



**CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS BENEFICIARIOS
GANADORES DEL CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE
EMPRENDIMIENTO I+ EN LOS AÑOS 2014 - 2017**

**DIEGO FELIPE GÓMEZ BEJARANO
JORGE ELIECER MUÑOZ DELGADO**

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE PALMIRA
2018**



**CARACTERIZACIÓN DEL PERFIL EMPRENDEDOR DE LOS BENEFICIARIOS
GANADORES DEL CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE
EMPRENDIMIENTO I+ EN LOS AÑOS 2014 - 2017**

**DIEGO FELIPE GÓMEZ BEJARANO
JORGE ELIECER MUÑOZ DELGADO**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar por el título de
Administradores de Empresas**

Asesor trabajo de grado:

**EDWIN JAVIER BOTERO
Economista – Magister en administración de empresas**

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
UNIVERSIDAD DEL VALLE
SEDE PALMIRA
2018**

Nota de aceptación

Presidente del jurado:

Jurado 1:

Jurado 2:

AGRADECIMIENTOS

Diego Felipe Gómez

Primero que todo agradezco a Dios por permitir terminar la carrera de pregrado sano y salvo.

Afortunado de tener dos madres, Clara Inés Bejarano y Aracely Guzmán. Gracias por el apoyo que siempre me han brindado, por darme la oportunidad de crecer, ser una persona de bien y terminar mis estudios. Infinitas gracias por depositar su confianza en mí.

Contento con mi compañero de estudio Jorge Eliecer Muñoz, entre los dos pudimos sacar el trabajo de grado adelante.

Agradezco a los profesores de la Universidad del Valle, en especial al docente y director de trabajo de grado Edwin Javier Botero por formarme un profesional con ética y muchas competencias para la vida.

Jorge Eliecer Muñoz

La vida es un viaje, el cual no debería terminar a paso lento, arrastrándose por el peso de los años y lamentándose por lo rápido y sin sentido que fue, al contrario debería ser viaje intrépido, lleno de altibajos, aventuras, caminos trillados, emociones fuertes, con curvas pronunciadas, vientos agraciados y océanos picados, acompañado de personas que aporten algo de cordura y algo de locura para que al final del camino llegues cesando entre una nube de polvo, derrapando, con las rodillas raspadas, sucios y lleno de cicatrices para poder decir finalmente “vaya viaje...”.

Por tal motivo agradezco a todas las personas que fueron parte de esta etapa, a mis compañeros, profesores, amigos, familiares. Agradezco también a mi hermano Oscar Andrés Delgado, en especial a mi mamá Patricia Delgado Aguirre y a mi papá Eliecer Muñoz Arias por mostrarme el camino hacia la superación y brindarme siempre su apoyo incondicional.

A todos los que de una manera u otra han sido parte del viaje, esta es solo una etapa más del camino, de todo corazón ¡GRACIAS!

TABLA DE CONTENIDO

0. INTRODUCCION	6
CAPITULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN.....	8
1.1 Antecedentes.....	8
1.1.1 Emprendimiento a nivel internacional	9
1.1.2 Emprendimiento a nivel nacional	11
1.1.3 Emprendimiento a nivel regional.....	13
1.2 Planteamiento del problema	20
1.3 Formulación del problema	24
1.3.1 Sistematización del problema.....	24
1.4 Objetivos.....	25
1.4.1 Objetivo general	25
1.4.2 Objetivos específicos.....	25
1.5. Justificación	26
CAPITULO 2. MARCOS REFERENCIALES.....	27
2.1 Marco teórico	27
2.1.1 Teoría y conceptos de emprendimiento	27
2.1.2 Proceso de emprender	30
2.1.3 Impulso del emprendimiento en Colombia.....	31
2.2 Marco Conceptual.....	42
2.2.1 Caracterización.....	42
2.2.2 Innovación	42
2.2.3 Emprender	42
2.3 Marco contextual	45
2.3.1 Historia de la Red de emprendimiento I+.....	45
2.3.2 Misión	47
2.3.3 Visión.....	47
2.4 Marco Legal	61
CAPITULO 3. METODOLOGIA.....	64
3.1 Tipo de estudio	64
3.2 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	66

3.2.1 Fuente primaria.....	66
3.2.2 Fuente secundaria.	67
3.3 Población a estudiar	68
CAPITULO 4. TABULACION Y ANALISIS DE RESULTADOS	69
4.1 Perfil sociodemográfico	69
4.1.2 Análisis del perfil sociodemográfico.....	76
4.2 Necesidad de Logro.....	78
4.2.1 Análisis de la necesidad de logro	86
4.3 Necesidades de afiliación	88
4.3.1 Análisis de la Necesidad de afiliación.....	94
4.4 Necesidades de poder	96
4.4.1 Análisis de las Necesidades de poder	102
4.5 Descripción del emprendimiento realizado	104
4.4.1 Análisis del emprendimiento realizado	113
4.5 Análisis final y desarrollo de objetivos	115
4.5.1 Objetivo número 1	115
4.5.2 Objetivo número 2.	117
4.5.3 Objetivo número 3.	119
4.5.4 Objetivo número 4.	120
5. CONCLUSIONES	122
BIBLIOGRAFIA	123
WEB GRAFIA.....	127
ANEXOS.....	128

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Entidades vinculadas a la Red de emprendimiento I+ 2017	15
Ilustración 2. Red emprendimiento I+	45
Ilustración 3. Logo de los integrantes de la Red de emprendimiento I+.....	46
Ilustración 4. Diplomado Red de emprendimiento I+ 2015	47
Ilustración 5. Balance gestión Red de emprendimiento I+ 2017	50
Ilustración 6. Redes de Emprendimiento a nivel Nacional	51
Ilustración 7. Ubicación geográfica Red de emprendimiento I+ en el departamento del Valle del Cauca	52
Ilustración 8. Ganadores de la categoría 1, concurso Mi región emprende 2016 ..	55
Ilustración 9. Ganadores de la categoría 2, concurso Mi región emprende 2016 ..	56
Ilustración 10. Ganadores de la categoría 3, concurso Mi región emprende 2016 ..	57
Ilustración 11. Metodología del Diplomado Mi región Emprende 2017	58
Ilustración 12. Entidades participantes en la Rueda de soluciones financieras 2017. ..	59
Ilustración 13. Fan page Red I+	60
Ilustración 14. Gráfico pregunta 1	69
Ilustración 15. Gráfico pregunta 2	70
Ilustración 16. Gráfico pregunta 3	70
Ilustración 17. Gráfico pregunta 4	71
Ilustración 18. Gráfico pregunta 5	71
Ilustración 19. Gráfico pregunta 6	72
Ilustración 20. Gráfico pregunta 7	72
Ilustración 21. Gráfico pregunta 8	73
Ilustración 22. Gráfico pregunta 9	73
Ilustración 23. Gráfico pregunta 10	74
Ilustración 24. Gráfico pregunta 11	74
Ilustración 25. Gráfico pregunta 12	75
Ilustración 26. Gráfico pregunta 13	75
Ilustración 27. Gráfico pregunta 14	76
Ilustración 28. Gráfico pregunta 15	78
Ilustración 29. Gráfico pregunta 16	79
Ilustración 30. Gráfico pregunta 17	79
Ilustración 31. Gráfico pregunta 18	80
Ilustración 32. Gráfico pregunta 19	81
Ilustración 33. Gráfico pregunta 20	81
Ilustración 34. Gráfico pregunta 21	82
Ilustración 35. Gráfico pregunta 22	83
Ilustración 36. Gráfico pregunta 23	83
Ilustración 37. Gráfico pregunta 24	84
Ilustración 38. Gráfico pregunta 25	85
Ilustración 39. Gráfico pregunta 26	85
Ilustración 40. Gráfico pregunta 27	88

Ilustración 41. Gráfico pregunta 28	89
Ilustración 42. Gráfico pregunta 29	89
Ilustración 43. Gráfico pregunta 30	90
Ilustración 44. Gráfico pregunta 31	91
Ilustración 45. Gráfico pregunta 32	91
Ilustración 46. Gráfico pregunta 33	92
Ilustración 47. Gráfico pregunta 34	92
Ilustración 48. Gráfico pregunta 35	93
Ilustración 49. Gráfico pregunta 36	93
Ilustración 50. Gráfico pregunta 37	96
Ilustración 51. Gráfico pregunta 38	96
Ilustración 52. Gráfico pregunta 39	97
Ilustración 53. Gráfico pregunta 40	98
Ilustración 54. Gráfico pregunta 41	99
Ilustración 55. Gráfico pregunta 42	99
Ilustración 56. Gráfico pregunta 43	100
Ilustración 57. Gráfico pregunta 44	100
Ilustración 58. Gráfico pregunta 45	104
Ilustración 59. Gráfico pregunta 46	104
Ilustración 60. Gráfico pregunta 47	105
Ilustración 61. Gráfico pregunta 48	106
Ilustración 62. Gráfico pregunta 49	106
Ilustración 63. Gráfico pregunta 50	107
Ilustración 64. Gráfico pregunta 51	107
Ilustración 65. Gráfico pregunta 52	108
Ilustración 66. Gráfico pregunta 53	108
Ilustración 67. Gráfico pregunta 54	109
Ilustración 68. Gráfico pregunta 55	109
Ilustración 69. Gráfico pregunta 56	110
Ilustración 70. Gráfico pregunta 57	111
Ilustración 71. Gráfico pregunta 58	111
Ilustración 72. Gráfico pregunta 59	112

RESUMEN

Durante las últimas décadas el emprendimiento como campo de estudio ha sido objeto de análisis en el ámbito académico, dada su capacidad de favorecer el desarrollo económico de las regiones, así como la innovación a diversas escalas.

Este estudio presenta un análisis detallado del emprendimiento, tomando como referente los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+. Se trata de un estudio cualitativo, descriptivo que soportado en la metodología de características del comportamiento emprendedor o CCE, y los factores motivacionales de David Mclelland, vinculados al individuo, analiza aspectos fundamentales del emprendimiento como las características del perfil del emprendedor, los resultados obtenidos y finalmente propone iniciativas al servicio brindado por la Red de emprendimiento I+.

Palabras claves: Red de emprendimiento, innovación, Motivación, Necesidades.

0. INTRODUCCION

El emprendimiento durante las últimas décadas se ha constituido en elemento fundamental para las sociedades, como una opción que permite fortalecer la economía a diversas escalas. En este contexto dicho tópico ha sido relevante en los estudios ejecutados por teóricos, universidades, y entidades estatales con el único fin de fomentar este tipo de iniciativas.

El individuo como ser social tiende a fomentar la creatividad en todas las dimensiones de su vida, así mismo procura satisfacer sus necesidades, de allí que el emprendimiento sea evidencia de la innovación e inigualable capacidad de creación del ser humano. En Colombia subyace bajo la normatividad de la Ley 1014 de 2006 para el fomento de la cultura empresarial, así como en la preocupación de los entes gubernamentales y de fomento al empresarial como es el caso de la Red de emprendimiento I+, como organización que aglutina a entidades de los municipios de Palmira, Pradera, Candelaria y Florida y que apoyan a los emprendedores de esta subregión del Valle del Cauca. Dicha Red nació en el año 2012 como la Red de emprendimiento I+, con el fin de aterrizar todas las iniciativas que se hacen en la red regional de emprendimiento del Valle y procura que las actividades de emprendimiento se trabajen de manera mancomunada para tener un mayor impacto en beneficio de los emprendedores.

Por ende, se presenta este estudio que tiene por objeto caracterizar el perfil emprendedor de los beneficiarios ganadores de la Red de emprendimiento I+, estableciendo bajo la teoría de Mc Clelland, las características propias que los han llevado a alcanzar destacados logros a nivel regional, en dicho ámbito.

En el primer capítulo se presentan los aspectos contextuales del trabajo como son los antecedentes, planteamiento del problema, formulación del mismo, objetivos, y la justificación que configuran la razón de ser de esta investigación.

En el segundo capítulo se presentan los marcos referenciales como son el marco teórico, conceptual, contextual, y legal, dando soporte al desarrollo de este estudio.

En el tercer capítulo se expone la metodología bajo la cual se desarrolla la investigación detallando el tipo de estudio, los instrumentos de recolección de la información utilizados, y la población a estudiar.

En el quinto capítulo se sustenta la tabulación y análisis de la información recopilada y se exponen los resultados conforme los objetivos propuestos. Para finalmente concluir.

CAPITULO 1. CONTEXTUALIZACIÓN.

En este capítulo se detallan aspectos claves que dan objeto a la investigación como son los antecedentes, el planteamiento del problema la formulación y los objetivos propuestos, así como la justificación.

1.1 Antecedentes

El interés por parte de los gobiernos, sectores académicos y empresariales por el Emprendimiento se origina en 1999, con el National Report del Global Entrepreneurship Monitor (GEM 1999).

En Colombia, en el año 2006 se promulga la ley 1014 “De fomento a la cultura del emprendimiento” la cual sustenta todo el marco legal, las definiciones, las directrices y los actores encargados de desarrollarlo. De allí que las universidades hayan encontrado eco en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que en la actualidad tiene como cometido la modernización de la política pública de emprendimiento en el país. De esta forma la Asociación Colombiana de Universidades – ASCUN, aunada al Mincit, tiene como propósito aunar esfuerzos técnicos y financieros para apoyar el fortalecimiento del emprendimiento universitario con actividades extracurriculares, así como el acompañamiento al desarrollo de políticas institucionales.

Considerando que durante los últimos años el tema del emprendimiento ha asumido vital importancia al interior de las universidades, este trabajo es un estudio de corte cualitativo, que se constituye en elemento fundamental para brindar información a la Red de emprendimiento I+, de la cual hace parte la Universidad del Valle, sobre el perfil de emprendimiento ejecutado por los beneficiarios ganadores de la Red de emprendimiento I+, dado que para desempeñarse óptimamente en el mundo actual resulta determinante que los educandos adquieran habilidades que les faciliten su desarrollo profesional a través de alternativas que sean capaces de forjar ellos mismos.

Peter Drucker define al entrepreneur como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la común confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor. Bajo esta conceptualización es importante considerar el panorama holístico de los beneficiados de la Red de emprendimiento

I+, con relación al tema del emprendimiento, dado que no conviene permanecer ajeno a un fenómeno tan determinante.

Múltiples son los trabajos cuyo objeto de estudio se ha dirigido al emprendimiento en el ámbito universitario en todo el mundo, dada la relevancia que durante las últimas décadas ha adquirido este tópico. Por consiguiente, a continuación, se exponen los trabajos que a nivel internacional, nacional, regional han sido hallados y analizados, producto de una extensa revisión bibliográfica, que contribuye a caracterizar el objeto de estudio.

1.1.1 Emprendimiento a nivel internacional

Inicialmente debe exponerse el estudio realizado en Barcelona, España por Sánchez¹, titulado Las competencias de los emprendedores egresados universitarios, su impacto en las aspiraciones de crecimiento y en el éxito de sus empresas. Cuyo objetivo se enfoca en realizar una contribución importante al estudio del emprendimiento, identificando competencias de los egresados de nivel universitario y su influencia en la creación de empresas. Los resultados obtenidos brindan un mayor conocimiento en relación a las habilidades, aptitudes y destrezas de los emprendedores. El soporte teórico de este estudio parte de los postulados de Ajzen, y su teoría del comportamiento planeado, Krueger y Carsrud, Wiklund y Shepherd entre otros. Este trabajo se constituye en un importante referente para el presente estudio dado que se enfoca en destacar factores determinantes sobre el perfil emprendedor.

Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino un estudio cuantitativo en España es el título bajo el cual Álvarez y otros, presentan un estudio de corte cuantitativo el cual tiene por objetivo analizar los factores del entorno que influyen en la probabilidad de que las mujeres sean emprendedoras en el ámbito de España, utilizando la Teoría Económica Institucional de North como marco teórico de referencia. Para tal fin utilizan modelos de regresión logística, con datos del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Los resultados más relevantes del estudio indican que los factores informales (percepción de habilidades para emprender, redes sociales y rol familiar) son más relevantes para el emprendimiento femenino que los factores formales (financiación, políticas de apoyo no económicas y formación). El aporte brindado por este estudio se enfoca en la forma como brinda un panorama holístico sobre la actividad emprendedora

¹ SANCHEZ, Arturo. Las competencias de los emprendedores egresados universitarios, su impacto en las aspiraciones de crecimiento y en el éxito de sus empresas. 2017.

llevada a cabo por mujeres, especialmente en el marco del enfoque institucional español.

En Brasil, Henrique y Da Cunha², propusieron que los programas que pretendan la enseñanza del emprendimiento deben incluir en sus asignaturas habilidades de comunicación (persuasión), de creación, de reconocimiento de oportunidades emprendedoras, de liderazgo, de negociación, de toma de decisiones, de solución de problemas, de vinculación con redes, de administración del tiempo; así mismo competencias gerenciales (planeación, comercialización, contabilidad, estrategia, marketing, gestión humana) y pensamiento crítico. Estudio que favorece este trabajo en relación al proceso de enseñanza aprendizaje en relación al forjamiento del perfil de emprendedor.

Bajo el título Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, en Perú, el autor Mejía³ presenta un trabajo enfocado en determinar la actitud emprendedora de los egresados de la carrera de Administración de Empresas. Tomando como referente teórico los planteamientos de Hitt, Ireland & Hoskisson, y Peter Drucker, este estudio de tipo exploratorio y cualitativo parte de una población de 476 egresados de la carrera de Administración de Empresas, de los cuales se seleccionaron 20 de ellos como muestra, llevando a cabo un muestreo no probabilístico hecho por bola de nieve, formando dos grupos: en el grupo “A” 10 Egresados Independientes y en el grupo “B” 10 Egresados Dependientes; ejecutando las entrevistas respectivas y la recolección de información para la validación y veracidad de los resultados.

Los resultados de las dos poblaciones estudiadas, mostraron que la actitud emprendedora de los egresados Independientes es mayor a la actitud mostrada por los egresados Dependientes, esto debido a que el grupo “A” aprovechó mejor los conocimientos adquiridos en la universidad como también sus capacidades y habilidades para formar un negocio u empresa propia. Este proyecto brinda al presente estudio un importante ejemplo sobre la metodología adecuada para ejecutar este tipo de investigaciones, con estudiantes egresados que en muchas oportunidades no se encuentran disponibles para brindar la información pertinente.

²HENRIQUE Y DA CUNHA. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. Revista de Administração Mackenzie, 9(5), 112-136. 2008

³MEJÍA Deyvi. Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, 2015.

1.1.2 Emprendimiento a nivel nacional

Fonseca⁴, presenta un estudio titulado caracterización del emprendimiento en Uniminuto en la ciudad de Bogotá, que tiene por objetivo conocer las experiencias logradas en el proceso de formación de capacidades emprendedoras y empresariales de los estudiantes de dicha universidad, para proponer estrategias de trabajo colaborativo y gestión con las sedes Regionales donde dicha Universidad hace presencia.

Los resultados de este estudio dan cuenta de una clara definición del perfil emprendedor de Uniminuto identificando los factores que han favorecido el desarrollo personal y empresarial de emprendedor de dicha universidad, logrando proponer una política institucional que favorece el trabajo y articulación de las diversas unidades de formación. Desde los preceptos teóricos de Varela logran definir el emprendimiento desde una interpretación psicológica, apoyando el estudio en autores como Drucker y Adam Smith.

Este estudio de corte cualitativo favorece el desarrollo del presente estudio, en consideración al direccionamiento institucional que pretende brindar una propuesta de mejoramiento para la universidad en la que se ejecuta.

Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del Rosario en Antioquia, de los autores Pulgarín y Cardona,⁵ es el nombre bajo el cual se formula un estudio desde el centro de emprendimiento de dicha universidad, por ende se ejecuta la caracterización del perfil emprendedor de los estudiantes, a fin de identificar sus fortalezas y debilidades. Este estudio toma como base la metodología de características del comportamiento emprendedor o CCE para estudiar los alumnos de pregrado de la Facultad de Administración en cada uno de sus tres programas. Como Características del Comportamiento Emprendedor o por sus siglas (CCE) relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland.

Al final con estos resultados el Centro Emprendimiento obtiene la información necesaria para formular cada uno de sus planes, programas y proyectos, así como también políticas asociadas al desarrollo de las cualidades necesarias para formar

⁴FONSECA, Ángela. presenta un estudio titulado Caracterización del emprendimiento en UNIMINUTO. Bogotá. 2009.

⁵PULGARÍN Y CARDONA Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario en Antioquia, 2006.

mejores emprendedores. Este trabajo se constituye en un referente sobre la importancia de este tipo de información para las universidades aportando de manera global adecuada información para el desarrollo del presente estudio.

Debe mencionarse igualmente El Global Entrepreneurship Monitor (GEM, reporte que estuvo a cargo de la Pontificia Universidad Javeriana Cali, universidad fundadora junto con la Universidad del Norte y la Universidad Icesi, quienes han realizado este estudio por 10 años consecutivos. Recientemente se han unido al equipo GEM Colombia las Universidades EAN, Cooperativa y Cekar.

Los resultados de estos estudios ofrecen valiosa información sobre la actividad emprendedora, la cual permite hacer análisis y seguimiento tanto a nivel nacional, como a nivel global. *Rector Universidad Javeriana Cali. GEM Colombia es un consorcio investigativo integrado por la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, a través de su Grupo EIDOS, por la Universidad del Norte con su Centro de Emprendimiento, por la Universidad de los Andes mediante el área de emprendimiento e innovación de la Facultad de Administración y por la Universidad ICESI a través del Centro de Desarrollo del Espíritu Emprendedor. Este consorcio ha participado desde el 2006 en la producción de los datos de Colombia para la elaboración de los informes GEM Mundial, y ha preparado los respectivos informes nacionales GEM Colombia 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017.

En este caso el informe GEM Cali 2016 - 2017, se centra en el análisis comparativo de los resultados de Cali con los valores de nivel Nacional y de las ciudades de Bogotá y Medellín. Brindando información invaluable para la formulación de estrategias ajustadas a la realidad regional.

Al comparar el nivel de actividad emprendedora de los colombianos, con los 60 países participantes en la más reciente versión, Colombia se ubicó en el quinto lugar a nivel global, y tercero a nivel latinoamericano. Es así como el 22.7% de los colombianos reportan actividad emprendedora. El anterior porcentaje se integra por un 15.6% que están iniciando su empresa, estando entre 0 y 3 meses, y se denomina emprendedores nacientes y el 7.2% restante están entre 3 y 42 meses, y se denominan emprendedores nuevos. Este nivel para nuestro país ha permanecido en el rango 20% a 24% durante los últimos 10 años. Pero este 22.7% de emprendedores no han iniciado su actividad solamente por una falta de ingresos o por necesidad. El 14.9% afirmaron aprovechar una oportunidad de mercado, lo que se traduce en cerca del doble de aquellos que, si emprendieron por necesidad, 7.8%. Este estudio muestra que Colombia va en la dirección

adecuada con relación al espíritu emprendedor, acorde con la tendencia de las principales universidades del mundo en la actualidad.

