recomienda también que en estos estudios se realice una comparación con otras instituciones para que en conjunto se logren analizar las estrategias ejecutadas y así determinar, sí efectivamente se han logrado avances en el mejoramiento del clima de emprendimiento en la comunidad tomasina de la Universidad Santo Tomás.

8. INDICADORES

De acuerdo con las estrategias planteadas para fomentar el espíritu emprendedor tomasino, a continuación se presentan los indicadores formulados con el fin de medir a futuro el impacto del nivel de la actividad emprendedora en la Universidad Santo Tomás Bucaramanga.

Tabla 11. Tabla de indicadores.

Estrategia	Indicador	Numeral	Meta	Objetivo	Actividades	Responsable	Frecuencia
1	• (Número de muestras empresariales/ semestre)	7.2.2.3	1 Feria	Realizar una feria empresarial para dar a conocer las ideas de emprendimiento del CEDE.	1. Seleccionar las mejores ideas de negocio. 2. Organizar la logística del evento. 3. Realizar un seguimiento a la evolución de las ideas.	CEDE	Semestral
2	• (Número de proyectos financiados mediante convocatorias de emprendimiento / semestre)	7.2.2.3	2 proyectos	Obtener financiación para ideas de negocio.	1. Realizar socialización de programas de financiación. 2. Inscribir proyectos a convocatorias 3. Hacer seguimiento a los proyectos.	CEDE	Anual
3	• (Número de capacitaciones realizadas a los estudiantes / semestre)	7.2.2.3	2 capacitaciones	Capacitar a los estudiantes para el relacionamiento con inversores.	1. Organizar la capacitación de emprendimiento en etapas temprana. 2. Asesorar sobre las fuentes de financiación.	CEDE	Anual

4	<ul style="list-style-type: none"> (Número de docentes capacitados / Número total de docentes) 	7.2.2.3	5% de los docentes	Incrementar la cultura emprendedora a través de las capacitaciones a docentes y administrativos.	1. Organizar la capacitación a los docentes y administrativos.	CEDE	Anual
	<ul style="list-style-type: none"> (Número de administrativos capacitados / Número total de administrativos) 		5 % de los administrativos				
5	<ul style="list-style-type: none"> (Número de eventos para la difusión de casos exitosos y fallidos /semestre) 	7.2.2.5	2 eventos	Promover en la comunidad educativa los casos exitosos y fallidos de los emprendedores.	1. Organizar la conferencia para exponer los casos. 2. Generar una red de intercambio de experiencias.	CEDE	Anual
6	<ul style="list-style-type: none"> (Número de proyectos financiados mediante convocatorias de emprendimiento /semestre). 	7.2.2.3	2 proyectos	Incentivar a los docentes y administrativos a iniciar o asesorar proyectos de emprendimiento	1. Incentivar a los docentes a que asesoren planes de negocio a estudiantes.	CEDE	Anual

	<ul style="list-style-type: none"> (Número de spin-off creada por docentes y administrativos / semestre) 	7.2.2.3	2 spin off	Incentivar a los docentes y administrativos a iniciar o asesorar proyectos de emprendimiento.	1. Incentivar a los docentes y administrativos para que desarrollen spin off en la universidad	CEDE	Anual
7	<ul style="list-style-type: none"> (Número de conferencias, foros y seminarios de mentalidad y cultura / semestre) 	7.2.2.5	2 eventos realizados	Realizar eventos de mentalidad y cultura que motiven a los emprendedores a crear empresa.	<ol style="list-style-type: none"> Invitar a las diferentes instituciones que apoyan a los emprendedores. Organizar la conferencia, foro y seminario. Promover la actividad en la comunidad educativa. 	CEDE	Anual
8	<ul style="list-style-type: none"> (Estudios realizados / Estudios planeados) 		1 estudio	Comparar el nivel de emprendimiento de la Universidad Santo Tomás en diferentes periodos.	<ol style="list-style-type: none"> Realizar un estudio que permita comparar el nivel de emprendimiento en la Universidad. Comparar el estudio con otras instituciones. 	CEDE	Anual