1.1.3 Emprendimiento a nivel regional

Caracterización del espíritu empresarial (atributos) en los estudiantes de la maestría en administración de la Universidad del Valle (sede san Fernando) con período de escolaridad activa para el año 2014, de la autora Moreno y Ramírez⁶, Presentan un trabajo de Investigación, de corte cualitativo y descriptivo, sobre las características de Espíritu Empresarial en la población de los estudiantes de la Maestría en Administración con periodo de escolaridad activa (Estudiantes que estén cursando materias de 1° a 4° semestre), identificando las tendencias más relevantes por medio de un instrumento definido y validado con anterioridad.

Adicionalmente se revisa el currículo académico con el fin de observar su nivel de formación en Espíritu Empresarial y poderlo comparar con otras instituciones educativas similares a la maestría a nivel Regional, y a nivel Nacional e Internacional, se identifican los factores de éxito en cuanto a emprendimiento con el fin de generar lineamientos estratégicos para mejorar el Espíritu Empresarial en el programa académico de la Maestría en Administración de la Universidad del Valle.

El soporte teórico de esta investigación se halla en autores como Pereira Laverde, Verin, y Varela, constituyéndose en elemento vital para el presente trabajo investigativo ya que corresponde a una investigación de la Universidad del Valle que brinda información contextualizada de forma óptima.

Con el título plan estratégico para fortalecer el área de emprendimiento en la Fundación Centro Colombiano de Estudios Profesionales – FCECEP para el periodo 2015 – 2020, Garzón⁷ presenta un trabajo investigativo en el que establece que en Colombia el 21.4% de la población activa está involucrada en iniciativas emprendedoras de hasta 42 meses de vida, de las cuales 15.9% son motivados por oportunidad y un 5.4% por necesidad,¹ resaltándose que el 58,6% de las nuevas iniciativas empresariales son en el sector de servicios de consumo.

⁶ MORENO, Linda. y RAMIREZ, Paulo. Caracterización del espíritu empresarial (atributos) en los estudiantes de la maestría en administración de la universidad del valle (sede san Fernando) con período de escolaridad activa para el año 2014.

⁷GARZÓN Susana. Plan estratégico para fortalecer el área de emprendimiento en la Fundación Centro Colombiano de Estudios Profesionales – FCECEP para el periodo 2015 – 2020, 2014.

Por ende, la cultura de emprendimiento o emprendedora ha demostrado influir positivamente en el desarrollo social y económico de los países y de las regiones a nivel mundial, países como Chile con una tasa de emprendimiento del 23,4% (ocupa el primer lugar a nivel mundial), seguido de EEUU con un 12,8%, Turquía con un 12,2% y México con un 12,1% son un claro ejemplo, es por esto que existe gran interés en los gobiernos nacionales y regionales por implementar políticas y programas que la generen y/o fortalezcan; en este sentido uno de los factores que se tienen en cuenta y se abordan con mayor interés es la educación para el emprendimiento.

Desde este contexto, este estudio propone la planeación estratégica como una herramienta que le permite a las organizaciones definir su razón de ser, formulando, implementando y evaluando las decisiones a través de las funciones que permitan el logro de los objetivos, para definir un rumbo en medio de un entorno cada vez más cambiante, de allí que en dicho trabajo se diseña y presenta el plan estratégico para el fortalecimiento del Área de Emprendimiento de la Fundación Centro Colombiano de Estudios Profesionales FCECEP. Los resultados de este trabajo son importantes porque permiten a la FCECEP tener un mayor impacto en cuanto al fortalecimiento interno de la cultura de emprendimiento, así como en su área geográfica de influencia.

Como importante antecedente debe destacarse las actividades realizadas por la Red de emprendimiento I+, que se constituye en una organización que aglutina a entidades de los municipios de Palmira, Pradera, Candelaria y Florida que apoyan a los emprendedores de esta subregión del Valle del Cauca.

La Red emprendimiento I+, procura que las actividades de emprendimiento se trabajen de manera mancomunada para tener un mayor impacto en beneficio de los emprendedores. Esta entidad nació en el año 2012 como Red de emprendimiento local de Palmira, con el fin de aterrizar todas las iniciativas que se hacen en la red regional de emprendimiento del Valle. Pero se evidenció que los actores que están presentes en ciudades como Cali no son los mismos que se pueden observar en ciudades como Palmira, así que decidieron convocar a todas esas entidades que de una u otra manera apoyan a los emprendedores para reunirlos bajo esta Red de emprendimiento I+, para de esta forma cada entidad aportará su grano de arena en pro de hacer más fuerte el ecosistema de emprendimiento de esta subregión del País.

La Red de emprendimiento I+ en la actualidad se conforma por 21 entidades entre las cuales se encuentran: Cámara de Comercio de Palmira, Alcaldías de Palmira, Florida, Pradera y Candelaria, Cajas de compensación Comfenalco Valle y

Comfandi, Fundación Bancoomeva y Progreseemos, Sena, Manuelita, Parque Biopacífico, Universidad del Valle, U. Antonio Nariño, U. Santiago de Cali, U. Unad, U. Nacional, U. Pontificia Bolivariana, entre otros.

Ilustración 1. Entidades vinculadas a la Red de emprendimiento I+ 2017



Fuente: Red de emprendimiento I+

Sus actividades giran en torno a la formación y cultura emprendedora y se constituyen en un importante antecedente para la ciudad de Palmira, dichas actividades se describen a continuación.

Diplomado en emprendimiento. Actualmente están ofreciendo un diplomado en emprendimiento con un costo simbólico de \$50.000, para que el emprendedor salga de allí con un anteproyecto que pueda presentarlo a alguna de las convocatorias vigentes.

Mis sueños por nuestra región. Programa que pretende crear cultura emprendedora desde la base, en los grados 10 y 11 de básica secundaria, enseñándoles que emprender es una opción de vida y es algo posible de realizar.

Financiación. En esta línea de trabajo se identifican y divulgan convocatorias donde los emprendedores puedan presentar sus iniciativas.

Concurso mi región emprende. En el marco de la semana global del emprendimiento en el mes de noviembre de cada año, se realiza un evento donde además de hacer un concurso para los emprendedores, se dictan talleres, conferencias y charlas donde se cuentan casos exitosos de emprendimiento de Palmira y demás municipios que conforman la Red de emprendimiento I+.

La proyección de la Red de emprendimiento I+, se dirige a orientar adecuadamente a los emprendedores y que cada entidad que hace parte de la organización se especialice en lo que mejor sabe hacer, con la finalidad de brindar servicios y acompañamientos acordes a las necesidades de la etapa de desarrollo que esté viviendo cada emprendedor.

Para acceder a los servicios de la Red de emprendimiento I+ cualquier emprendedor puede acercarse a las entidades que conforman la Red de emprendimiento I+.

1.1.4 Emprendimiento desde el contexto universitario

A nivel internacional

A este nivel se pueden destacar los trabajos de Cai⁸ *et al.* Elaborado en el 2012, en el cual se realiza una profunda revisión de la literatura en journals dedicados al emprendimiento entre 1998 y 2010, identificando tendencias recientes y nuevos desarrollos en contenido y enfoques metodológicos, lo que les permite construir un marco sobre la forma como se está desarrollando la investigación en emprendimiento a nivel mundial.

En Brasil, Vania⁹ *et al.* En 2010 hacen un esfuerzo similar y encuentran que los temas más recurrentes dentro de esta área de estudio son los comportamientos, actitudes, perfiles y competencias de los emprendedores. Dirección Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Kiss, Kiss, Danis, & Cavusgil¹⁰ 2012 en su artículo “International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda”, desarrollan un análisis sistemático que corresponde a ochenta y ocho artículos de revistas publicados en las dos últimas décadas, en el que revelan que la

⁸ CAI, L., LIU, Q., DENG, S., y ALON, I. A general review of entrepreneurship research (1998 to 2010): Theoretical implications, management applications and future research directions. *African Journal of Business Management*. 2012.

⁹ VÂNIA Maria, J. N., NATACHA, B. S., ARNALDO, T. O., BONTEMPO, P. C., y TINOCO, T. Entrepreneurship: area in evolution? A review of studies and articles published between 2000 and 2008. *RAI2010*, 2010.

¹⁰ KISS, KISS, A., DANIS, W., y CAVUSGIL, S. International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing* (27), 266-290. doi: 10.1016/j.jbusvent.2011.09.004. 2012.

investigación en éste ámbito es de rápido crecimiento y que es metodológicamente diversa. La mirada crítica tiene como propósito aumentar la calidad, la coherencia, el alcance y el impacto, base sobre la cual se desarrolla un ambicioso programa de investigación que se ocupa de una serie de fenómenos globales emergentes y plantea nuevas preguntas interesantes para los estudiosos de la iniciativa empresarial, negocios internacionales, y otras disciplinas relacionadas. Al identificar los 88 artículos, evaluaron y codificaron su contenido en relación con las siguientes categorías:

- Temas Contexto: enfoque geográfico, nivel de desarrollo, el alcance de la industria, marco de tiempo, rama de los emprendimientos internacionales estudiados.
- Enfoques teóricos: teorías y marcos utilizados.
- Metodología: enfoque de la recolección y análisis de datos, la unidad de análisis, criterios de muestreo y el tamaño de la muestra.
- Conclusiones.

Finalmente llegaron a conclusiones determinantes sobre acciones encaminadas a procurar el fomento del emprendimiento desde el desarrollo teórico, el posicionamiento contextual y un mayor rigor metodológico, todos estos elementos de interés para una amplia gama de académicos, profesionales y políticos. Así mismo se destaca el potencial para enriquecer y ampliar la investigación de emprendimiento internacional, así como el campo de la iniciativa empresarial en su conjunto.

Deben destacarse los estudios de Molina¹¹ *et al.* Realizado en 2012 y los cuales se han encargado de la identificación de las metodologías que utilizan las investigaciones en el campo del emprendimiento. En su estudio tomaron como base tres journals especializados en el tema y analizaron 955 artículos. Encontraron que dentro de los investigadores del emprendimiento está tomando fuerza la utilización de métodos mezclados, ya que pueden ayudar a mejorar la investigación frente a los desafíos que enfrentaban estudios anteriores. Sugieren los autores por qué y cómo se deben utilizar los métodos mixtos para seguir avanzando en la comprensión del fenómeno emprendedor.

¹¹ MOLINA *et al.* El fuerte crecimiento de la Pyme desde la perspectiva de las competencias esenciales: la empresa Gacela. México: Universidad de Guanajuato. 2012

1.1.5 A nivel nacional

En una compilación detallada el MinCit brinda información detallada sobre los emprendimientos universitarios realizados a nivel nacional e internacional, de dicho texto se han extraído algunos aportes destacados.

Matiz¹² realiza un análisis de la investigación académica sobre el tema del emprendimiento, analizando las temáticas de las metodologías empleadas por los investigadores. Identificando que tal investigación es ejecutada de forma dispersa, y en el ejercicio de muchas áreas como: la economía, la psicología, la contabilidad, la sociología, entre otras.

De esta forma en Colombia para el año 2008 se identificaron 23 grupos enfocados en el tema del emprendimiento, el emprendedor y la creación de empresas. Estos grupos en su gran mayoría tienen un promedio de 10 años de existencia, demostrando la novedad que representaba el emprendimiento para los académicos colombianos. La metodología utilizada en las investigaciones que realizan dichos grupos en su gran mayoría corresponde a análisis documentales basados en fuentes secundarias. La conclusión a que llega este autor refiere que es necesario que los investigadores, las universidades, el sector privado y los esfuerzos estatales a nivel local, regional y nacional, trabajen no sólo en la generación de una cultura del emprendimiento, sino en el desarrollo de un área de construcción de conocimiento que permita el desarrollo de instrumentos que redunden en beneficios a los emprendedores de la sociedad.

También es destacable el estudio realizado por la Red de Emprendimiento Universitario – REUNE, en la cual se aplicó una encuesta a 55 instituciones educativas colombianas, y se encontró que, al indagar por la existencia de grupos de investigación, el 36% de las IES responden afirmativamente, sin embargo, cuando se confronta esta información con la plataforma SCIENTI de Colciencias, la realidad es distinta. De las 55 instituciones solamente aparecen reportados en Colciencias 11 grupos (20% de la muestra). Otros cinco grupos tienen una línea específica en emprendimiento, aunque el objeto de estos grupos es más amplio y abarca diversas temáticas y diversas disciplinas¹³. Este estudio coincide con los resultados encontrados por Matiz (2009) en identificar que la temática del

¹² MATIZ, F. Investigación en emprendimiento: un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN*. 66: 169 – 182. 2009

¹³ ORTIZ, C; GUTIERREZ, J; RODRIGUEZ, S. El lugar del emprendimiento en las instituciones de educación superior en Colombia: caso REUNE: Artículo. 2014

emprendimiento es relativamente nueva en el país y que aparecen varios grupos después de la aparición de la Ley 1014 de 2006.

1.1.6 Otras redes de emprendimiento en Colombia

A nivel nacional se cuenta con más de 31 Redes Regionales de Emprendimiento y más de 500 actores enfocados en fomentar el emprendimiento y la Innovación en todas las regiones del país.

En la actualidad se cuenta con 28 Planes estratégicos de Emprendimiento (Cundinamarca, Guaviare, Amazonas y Guainía) Articulación con las Comisiones Regionales de Competitividad. La gestión del emprendimiento y la innovación a nivel nacional, procura gestionar el conocimiento, así como la comunicación y replicación de modelos entre las Redes.

La Red de emprendimiento de Antioquia se compone de 47 instituciones y 9 empresarios emprendedores, en el ámbito de educación, financiero, inclusión socioeconómica, subregional, institucional (incluye innovación, sector público y gremial), nodos de emprendimiento.

La Red de emprendimiento de Antioquia, ha permitido que ciudades como Medellín tenga altos índices de emprendimiento, lo que se refleja en la cultura de emprendimiento por la percepción de los ciudadanos según las encuestas realizadas por el GEM, como en niveles de ejecución y potencial para emprender.

El indicador que demuestra las buenas condiciones que tiene Antioquia y alto potencial para mejorar su nivel de emprendimiento es su TEA, con un 18.12%, la más alta de la región y cerca a la que tiene Colombia en promedio, de 21.44%. Además, Medellín es una ciudad que para su población tiene altas oportunidades para emprender, según los datos expuestos. El emprendimiento es una práctica muy beneficiara para esta ciudad, pues hay una alta credibilidad de superación por medio de esta práctica por parte de la población, y el emprendimiento permite generar empleos, por lo que promoverla daría un buen resulta por la avanzada percepción que tiene la población frente a este tema.

1.2 Planteamiento del problema

El emprendimiento ha existido desde antaño, dado que el hombre ha tenido siempre la necesidad de innovar, para sobrevivir y favorecer el mejoramiento de su calidad de vida, aunque este factor en épocas antiguas, no era visto como una cultura emprendedora, si no como el desarrollo de ciertos inventos importantes para la humanidad.

El emprendimiento hace referencia a la toma de decisiones, y a la preparación para comenzar algo¹⁴, es uno de los mecanismos importantes de crecimiento económico y social.¹⁵ La categorización de las acciones de emprendimiento van ligadas a la situación de desarrollo de los países. Para el caso de los países desarrollados la motivación al emprendimiento surge en la oportunidad, pues con ingresos per cápita superiores a los 10.000 dólares los excedentes de capital pueden verse reflejados en inversión en vez de convertirse en ahorro por representar un mayor costo de oportunidad. Por el contrario en los países no desarrollados la motivación se orienta hacia el lado de la necesidad (como el caso de Colombia).¹⁶

En Colombia, desde la década de los noventa del presente siglo, el emprendimiento empresarial se ha constituido en elemento vital, en diferentes ámbitos, pero principalmente en las instituciones educativas de Colombia, dado que los entes de formación superior se concientizaron de la importancia de tal elemento en la formación integral de los futuros profesionales, optaron por apoyar la cultura emprendedora que en ese momento era planteada bajo iniciativa del gobierno del país. Esta tendencia se ha hecho más fuerte con el paso de los años, ya que la juventud, se resiste a los modelos preconcebidos en relación al ámbito laboral, considerando el concepto de emprender con valor como la opción más viable para su futuro. Dado que las únicas entidades que crean riqueza y valor real en la sociedad son las empresas¹⁷.

En contexto, la cultura del emprendimiento, se ha venido desarrollando en los estudiantes universitarios tanto públicos como privados, con miras a que

¹⁴ RODRÍGUEZ, A. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento & Gestión 2009 (26), 94-119.

¹⁵ ALVAREZ, C. y URBANO, D.: «Una década de investigación sobre el GEM: logros y retos», Academia Revista 2011. Latinoamericana de Administración, nº 46, pp. 16-37.

¹⁶ PULGARÍN S. y CARDONA M. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. 2012.

¹⁷ DUARTE Catalina. Emprendimiento en la actualidad Revista Virtual Gerencie.com. Recuperado de: <https://www.gerencie.com/emprendimiento-en-la-actualidad.html>.

desarrollen dicha cultura para propiciar la apertura de fuentes de empleo. Al respecto de los esfuerzos de las entidades de formación superior en pro de fomentar el emprendimiento en sus educandos, puede resaltarse que “en esta perspectiva se desarrollaron distintas políticas y se promovieron trabajos Investigativos y de creación de empresas, buscando desarrollar en los estudiantes sus capacidades, estando en contacto con la realidad, logrando una conciencia de la importancia del emprendimiento”¹⁸.

Para el año 2006, se expidió la ley 1014, con el fin de buscar desde la legalidad la formulación de un marco jurídico, para que las instituciones educativas fomentaran el emprendimiento, mediante la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales, planteando para ello una cátedra transversal de emprendimiento, que deberá abarcar todos los niveles del sistema de educación.¹⁹ A través de esta ley se busca concientizar al ciudadano acerca de la importancia del trabajo en equipo, solidaridad y la innovación, en pro de fomentar la responsabilidad ciudadana para con la sociedad ya que el emprendimiento ligado a la educación resulta clave para el desarrollo de una economía local, regional, y nacional. Para ello los individuos deben ser capaces de tomar decisiones y asumir el riesgo que conlleva emprender una empresa.

Los altos niveles de desempleo combinados con condiciones contractuales en ocasiones poco favorables para los empleados hacen que las personas busquen oportunidades de mejoramiento en la creación de negocios. En concordancia con lo anterior la problemática que da origen al presente proyecto investigativo, surge en torno al desconocimiento que se presenta en las entidades de formación superior sobre el emprendimiento ejecutado por sus egresados, cuando deben llevar al contexto real todo lo aprendido en clases. Así mismo se desconocen las condiciones bajo las cuales tal emprendimiento es llevado a cabo, por lo que no se logra identificar los aspectos relevantes en la ejecución del mismo, elemento vital si los entes de formación superior pretenden enriquecer su currículo, en torno a este tópico.

Así mismo surge el inconveniente de determinar conforme la importancia del emprendimiento desde el ámbito social y económico para un país, se está llevando a cabo de forma óptima. Para tal fin es inminente el desarrollo de la presente investigación la cual abre las pautas para que la Red de emprendimiento

¹⁸ FANDIÑO L. y BOLIVAR M. Tesis Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. 2009.

¹⁹ CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Ley 1014, 2006.

l+ conozca el perfil de sus beneficiarios y bajo qué parámetros está ejecutando el emprendimiento, a través de un estudio que brinda una completa información sobre el fenómeno, ya que hasta la fecha no existe un estudio que caracterice dicho tópico en la ciudad de Palmira.

Para el año 2017 INNpulsa y la Universidad Nacional sede Medellín realizaron un 'censo' a los emprendedores colombianos, concluyendo que existen 2.696 startups que se encuentran en su primera etapa de desarrollo, pero que tienen un alto potencial de éxito. El estudio de iNNpulsa y la Universidad Nacional fue comparado con el Índice Departamental de Innovación (IDIC) que mide el desempeño de los departamentos. El objetivo de esta investigación era identificar si existe una correlación entre las capacidades de innovación de una región y el nacimiento de startups.

El estudio se realizó en las capitales de los 32 departamentos y en 10 municipios de áreas metropolitanas de Medellín, Cali y Bucaramanga y gracias a él se logró caracterizar y ubicar cualitativa y cuantitativamente a las 'startups' del país. Uno de los detalles más relevantes que mostró el informe es que los emprendimientos con menos de cinco años de operaciones han generado 7.933 empleos directos. Así mismo debe destacarse que en el nivel de desempeño medio alto se encuentra los departamentos del Valle, Santander, Cundinamarca, Risaralda, Atlántico y Caldas.

Por edades, se comprobó que la mayor proporción de los emprendedores está entre los 25 y 35 años (49,37% de los consultados), seguidos de los que se ubican en el rango de edad entre 35 y 45 años (28,79%) de la muestra. Adicionalmente, el 84,4% de los colombianos dijo que hoy cuentan con un emprendimiento afirmaron tener un nivel de formación universitaria y el 76,3% dijo manejar un segundo idioma, en su mayoría el inglés.

Los resultados obtenidos permiten constatar que el mayor porcentaje de emprendedores innovan en servicios y productos (53,35% y 24,4% respectivamente). De los emprendedores que participaron en el estudio, el 45,44% señalaron haber formalizado su compañía en un tiempo no mayor a un año, mientras que solo el 6,57% de los encuestados no ha formalizado aún su negocio.

Estas cifras dan cuenta de que el emprendimiento en el departamento del Valle del Cauca está funcionando de forma adecuada, en concordancia con el estudio GEM 2017, pero desde el ámbito universitario se desconoce dicha información, en relación con sus egresados, lo que resulta determinante para los planes y

programas de tales claustros de formación superior, de allí que resulte relevante implementar este estudio en la Red de emprendimiento I+.

En relación con la Red de emprendimiento I+, debe destacarse que la Cámara de Comercio de Palmira y su Fundación Progresamos facilitan la articulación de esfuerzos entre instituciones públicas, privadas y académicas para apoyar el emprendimiento en la región.

La Red de emprendimiento I+, surge de la experiencia adquirida por la participación activa de varias instituciones de Palmira y conforme a la Ley 1014 de 2006 (Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos del país), de esta forma se origina la idea de conformar la Red de emprendimiento I+. La cual se constituye en el objeto de estudio del presente trabajo, de esta forma La Cámara de Comercio de Palmira y la Fundación Progresamos, ejecutan la convocatoria, quedando inicialmente la Red de emprendimiento I+, constituida por 16 instituciones del sector público y privado de la ciudad. Sin embargo, a pesar del tiempo que lleva en funcionamiento la Red de emprendimiento I+, y pese a sus múltiples logros en el ámbito del emprendimiento en la zona, aún no se cuenta con estudios acerca de la evolución y estado actual de los emprendedores que han pasado por los programas de apoyo de la Red de emprendimiento I+, entre los años 2014 a 2017. Problemática que sin duda da origen al presente proyecto.

Las Redes de emprendimiento regionales en todo el país, han tenido resultados positivos en sus zonas de influencia, por lo suelen realizar análisis que evalúan el impacto de dichas redes en concordancia con sus propósitos, de allí que resulte vital ejecutar este estudio, con la finalidad de enfatizar los resultados que la Red de emprendimiento I+ ha obtenido a lo largo de su desarrollo, pero ante todo con miras a conocer ese impacto en los beneficiarios que ha diversas escalas se han visto favorecidos por esta entidad, ya sea a través de ayuda económica, formación educativa, u otro tipo de servicio en procura del bienestar de los emprendedores de la zona en que ejecuta sus actividades.

1.3 Formulación del problema

¿Cuál es la caracterización del perfil de emprendimiento de los beneficiados ganadores del concurso Mi Región Emprende de la Red de emprendimiento I+ en los años 2014 - 2017?

1.3.1 Sistematización del problema

- ¿Cuál es el estado actual de las actividades empresariales ejecutadas por los miembros de la Red de emprendimiento I+?
- ¿Qué factores son determinantes en el perfil de los beneficiarios ganadores del concurso Mi Región Emprende de la Red de emprendimiento I+ que les ha permitido alcanzar el éxito?
- ¿Cuáles son los resultados obtenidos por los beneficiarios ganadores del concurso Mi Región Emprende de la Red de emprendimiento I+?
- ¿Qué iniciativas favorecerían el mejoramiento del servicio ejecutado por la Red de emprendimiento I+?

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Caracterizar el perfil de emprendimiento de los beneficiados ganadores del concurso Mi Región Emprende de la Red de emprendimiento I+ en los años 2014 – 2017.

1.4.2 Objetivos específicos

- Establecer en el grupo de beneficiados del concurso Mi Región Emprende de la Red de emprendimiento I+, los factores claves que les ha permitido emprender con éxito.
- Conocer el estado actual del emprendimiento ejecutado por los beneficiados del concurso Mi Región Emprende de la Red de emprendimiento I+.
- Analizar los resultados obtenidos por los emprendedores beneficiados del concurso Mi Región Emprende de la Red de emprendimiento I+.
- Proponer iniciativas que favorezcan el servicio brindado por la Red de emprendimiento I+.

1.5. Justificación

Resulta evidente que, durante las últimas décadas, el emprendimiento empresarial se ha constituido en elemento vital para las economías del mundo entero, siendo reconocida por los gobiernos, instituciones públicas y privadas, y por supuesto por los educandos. Por ende el tema ha asumido gran importancia en el proceso formativo de educación superior y ha ocupado numerosos teóricos del tema, de allí que se deba resaltar que “el emprendimiento es clave para el desarrollo económico de un país, crea empleos, oportunidades de desarrollo social y fomenta la producción dentro de la economía”.²⁰

Siendo el emprendimiento base para el desarrollo económico y social, surge la importancia de abordarla desde perspectivas académicas y empresariales. Desde el ámbito académico, para la Red emprendimiento I+, es fundamental la necesidad de desarrollar procesos investigativos que nutran la plataforma teórica sobre la que soportan los procesos de enseñanza, facilitando a sus beneficiarios que se adapten a las necesidades del entorno y aporten positivamente a la sociedad en que conviven, de allí la importancia de formar en ellos un perfil emprendedor.

En concordancia con lo anterior, el presente proyecto investigativo se justifica dado que brinda un soporte o fuente de información sobre los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ de los últimos años y la forma como han decidido abordar su participación y contribución a la sociedad. Los datos obtenidos a través de este estudio son fundamentales, dado que conocer el perfil sociodemográfico, la situación actual, los emprendimientos vigentes y el estado de las iniciativas de los beneficiarios ganadores a diversas escalas de esta Red emprendimiento I+. Así mismo el presente trabajo es un insumo importante para analizar desde la percepción de los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ la influencia que tiene el perfil emprendedor en el desarrollo empresarial. Por ende, este proyecto investigativo abre las puertas para futuras investigaciones que a nivel local, regional o nacional se elaboren en torno al tópico objeto de estudio, lo que permitirá impulsar programas o proyectos de entidades públicas o privadas que contribuyan al fomento del emprendimiento.

²⁰ AMORÓS J. Y CAZENAVE C. Global Entrepreneurship Monitor. Aspiraciones de los Emprendedores en Chile y el Mundo. 2013.

CAPITULO 2. MARCOS REFERENCIALES

2.1 Marco teórico

Las razones del emergente y profundo interés por parte de gobiernos, sectores académicos y empresariales por el emprendimiento tienen por origen el 1999 national report del Global Entrepreneurship Monitor²¹. Cuyo objetivo iba dirigido a proveer a académicos, educadores, asesores, consultores, funcionarios de gobierno, funcionarios del sector privado, y formuladores de políticas públicas; información de vital importancia, actualizada sobre las diversas dimensiones del proceso empresarial y sus actores: empresarios y empresas tanto a nivel nacional, como regional y global.

2.1.1 Teoría y conceptos de emprendimiento

Al hablar de emprendimiento resulta inminente mencionar a Peter Drucker, destacado autor pionero en el tema del emprendimiento y la innovación, quien formula una interesante teoría acerca del tema. Drucker define al entrepreneur, “como aquel empresario que es innovador (y al entrepreneurship como el empresariado innovador), y aclara la confusión de creer que cualquier negocio pequeño y nuevo es un emprendimiento, y quien lo lleva a cabo un emprendedor.”²²

Peter Drucker en la primera edición de su libro en 1986, plantea una visión idealista sobre el tema, distinguiendo dos conceptos claves, la innovación y el emprendimiento. Al respecto se debe destacar que en la actualidad la mayoría de las Universidades y Escuelas de Negocios continúan teniendo más cursos de emprendimiento que de Innovación, aunque el primer concepto no consigue ser sustentado sin el segundo.

El Emprendimiento se relaciona con diversos temas, como el emprendimiento y educación, emprendimiento y desempleo y el emprendimiento y desarrollo social. El Emprendimiento y Educación, según Peter Drucker²³ el entrepreneurship es una práctica. Es un comportamiento, es decir una conducta y una actitud, concluyendo que existe una estrecha relación entre espíritu emprendedor y educación.

²¹GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). National report. 1999.

²² DRUCKER Peter. Innovación y emprendimiento. 1989.

²³ Ibíd.

Kizner²⁴ plantea que la función empresarial en el mercado no es fácil de entender, y trata de explicarla mediante lo que denomina elemento empresarial en la acción individual humana.

El primer economista en retomar el concepto de Say sobre empresario fue Schumpeter en 1911, en su libro “La Teoría de la dinámica económica” planteó la existencia del desequilibrio dinámico, causado por el empresario innovador, y llamó a las tareas que realizan este tipo de empresarios destrucción creativa²⁵.

Desde esta conceptualización el entrepreneurship se constituye en el elemento que dirige la organización, por ende, los emprendedores son líderes por naturaleza y están dispuestos a actuar bajo las condiciones de incertidumbre que causa la ausencia de información.

Referirse a la palabra “entrepreneurship” hace referencia a empresario o a emprendedores ya que en castellano no hay un significado único de la palabra, pero hay una gran diferencia entre estas dos palabras: Empresario es el individuo que tiene una o un grupo de empresas ya constituidas que están funcionando en un mercado ya constituido por las mismas; “Ser emprendedor se refiere a ser una persona que siempre busca nuevos retos, que siempre busca nuevos objetivos y trabaja en cumplirlos, por lo tanto es claro que para ser empresario, se requiere ser emprendedor ya que este es el primer paso para iniciar un proyecto, pero si eres emprendedor no necesariamente debes convertirte en empresario, ya que los objetivos de un emprendedor pueden ser distintos al objetivo de crear una empresa”²⁶.

Para el término “entrepreneurship” no existe una definición exacta por cual nos vamos a orientar por diferentes autores que investigan el tema. Para Schumpeter “el emprendedor es el fundador de una nueva empresa, un innovador que rompe con la forma tradicional de hacer las cosas, con las rutinas establecidas. Debe ser una persona con dotes de liderazgo, y con un talento especial para identificar el mejor modo de actuar. El emprendedor tiene la habilidad de ver las cosas como nadie más las ve”²⁷. Los planes de los emprendedores no nacen de ideas

²⁴ KIRZNER. El empresario Lecturas de Economía Política, vol. I, Unión Editorial, Madrid.1998.

²⁵ DRUCKER, 1985 en Formichella: 2004 p. 11.

²⁶ EMPRENDIMIENTOEVENTOS.BLOGSPOT.COM. Evolución del emprendimiento en Colombia. [En línea]. [Consultado el 22 de Mayo de 2015] Disponible en internet: <<http://emprendimientoeventos.blogspot.com/2012/10/evolucion-del-emprendimiento.html>>

²⁷ SCHUMPETER, J.A. The Theory of Economic Development, citado por CARRASCO, Inmaculada. CASTAÑO M. ^a Soledad. EL EMPRENDEDOR SCHUMPETERIANO Y EL CONTEXTO SOCIAL. [En línea]. [Consultado el 22 de Mayo de 2015] Disponible en internet:

complejas, sino que son la consecuencia de poder detectar necesidades insatisfechas, poseen cualidades similares a las de los demás sin embargo algo que los distingue del resto de los individuos del mundo de los negocios, “su alta tolerancia a la ambigüedad, lo cual les permite lanzarse a hacer cosas aun cuando resulte difícil imaginar cómo se encauzarán. La tolerancia a la ambigüedad implica seguir adelante con poca información, poco capital e incluso sin ideas novedosas”²⁸.

Definiendo un poco la palabra emprendedor se dejará claro el concepto de emprendimiento que es “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder 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, a la economía y a la sociedad”²⁹. (Ley 1014 de 2006, Artículo 1º, numeral C, República de Colombia).

En relación a la importancia del emprendimiento en la formación superior, el Profesor Robert Carlson, reconocido especialista debido a sus ideas innovadoras en materia de educación e investigación, argumenta que “debido a su enfoque tradicional en materia de investigación y educación, muchas unidades académicas no hicieron lo suficiente para llegar a la industria”. Esta frase en el contexto de la innovación, surge a partir del emprendimiento en las universidades. Por ende, Carson explica la importancia de fomentar desde cualquier nivel de la educación la formación, ya que novedosas ideas que nacieron en clases universitarias, llegaron a convertirse en productivas empresas, como es el caso de Facebook. De allí que “Startups” de éxito, como Google, enviaron el mensaje a los estudiantes universitarios de que deberían hacerse emprendedores, particularmente en el mundo de internet. Universidades como el Instituto de Tecnología de Illinois. (IIT), procedieron a alterar sus currículos, animando a los alumnos a asistir a cursos centrados en la innovación y en el emprendimiento.

<http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_845_121-134__F6565B36FDFD765A932BB8BEEE9AAB41.pdf>

²⁸ CDN.AWW.WOBI.COM. ESTRADA, Socorro. ABC del emprendimiento. Entrevista a Amar Bhidé [En línea]. [Citado en 26 de Mayo 2015] Disponible en internet: < http://cdn.aws.wobi.com/sites/default/files/abc_del_emprendimiento_file.pdf >

²⁹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014. (26, enero, 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento, Artículo 1º, numeral C, [En línea]. [Citado el 26 de Mayo 2015] Disponible en internet: < <http://www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331> >

Carlson³⁰ se enfoca en el uso de la Innovación como herramienta de sobrevivencia de las empresas, como fórmula para superar la crisis global, siendo el principal objetivo de la Innovación el contribuir al crecimiento del volumen de negocios. Por ende, los puntos básicos de esta teoría son la importancia de que los empresarios estén orientados hacia el futuro y la necesidad de una “obsesión” por la competencia (no sólo por los clientes).

La visión emprendedora en la actualidad, es considerada elemento fundamental en todos los ámbitos, principalmente entre los jóvenes que se forman de manera integral, desarrollando su creatividad, innovación, espíritu emprendedor. Conscientes de que la creación de empresas y las redes que se forman entre ellas son vitales para el crecimiento empresarial y el óptimo desarrollo de una economía. El autor Varela sustenta al respecto:

La creación de redes de trabajo múltiples dota a las empresas locales y a la comunidad de empresas regionales con capacidades significativas en lo concerniente a variedad. La existencia de treinta empresas pequeñas en una localidad, no suena impresionante como una base para el desarrollo económico. Pero al considerar que estas empresas pueden establecer cuatrocientas treinta y cinco relaciones recíprocas en cada red que ellas comparten, como, por ejemplo el intercambio de asesores profesionales o de sistemas de producción, se puede concluir que existe una variedad local y un potencial para el desarrollo.³¹

El hacer caso omiso de las diferencias entre las redes de información normativas y de intercambio ha conducido a un modelamiento preconcebido para el desarrollo económico y sociocultural que a veces genera contradicciones. Al tener en cuenta solamente el procesamiento de la información, los escenarios metropolitanos se favorecen como fuentes de creatividad y de espíritu empresarial.³²

2.1.2 Proceso de emprender

Ahora bien, el proceso de emprender es un tópico fundamental que debe destacarse en el desarrollo del proceso investigativo, por ende, es propuesto por Andy Freire en la teoría del triángulo invertido, la cual posee tres partes fundamentales: capital, idea y la base de apoyo el “emprendedor”, el éxito o

³⁰ CARLSON Ben. Think Big (en español Piensa en Grande), Zondervan Publishing Co, 1996.

³¹ VARELA Rodrigo. Innovación empresarial. 2008.

Recuperado en: (https://www.icesi.edu.co/cdee/images/informes/coleccion_dice/DICE1.pdf)

³² FLORIDA, Entrepreneurship. Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial. 2002.

fracaso de un emprendimiento está basado en la interacción que sucede entre estos pilares. Un emprendedor encontrará siempre la manera de lograr conseguir capital o un gran proyecto, por eso se considera como base fundamental al individuo.



Según un estudio de Global Entrepreneurship Monitor Colombia (GEM Colombia) sobre el concepto empresarial, en Colombia se realizó una encuesta a una muestra de 3400 personas adultas en 35 municipios las cuales tenían una edad de entre 18 y 64 años en el 2013, arrojó los siguientes resultados:

- El 77% tiene una percepción sociocultural positiva sobre el espíritu empresarial y los empresarios
- El 65% son empresarios potenciales
- 55% son empresarios intencionales
- 14% son empresarios nacientes
- 10% son nuevos empresarios
- 6% de los adultos en Colombia son empresarios ya establecidos.

2.1.2 Impulso del emprendimiento en Colombia

A través de programas e iniciativas como el Fondo Emprender del SENA, INNpulsa Colombia, Emrende Cultura, Colombia Joven Emrende y

Apps.co entre otras, el Gobierno apoya proyectos de impulso a ideas de negocio, innovación, creación de empresa y Pymes, para contribuir a un país más moderno. El Gobierno cuenta con una Red Nacional de Emprendimiento, se avanza en fortalecer la industria de apoyo al emprendimiento, conformada por centros educativos y empresas, así como en ampliar y divulgar los vehículos de financiación a los emprendedores. El Ministerio de Comercio es la entidad que encabeza esta red que tiene como objetivos:

- 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.
- Conformar mesas de trabajo.
- Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país.
- Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.

También se crearon unas Redes Regionales de Emprendimiento, que son conformadas por 481 instituciones de apoyo al emprendimiento, entre las que se cuentan gobernaciones, alcaldías, y centros educativos. “En 2012 instituciones como el SENA e INNPulsa, han contado con convocatorias por más de 170 mil millones de pesos en capital semilla, y recursos de fortalecimiento institucional, además el Gobierno ha generado 23.628 oportunidades de negocio para los empresarios. 2.600 empresas exportadoras de 25 departamentos realizaron negocios por US\$3.460 millones de dólares con más de 5.000 compradores de 105 países”³³.

Como este resultado de la política de fomento al emprendimiento y la estrategia por un país más moderno, gracias al apoyo de recursos originados en el Fondo Emprender, han sido creadas alrededor de 2.800 empresas, las cuales han generado más de 15 mil empleos formales.

³³ URNADECRITAL.GOV.CO. Colombia es el país con más emprendedores. [En línea]. [Consultado el 29 de Mayo de 2015] Disponible en internet: <<http://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/emprendedores-colombia> >

2.1.3 Variables del perfil emprendedor a través de diversos autores.

Variables Encuesta GEM Colombia

El GEM se ha enfocado en desarrollar un modelo que explique la relación entre la actividad emprendedora y los componentes con el desarrollo económico.

GEM entiende que esta relación es bastante compleja y que los diferentes tipos y fases de la actividad emprendedora pueden impactar el crecimiento económico en formas diferentes en los distintos países del mundo³⁴.

Por consiguiente, el GEM considera la dinámica emprendedora de una región desde la interrelación de los tres actores fundamentales del emprendimiento, que se constituyen en las variables determinantes en la encuesta.

1. Individuos emprendedores: Que se ven notablemente influenciados por el entorno, de esta forma desarrollan las percepciones y creencias sobre la actividad emprendedora asumiendo los diversos valores de las personas y la sociedad en la que se hallan inmersos. En este ámbito se analizan variables como:

- La actitud frente al riesgo.
- La noción que se tiene de las competencias emprendedoras (habilidades, conocimientos y experiencias) para desarrollar una empresa.
- El conocer personas que han desarrollado empresa.
- Los recursos necesarios para el desarrollo de la actividad emprendedora.
- Pensar que existe un ambiente general favorable hacia la actividad emprendedora.
- Las aspiraciones de los individuos emprendedores relacionadas con la naturaleza cualitativa de los objetivos buscados por el emprendedor. En este aspecto el GEM establece claras diferencias en relación con la visión de los emprendedores sobre variables como: generación de empleo, innovación en productos y procesos, nuevas formas de hacer empresa, enfoque hacia mercados internacionales, orientación hacia el crecimiento, búsqueda de capital externo, búsqueda de nuevos socios, uso de tecnología de última generación, entre otras.

³⁴Sternberg y Wennekers, 2005.

2. Actividades emprendedoras: que se relaciona con el volumen de personas que está, efectivamente generando nueva actividad emprendedora. Por consiguiente, el GEM analiza la actividad emprendedora como un proceso, y desde este contexto analiza las fases en las cuales se encuentra el emprendimiento, las cuales pueden ser:

- En las iniciales o de nacimiento
- En las de consolidación y crecimiento
- En el momento de cierre

Dichas etapas son analizadas desde:

- El ámbito económico
- El nivel de inversión
- Datos demográficos de los fundadores (género, edad, educación, experiencias)
- Motivación específica que el nuevo emprendedor tuvo al crear la empresa

3. Entorno emprendedor: En consideración a que tanto las empresas establecidas como los nuevos emprendimientos se ven influenciadas por el contexto institucional, variables que se constituyen en el entorno emprendedor.

Conforme la importancia del entorno el GEM clasifica los estadios de desarrollo económico:

- Economías impulsadas por factores
- Economías impulsadas por eficiencia
- Economías impulsadas por innovación

Estas condiciones institucionales se agrupan en tres grandes segmentos:

Requerimientos básicos: Hace referencia a aspectos fundamentales para el desarrollo como la configuración institucional y de infraestructura del país, la estabilidad macroeconómica, los niveles de educación básica y unas condiciones de salud adecuadas.

Estimuladores de eficiencia: agrupan aquellos aspectos y variables que permiten estimularla eficiencia de las organizaciones y que tienen que ver con altos niveles de educación y capacitación, eficiencia en los mercados de bienes y servicios, eficiencia en el mercado laboral, sofisticación del mercado financiero, preparación y actualización tecnológica y tamaños generales del mercado.

Condiciones para la innovación y la actividad emprendedora: se relacionan con los procesos de creación de las actividades emprendedoras. Entre ellos se destacan: políticas de Gobierno, programas gubernamentales para favorecer la iniciativa emprendedora; educación emprendedora; mecanismos de transferencia, investigación y desarrollo; infraestructura comercial y legal para las nuevas empresas; apertura de los mercados internos; líneas de financiación para las nuevas empresas, infraestructura física para las nuevas empresas y normas sociales y culturales.

2.1.4 Estructura encuesta GEM

Perfil del emprendedor colombiano: (Factor Sociodemográfico)

Motivaciones que originan la creación de empresa

Características de género

Características de género para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Características de género de los emprendedores establecidos

Características de edad

Características de edad para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Características de edad de los emprendedores establecidos

Características educativas

Características educativas para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Características educativas de los emprendedores establecidos

Características del nivel de ingresos familiares

Características del nivel de ingresos familiares para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Características del nivel de ingresos familiares de los emprendedores establecidos

2.1.5 Emprendimiento social

Nivel individual

Género

Edad

Nivel educativo

Nivel de ingresos

Características empresariales

Visibilidad del emprendimiento social

Generación de valor

Nivel de instituciones y factores macro

Internacionalización

Nivel individual

Género

Edad

Nivel educativo

Nivel de ingresos

Características empresariales

Impacto en exportaciones para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Impacto en exportaciones en empresas establecidas

Nivel de tecnología

Nivel de tecnología para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Nivel de tecnología en empresas establecidas

Sectores productivos según intensidad de exportación

Situación para la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA)

Situación en empresas establecidas

Nivel de formalidad según intensidad de exportación

Nivel de instituciones y factores macro

2.1.6 Variables características del perfil emprendedor modelo de Varela

El emprendimiento abarca aspectos fundamentales que favorecen el desarrollo de ideas innovadoras y que son vitales para que el individuo alcance los objetivos propuestos entorno a este tópico, estas variables son:

Fuerza vital, deseo de superación y progreso, capacidad de identificar oportunidades, habilidad creadora e innovadora, aceptación y propensión al cambio, iniciativa, libertad-autonomía-autogobierno, capacidad de toma de decisiones con información incompleta, convicción de confianza en sus facultades, actitud mental positiva hacia el éxito, compromiso-constancia-perseverancia, Coraje para enfrentar situaciones inciertas y para correr riesgos, capacidad de realización, capacidad de administrar recursos, practicabilidad y productividad, capacidad de control, inconformismo positivo, soluciones y no problemas, responsabilidad-solidaridad-ética, capacidad de integrar hechos y circunstancias, liderazgo. A este conjunto de valores

culturales de comportamiento se le denomina espíritu empresarial (entrepreneurship).³⁵

Por consiguiente El espíritu empresarial puede ser desarrollado por medio de un proceso educativo llamado “educación empresarial cuyo fin es proveer educación para el trabajo y no solo educación para el empleo”³⁶.

El óptimo desarrollo de las empresas depende notablemente de las competencias del emprendedor, dado que “Las compañías necesitan flexibilidad y la gente necesita seguridad”³⁷.

Con más detalle las características del emprendedor citadas por Varela son:

Visión de la carrera empresarial. Tiene relación con la formulación de un plan de acción con metas de largo plazo y la capacidad de ponerlo en marcha, usando la imaginación.

Sensibilidad social. Hace referencia a comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza. Y que éste debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social.

Orientación al logro: Implica la preocupación por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes.

Autoconfianza: Refiere el optimismo por salir adelante en sus actividades, ya que asume tener los conocimientos, la capacidad humana y profesional, la actitud y la energía para lograr sus metas.

Amplitud perceptual: Es explorar más allá de su círculo de experiencia y referencia para poder encontrar nuevas oportunidades; flexibilidad - disposición a cambiar de enfoque o de manera de concebir la realidad para dar lugar a otras opciones que permitan hacer bien las cosas.

³⁵ VARELA, V. El espíritu empresarial y la generación de empleos”, en Revista Universidad Pontificia Bolivariana. 1998, vol. 47, núm. 144, p. 65.