Fuente: Elaborado por autores del proyecto

9. CONCLUSIONES

- ✓ Actualmente la comunidad universitaria debe preocuparse por mejorar la cultura de emprendimiento, mediante la realización de foros y actividades de sensibilización que motiven en los estudiantes la mentalidad y cultura del emprendimiento. Asimismo, diseñar nuevos programas de emprendimiento y mejorar programas actuales enfocados a obtener estudiantes mejor formados y motivados por la oportunidad para desarrollar estrategias de innovación que estén acorde con la situación local y del País.
- ✓ Dentro de otros aspectos que condicionan el emprendimiento en la Universidad Santo Tomás, se encuentra la asistencia financiera. Es importante recordar que en las diferentes etapas de la empresa que se crea (gestación, inicio, crecimiento y consolidación), se requieren diferentes mecanismos de apoyo financiero y que tales mecanismos pueden ser adoptados por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.
- ✓ Es muy importante que la institución conozca más a fondo el perfil del emprendedor Tomasino, sus actitudes, aspiraciones y actividades, a fin de apoyar de la mejor manera a su formación, desarrollo y desempeño en el proceso empresarial, necesario para el logro de un crecimiento económico sostenible.
- ✓ Los futuros y actuales emprendedores Tomasinos conocen que en la actualidad los recursos como el dinero, las ideas y las tecnologías son herramientas necesarias al momento de pensar en crear empresa o ser empresario. Esto debe ser asumido de gran manera para afrontar el proceso y no desfallecer por miedo al futuro o por no tener los conocimientos debidos.
- ✓ Lo que plantea el estudio GEM, deja verificar la importancia de establecer condiciones para el desarrollo de competencias así como la importancia de reforzar la actividad emprendedora, en los aspectos de la creación y en la gestión de nuevas entidades productivas. También que es un aspecto importante en el desarrollo, en el que deben participar no solamente las instituciones gubernamentales, sino también las no gubernamentales, de tal manera que esto ayuda a tener una visión más clara para determinar los aspectos a estudiar en la comunidad tomasina.
- ✓ Existe en Colombia un gran número de políticas y programas que buscan facilitar el desarrollo de nuevas ideas de negocio por medio de herramientas de financiación. Es importante que los miembros de la comunidad tomasina conozcan estas estrategias que pueden promover la generación y fortalecimiento de nuevos proyectos empresariales.

- ✓ En la recolección de la información de estudiantes, docentes y administrativos, surgió la necesidad de cambiar ciertos parámetros del instrumento de medición debido a que la comunidad no mostraba interés por responderla, por lo cual fue necesario reducir la cantidad de ítems y hacerla más puntual con las principales características que fuesen esenciales para determinar el perfil del emprendedor Tomasino.

10. RECOMENDACIONES

- ✓ Es necesario desarrollar programas de formación, para el emprendimiento de manera que se pueda tener en el mediano y largo plazo, para la universidad, personas con nuevas iniciativas empresariales mejor formadas; por ende con emprendimientos motivados por la oportunidad, desarrollando una estrategia de innovación más acorde con la situación de la región.
- ✓ Por otra parte debe impulsarse el emprendimiento femenino como un factor de desarrollo nacional. En este caso, en la institución, las mujeres presentan tasas de actividad emprendedora mayor a la de los hombres, por lo que sería bueno potencializar el emprendimiento por género.
- ✓ De igual forma, debe darse un cambio y nuevo impulso a las políticas de apoyo a los jóvenes emprendedores para fortalecer las capacidades y habilidades de emprendimiento, dado que si bien son los que más actividad emprendedora están reportando, es necesario fortalecerlos frente a la carencia de experiencia laboral y empresarial e impulsar su desarrollo, con facilidades de acceso a financiación, capacitación, formación y acompañamiento.
- ✓ Es importante el desarrollo de posibilidades de asesoría y consultoría, asesorías en donde estos puedan ir a recibir apoyo sobre todos los temas referentes a la creación de una empresa (jurídico, financiero, tributario, mercadeo, laboral, comercial entre otros, así como la conformación y estructuración de clubes, ya que éstos aportan apoyos, no sólo limitados a la esfera familiar y de amigos, sino generar estrategias de innovación, como la relación y el conocimiento de otros expertos que le permitan al emprendedor tomarlo, aprender de la experiencia de otros, sin que las opiniones económicas lo afecten. Dichas asesorías podrían ser brindadas en el CEDE, y así, toda la comunidad podría tener más conocimiento de este.
- ✓ El espíritu emprendedor se debe inculcar en los estudiantes desde el primer semestre del programa ya que estos deben ser formados con una mentalidad hacia emprender y a ser capaces de generar ideas de negocios innovadoras. Por esta razón se hace importante fortalecer el pensum de los programas de la institución, incluyendo materias afines con la creación de empresas desde semestres anteriores y no en los últimos semestres, para que de esta manera los estudiantes empiecen a desenvolverse en este tema y puedan ir pensando en la realización de un modelo de negocio y no con la idea de ser empleados.
- ✓ Promover las prácticas empresariales, lo cual permitirá a los estudiantes aplicar las herramientas aprendidas en un entorno real, teniendo contacto vivencial con