³⁶ *Ibíd.*

³⁷ VARELA, 2001, pp. 26-27.

Empatía: Implica comprender las emociones, necesidades e intereses de otros y procurar su apropiada conciliación con los nuestros.

Pensamiento conceptual: identificar los vínculos que existen entre los diferentes componentes de situaciones complejas que no están relacionadas en forma directa y construir conceptos o modelos fácilmente aplicables.

Orientación al mercado: considerar en forma permanente las condiciones del mercado en todas las decisiones que se toman en las actividades empresariales.

Gestión de empresa: reunir e integrar de manera creativa los recursos requeridos para iniciar, mantener y acrecentar la actividad empresarial, construcción de redes empresariales – establecer, mantener y aprovechar relaciones con personas y entidades, para alcanzar sus objetivos empresariales.

Toma de decisiones: analizar las diversas alternativas disponibles a fin de determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo la responsabilidad por los resultados logrados.

Orientación a la acción: Entendida como la energía, la fuerza, el coraje y la dedicación para llevar a cabo, por iniciativa propia, las acciones necesarias para hacer realidad las ideas, propuestas, oportunidades y proyectos empresariales.

Rodrigo Varela y Bedoya proponen el desarrollo de las competencias y características de los empresarios del mañana.

Factores Motivacionales

Necesidad de logro
Necesidad de aprobación
Necesidad de recibir beneficios monetarios
Necesidad de desarrollo personal
Necesidad de independencia
Necesidad de escape

Características del comportamiento

Liderazgo/capacidad fuerte de persuasión
Toma de iniciativas
Flexibilidad
Honestidad
Búsqueda de la verdad y de la información
Capacidad de conseguir recursos

Tolerancia de la ambigüedad, de presión e Incertidumbre
Relaciones
Sentido de urgencia
Orientación hacia la oportunidad
Compromiso total
Orientación hacia metas específicas
Responsabilidad personal
Humor
Centro de control interno
Baja necesidad de poder y estatus
Capacidad de decisión
Estabilidad emocional
Atracción por retos, no por riesgos
Optimistas
Competencia consigo mismo
Planifica con límites de tiempo
Exige eficiencia y calidad
Planifica y hace seguimientos sistemáticos
Energía
Buena salud
Intenso ritmo de trabajo

Características intelectuales

Imaginación
Conocimiento de la empresa
Capacidad de solución de problemas
Realismo
Inteligencia
Capacidad de analizar el ambiente
Habilidad conceptual

Varela³⁸ plantea aspectos inherentes a la comprensión del emprendimiento como un problema de orden económico. Partiendo de los postulados de Schumpeter³⁹ sobre el fenómeno de la destrucción creativa como patrón estructural del emprendimiento y la formulación de nuevos negocios en contextos de mercado.

³⁸ VARELA. Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson Prentice Hall editores, Tercera edición. 2008.

³⁹SCHUMPETER, J. The Theory of Economic Development. Cambridge, Ma, Harvard University Press.1934.

Este autor también concibe la idea básica que la Educación Empresarial es producir en el mediano y largo plazo una generación de nuevos profesionales mejor entrenados e informados a cerca de:

- A) Cuándo, cómo, dónde, con quién, con qué empezar un nuevo negocio.
- B) Cómo seguir una carrera empresarial.
- C) Cómo maximizar sus objetivos personales en forma equilibrada con las necesidades de una sociedad.
- D) Cómo desarrollar una cultura empresarial.
- E) Cómo promover los cambios requeridos para facilitar y estimular a los nuevos empresarios y a las nuevas empresas”⁴⁰.

Estos factores favorecen notablemente la creación de nuevos negocios que bajo estos parámetros pueden llegar a ser exitoso.

⁴⁰ VARELA Óp. Cit. 1998. p.65.

2.1.7 Modelo de McClellan

Necesidades de logro. Se relaciona con la necesidad de alcanzar metas y esforzarse para hacer las cosas mejores. Se destaca el impulso por lograr metas, sobresalir, y esforzarse para tener éxito.

Los componentes de esta variable son las siguientes:

- Ser persistente
- Buscar oportunidades e iniciativas
- Buscar riesgos calculados
- Exigir eficiencia y calidad
- Cumplir sus compromisos

Necesidades de poder: Se relaciona con la necesidad de influenciar y liderar a otros, tener el control sobre el ambiente y el entorno. En general relaciona el nivel de control que el individuo desea tener sobre situaciones propias en las que se involucre.

- Ser persuasivo y construir redes de apoyo
- Autoconfianza e independencia

Necesidad de afiliación: Establece el deseo de tener amistad y relaciones interpersonales cercanas.

Los componentes de esta variable son las siguientes:

- Planificar sistemáticamente
- Buscar información
- Fijar metas

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Caracterización.

Desde una visión teórica el concepto caracterizar se refiere a una fase descriptiva con fines de identificación, entre otros aspectos, de los componentes, acontecimientos (cronología e hitos), actores, procesos y contexto de una experiencia, un hecho o un proceso.

2.2.2 Innovación.

En economía, Joseph Schumpeter fue quien introdujo este concepto en su libro teoría de las innovaciones, en la que lo define como el establecimiento de una nueva función de producción. La economía y la sociedad cambian cuando los factores de producción se combinan de una manera novedosa. Sugiere que invenciones e innovaciones son la clave del crecimiento económico, y quienes implementan ese cambio de manera práctica en los emprendedores. Es una herramienta específica de una persona emprendedora, por ende, una persona empresaria efectiva convierte una fuente en un recurso.

El proceso creativo de innovación inicia a través de una idea. La creatividad llega a ser definida como el resultado de la interacción de un sistema compuesto de tres elementos: una cultura que contiene reglas simbólicas, una persona que introduce la novedad en el dominio simbólico (la idea), y un campo que reconoce y valida la innovación. Exactamente así ocurre en el emprendimiento donde el dominio es el entorno de conocimiento en el que está inmersa la actividad en la que se emprende y el campo es sencillamente el mercado. Las buenas ideas permanecen, y en ello radica su éxito, y las que no obtienen el apoyo no prosiguen y por consiguiente fracasan.

2.2.3 Emprender.

Es la combinación de un acto creativo con una acción eficaz y puede concretarse en tres fases:

1. Descubrimiento de la oportunidad.
2. Concepción del producto, servicio o proceso que satisfaga la necesidad detectada de forma que permita obtener un beneficio.
3. Puesta en marcha para convertirlo en resultados.

2.2.4 Emprendedor.

Es una persona dinámica y fuera de lo común, que promueve nuevas combinaciones o innovaciones.

2.2.5 Entrepreneurship.

Es una práctica. Es un comportamiento, es decir una conducta y una actitud, concluyendo que existe una estrecha relación entre espíritu emprendedor y educación.

2.2.6 Red de emprendimiento I+.

Es una organización constituida por la Cámara de Comercio de Palmira, instituciones públicas, privadas y académicas, para apoyar el emprendimiento en una determinada región, y fortalecer las nuevas empresas creadas.

2.2.7 Startup.

Hace referencia a una gran empresa en su etapa temprana; a diferencia de una Pyme, la Startup se basa en un negocio que será escalable más rápida y fácilmente, haciendo uso de tecnologías digitales.

El término solamente aplica cuando el proyecto está en su etapa inicial, dado que una vez se desarrolle dejara de recibir este nombre, grandes empresas como Facebook, Google, Airbnb o Uber iniciaron como Startups. Lo que evidencia que el ascenso en dicho concepto se relaciona con el crecimiento potencial de la empresa.

2.2.8 Spin off.

refieren iniciativas empresariales promovidas por miembros de la comunidad universitaria, que se caracterizan por basar su actividad en la explotación de nuevos procesos, productos o servicios a partir del conocimiento adquirido y los resultados obtenidos en la propia Universidad.

La investigación aplicada es la base de estas empresas, cuya importancia radica en el desarrollo de nuevas tecnologías, la creación de empleo de calidad, la capacidad de generar un alto valor añadido en la actividad económica y la aportación al desarrollo regional.

Resulta fundamental realizar un spin off, dado que los emprendedores podrán seguir desarrollando la tecnología que se generó en la universidad hasta el nivel de producto final, contratar personal investigador muy valioso y obtener rendimientos económicos del proceso. En este contexto la universidad podrá impulsar a través de las spin off su labor de transferencia de resultados de la investigación. Además, obtendrá retornos económicos por contratos de transferencia con las spin off de investigaciones que si no llegan al mercado no le reportarán beneficios monetarios.

2.3 Marco contextual

2.3.1 Historia de la Red de emprendimiento I+

Ilustración 2. Red emprendimiento I+



Fuente: Red emprendimiento I+

La red de emprendimiento I+ es una organización que reúne a entidades de los municipios de Palmira, Pradera, Candelaria y Florida que apoyan a los emprendedores de esta subregión del Valle del Cauca. La idea es que las actividades de emprendimiento se trabajen de manera mancomunada para tener un mayor impacto en beneficio de los emprendedores.

La Red de emprendimiento I+ como ente constituido bajo la iniciativa de la Cámara de Comercio de Palmira y la Fundación Progresamos, entidades que hacen parte de la Red Regional de Emprendimiento del Valle del Cauca, tiene entre sus objetivos principales el desarrollo de acciones conjuntas entre diversas organizaciones para impulsar emprendimientos empresariales y el establecimiento de políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.

Nació en el año 2012 como red de emprendimiento local de Palmira, con el fin de aterrizar todas las iniciativas que se hacen en la red regional de emprendimiento del Valle. Pero se encontraron que los actores que se están presentes en ciudades como Cali no son las mismas que se pueden observar en ciudades como

Palmira, así que decidieron convocar a todas esas entidades que de una u otra manera apoyan a los emprendedores y aglutinarlas bajo esta red, para de esta forma cada entidad aportará su grano de arena en pro de hacer más fuerte el ecosistema de emprendimiento de esta subregión del País.

Esta Red de emprendimiento I+ se constituye en una fuerte apuesta al desarrollo de las alianzas para fortalecer y fomentar las actividades de emprendimiento en la ciudad de Palmira. Con base en directrices fomentadas por la Red Regional de Emprendimiento del Valle del Cauca, el día jueves 23 de agosto de 2012, en el Salón Empresarial de la Cámara de Comercio de Palmira, se constituyó la Red de emprendimiento I+, con la asistencia y el compromiso de instituciones de diversos sectores: El SENA; universidades públicas y privadas de la ciudad; las cajas de compensación; la Alcaldía Municipal de Palmira; la Fundación Coomeva; el Comité Cívico. Por supuesto la Universidad del Valle hace parte de esta importante alianza.

En el 2013 la Red de emprendimiento I+, conformada por 16 integrantes, realizó la primera versión del concurso de emprendimiento, bajo el nombre “Palmira Emprende”. De esta forma inició su participación activa en la Red Regional de Emprendimiento. Para el 2014 logró establecer un posicionamiento, con 21 integrantes activos, llevó a cabo la segunda versión del concurso de emprendimiento, en el evento Palmira Emprende. Así mismo llevó a cabo la primera versión del Diplomado de emprendimiento. En el 2015 con 16 integrantes activos, de los cuales cinco son universidades que cuentan con unidades de emprendimiento, y bajo una etapa de fortalecimiento se mantuvo la participación activa en la Red Regional de Emprendimiento, ejecutando la segunda versión del Diplomado Emprendimiento y la tercera versión del concurso de emprendimiento, de esta forma la Red emprendimiento I+ continuó trabajando por el fomento de la cultura del emprendimiento y el diseño Programa Ángeles Inversionistas.

Ilustración 3. Logo de los integrantes de la Red de emprendimiento I+



Fuente: Red de emprendimiento i+

Para el año 2016, la Red emprendimiento I+ continuo con su labor ejecutando la tercera versión del Diplomado Emprendimiento y la cuarta versión del concurso de emprendimiento, así como el desarrollo de la Ruta del Emprendimiento, en el año 2017 se efectuó el cuarto Diplomado de Emprendimiento y la quinta versión de del concurso de emprendimiento, bajo el título “mi Región Emprende”.

Ilustración 4. Diplomado Red de emprendimiento I+ 2015



Fuente: Red de emprendimiento I+

2.3.2 Misión

La red de emprendimiento I+ fomenta una cultura emprendedora y el desarrollo de empresas competitivas e innovadoras, a través de la articulación institucional en los municipios de Palmira, Pradera, Florida y Candelaria, que brinda servicios de acompañamiento integral a los procesos de conduzcan al posicionamiento y crecimiento de empresas, como aporte al desarrollo social y económico de la región.

2.3.3 Visión

En el 2020, la Red de emprendimiento I+ será el ecosistema líder en la región en el fomento de la cultura de emprendedora y el apoyo a la gestión de emprendimiento innovador y sostenible, generando un alto impacto en el desarrollo económico y social del Valle del Cauca.

2.3.4 Objetivos

Los principales objetivos de la Red de emprendimiento I+ son los siguientes:

1. Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.
2. Ser articuladora para el desarrollo de acciones conjuntas entre diversas organizaciones para impulsar emprendimientos empresariales.

La Red de emprendimiento I+ en la actualidad enfoca sus esfuerzos en fortalecer la Cultura empresarial y Promover las capacidades e ideas Innovadoras.

2.3.5 Ejes de trabajo

1. Formación y cultura emprendedora:

Diplomado en emprendimiento. Actualmente están ofreciendo un diplomado en emprendimiento con un costo simbólico de \$50.000, para que el emprendedor salga de allí con un anteproyecto que pueda presentarlo a alguna de las convocatorias vigentes.

Mis sueños por nuestra región. Programa que pretende crear cultura emprendedora desde la base, en los grados 10 y 11 de básica secundaria, enseñándoles que emprender es una opción de vida y es algo posible de realizar.

2. Financiación. En esta línea de trabajo se identifican y divulgan convocatorias donde los emprendedores puedan presentar sus iniciativas.

3. Concurso mi región emprende. En el marco de la semana global del emprendimiento en el mes de noviembre de cada año, se realiza un evento donde además de hacer un concurso para los emprendedores, se dictan talleres, conferencias y charlas donde se cuentan casos exitosos de emprendimiento de Palmira y demás municipios que conforman la red de emprendimiento I+.

2.3.6 Proyección de la Red de emprendimiento I+

En la actualidad la Red de Emprendimiento I+ es una iniciativa liderada por veinte instituciones de la región, que tiene como propósito principal la articulación de los diferentes actores municipales alrededor de iniciativas que promuevan el emprendimiento empresarial en los municipios de Palmira, Pradera, Florida y Candelaria.

La Red de Emprendimiento I+ busca promover el espíritu emprendedor en la región, fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial, desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones para impulsar emprendimientos empresariales y proporcionar acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador⁴¹.

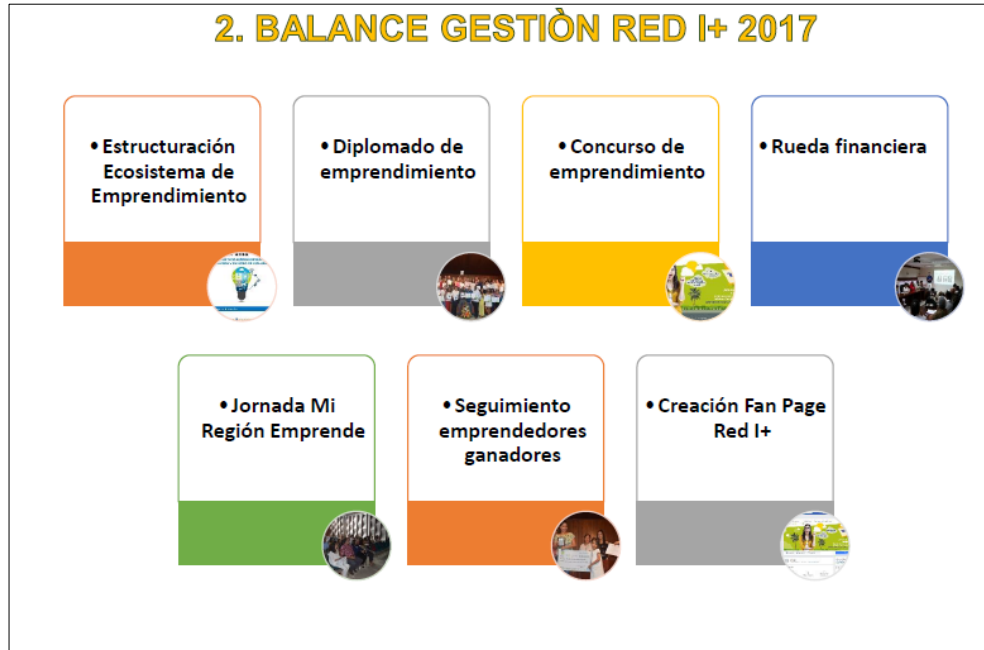
La proyección de la Red de emprendimiento I+, es poder orientar adecuadamente a los emprendedores y que cada entidad que hace parte de la organización se especialice en lo que mejor sabe hacer, con la finalidad de brindar servicios y acompañamientos acordes a las necesidades de la etapa de desarrollo que esté viviendo cada emprendedor.

Para acceder a los servicios de la Red de emprendimiento I+ actualmente se está trabajando sobre la “Ruta de orientación para el emprendedor”, se pueden acercar a cualquiera de las entidades que conforman la red, en la Cámara de Comercio de Palmira o en el correo de la Red de emprendimiento I+.

En el año 2017, las gestiones de la Red de emprendimiento I+ en pro de fomentar el emprendimiento se enfocó en los aspectos, que se ilustran a continuación, mostrando un importante avance desde su conformación.

⁴¹ RED DE EMPRENDIMIENTO I+. Resumen ejecutivo encuentro mi región emprende. 2016.

Ilustración 5. Balance gestión Red de emprendimiento I+ 2017



Fuente: Red de emprendimiento I+

2.3.7 Ecosistemas regionales del emprendimiento en Colombia

Ilustración 6. Redes de Emprendimiento a nivel Nacional



Fuente: Cámara de Comercio de Medellín⁴²

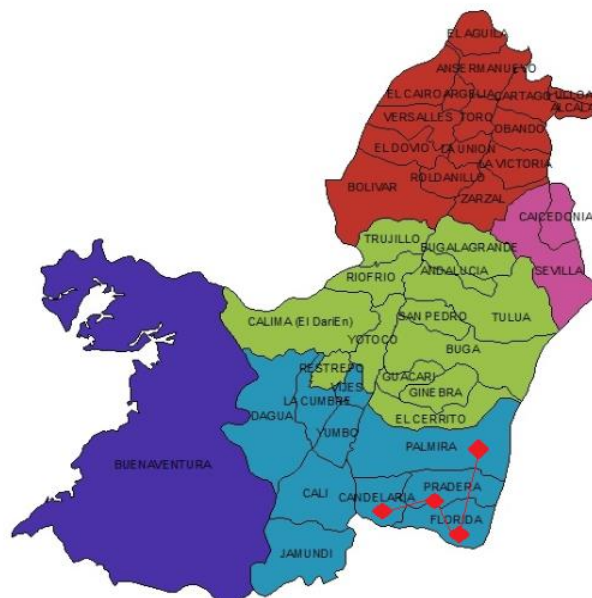
Existen 31 Redes Regionales de Emprendimiento con más de 500 actores articulándose en pro del Emprendimiento y la Innovación en las regiones del país.

- Ecosistema de Emprendimiento Región Norte: Nodo 1 Barranquilla, Santa Marta y Cartagena. Nodo 2 Montería, Sincelejo, Valledupar y Riohacha. Nodo 3 San Andrés.
- Ecosistema de Emprendimiento Región Centro Oriente: Nodo 1 Área Metropolitana de Bucaramanga y Cúcuta. Nodo 2 Tunja. Nodo 3 Ibagué y Neiva.
- Ecosistema de Emprendimiento Región Centro Occidente: Nodo 1 Área Metropolitana del Valle de Aburrá. Nodo 2 Quibdó. Nodo 3 Manizales, Pereira y Armenia.
- Ecosistema de Emprendimiento Región Sur Occidente: Nodo 1 Valle del Cauca: Cali, Palmira, Yumbo, Jamundí y Popayán. Nodo 2 Pasto.

⁴² CAMARA DE COMERCIO DE MEDELLIN. Plan Estratégico de Emprendimiento Regional de Antioquia. 2017.

- Ecosistema de Emprendimiento Región Sur Oriente: Florencia, Leticia, Mitú, Mocoa y San José del Guaviare.
- Ecosistema de Emprendimiento Región Oriente: Arauca, Puerto Carreño, Puerto Inírida, Villavicencio y Yopal.

Ilustración 7. Ubicación geográfica Red de emprendimiento I+ en el departamento del Valle del Cauca.



Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó con anterioridad la red de emprendimiento I+ es una organización que reúne a entidades de los municipios de Palmira, Pradera, Candelaria y Florida que apoyan a los emprendedores de esta subregión del Valle del Cauca.

Palmira

Palmira es un municipio del departamento del Valle del Cauca en Colombia, localizado en la región sur del departamento, ubicada a 26 km de la zona urbana de Cali, la capital. Se encuentra en la ribera oriental del Río Cauca, y hace parte del Área Metropolitana de Cali. El municipio de Palmira posee grandes ingenios azucareros, por lo que se constituye en centro comercial, industrial y agrícola del Valle del Cauca.

Palmira se caracteriza por un importante movimiento comercial y agrícola y cuenta con el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT), el más importante de Colombia y Sudamérica, donde se realizan investigaciones de desarrollo en la producción agrícola de todo el país, en la variedad de cultivos de yuca, frijol, caña y palma. En esta ciudad se encuentra ubicada la Red de emprendimiento I+, en la Secretaría Técnica Cámara de Comercio de Palmira - fundación progresamos concretamente en la calle 28 no. 30-15 oficina 203.

Pradera

Pradera es un municipio del departamento del Valle de Cauca en Colombia, localizado en la zona sur del departamento. Es un municipio con extensas y calientes cordilleras y praderas sembradas de caña de sal junto a ingenios azucareros. Pradera se caracteriza por una población cuya base económica es la agricultura y la ganadería y con una creciente actividad comercial.

Desde la década de los noventa, con la apertura económica y la internacionalización de la economía, los problemas económicos del municipio se agudizaron y se comprobó la fragilidad del sector agropecuario. De allí que los pobladores opten por trasladarse a Cali y Palmira para laborar intensificando las rutas a estas ciudades lo que en últimas se revierte en una baja participación comunitaria y en la pérdida del sentido de pertenencia a identidad con el municipio. En la actualidad se promueve en Pradera la economía en torno a la parte comercial y al cultivo de la caña de azúcar (el ingenio Central Castilla y los trapiches El Vergel y Santa Helena) de allí que puedan apreciarse sitios como los centros comerciales, Granjas Avícolas y Bancos como el Agrario, y Banco de Colombia, así como 15 microempresas productoras de dulces, cueros, artesanías, repuestos, nitrato de plata.

Candelaria

Candelaria es un municipio colombiano ubicado en el departamento del Valle del Cauca. Forma parte del Área metropolitana de Cali, junto con los municipios aledaños a ésta.³ Candelaria está a 28 km de Cali.

En sus inmediaciones laboran grandes ingenios azucareros, lo mismo que pequeños trapiches dedicados a la fabricación de panela; es esta su principal fuente de recursos. Existe también vocación agrícola y ganadera, sobresaliendo los cultivos de maíz, soya, algodón, frijol, cacao, y plátano.

Florida

Florida es un municipio del departamento del Valle del Cauca en Colombia; perteneciente a la Provincia Sur y al área metropolitana de Cali. Desde Cali, atravesando extensas planicies sembradas de caña de azúcar, se llega a este próspero municipio de Florida, fundado en 1825 cuya ubicación geográfica le permite la variedad de climas, desde el cálido en el valle, con sus Ríos Cauca y Frayle, al clima medio de las estribaciones de la cordillera y después de la cordillera y después al frío del páramo, donde el viajero podrá encontrar lagunas como la Fe, Esperanza y Caridad en el Páramo de las Tinajas y el Balneario Natural la Hoya.

Los principales cultivos de Florida son la caña de azúcar, seguido del café, las frutas, especialmente los cítricos, el sorgo, el maíz, la caña panelera, plátano y la soya. En sus alrededores numerosas fincas y haciendas cañeras son patrimonio histórico como la Aurora y El Rey. Grandes ingenios azucareros tienen su sede en este municipio como El María Luisa y Castilla.

2.3.8 Eventos

En el desarrollo de las actividades ejecutadas por la Red de emprendimiento I+, se encuentran un gran número de eventos realizados anualmente para favorecer a sus beneficiarios a diversas escalas, estos eventos se relacionan a continuación.

Encuentro mi región emprende

El Objetivo General del encuentro realizado cada año por la Red de emprendimiento I+, denominado Mi región emprende es fomentar la cultura y el espíritu emprendedor de los habitantes de los municipios de Palmira, Pradera, Florida y Candelaria, mediante la realización de este evento.

Los Objetivos Específicos son:

- Desarrollar una jornada académica especializada en emprendimiento.
- Conocer la experiencia exitosa de un empresario.
- Realizar la ceremonia de graduación del Diplomado en Emprendimiento.
- Realizar la premiación del Concurso de Emprendimiento “Mi Región Emprende”.

Las tres categorías del concurso son:

Categoría 1. “Quiero emprender”:

Dirigido a personas o grupo de personas con una idea de negocio o unidades productivas no formales con menos de un año de funcionamiento con validación de mercado. Debe de demostrar componentes de mejoramiento e innovación ya sea en producto o servicios.

Ilustración 7. Ganadores de la categoría 1, concurso Mi región emprende 2016



Ganadoras Tercer puesto Categoría 1



Ganadora Segundo puesto Categoría 1



Ganadora Primer puesto Categoría 1

Fuente: Red de emprendimiento I+

Categoría 2: “Quiero Emprender con mi Agroindustria”

Dirigido a personas o grupo de personas con una idea de negocio y unidades productivas no formales con menos de un año de funcionamiento con validación de mercado, debe pertenecer al sector agroindustria. Los emprendimientos debieron demostrar componentes de mejoramiento, innovación ya sea en producto o servicios relacionados.

Ilustración 8. Ganadores de la categoría 2, concurso Mi región emprende 2016



Ganadores Tercer puesto Categoría 2



Ganadores Segundo puesto Categoría 2



Ganadora Primer puesto Categoría 2

Fuente: Red de emprendimiento I+

Categoría 3: “Mi Emprendimiento Crecerá”

En esta categoría participaron empresas legalmente constituidas, cuyo tiempo de operación sea menor a 3 años. El proyecto presentado debe demostrar componentes de mejoramiento, innovación ya sea en producto o servicios relacionados.

Ilustración 9. Ganadores de la categoría 3, concurso Mi región emprende 2016



Ganadora Tercer puesto Categoría 3



Ganador Segundo puesto Categoría 3



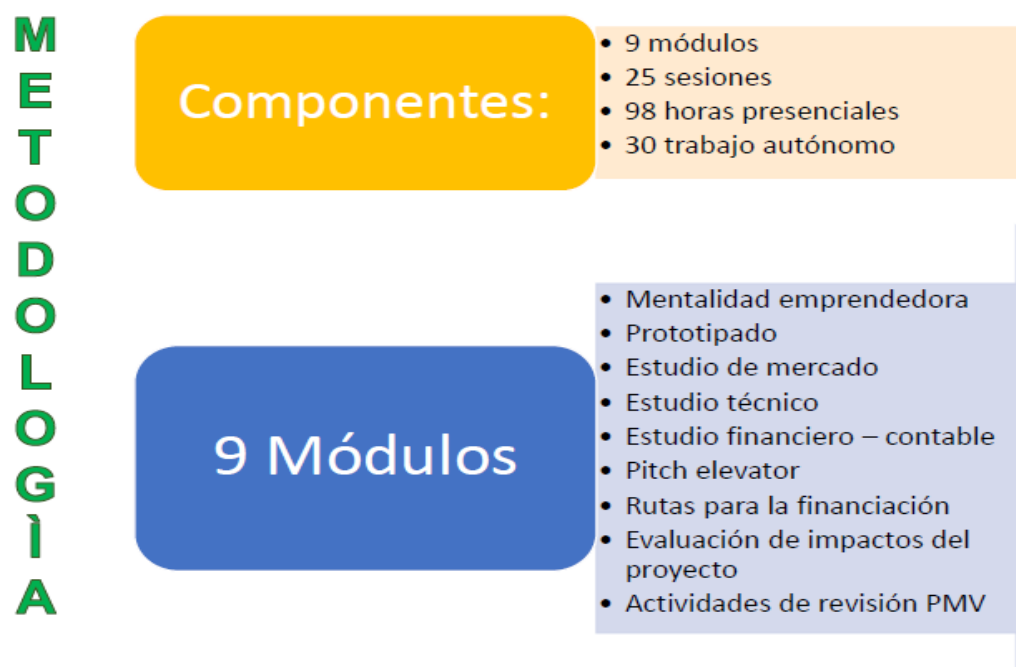
Ganador Primer puesto Categoría 3

Fuente: Red de emprendimiento I+

Diplomado Mi Región emprende

Este diplomado es entregado por la Red de emprendimiento I+ a los beneficiarios por un costo simbólico de \$50.000, con el fin de favorecer al desarrollo y crecimiento a nivel educativo de los emprendedores de la región. Para el año 2017 se efectuó tal diplomado conforme la metodología que se sustenta a continuación.

Ilustración 10, Metodología del Diplomado Mi región Emprende 2017



Fuente: Red de emprendimiento I+

2.3.9 Rueda de Soluciones financieras para emprendedores

En el año 2017 también se desarrolló esta actividad encaminada a lograr que la mayor cantidad de contactos posibles entre los empresarios y emprendedores de la región con las entidades financieras para conocer las líneas de crédito para micro y pequeñas empresas, así como emprendedores y los requisitos de acceso.

La metodología se ejecuta realizando citas preestablecidas con las entidades financieras y citas express acorde a intereses comunes y en el que participan las siguientes entidades financieras, las cuales brindan apoyo constante a los emprendedores.

Ilustración 11. Entidades participantes en la Rueda de soluciones financieras 2017.

Rueda de Soluciones Financieras para Emprendedores

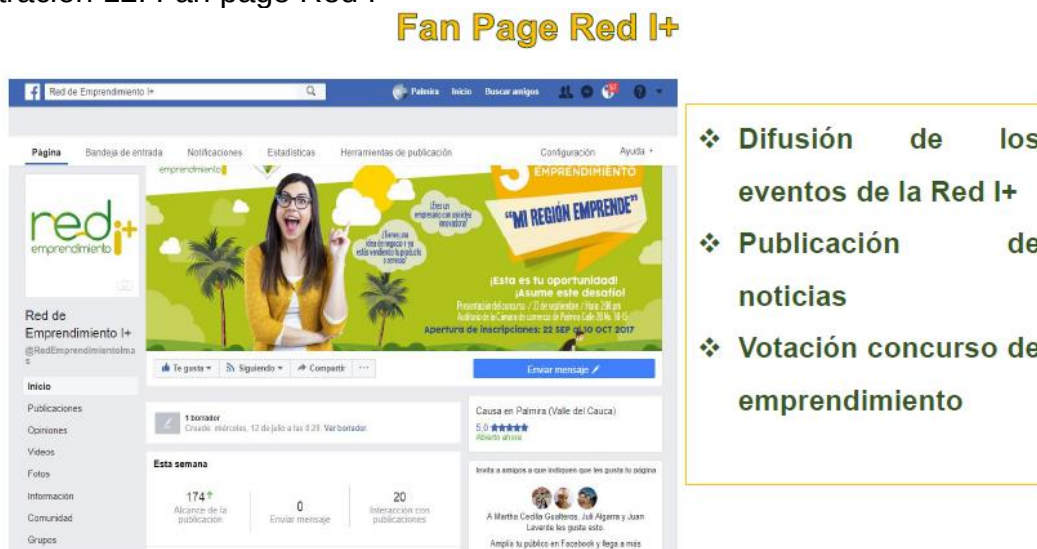


Fuente: Red de emprendimiento I+

2.3.10 Fan page Red I+

Es la difusión por redes sociales de las actividades y eventos ejecutados por la Red de emprendimiento I+, en la cual se enfatizó más durante el año 2017, como e ilustra a continuación.

Ilustración 12. Fan page Red I+



Fuente: Red de emprendimiento I+

2.4 Marco Legal

El marco legal bajo el cual se desarrolla se rigen Las redes de emprendimiento a nivel nacional se soportan en la ley 1014 de 2006, según la cual se establece el fomento a la cultura del emprendimiento en Colombia, de esta forma en sus artículos 62, 72 y 82, se destacan factores fundamentales para el desarrollo de estas redes. Sin embargo, debe aclararse que la Ley 1014 solo aplica para la Red nacional y para las Redes regionales, no para los locales como la Red de emprendimiento I+, la cual es una iniciativa privada de las instituciones que hacen parte de la misma, por lo que en la actualidad se está construyendo un documento de acuerdo de voluntades.

Artículo 62. Red Regional para el Emprendimiento: La Red Regional para el Emprendimiento, adscrita a la Gobernación Departamental, o quien haga sus veces, estará integrada por delegados de las siguientes entidades e instituciones:

1. Gobernación Departamental quien lo presidirá.
2. Dirección Regional del Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA.
3. Cámara de Comercio de la ciudad capital.
4. Alcaldía de la ciudad capital y un representante de los alcaldes de los demás municipios designados entre ellos mismos.
5. Un representante de las oficinas departamentales de juventud.
6. Un representante de las Instituciones de Educación Superior de la región designado por el Centro Regional de Educación Superior -CRES-.
7. Un representante de las Cajas de Compensación familiar del departamento.
8. Un representante de las Asociaciones de Jóvenes Empresarios, con presencia en la región.
9. Un representante de la Banca de Desarrollo y micro crédito con presencia en la región.
10. Un representante de los gremios con presencia en la región.
11. Un representante de las incubadoras de empresas con presencia en la región.

Parágrafo. Los delegados deberán ser permanentes mediante delegación formal del representante legal de la Institución, o gremio sectorial que representa y deberán ejercer funciones relacionadas con el objeto de esta ley.

Artículo 72. Objeto de las redes para el emprendimiento: Las redes de emprendimiento se crean con el objeto de:

- a. Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.
- b. Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.
- c. Conformar las mesas de trabajo de acuerdo al artículo 10Q de esta ley.
- d. Ser articuladoras de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país.
- e. Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.
- f. Las demás que consideren necesarias para su buen funcionamiento.

Artículo 82. Funciones de las Redes para el Emprendimiento. Las Redes para el Emprendimiento tendrán las siguientes funciones:

- a. Conformar el observatorio permanente de procesos de emprendimiento y creación de empresas "SISEA empresa", el cual servirá como sistema de seguimiento y apoyo empresarial.
- b. Proponer la inclusión de planes, programas y proyectos de desarrollo relacionados con el emprendimiento.
- c. Ordenar e informar la oferta pública y privada de servicios de emprendimiento aprovechando los recursos tecnológicos con los que ya cuentan las entidades integrantes de la red.
- d. Proponer instrumentos para evaluar la calidad de los programas orientados al fomento del emprendimiento y la cultura empresarial, en la educación formal y no formal.

- e. Articular los esfuerzos nacionales y regionales hacia eventos que fomenten el emprendimiento y la actividad emprendedora y faciliten el crecimiento de proyectos productivos.
- f. Establecer pautas para facilitar la reducción de costos y trámites relacionados con la formalización de emprendimientos (marcas, patentes, registros INVIMA, sanitarios, entre otros).
- g. Propiciar la creación de redes de contacto entre inversionistas, emprendedores e instituciones afines con el fin de desarrollar proyectos productivos.
- h. Proponer instrumentos que permitan estandarizar la información y requisitos exigidos para acceder a recursos de cofinanciación en entidades gubernamentales.
- i. Estandarizar criterios de calidad para el desarrollo de procesos y procedimientos en todas las fases del emprendimiento empresarial.
- j. Emitir avales a los planes de negocios que concursan para la obtención de recursos del Estado, a través de alguna de las entidades integrantes de la red.

CAPITULO 3. METODOLOGIA

3.1 Tipo de estudio

Este proyecto investigativo es de corte cualitativo, descriptivo, y busca caracterizar El perfil de emprendimiento de los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, entre los años 2014 – 2017.

La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto⁴³.

Según Hernández⁴⁴, las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas), y van de lo particular a lo general.

De acuerdo con esta investigación, el método descriptivo permite almacenar e interpretar la información obtenida en lo referente a la formalidad, así como diversas situaciones que describen la aparición del fenómeno de la informalidad en el municipio.

Esta investigación cualitativa de tipo descriptiva, se desarrolla desde el campo de acción del análisis estadístico, siendo la caracterización la principal herramienta de estudio. Atendiendo estas consideraciones, este trabajo de investigación, no se basa exclusivamente en acumulación de datos, puesto que se soporta en el análisis y la síntesis de una práctica leída desde los datos que se generan por parte de los mismos actores. Definida por Rodríguez Gómez como “el método de investigación por el que se aprende el modo de vida de una unidad social concreta”.⁴⁵

Los estudios descriptivos “miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar”⁴⁶. Con lo que

⁴³HERNÁNDEZ R., FERNÁNDEZ, C., & BAPTISTA, L. Metodología de la investigación. Sexta Edición. México D.F.: McGraw-Hill. 2014

⁴⁴ Ibíd.

⁴⁵ RODRÍGUEZ Gregorio. Metodología de la investigación Cualitativa. 1996

⁴⁶ DANHKE. 1989. La comunicación Humana. Citado por HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. Metodología de la investigación. 2003 p. 117

se sustenta porque razón se considera que este trabajo es de tipo descriptivo, pues ha sido fundamental para esta investigación, realizar un estudio con el que se pretende caracterizar el perfil de emprendimiento de los beneficiarios de la Red emprendimiento I+.

Este proyecto investigativo ha sido realizado mediante la ejecución de diversas fases que se enumeran a continuación:

Fase de revisión bibliográfica: En la cual se investigaron los principales autores que sustentan sus teorías en relación con el objeto de investigación.

Fase de selección de material documental: donde se seleccionó el material escrito que contribuiría a nuestro proyecto investigativo.

Fase de acercamiento al área de trabajo de campo: En esta fase se visitarán los diferentes agentes involucrados en la situación que da origen a este trabajo investigativo, teniendo como base de información la Red emprendimiento I+. Así mismo se prepararon cuestionarios y cronograma de trabajo.

Fase de diseño de elaboración de documentos de recolección de información: se presentaron diversos modelos de encuestas y entrevistas, siendo aprobadas por el asesor, conforme a estándares establecidos.

Fase de recolección de información: En esta etapa se desarrolló el trabajo de campo realizando la correspondiente recolección de información, a través de las fuentes primarias seleccionadas.

Fase de análisis de datos: La codificación se realiza luego de recoger, transcribir y seleccionar los datos aportados por los beneficiarios de la Red emprendimiento I+. La información recopilada será analizada a cabalidad, en esta fase, realizando la correspondiente comparación entre variables, y concluyendo conforme a los objetivos propuestos.

3.2 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.

Las técnicas utilizadas se especifican a continuación, y han sido seleccionadas por ajustarse al tipo de estudio efectuado, es decir a la investigación cualitativa, además se consideraron pertinentes y oportunas para alcanzar los logros propuestos.

3.2.1 Fuente primaria

La encuesta, como técnica de recolección de información, se ejecutará a la población objeto de investigación categorizando los diferentes aspectos a analizar con miras a tener una visión holística de la situación actual respecto al tópico de estudio. Para tal fin se ha tomado en consideración.

Encuesta

Para recolectar la información se ejecuta una encuesta con preguntas cerradas, a los beneficiarios a diversas escalas de la Red de emprendimiento I+, los cuales se constituyen en la población objeto de estudio. Dicha encuesta se compone de 60 preguntas en las que se les indaga conforme a las siguientes categorías:

1. Perfil sociodemográfico
2. Necesidades de logro
3. Necesidades de afiliación
4. Necesidades de poder
5. Descripción del emprendimiento realizado

Para llegar a cabo este estudio se ha hecho uso de las Características del Comportamiento Emprendedor o por sus siglas (CCE) el cual relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland, el cual facilita comprender el comportamiento Emprendedor) con un conjunto de variables asociadas a la personalidad del emprendedor, que, validadas en un cuestionario estructurado de 60 preguntas, que dan como resultado una caracterización del comportamiento del individuo categorizado en las siguientes variables asociadas a emprendimiento. A continuación, se especifican las variables de McClelland empleadas en la encuesta.

1. Necesidades de logro

- Ser persistente
- Buscar oportunidades e iniciativa
- Buscar riesgos calculados
- Exigir eficiencia y calidad
- Cumplir sus compromisos

2. Necesidades de afiliación

- Planificar sistemáticamente
- Buscar información
- Fijar metas

3. Necesidades de poder

- Ser persuasivo y construir redes de apoyo
- Autoconfianza e independencia

3.2.2 Fuente secundaria

Las fuentes secundarias, implican una profunda revisión bibliográfica, en la cual se ha tomado en consideración los aportes principalmente de los entes gubernamentales, y Cámara de Comercio, así mismo se han revisado los planteamientos de autores como Varela y Porter.

Unidad de trabajo

La investigación se lleva a cabo con los beneficiados de la Red de emprendimiento I+ entre los años 2014 y 2017.

Análisis e interpretación de los datos

Al proceder a analizar los datos se debe dar respuesta a los objetivos planteados, brindando una visión holística del panorama de la población objeto de estudio. Y conforme a las categorías planteadas en el desarrollo de la encuesta.

3.3 Población a estudiar

Este trabajo investigativo, se desarrolla con los beneficiarios de la Red emprendimiento I+ en los años 2014 – 2017, No se utilizará la muestra dado que se trabajará con la totalidad de la población. La cual se compone de 30 beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, de servicios como formación a nivel de diplomados, apoyo económico, y otros alicientes para fomentar el emprendimiento.

También es pertinente mencionar que previo a las encuestas se contactó vía telefónica a la gran mayoría de las personas registradas en la base de datos, donde se tuvo una retroalimentación muy breve de su experiencia con la RED DE EMPRENDIMIENTO I+. Los beneficiarios en su gran mayoría manifestaban estar muy contentos con todo el apoyo recibido. Que gracias a los beneficios de la RED DE EMPRENDIMIENTO I+ sus ideas de negocio habían crecido y prosperado recibiendo apoyo en cuanto a formación, evaluación, seguimiento y acompañamiento constante. Hablaron del presente de sus negocios, que seguían vigentes y en crecimiento. Otros por la misma razón de seguir con su negocio, no pudieron compartir su experiencia porque en el momento se encontraban ocupados atendiendo las labores del mismo, lo que refleja que el acompañamiento de la Red de emprendimiento I+ ha sido un pilar fundamental en el desarrollo de sus ideas de negocio y en su carrera como emprendedores. Esto se puede contrastar y se ve reflejado en la última pregunta de la encuesta donde los encuestados responden sobre los beneficios que han obtenido de la RED DE EMPRENDIMIENTO I+.

CAPITULO 4. TABULACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presentan los resultados de la encuesta realizada a la población objeto de estudio, la cual se compone de 30 beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, sin embargo y en consideración a que la encuesta fue diligenciada de manera virtual, solo 23 personas pudieron ser contactadas para ejecutar el presente estudio ya que por motivos ajenos a la intención de los investigadores resultó imposible acceder a los 7 emprendedores restantes.

4.1 Perfil sociodemográfico

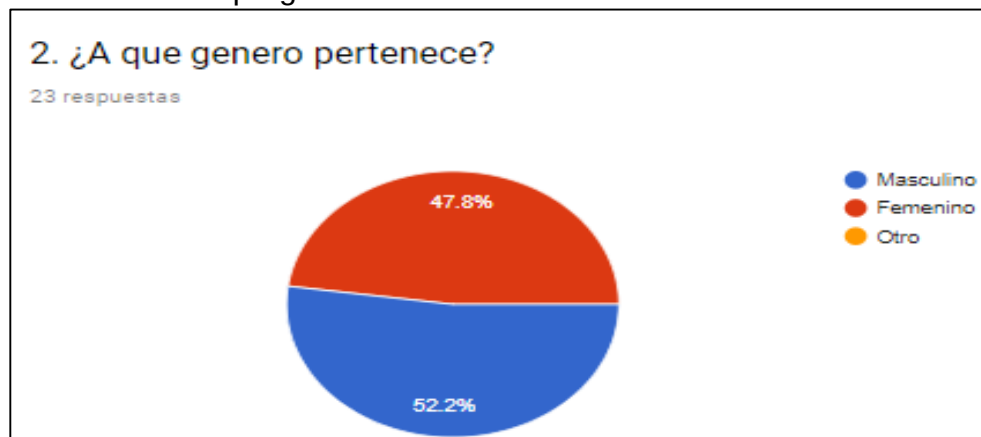
Ilustración 13. Gráfico pregunta 1



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 1, se destaca que el 69.6% de la población encuestada tienen edades entre los 21 y 30 años, mientras el 17.4% de los encuestados poseen entre 31 y 40 años. La zona en naranja que corresponde a personas jóvenes, deja claro que la gran mayoría de encuestados son adultos en edades entre 21y 30 años.