empresarios experimentados y de esta forma conocer más a fondo como es el manejo de las diferentes áreas en el mundo empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

Artículo revista DINERO. Colombia cuanta con alta actividad emprendedora. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impres/emprendedores/articulo/colombia-cuanta-alta-actividad-emprendedora/82152>. [Citado 15 de marzo de 2015]

BOGOTÁ EMPRENDE, Soluciones efectivas para crear y consolidar empresa. Disponible en: <http://www.bogotaemprende.com/portal/default.aspx>

CÁMARA DE COMERCIO. Observatorio del Emprendimiento de Bogotá. Edición No. 1. Septiembre de 2007.

Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial (CEDE). 2013. Disponible en: <http://www.ustabuca.edu.co/gpresenzia/vista/tpl/ustabmanga/ingenieria-industrial.html>. [Citado 15 de marzo de 2015]

Colombia cuanta con alta actividad emprendedora. 2009. Disponible en: <http://www.dinero.com/edicion-impres/emprendedores/articulo/colombia-cuanta-alta-actividad-emprendedora/82152>

Colombia, un país para emprendedores. 2013. Disponible en: <http://www.dinero.com/empresas/articulo/colombia-pais-para-emprendedores/168583>

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE CIENCIA Y DESARROLLO UNICIENCIA. Factores de competitividad aplicables en una IES. Estudio de caso Uniciencia extensión Bucaramanga. 2012. Disponible en: <http://201.221.128.62:3000/Pagina/images/stories/investigacion/TrabajoDefCompetitividad.pdf> >. [Citado 7 de Marzo de 2015]

Decreto 210 de 2003. Departamento administrativo de la función pública.

Definición de Factores. Disponible en: <http://www.definicionabc.com/general/factores.php>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Disponible en: www.dane.gov.co

Dinámica empresarial colombiana. 2013. P. 93.

Ecosistema del Emprendimiento en Colombia. 2013. Disponible en: <http://mprende.co/opini%C3%B3n-y-foros/ecosistema-del-emprendimiento-en-colombia>

El clima de emprendimiento, un determinante clave en la intención emprendedora de los estudiantes de escuelas de Negocio. Disponible en: http://upacifico.edu.ec/cladea_2009/PDF1/upac01_submission_451.pdf > [Citado 14 de Marzo de 2015].

Emprendimiento e innovación en Colombia. Disponible en: <http://www.cenired.org.co/files/memorias2/3/rafael.pdf>

Emprendimiento, desafío para América Latina. Disponible en: dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?idArt=40749 2003.

Estado del arte sobre emprendimiento universitario. Disponible en: www.mincit.gov.co/minindustria/descargar.php?id=71364

Factores de competitividad aplicables en una IES. Disponible en: <http://201.221.128.62:3000/Pagina/images/stories/investigacion/TrabajoDefCompetitividad.pdf>

GARTEIZ, José María. Generación de estrategias. 2009. Disponible en: <http://www.mycoach.es/2009/03/16/generacion-de-estrategias/>

GEM COLOMBIA 2006 GEM COLOMBIA 2006. Disponible en: www.icesi.edu.co/agenciadeprensa/contenido/pdfs/GEM%20COLOMBIA%2020061.pdf

GEM COLOMBIA. 2006. Reporte de Resultados. Global Entrepreneurship Monitor. Disponible en: www.gemcolombia.org.

GIRALDO, Adriana; BEDOYA, Giovanni y VARGAS, Carlos. Principales limitaciones del empresario que afectan el desarrollo económico y social del país. Revista EAN N° 66. Agosto de 2009 p 99-112. Disponible en: <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewFile/476/462> > [Citado 14 de Marzo de 2015].