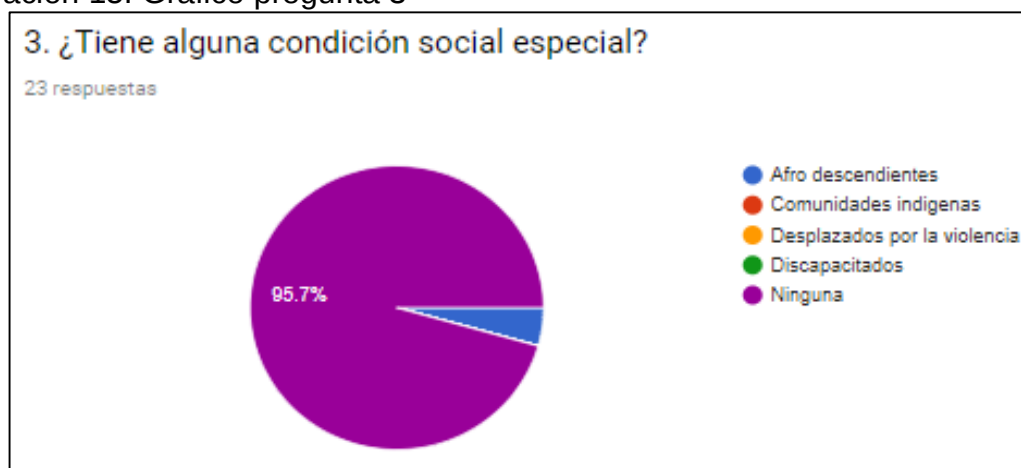
Ilustración 14. Gráfico pregunta 2



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el grafico anterior, la zona azul corresponde al género masculino, al cual pertenecen el 52.2% de los encuestados, en naranja aparece el género femenino al cual pertenece el 47.8% de la población encuestada.

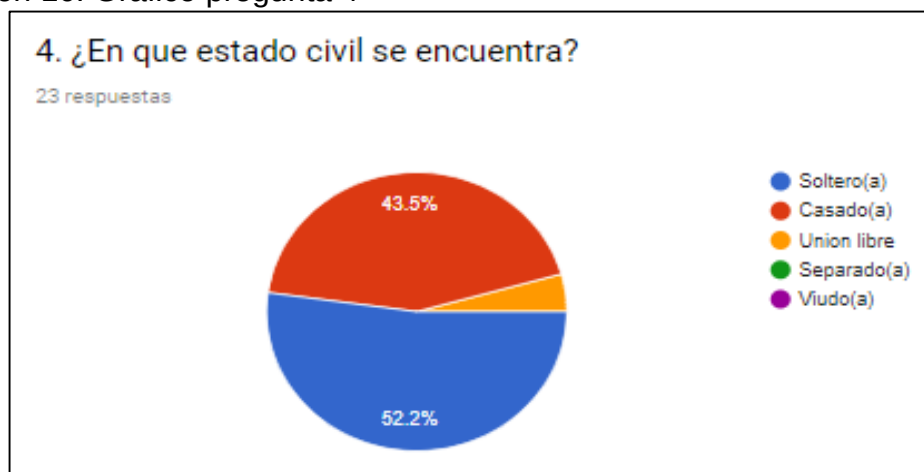
Ilustración 15. Gráfico pregunta 3



Fuente: Elaboración propia

El grafico de la pregunta 3, especifica que el 95.7%, identificado con el color violeta corresponde a las personas encuestadas que no se identifican con ninguna situación especial, mientras el 4,3% restante asegura pertenecer a comunidades como los afrodescendientes, comunidades indígenas, desplazados por la violencia entre otros.

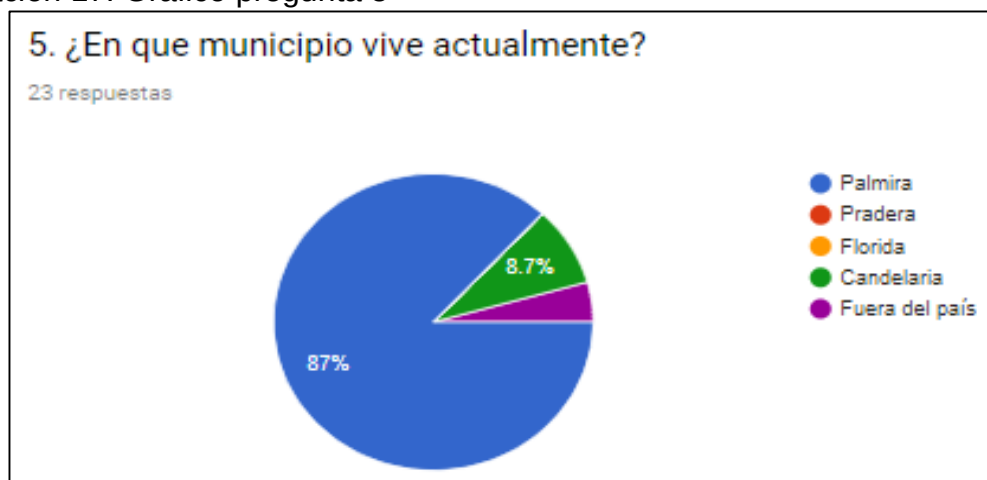
Ilustración 16. Gráfico pregunta 4



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico correspondiente de la pregunta 4, el 52.2% de los encuestados aseguró que su estado civil es soltero, mientras el 43.5% de la población encuestada y que se identifica con el color naranja, señaló que se encuentran casados.

Ilustración 17. Gráfico pregunta 5



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 5, se señala con el color azul que el 87% de los encuestados en la actualidad vive en el municipio de Palmira, mientras que el 8.7% señalado con verde en el gráfico, tiene como lugar de residencia a Candelaria, siendo estos los municipios de vivienda más señalado por parte de los emprendedores beneficiarios de la Red de emprendimiento I+.

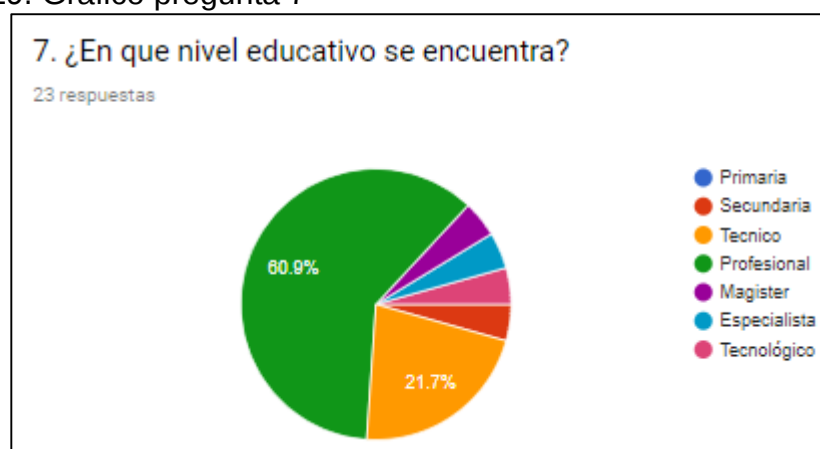
Ilustración 18. Gráfico pregunta 6



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico expuesto anteriormente que corresponde a la pregunta 6, el 69.6% de los encuestados señalados con el color amarillo, expuso que vive actualmente en estrato económico tres, mientras el 21.7% de la población identificada con el color naranja en el gráfico, habita en estrato dos. Un 8.7% adicional corresponde al estrato cuatro y se identifica con el color verde. Por ende, el gráfico evidencia que es el estrato tres es el más relevante entre los beneficiarios ganadores de la Red de emprendimiento I+.

Ilustración 19. Gráfico pregunta 7

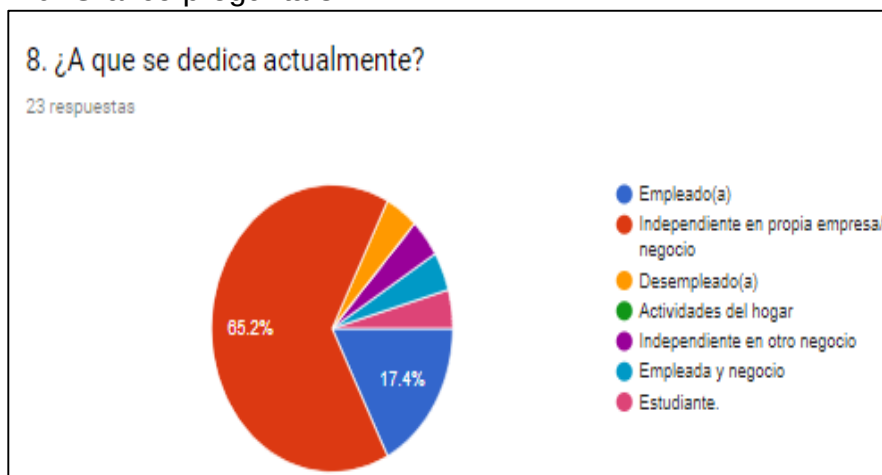


Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 7, el 60.9% de los encuestados contestó que su nivel educativo corresponde al nivel profesional, y se encuentra resaltado con color verde, mientras el 21.7% pertenece al nivel técnico. Estos resultados son

evidencia de la importancia de la formación profesional para llevar a cabo un emprendimiento óptimo.

Ilustración 20. Gráfico pregunta 8



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados expuestos en el gráfico de la pregunta 8, el 65.2% de los encuestados aseguró que laboran de forma independiente en empresa propia, mientras el 17.4% dijo laborar como empleados en la actualidad.

Ilustración 21. Gráfico pregunta 9

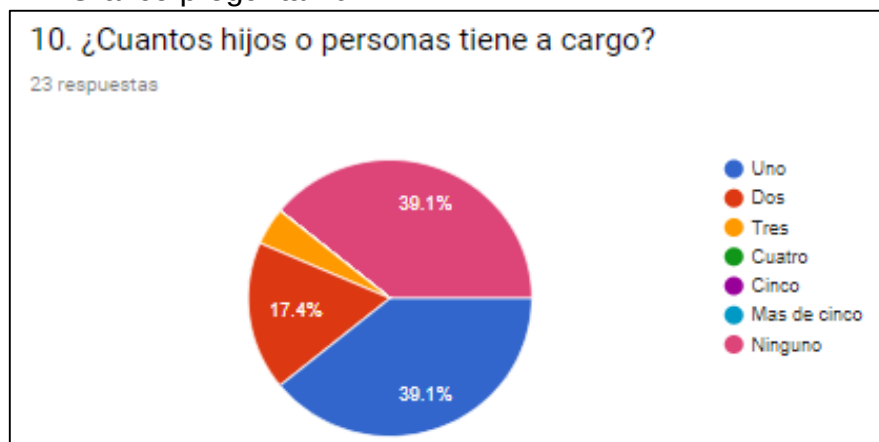


Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 9, el 47.8% de los encuestados identificado con el color naranja, habita actualmente en vivienda familiar, mientras el 39.1% de los

encuestados identificados con el color amarillo, habita bajo la modalidad de alquiler, y solo un 13% registrado con el color azul aseguró vivir en casa propia.

Ilustración 22. Gráfico pregunta 10



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 10, el 39.1% de los encuestados identificados con el color azul expresaron que tienen un solo hijo, mientras que un 39.1% de la población encuestada, representada con el color azul, especificó no tener ningún hijo, un 17.4% adicional que aparece en el gráfico con el color naranja, manifestaron tener dos hijos a cargo.

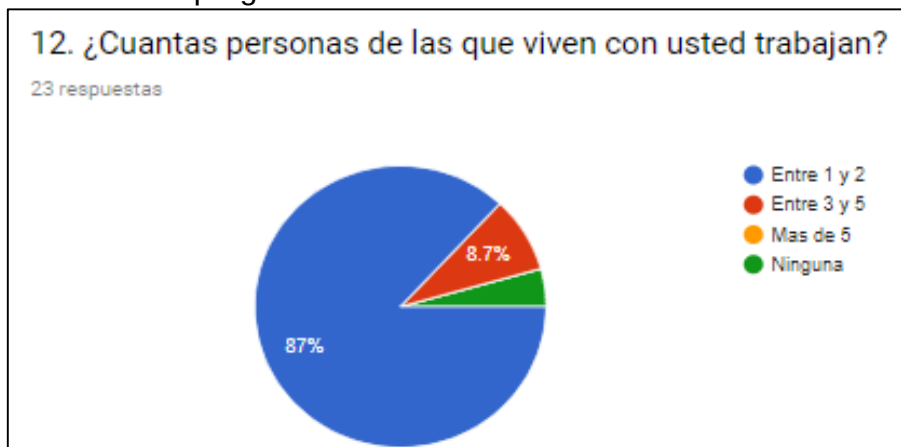
Ilustración 23. Gráfico pregunta 11



Fuente: Elaboración propia

El gráfico anterior corresponde a la pregunta 11, y especifica que un 69.6% de los encuestados identificados con el color naranja, conviven con un número de personas que oscila entre tres y cinco, mientras que el 26.1% habita con un número de personas entre 1 y 2 y se identifica con el color azul.⁴⁷

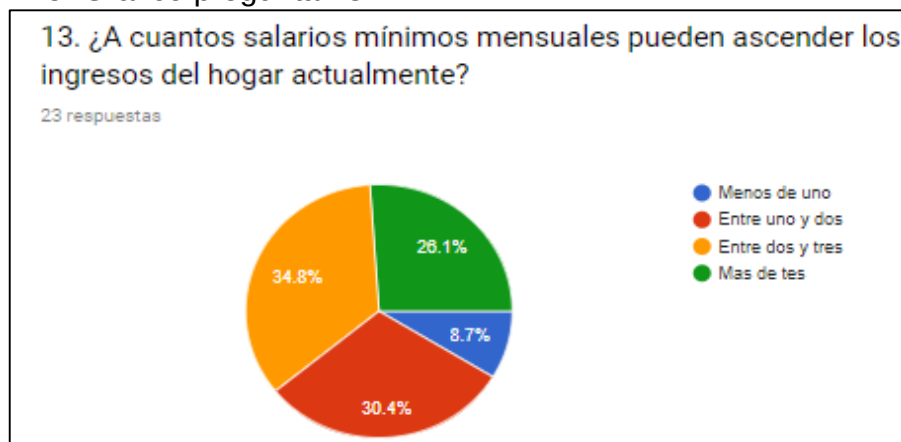
Ilustración 24. Gráfico pregunta 12



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 12, el 87% de los encuestados indicó que de las personas que conviven con ellos, entre 1 y 2 laboran, mientras que el 8.7% manifestó que entre 3 y 5 personas de las que conviven con ellos trabaja.

Ilustración 25. Gráfico pregunta 13



Fuente: Elaboración propia

⁴⁷ Comentario Ilustración 24. Gráfico pregunta 11. p. 74.

En el gráfico de la pregunta 13, el 34.8% de los encuestados identificados con el color amarillo, expresaron que los ingresos de su hogar ascienden a un valor que oscila entre dos y tres salarios mínimos mensuales, mientras el 30.4% identificados con el color naranja, se inclinó por que captan entre uno y dos salarios mínimos mensuales, mientras el 26.1% representados con el color verde, expresó que perciben más de tres salarios mínimos. Para concluir un 8.7% de los encuestados identificados en el gráfico con el color azul, percibe menos de un salario mínimo.⁴⁸

Ilustración 26. Gráfico pregunta 14



Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 14, 39.1% de los encuestados expresó que ninguno de sus familiares tiene o han tenido negocio propio, mientras el 34.8% expresó que sus familiares actualmente si tienen negocio, mientras un 26.1% aseguró que sus familiares han tenido negocio propio.

4.1.2 Análisis del perfil sociodemográfico

El perfil sociodemográfico de los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ (Palmira, Pradera, Florida y Candelaria) en los años 2014 – 2017, se soporta en 23 encuestas ejecutadas, a personas emprendedoras del Valle del Cauca, y evaluaba el nivel socioeconómico, educativo, entre otros aspectos fundamentales para el desarrollo de la presente investigación.

Conforme los resultados obtenidos en la encuesta, la población objeto de estudio se encuentra conformada por personas cuyas edades oscilan entre los 21 y 30

⁴⁸ Comentario Ilustración 26. Gráfico pregunta 13. p. 75.

años, en un 69% evidenciando que los encuestados son personas jóvenes, proactivas y emprendedoras, que han optado por crear empresa a temprana edad para asegurar su futuro. Se trata de innovadores que en un 52.2% corresponden al género masculino, mientras el 47.8% pertenece al género femenino. Y los cuales en un 95.7% no pertenece a comunidades como los afrocolombianos, grupos indígenas y demás, dado que no se identifican con ninguna situación especial, perteneciendo a la población civil común.

En lo referente al estado civil se pudo determinar que en un 52.2% la población objeto de estudio se encuentran solteros, lo que es coherente con la edad juvenil a la que pertenecen. Así mismo se identificó que el 87% de los encuestados en la actualidad vive en el municipio de Palmira, y pertenecen en un 69.6% al estrato económico tres, este factor es relevante tomando en consideración el nivel de ingresos que perciben el núcleo familiar de los encuestados oscila en un 34.8% entre dos y tres salarios mínimos mensuales, mientras el 30.4% captan entre uno y dos salarios mínimos mensuales.

Al analizar el nivel educativo de los encuestados resultó evidente que el 60.9% posee un nivel educativo profesional, mientras el 21.7% pertenece al nivel técnico. Evidenciando un adecuado nivel de preparación para el rango de edad al que pertenece esta población.

A nivel de independencia económica, el 65.2% de los encuestados aseguró que laboran independiente en empresa propia, y solo un 17.4% dijo laborar como empleados en la actualidad. Estas respuestas dan cuenta de que en un porcentaje considerable los emprendedoras han logrado estabilizar sus empresas y sacarlas adelante a pesar de las dificultades económicas que en tal ámbito ha tenido la nación en las últimas décadas.

Al indagar sobre el tipo de vivienda en el cual conviven los encuestados, se estableció que en un 47.8% habitan en casa familiar, mientras un 39.1% de los encuestados habita en casa de alquiler, y conviven en un 69.6% con un número de personas que oscila entre tres y cinco. Así mismo se estableció que de la totalidad de familiares que conviven con ellos laboran en un 87% entre 1 y 2 personas. En lo referente al número de hijos de los encuestados el 39.1% expresó tener un solo hijo, mientras que otro 39.1% adicional especificó no tener ningún hijo. Esta situación es coherente con el rango de edad previamente establecido, pero también destaca el tipo de mentalidad de un líder e innovador preocupado por estabilizar su situación económica antes de afrontar compromisos de alta responsabilidad a nivel personal.

Al respecto puede expresarse que:

“la verdadera función de un emprendedor es la de tomar iniciativas, sin embargo para la Psicología actual son los procesos conscientes o inconscientes de la mente humana de crear”, lo que brinda al individuo el aprovechamiento de oportunidades del entorno, ello sin que las ideas necesariamente sean producidas por él⁴⁹.

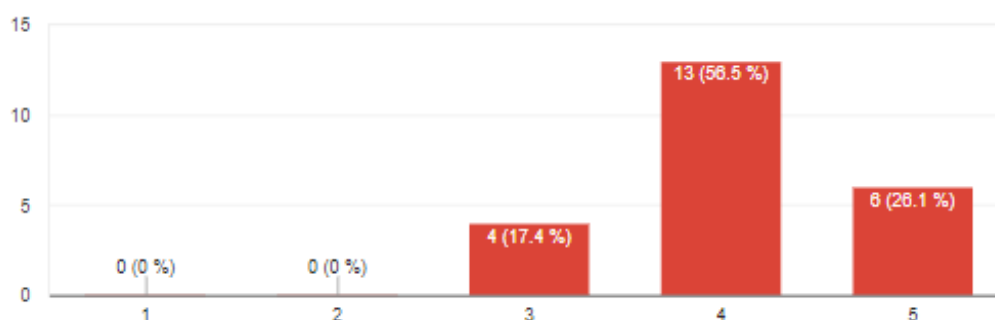
Finalmente, el 39.1% de los encuestados expresó que ninguno de sus familiares tiene o han tenido negocio propio, mientras el 34.8% expresó que sus familiares actualmente si tienen empresa.

4.2 Necesidad de Logro

Ilustración 27. Gráfico pregunta 15.

15. Al menos 1 vez al año genera, crea o desarrolla ideas diferentes

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

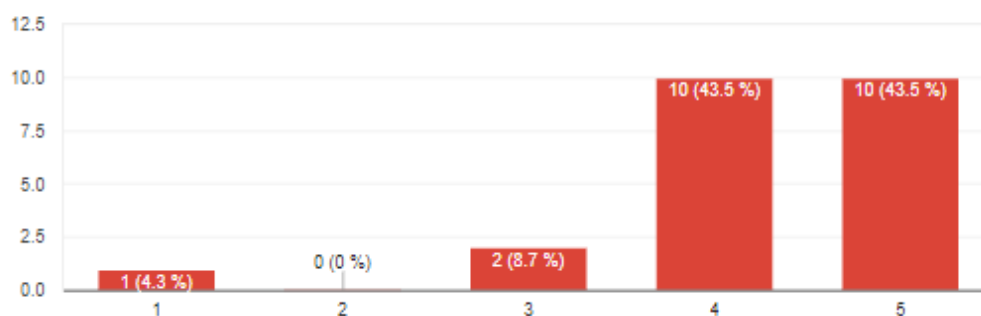
En el gráfico de la pregunta 15, se muestra como en un rango de 1 a 5 de calificación, el 56.5% de los encuestados valoró con 4 la producción creativa en el desarrollo de ideas diferentes, mientras un 26.1% calificó con 5 tal actividad, y solo un 17.4% optó por calificar con tres el desarrollo creativo realizado por ellos anualmente. Lo que evidencia un alto nivel creativo en los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+.

⁴⁹ LIOUVILLE, op.cit. 2002

Ilustración 28. Gráfico pregunta 16

16. Califica su pensamiento con una gran capacidad imaginativa

23 respuestas



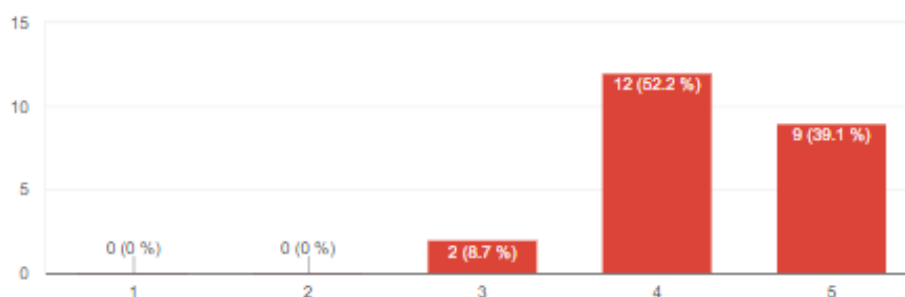
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 16, El 43.5% de los encuestados calificó con 5 la capacidad imaginativa de su pensamiento, mientras el 43.5% se inclinó por calificar con 4 tal actividad, adicionalmente un 8.7% calificó con 3 su capacidad imaginativa y un 4.3% adicional calificó con 1 su capacidad respecto a este tópico. Por ende, se deduce que la percepción de la capacidad imaginativa que poseen los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ es alto.