GIRALDO, BEDOYA & VARGAS. Principales limitaciones del empresario que afectan el desarrollo económico y social del país.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Actividad Emprendedora en Chile y el mundo. 2012. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2788>

Global Entrepreneurship Monitor Colombia. Proceso de investigación. Disponible en: <http://gemcolombia.org/proceso-de-investigacion/> . [Citado 15 de Febrero de 2015]

Global Entrepreneurship Monitor. Reporte GEM. Cali 2010- 2011. Disponible en: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2419>

GRUNDMANN, GESA y STAHL. Como la sal en la sopa: conceptos, métodos y técnicas para profesionalizar el trabajo en las organizaciones de desarrollo. Ecuador. ABYA-YALA, 2003. p.17. [Citado 11 de marzo de 2015].

GUEVARA GARZÓN, Rubiel. Iniciativa empresarial e innovación empresarial Disponible en: http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102029/INICIATIVA_EMPRESARIAL.pdf. P.8. [Citado 15 de marzo de 2015]

HERNÁNDEZ, René y CEPAL. Elementos de competitividad sistémica de las pequeñas y medianas empresas (PYME) del Istmo Centroamericano. Disponible en : <http://archivo.cepal.org/pdfs/2001/S0111978.pdf>. [Citado 7 de Marzo de 2015]

Impulso a la inversión para empresas en etapa temprana, Enviado por Nota de prensa del Miércoles, 03/04/2015 Disponible en: <http://mprende.co/opini%C3%B3n-y-foros/ecosistema-del-emprendimiento-en-colombia>. [Citado 11 de marzo de 2015]

La cultura como factor de innovación económica y social. Disponible en : http://www.uv.es/soste/pdfs/Sostenuto_Volume1_CAST.pdf. [Citado 28 de Marzo de 2015].

La situación de enseñanza y aprendizaje como sistema de actividad: el alumno, el espacio de interacción y el profesor Uruguay. p. 1. Disponible en: <http://www.rieoei.org/deloslectores/1306Vargas.pdf>. [Citado 15 de marzo de 2015].

Ley 1014 de 2006. De Fomento a la Cultura del Emprendimiento. Art. 1. Ley 1014 de 2006. Disponible en: <http://www.secretariasenado.gov.co/leyes/L1014006.HTM>

Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación. 1997. Qué es innovar.

MEDINA, Edgar. Cinco consejos de emprendedores para nuevos empresarios. 4 de diciembre de 2014. Disponible en: <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/consejos-de-emprendedores-para-nuevos-empresarios/14917516>. [Citado 15 de marzo de 2015].

Mejoramiento. Disponible en : <http://www.oxforddictionaries.com/es/definicion/espanol/mejoramiento>.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades –ASCUN. Estado del arte sobre emprendimiento universitario. Bogotá. 2014. Disponible en:

www.mincit.gov.co/minindustria/descargar.php?id=71364. [Citado 15 de febrero de 2015]

MORALES, Parragué El clima de emprendimiento, un determinante clave en la intención emprendedora de los estudiantes de escuelas de Negocio.

MULET MELIÁ, Juan. La innovación, concepto e importancia económica. Presidente general de la fundación COTEC. Disponible en: http://www.elfinancierocr.com/gerencia/biblioteca/Presentacion-Mulet-Congreso-Economia-Navarra_ELFFIL20140425_0007.pdf. P. 21. [Citado 11 de marzo de 2015].

Observatorio del Emprendimiento de Bogotá. Cámara de Comercio. Edición No. 1 Septiembre de 2007. [Citado 28 de febrero de 2015].

OCDE y Eurostat. Manual de Oslo, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre la innovación. Año 2005. 3ª Edición. Disponible en: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECD OsloManual05_spa.pdf. [Citado 28 de Marzo de 2015].

Oportunidades de negocio. Disponible en: <http://www.bogotaemprende.com/portal/default.aspx>.> [Citado 15 de marzo de 2015].

PORTER, Michael. ¿Qué es la competitividad? Disponible en: <http://www.ieseinsight.com/doc.aspx?id=438&idioma=1>

POSADA ESCOBAR, Jorge Jairo. Notas sobre comunidad educativa. Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/1513/7/06CAPI05.pdf>. [Citado 7 de Marzo de 2015]

QUINTERO BONILLA, Alexander. El emprendimiento empresarial una mirada desde la historia para conocer su origen y evolución. Edit. Universidad Surcolombiana, Grupo de investigación pymes. 2005. [Citado 28 de febrero de 2015]

Red Nacional y Redes Regionales. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=16237>. [Citado 21 de mayo de 2015]

Reporte GEM. Cali 2010- 2011.

Reporte Nacional 2012. La situación del emprendimiento en Costa Rica. Una perspectiva local sobre emprendimientos, retos y crecimiento en Costa Rica. Disponible en: <http://www.parquetec.org/images/biblioteca/gem2012.pdf>.

Revista DINERO. Emprendimiento, desafío para América Latina. Artículo 40749, 2003. [Citado 20 de febrero de 2015].

ROJAS, Patricia y SEPÚLVEDA, Sergio. ¿Qué es la competitividad? IICA. 1999. Disponible en: <http://www.iica.int/Esp/Programas/Territorios/Publicaciones%20Desarrollo%20Rural/CUADERNO%20TECNICO%209.pdf>. [Citado 7 de Marzo de 2015]

ROMERO GUTIÉRREZ, Juan Carlos. Mercadeo y emprendimiento. El mercadeo como pilar del emprendimiento. Disponible en: <http://www.elpais.com.co/elpais/blogs/viga-en-ojo-ajeno/mercadeo-y-emprendimiento>

SCHUMPETER. Josep A. La cultura como factor de innovación económica y social. Universidad Autónoma de occidente. Políticas de Apoyo al Emprendimiento en Colombia. Disponible en: <http://sev.cuao.edu.co/mipymes/politicas.htm>

Universidad Santo Tomás Bucaramanga. Disponible en: <http://www.ustabuca.edu.co/gpresencia/vista/tpl/ustabmanga/ingenieria-industrial.html>. [Citado 20 de febrero de 2015]

URBANO, Davis; ROJAS, Álvaro y DÍAZ, Juan Carlos. ¿Hacia dónde va la investigación en el proyecto GEM? 2008. Disponible en: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/127955877300.pdf>.

VARELA, Rodrigo. Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas. Prentice Hall, 2001 [Citado 20 de febrero de 2015].

VESGA, Rafael. Emprendimiento e innovación en Colombia ¿Qué nos está haciendo falta? Disponible en: <http://www.cenired.org.co/files/memorias2/3/rafael.pdf> >. [Citado 14 de Marzo de 2015].

ANEXO

Anexo A

Formulario medición - factores de emprendimiento e innovación Universidad Santo Tomás Bucaramanga.

1. Entidad donde se desempeña

2. Cargo

3. Nombre completo

4. e-mail

5. Actitud emprendedora

0 1 2 3 4 5 6 7

6. Actividad emprendedora

0 1 2 3 4 5 6 7

7. Aspiraciones de los emprendedores

0 1 2 3 4 5 6 7

8. Apertura de una empresa

0 1 2 3 4 5 6 7

9. Manejo de permisos de construcción

0 1 2 3 4 5 6 7

10. Obtención de electricidad

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

11. Registro de propiedades

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

12. Obtención de crédito

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

13. Protección de inversionistas minoritarios

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

14. Pago de impuestos

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

15. Comercio transfronterizo

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

16. Cumplimiento de contratos

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

17. Resolución de la insolvencia

0 1 2 3 4 5 6 7

○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

18. Formación del emprendedor

0 1 2 3 4 5 6 7

19. Promoción del valor del emprendimiento e innova

0 1 2 3 4 5 6 7

20. Desarrollo de un ecosistema de apoyo

0 1 2 3 4 5 6 7

21. Educación

0 1 2 3 4 5 6 7

22. Gobierno

0 1 2 3 4 5 6 7

23. Infraestructura física

0 1 2 3 4 5 6 7

24. Redes de emprendedores

0 1 2 3 4 5 6 7

25. Capital humano

0 1 2 3 4 5 6 7

26. Capital financiero

0 1 2 3 4 5 6 7

Anexo B

Resultados del formulario.