Ilustración 29. Gráfico pregunta 17

17. Las dificultades que se le presentan suele resolverlas generando nuevas ideas

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

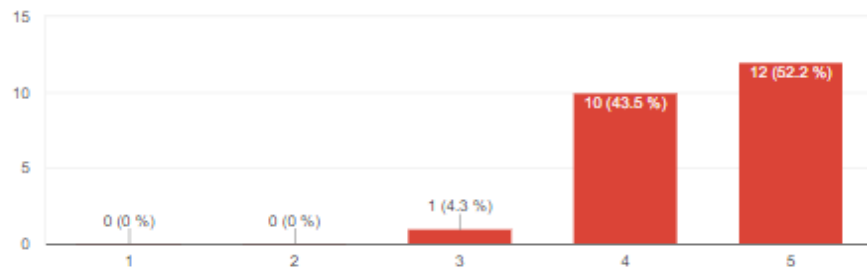
En el gráfico de la pregunta 17, el 52.2% de los encuestados calificó con cuatro la capacidad de crear nuevas ideas que le ayuden a solucionar las dificultades que

se le presentan, mientras el 39.1% calificó con cinco su capacidad al respecto, y un 8.7% adicional asignó una calificación de tres en relación con este aspecto.

Ilustración 30. Gráfico pregunta 18

18. Cree que generar acciones encaminadas al desarrollo del emprendimiento permite la identificación de sus capacidades y habilidades

23 respuestas



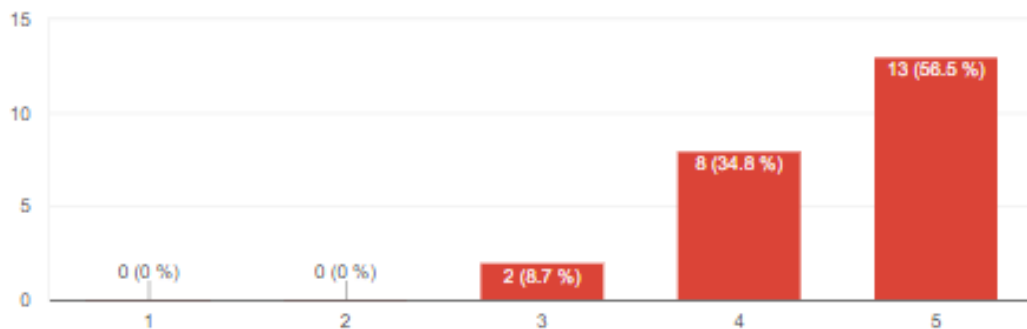
Fuente: Elaboración propia

En la ilustración anterior, se muestra el grafico de la pregunta 18, y en el cual el 52.2% de los encuestados calificó con 5 el cuestionamiento referente a la relación entre la generación de acciones encaminadas al desarrollo del emprendimiento, permitiéndole identificar sus capacidades y habilidades, mientras un 43.5% de los encuestados se inclinó por marcar con 4 tal aspecto y solo un 4.3% de la población optó por calificar con 3 dicho tópico.

Ilustración 31. Gráfico pregunta 19

19. Al afrontar situaciones que requieren la toma de decisiones prioriza las más importantes

23 respuestas



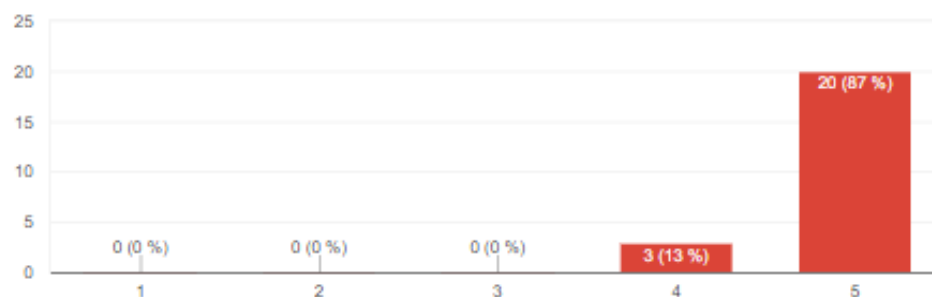
Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 19, refiere el cuestionamiento sobre la priorización de la toma de decisiones por parte del encuestado, así el 56.5% de la población calificó con 5 tal capacidad, mientras el 34.8% brindó una calificación de 4 frente a dicho aspecto y solo un 8.7% calificó con 3 tal factor.

Ilustración 32. Gráfico pregunta 20

20 Según su criterio los compromisos adquiridos son una prioridad para cualquier empresa

23 respuestas



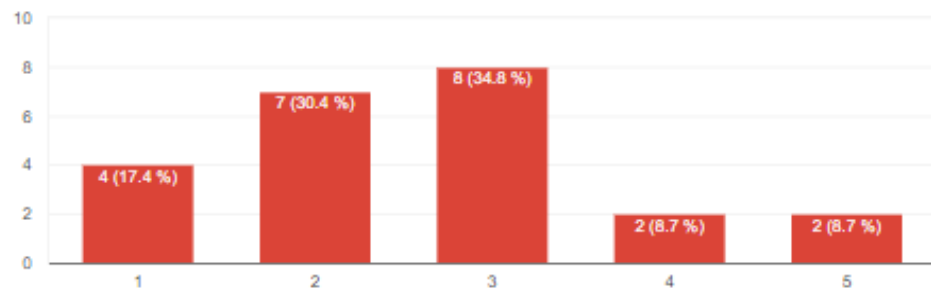
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 20, el 87% de los encuestados calificó con 5 al cuestionamiento sobre la prioridad de los compromisos adquiridos por cualquier empresa, mientras el 13% optó por marcar con 4 tal tópico.⁵⁰

Ilustración 33. Gráfico pregunta 21

21. Considera que el temor por fracasar le ha impedido iniciar algún emprendimiento

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

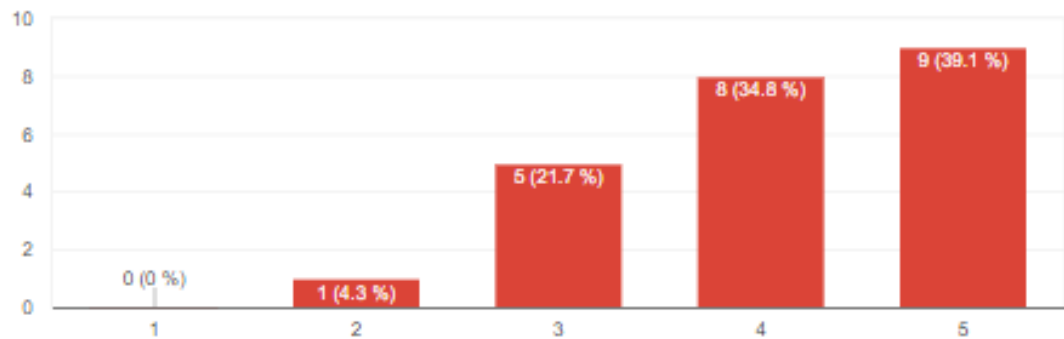
En el gráfico de la pregunta 21, se presenta el cuestionamiento, si el temor a fracasar le ha impedido a la población objeto de estudio emprender nuevos negocios, las respuestas obtenidas son dispersas, el 34,8% de los encuestados se inclinó por marcar con tres tal opción, el 30.4% calificó con dos su situación frente a este aspecto mientras el 17.4% calificó con uno tal factor, un 8.7% adicional calificó con cuatro este cuestionamiento, un 8.7% adicional optó por calificar con cinco este aspecto.

⁵⁰ Comentario ilustración 33. Grafico pregunta 20. p. 81.

Ilustración 34. Gráfico pregunta 22

22. Normalmente suele analizar múltiples variables del entorno antes de iniciar algún proyecto

23 respuestas



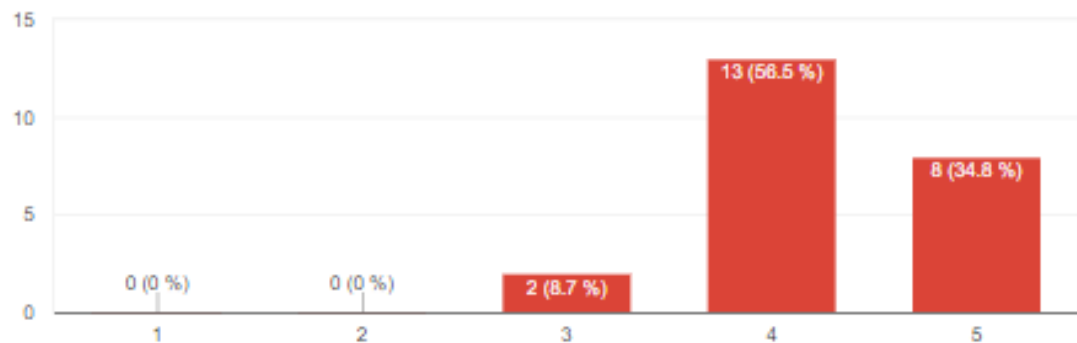
Fuente: Elaboración propia

En la gráfica de la pregunta 22, se indaga a los encuestados si analizan múltiples variables del entorno antes de iniciar algún proyecto, el 39.1% calificó con cinco su actitud frente a esta situación, mientras el 34.8% dio como calificación un cuatro frente a este aspecto, el 21.7% de los encuestados marco el tres como calificación para el tópico, mientras solo un 4.3% de los encuestados opto por la opción dos en torno al análisis de variables antes de iniciar algún emprendimiento.

Ilustración 35. Gráfico pregunta 23

23. Considera que posee la capacidad de asumir riesgos

23 respuestas



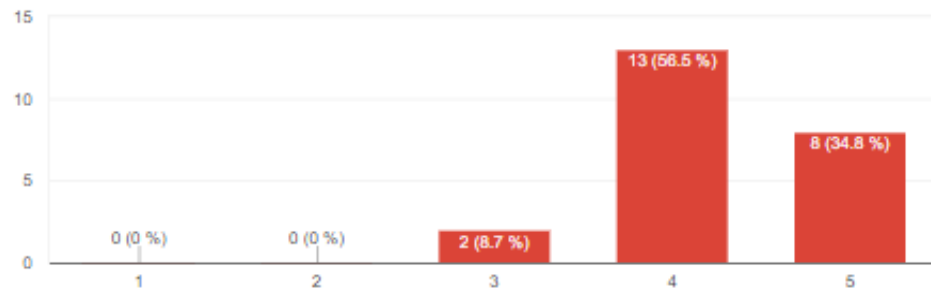
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 23, se indaga sobre la capacidad de asumir riesgos por parte de los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, el 56.5% de los encuestados se inclinó por marcar con 4 tal opción, el 34.8% calificó con 5 este aspecto mientras el 8.7% calificó con tres la capacidad de asumir riesgo que posee.⁵¹

Ilustración 36. Gráfico pregunta 24

24. Está seguro de que posee el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para potenciar su negocio

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

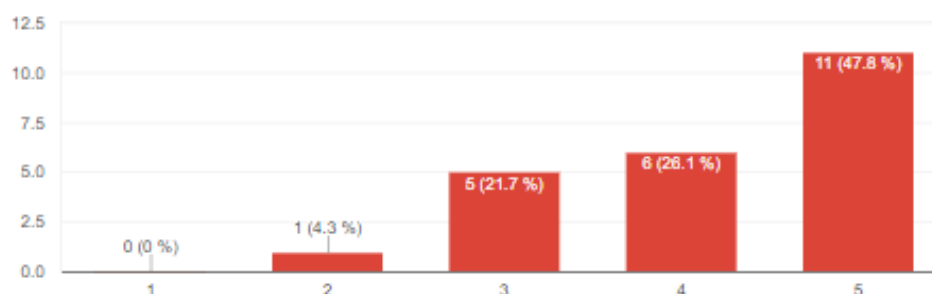
En el gráfico de la pregunta 24, el 56.5% de la población encuestada calificó con 4 el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para potenciar su negocio, mientras el 34.8% marcó con cuatro dichas capacidades y solo un 8.7% de la población encuestada calificó con tres dichos aspectos.

⁵¹ Comentario ilustración 36. Grafico pregunta 23. p. 83.

Ilustración 38. Gráfico pregunta 25

25. Es común que tenga interés en la identificación de las propias virtudes y falencias

23 respuestas



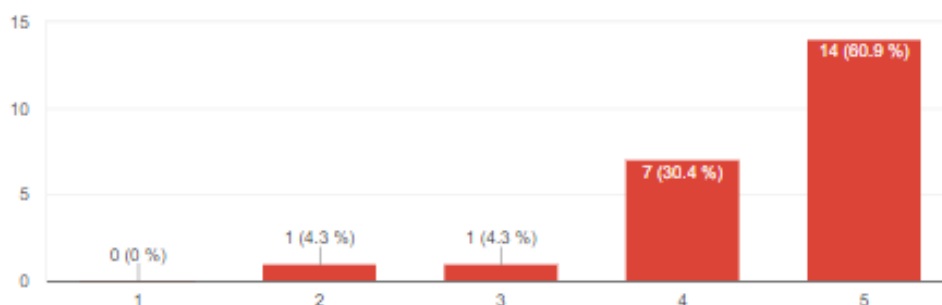
Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 25 se muestra en la ilustración anterior, así el 47.8% de la población encuestada calificó con 5 su capacidad para identificar sus propias virtudes y falencias, mientras un 26.1% de los encuestados calificó con 4 tal capacidad, un 21.7% adicional indicó que el número 3 califica su facultad en tal aspecto y solo un 4.3% marcó con dos dichas capacidades.

Ilustración 39. Gráfico pregunta 26

26. Constantemente busca oportunidades que le permitan crecer de manera integral en todos los ámbitos de su vida

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 26, acerca de la búsqueda de oportunidades que permitan a la población encuestada crecer de manera integral el 60.9% marcó con 5 dicha opción, un 30.4% adicional calificó con 4 tal aspecto y en porcentajes mínimos, un 4.3% se inclinó por calificar con 2 y 3 dicho tópico.

4.2.1 Análisis de la necesidad de logro

En esta parte de la encuesta, la población objeto de estudio debía calificar en un rango de 1 a 5 las afirmaciones planteadas conforme a los siguientes criterios:

- 1 =Nunca es cierto.
- 2 = Raras veces es cierto.
- 3 = Algunas veces es cierto.
- 4 = Usualmente es cierto.
- 5 = Siempre es cierto.

En relación a la definición del perfil emprendedor, los teóricos han aportado las necesidades de logro y han señalado la complejidad de la motivación para los logros⁵² las cuales posteriormente han tenido implicaciones en conocimiento y comprensión de los empresarios a nivel internacional, con relación a este aspecto, los resultados obtenidos dan cuenta de características fundamentales que se desarrollan a continuación.

En el cuestionamiento que analiza la producción creativa de los emprendedores, los resultados mostraron un alto nivel en tal factor, ya que el 82.6% de los encuestados calificaron con cuatro y cinco este aspecto, porcentaje que evidencia esta característica, en personas proactivas, que continuamente se hayan realizado procesos cognitivos en procura de implementar mejoras en su empresa. Resultado similar se obtuvo al evaluar la capacidad imaginativa de los encuestados quienes en un 87% calificaron entre cuatro y este factor. Así mismo el 91.3% de los encuestados calificó con cuatro y cinco su capacidad de crear nuevas ideas que le ayuden a solucionar las dificultades que se le presentan.

El autoconocimiento como factor determinante para un emprendedor implica que este conozca sus capacidades y habilidades, factor que en la encuesta fue calificado con cinco y cuatro en un 95.7%

⁵² KOLB, DAVID., OSLAND, J., RUBIN, I. Comportamiento Organizacional: Un Enfoque Experiencial. 8ª Edición. 2007.

Así mismo el 87% de los encuestados calificó con cinco al cuestionamiento sobre la prioridad de los compromisos adquiridos por cualquier empresa, mientras el 13% optó por marcar con cuatro dichos tópicos, dejando clara la relevancia de este factor a nivel social.

En el cuestionamiento relacionado con el temor a fracasar como elemento que ha impedido a la población objeto de estudio emprender nuevos negocios, las respuestas obtenidas son dispersas, lo que evidencia que este factor ha influido en las decisiones de los emprendedores ya que un 52,2% calificaron con tres cuatro y cinco este factor lo que resulta un porcentaje considerable.

En lo referente a la capacidad de asumir riesgos el 91.3% de los encuestados se inclinó por marcar con cuatro tal opción, el 34.8% calificaron con cuatro y cinco este aspecto, evidenciando que pese al temor a fracasar el emprendedor puede asumir riesgos que le lleven a alcanzar el éxito.

También se evidenció un alto nivel de seguridad en los emprendedores, ya que al cuestionarles sobre si poseen el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para potenciar su negocio el 91.3% brindó respuestas calificativas de cuatro y cinco. Lo que es coherente con los resultados obtenidos a indagar sobre La capacidad de identificar las virtudes y falencias propias, dado que el 73.9% calificó con los valores más altos este factor.

Para finalizar al indagar sobre la búsqueda de oportunidades que permitan a la población encuestada crecer de manera integral el 91.3% califico con cuatro y cinco este factor.

Estos resultados dan cuenta de la relevancia de que el emprendedor posea características como la persistencia, recuperar el temor al fracaso, y asumir riesgos en pro de desarrollar óptimamente una estrategia que lleve el emprendimiento al éxito deseado, al respecto Mc Clelland expresa:

Ser persistente Implica actuar frente a un gran desafío, actuar repetidamente y estar al tanto de la estrategia utilizada para afrontar el mismo. De la misma forma la superación de obstáculos haciéndole frente a estos, conlleva a los grandes emprendedores a alcanzar sus metas y objetivos. Los emprendedores son responsables y están comprometidos con sus resultados⁵³.

⁵³ MCCLELLAND, D. The Achieving Society. Princeton: Van Nostrand. 1961.

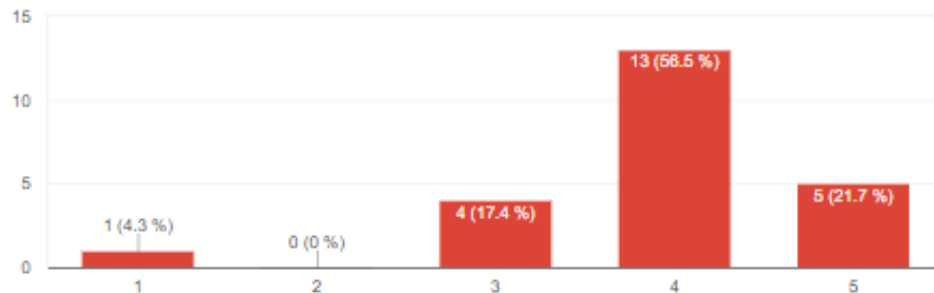
El emprendedor por ende a buscar oportunidades e iniciativas, siempre atento a la motivación que es el detonante de las necesidades de logro, ya que un emprendedor actúa por iniciativa, y se adelanta a los hechos, asumiendo riesgos calculados y evaluando alternativas, en total compromiso con su organización. “La necesidad por realizar las cosas mejor y más rápidas, garantiza el cumplimiento de las normas de forma excelente teniendo en cuenta procesos y requisitos para así cumplir y exceder las expectativas”.⁵⁴

4.3 Necesidades de afiliación

Ilustración 40. Gráfico pregunta 27

27. Suele planificar cada proyecto, asignando tareas y haciendo la revisión de planes de acuerdo a los resultados esperados

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

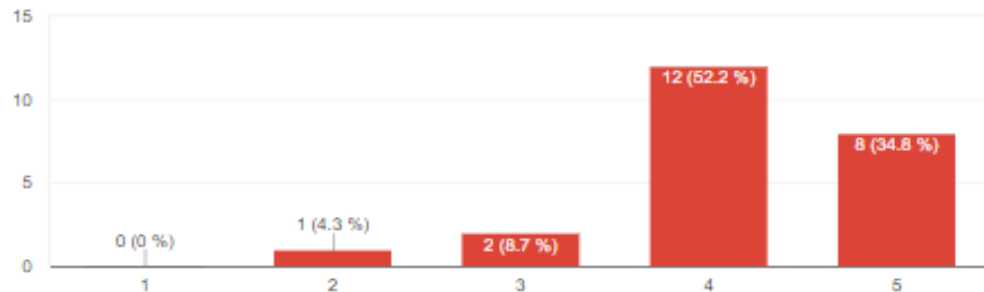
En el gráfico de la pregunta 31, el 56.5%, de los encuestados optó por la opción 4 para calificar si planifican cada proyecto asignando tareas y realizando la revisión de planes conforme a los resultados esperados, mientras un 21.7% de los encuestados marcó la opción 5 para referir este aspecto, y solo un 4.3% calificó con 1 tal factor.

⁵⁴ Ibíd.

Ilustración 41. Gráfico pregunta 28

28. Suele buscar toda la información correspondiente cuando de realizar algún proyecto se refiere, teniendo en cuenta diversas fuentes de consulta

23 respuestas



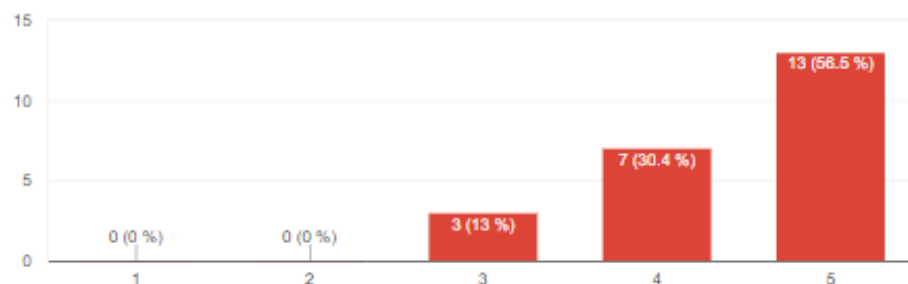
Fuente: Elaboración propia

Al indagar si los encuestados suelen buscar la información correspondiente tomando en consideración todas las fuentes cuando van a realizar algún proyecto, el 52.2% calificó con cuatro su actitud frente a este factor, mientras el 34.8% de la población se inclinó por seleccionar el cinco como la calificación para tal aspecto. Un 8.7% más calificó con tres este tópico y solo un 4.3% calificó con un dos tal tópico.

Ilustración 42. Gráfico pregunta 29

29. Considera que para solucionar una situación problemática es necesario buscar alternativas posibles e informarse detalladamente sobre tal eventualidad

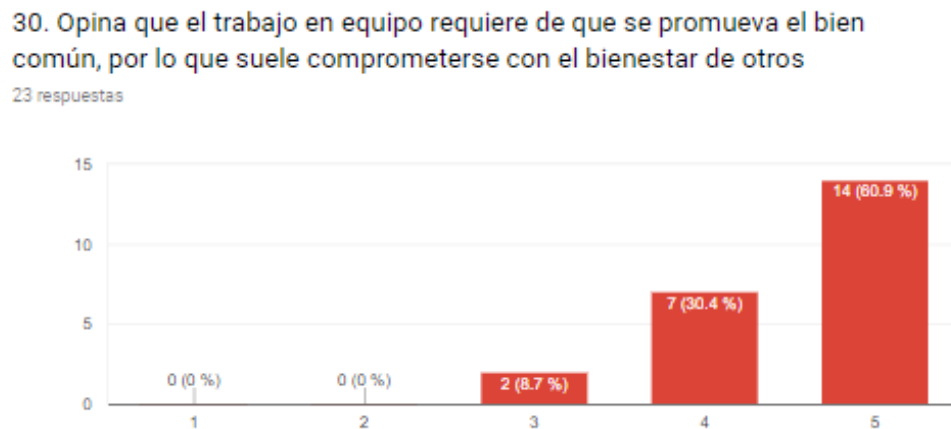
23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta número 29 se analizó si para solucionar una situación problemática los encuestados consideran que es necesario buscar alternativas posibles e informarse detalladamente, a lo cual el 56.5% de los encuestados contestó con un 5, mientras el 30.4% optó por calificar con 4 este factor y solo un 8.7% eligió un 3 como respuesta.