Priorización	Factores	Expertos										TOTAL	%
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Actitud emprendedora	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70	100%
2	Promoción del valor del emprendimiento e innovación	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	66	94,3 %
3	Aspiraciones de los emprendedores	7	6	6	7	6	5	7	7	7	7	65	92.9 %
4	Desarrollo de un ecosistema de apoyo	7	6	6	5	6	7	7	7	6	7	64	91.4 %
5	Educación	7	6	7	4	7	7	7	6	4	7	62	88.6 %
6	Capital humano	7	6	7	4	5	7	7	6	6	7	62	88.6 %
7	Formación del emprendedor	4	7	6	4	7	7	7	6	5	7	60	85.7 %
8	Cumplimiento de contratos	4	7	6	3	7	7	7	5	7	5	58	82.8 %
9	Actividad emprendedora	6	7	5	3	5	7	6	7	4	7	57	81.4 %
10	Gobierno	6	4	6	5	5	5	7	5	4	7	54	77.1 %
11	Redes de emprendedores	7	6	5	5	4	7	6	6	0	7	53	75.7 %
12	Registro de propiedades	6	7	6	5	5	3	7	3	3	7	52	74.3 %
13	Infraestructura física	4	7	5	5	6	3	3	5	3	7	48	68.6 %
14	Capital financiero	3	6	5	5	3	5	3	6	4	7	47	67.1 %
15	Apertura de una empresa	7	6	4	3	3	3	7	3	3	7	46	65.7 %
16	Pago de impuestos	4	7	4	3	3	2	6	5	5	7	46	65.7 %
17	Obtención de crédito	5	4	5	5	3	5	3	4	4	7	45	64.3 %
18	Comercio transfronterizo	4	5	4	3	5	6	7	3	3	5	45	64.3 %
19	Resolución de la insolvencia	4	5	4	3	4	7	3	1	5	7	43	61.4 %
20	Obtención de electricidad	4	6	4	3	2	3	6	2	4	7	41	58.6 %
21	Manejo de permisos de construcción	4	4	4	3	2	3	6	3	3	7	39	55.7 %

22	Protección inversionistas minoritarios	de	4	6	5	3	3	3	0	3	5	7	39	55.7 %
----	--	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	-----------

Fuente: Elaborado por autores del proyecto

Anexo C



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

B U C A R A M A N G A

Encuesta No. _____

NOMBRES Y APELLIDOS: _____ FACULTAD: _____ SEMESTRE: _____
 GENERO: _____ EDAD: _____ ESTRATO: _____ DOCENTE _____ ADMINISTRATIVO _____ ESTUDIANTE _____

Estudiantes de Octavo Semestre la Facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Santo Tomás, están realizando un análisis para determinar el perfil emprendedor tomasino, por lo que le pedimos muy amablemente su colaboración contestando las siguientes preguntas de la encuesta.

1. Si usted tiene la intención de crear su propia empresa, lo haría principalmente por:

1.1. Por oportunidad _____	1.3. Otros motivos _____ ¿Cuáles? _____
1.2. Por necesidad _____	1.4. No tengo intención de crear empresa _____

2. ¿Tiene algún miembro cercano de su familia que sea o haya sido empresario o tenga un negocio propio (padre, madre, hermanos/as, abuelos/as)?
(Única respuesta)
 - 2.1. No _____
 - 2.2. Sí _____ *En caso afirmativo, ¿Cuál?* _____

3. ¿Cuál es el nivel máximo de formación alcanzado por Usted?

3.1. Primaria _____	3.3. Postgrado _____
3.2. Secundaria _____	3.4. Otro_ ¿Cuál? _____

4. Por favor, organice en orden jerárquico lo que Usted considera esencial para la formación de un emprendedor. (considere el 1 como más importante y 8 como menos importante)

A) Conocimientos _____	D) Liderazgo _____	G) Trabajo en equipo _____
B) Habilidades _____	E) Autoconfianza _____	H) No temer al fracaso _____
C) Destrezas _____	F) Exploración _____	

5. Crear una nueva empresa (ser emprendedor/a) para Usted supondría:

Factores	Nada probable (1)	Poco probable (2)	Moderadamente probable (3)	Probable (4)	Totalmente probable (5)
5.1	Enfrentarme a nuevos retos				
5.2	Crear empleo para otras personas.				
5.3	Ser creativo/a e innovar.				
5.4	Tener altos ingresos económicos.				
5.5	Asumir riesgos calculados.				
5.6	Ser mi propio/a jefe/a (independencia).				
5.7	Hacer realidad algunos de mis sueños.				

6. Si decidiera crear mi propia empresa, las principales dificultades que me encontraría serían las siguientes:

Factores	Nada de acuerdo (1)	Poco de acuerdo (2)	Moderadamente de acuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
6.1	Falta de capital				
6.2	Dificultad para obtener financiación				
6.3	Falta de información sobre emprendimiento				
6.4	Falta de formación empresarial				
6.5	Falta de orientación y apoyo				
6.6	Falta de experiencia en el ámbito empresarial				
6.7	No saber cómo redactar un plan de negocio				
6.8	Incertidumbre sobre el futuro				
6.9	Miedo al fracaso				

7. Por favor, indique cuáles aspectos considera Usted que son necesarios para generar cultura emprendedora.

Factores		Nada de acuerdo (1)	Poco de acuerdo (2)	Moderadamente de acuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
7.1	Actualización de las cátedras de emprendimiento					
7.2	Divulgación masiva de historias de emprendedores exitosos					
7.3	Formación o entrenamiento para el emprendimiento					
7.4	Fomento de talleres de entrenamiento para el emprendimiento					
7.5	Desarrollar espíritu emprendedor desde básica primaria					
7.6	Educación para desarrollar actitudes emprendedoras					

8. ¿Conoce usted cuáles son las instituciones que apoyan a los emprendedores? Por favor, señale le sean conocidas.

- 8.1. Fondo emprender del Sena
 8.2. Incubadoras de empresas de base tecnológica ____
 8.3. Universidades / Centros de emprendimiento ____
 8.4. Cámara de Comercio ____
 8.5. Fdo regional de garantías ____
 8.6. Destapa futuro ____
 8.7. Concurso Ventures ____

9. Por favor, señale su grado de intención respecto a las siguientes afirmaciones: (en caso de ser emprendedor, considere la pregunta como si todavía no lo fuera).

Factores		No tengo intención (1)	Tengo poca intención (2)	Tengo una intención moderada (3)	Tengo intención (4)	Totalmente tengo intención (5)
9.1	Es muy probable que llegue a crear una empresa algún día.					
9.2	Estoy dispuesto(a) a esforzarme lo que sea necesario para ser empresario/a					
9.3	Tengo serias dudas sobre si alguna vez llegaré a crear una Empresa					
9.4	Estoy decidido(a) a crear una empresa en el futuro					
9.5	Mi objetivo profesional es ser empleado(a)					

10. Por favor, indique hasta qué punto sería Usted capaz de realizar eficazmente las siguientes tareas:

Factores		Nada eficaz (1)	Poco eficaz (2)	Moderadamente eficaz (3)	Eficaz (4)	Totalmente eficaz (5)
10.1	Definir mi idea de negocio y la estrategia de una nueva empresa.					
10.2	Mantener bajo control el proceso de creación de una nueva empresa					
10.3	Negociar y mantener relaciones favorables con potenciales inversores y bancos.					
10.4	Reconocer oportunidades en el mercado para nuevos productos y/o servicios.					
10.5	Relacionarme con personas clave para obtener capital para crear una nueva empresa.					
10.6	Crear y poner en funcionamiento una nueva empresa					

11. Por favor, indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones

Factores		Nada de acuerdo (1)	Poco de acuerdo (2)	Moderadamente de acuerdo (3)	De acuerdo (4)	Totalmente de acuerdo (5)
11.1	La educación que he recibido en la Universidad me ha ayudado a poner en marcha proyectos de emprendimiento.					
11.2	La educación que he recibido en la Universidad me ha ayudado a entender mejor el papel de los emprendedores en la sociedad.					
11.3	Con la educación que he recibido en la Universidad podría iniciar un negocio en el futuro.					
11.4	La educación que he recibido en la Universidad ha hecho que me interese por ser empresario.					

Actitudes y valores		Nunca (1)	En ocasiones (2)	Con frecuencia (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
12.1	Soy creativo, innovador y abierto al cambio.					
12.2	Aprecio la independencia y la confianza en mí mismo.					
12.3	Me impongo tareas difíciles y ambiciosas.					
12.4	Estoy dispuesto a tomar cierto nivel de riesgo para aumentar mi estatus social y profesional.					
12.5	Se puede mediante actividades académicas fomentar el desarrollo del espíritu empresarial.					
12.6	Soy una persona con espíritu empresarial.					

12. Por favor, indique cuáles actitudes y valores considera que posee usted.

¡Muchas Gracias!