Ilustración 43. Gráfico pregunta 30



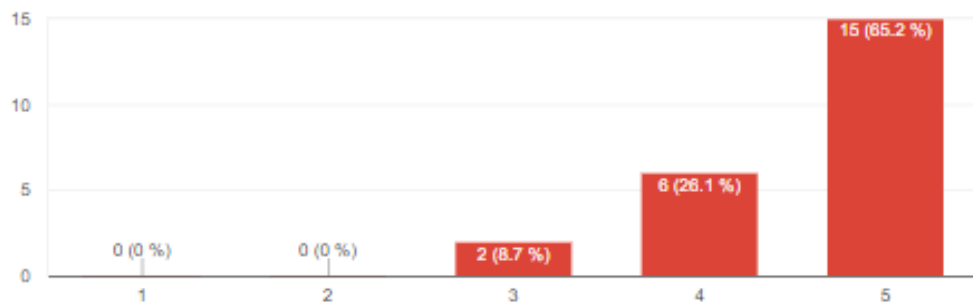
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 30 el 60.9% de los encuestados optó por la calificación de 5, mientras un 30.4% seleccionó el 4 como calificación, y solo un 8.7% de la población encuestada marcó el 3 como respuesta.

Ilustración 44. Gráfico pregunta 31

31. Para la búsqueda de una solución adecuada es pertinente considerar los recursos con los que se cuenta y los que se pueden adquirir

23 respuestas



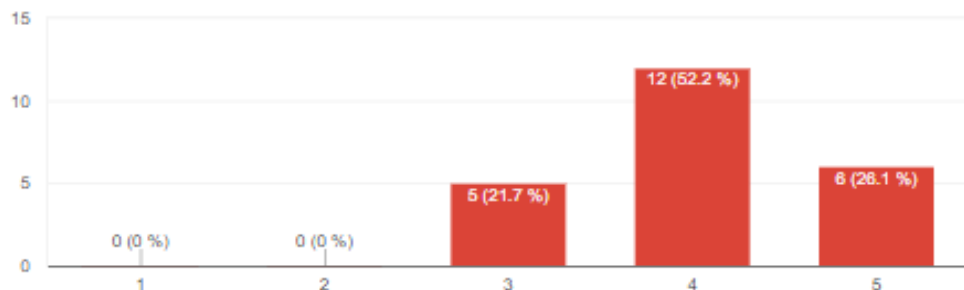
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 31, al indagar si para la búsqueda de una solución adecuada considera los recursos con que cuenta, y los que puede adquirir, el 65.2% de la población seleccionó la calificación de 5, mientras un 26.1% optó por marcar 4 y solo un 8.7% calificó con 3 dicho aspecto.

Ilustración 45. Gráfico pregunta 32

32. Se encuentra en plena capacidad de identificar las consecuencias que pueden tener sus acciones sobre sí mismo y sobre las demás personas

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

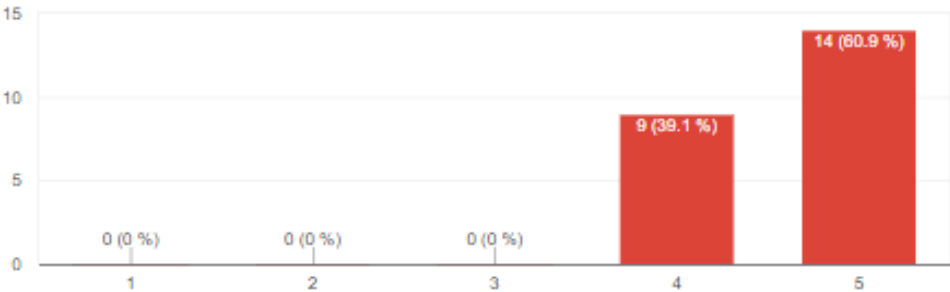
En el gráfico de la pregunta 32, el 52.2% de la población encuestada en este cuestionamiento seleccionó el 4 como calificación sobre si cuenta con la plena

capacidad de identificar las consecuencias de sus acciones, mientras un 26.1% calificó con 5 tal habilidad, y solo un 21.7% optó por el 3 para calificar dicho aspecto.

Ilustración 46. Gráfico pregunta 33

33. Considera que una empresa debe velar, no solo por su crecimiento económico, sino también por aportar al equilibrio social y ambiental.

23 respuestas



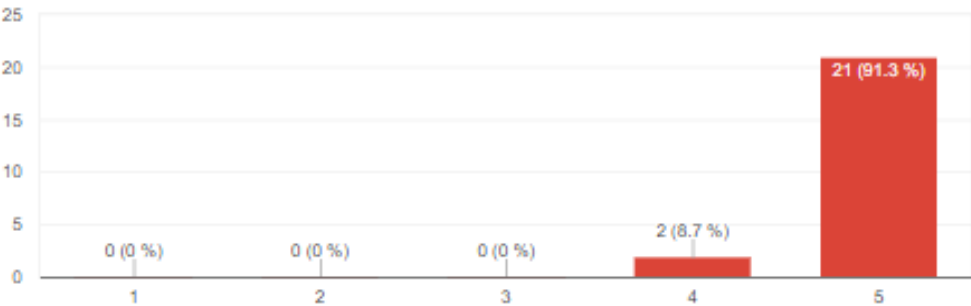
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 33, se referencia el cuestionamiento si una empresa debe velar tanto por su crecimiento económico, así como por aportar el equilibrio social y ambiental el 60.9% de la población encuestada optó por calificar con 5 tal cuestionamiento, mientras el 39.1% restante calificó con 4 tal factor.

Ilustración 47. Gráfico pregunta 34

34. Al asumir una idea de emprendimiento, se adquieren obligaciones de carácter legal y éticas.

23 respuestas



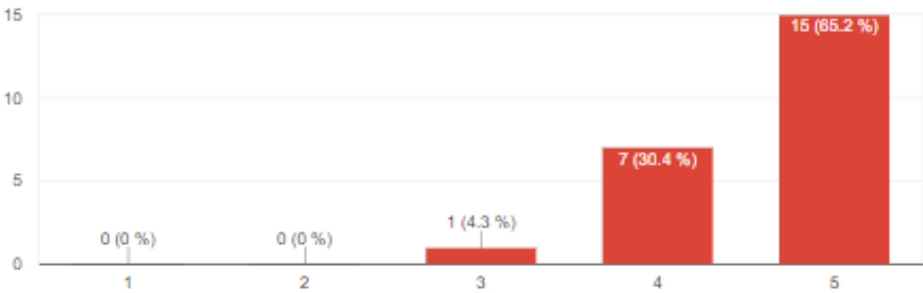
Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 34, representa como el 91.3% de la población encuestada calificó con 5 la pregunta referente a las obligaciones legales y éticas que se adquieren al asumir una idea de emprendimiento, mientras el 8.7% de la población calificó con 4 tal cuestionamiento.

Ilustración 48. Gráfico pregunta 35

35. Cree que es fundamental contribuir para que otros alcancen el logro de sus metas

23 respuestas



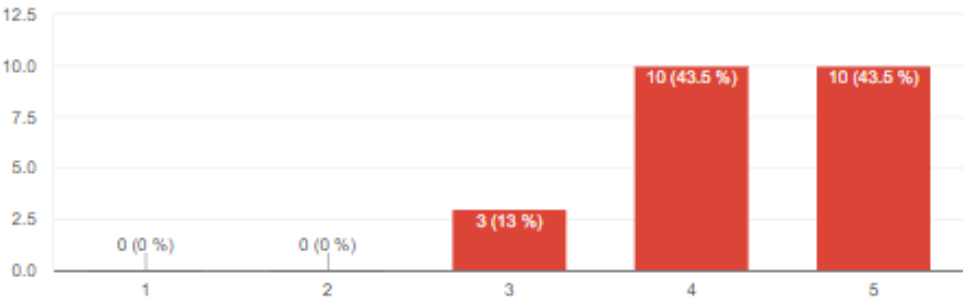
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico de la pregunta 35 el 65.2% de la población encuestada calificó con 5 la pregunta sobre si considera fundamental contribuir para que otros alcancen el logro de sus metas. Mientras el 30.4% calificó con 4 tal opción, y solo el 4.3% de los encuestados calificó con 3 dicho aspecto.

Ilustración 49. Gráfico pregunta 36

36. Suele fijarse metas claras, alcanzables, proyectándose en el corto y largo plazo

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 36 representa el cuestionamiento referente a si los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ suelen fijarse metas claras, alcanzables, proyectándose en el corto y largo plazo, el 43.5% de la población encuestada calificó con 5 dicho factor, mientras otro 43.5% calificó con 4 este aspecto y solo un 13% brindó un 3 como calificación a este planteamiento.⁵⁵

4.3.1 Análisis de la Necesidad de afiliación

Para analizar la necesidad de afiliación, en la población objeto de estudio, los encuestados calificaron en un rango de 1 a 5 las afirmaciones planteadas conforme a los siguientes criterios:

- 1 = Nunca es cierto.
- 2 = Raras veces es cierto.
- 3 = Algunas veces es cierto.
- 4 = Usualmente es cierto.
- 5 = Siempre es cierto.

Mc Clelland⁵⁶ afirma que la necesidad de Afiliación: Es “el deseo de establecer amistad y relaciones interpersonales cercanas”. De allí que un individuo con una alta necesidad de afiliación, se esfuerce por mantener buenas relaciones con los demás, y favorezca la creación de un ambiente grato de socialización, preocupándose por la gente, y manteniendo una vida social activa.

De esta forma frente al cuestionamiento sobre la planificación de actividades y la asignación de tareas para alcanzar los objetivos propuestos el 78.2%, de los encuestados optó por las opciones cuatro y cinco. Así mismo se cuestionó si los encuestados buscaban toda la información correspondiente tomando en consideración todas las fuentes cuando van a realizar algún proyecto, el 87% calificó con cuatro y cinco esta opción, lo que es coherente con las respuestas obtenidas en el cuestionamiento que indagaba si para solucionar una situación problemática los encuestados consideran que es necesario buscar alternativas posibles e informarse detalladamente, a lo cual el 86.9% de los encuestados optó

⁵⁵ Comentario ilustración 48. Gráfico pregunta 36. p. 93.

⁵⁶ MCCLELLAND, D; BURNHAM, D. Power Is the Great Motivator. Harvard Business School Press. USA. 2008.

por las opciones cuatro y cinco, algo similar ocurrió con el cuestionamiento referido a la consideración de recursos para la búsqueda de una solución adecuada en el cual el 91.3% de los encuestados optaron por las opciones cuatro y cinco, evidenciando el alto sentido de planificación y la fuerte necesidad de afiliación en relación con el trabajo en equipo y el logro de objetivos propuestos.

Al respecto Kolb, Osland, y Rubin,⁵⁷ destacan que la fuerte necesidad de afiliación permite a estas personas involucrarse en situaciones donde la cooperación es importante, y buscan establecer relaciones con un alto grado de entendimiento mutuo.

Definiéndose con una alta capacidad de identificar las consecuencias de sus actos el 78.3% de los encuestados optó por calificaciones de cuatro y cinco en dicho aspecto, así mismo al indagar si una empresa debe velar tanto por su crecimiento económico, así como por aportar el equilibrio social y ambiental las respuestas obtenidas fueron de cuatro y cinco, para un total del 100% en coherencia con el 91.3% obtenida con calificación de cinco en torno a las obligaciones legales y éticas que se adquieren al asumir una idea de emprendimiento. Estos resultados dan cuenta de la alta capacidad de concientización social y ética de los emprendedores, cuya necesidad de afiliación conforme a la teoría de Mc Clelland da cuenta de la necesidad de planificar sistemáticamente, buscar información y fijar metas coherentes que les permiten alcanzar los objetivos fijados.

En relación a lo fundamental que resulta para un emprendedor contribuir para que otros alcancen el logro de sus metas, el 95.6% de la población encuestada calificó con cuatro y cinco dichos aspectos, así mismo el 87% de los encuestados calificó entre cuatro y cinco al indagarse si suelen fijarse metas claras, alcanzables, proyectándose en el corto y largo plazo. En relación a este factor Mc Clelland explica que para los emprendedores “Los retos personales son impulsados por las metas y objetivos que se fija el emprendedor, ya que tiene una visión clara y una necesidad de poder que permite que en el largo y el corto plazo se esfuerce por conseguir las”.

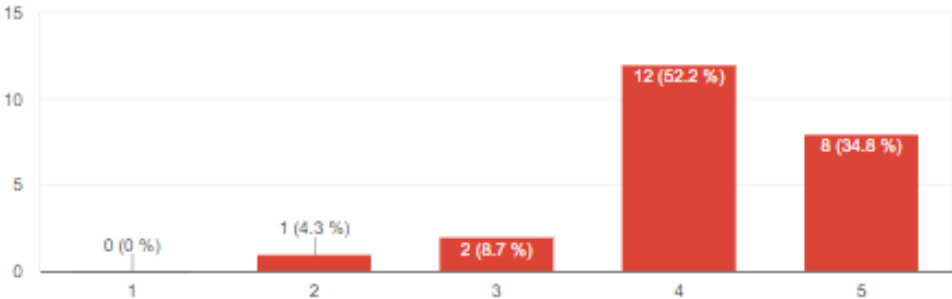
⁵⁷ KOLB, OSLAND, Y RUBIN. Op cit 2007.

4.4 Necesidades de poder

Ilustración 50. Gráfico pregunta 37

37. En el desarrollo de su emprendimiento fue determinante el desarrollo de redes productivas y redes de apoyo

23 respuestas



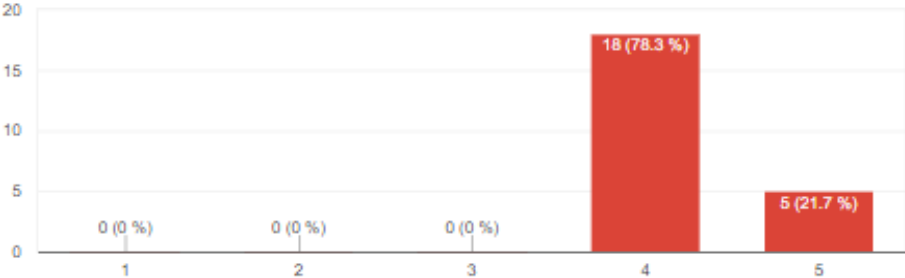
Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 37, indaga si en la ejecución del emprendimiento realizado por la población encuestada fue determinante el desarrollo de redes productivas y de apoyo, el 52.2% de la población encuestada calificó con 4 este aspecto, mientras el 34.8% optó por calificar con 5 dicho factor y solo un 8.7% brindó un 3 como respuesta.

Ilustración 51. Gráfico pregunta 38

38. Al realizar un trabajo en equipo considera que cuenta con la habilidad de generar nuevas iniciativas

23 respuestas



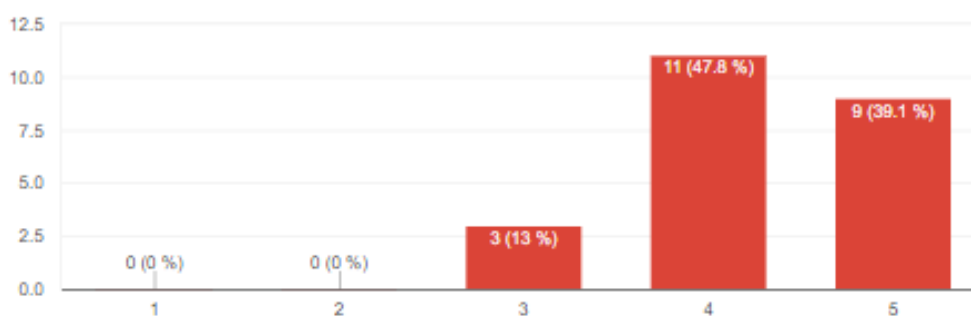
Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 38 representa el cuestionamiento en relación a la capacidad de generar nuevas iniciativas en el desarrollo del trabajo en equipo, por ende, el 78.3% calificó con 4 dicha habilidad, mientras el 21.7% calificó con 5 tal aspecto.⁵⁸

Ilustración 52. Gráfico pregunta 39

39. Al enfrentar situaciones de conflicto puede desarrollar la capacidad de mediador

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

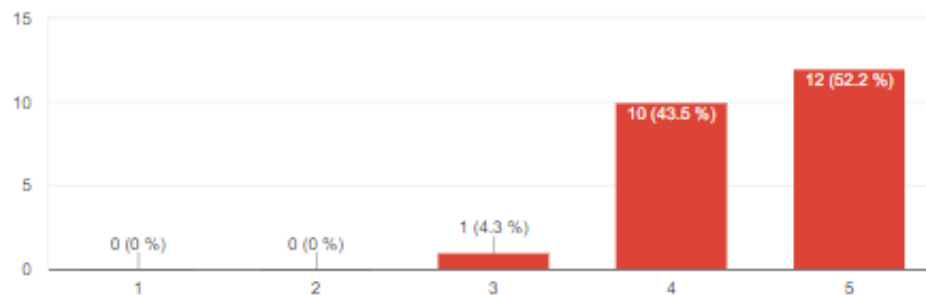
El grafico anterior refiere la pregunta 39, que interrogaba sobre la capacidad que como mediador puede desarrollar la población encuestada en situaciones de conflicto, el 47.8% calificó con 4 tal opción, mientras el 39.1% brindó una calificación de 5 en tal factor y solo un 13% calificó con 3 dicho aspecto.

⁵⁸ Comentario ilustración 50. Gráfico pregunta 38. p. 96.

Ilustración 53. Gráfico pregunta 40

40. Tiene la certeza de que transmite energía, seguridad y confianza a los demás

23 respuestas



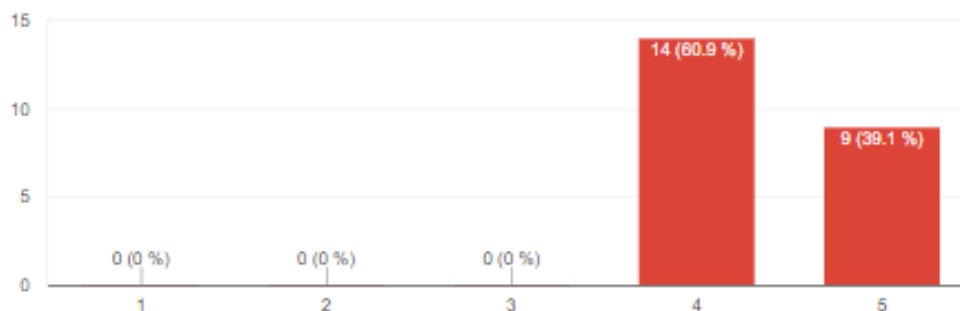
Fuente: Elaboración propia

El gráfico de la pregunta 40, identifica el cuestionamiento que busca determinar si la población encuestada transmite energía, seguridad y confianza a los demás, el 52.2% calificó con 5 dicha opción, mientras un 43.5% de los encuestados calificó con 4 este factor y solo un 4.3% otorgó una calificación de 3.

Ilustración 54. Gráfico pregunta 41

41. Se encuentra en capacidad de convocar y movilizar a otros

23 respuestas



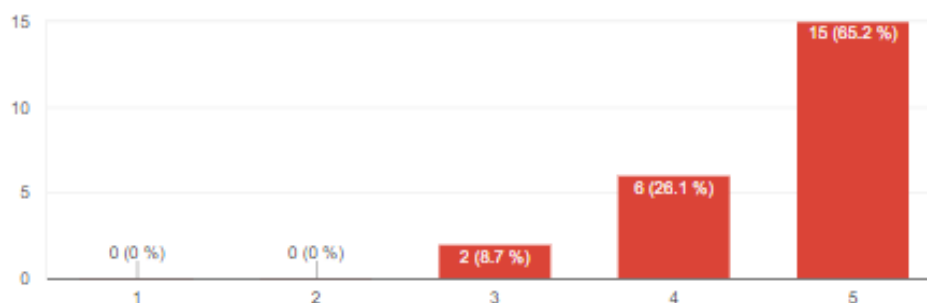
Fuente: Elaboración propia

El 60.9% de la población encuestada calificó con cuatro su capacidad de convocar y movilizar a otros, mientras un 39.1% brindó una calificación de cinco en dicho factor.

Ilustración 55. Gráfico pregunta 42

42. Le gustaría trabajar con equipos multidisciplinarios para promover su emprendimiento sin temor a compartirlo

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

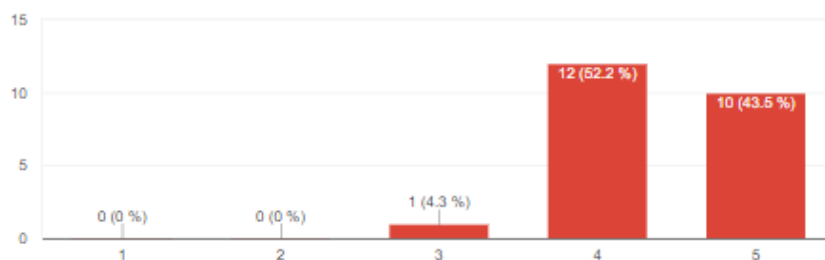
En el gráfico de la pregunta 42 se evidencia que el 65.2% de la totalidad de la población encuestada calificó con 5 su capacidad de trabajar en equipos multidisciplinarios que promuevan su emprendimiento sin temor a compartirlo,

mientras el 26.1% calificó con 4 dicha opción, y solo un 8.7% de los encuestados calificó con 3 el cuestionamiento planteado.

Ilustración 56. Gráfico pregunta 43

43. Le resulta adecuado generar espacios suficientes para que los integrantes de su organización contribuyan al desarrollo de un nuevo proyecto o idea

23 respuestas



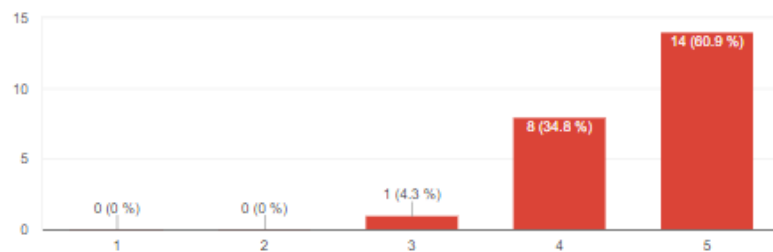
Fuente: Elaboración propia

En este cuestionamiento se indago si a la población encuestada le resulta adecuado generar espacios suficientes para que los integrantes de su empresa favorezcan el desarrollo de un nuevo proyecto o idea, por ende, el 52.2% calificó con cuatro dichas opciones, mientras el 43.5% calificó con cinco dichos aspectos, 4.3% calificó con tres este factor.

Ilustración 57. Gráfico pregunta 44

44. Según su criterio cuenta usted con la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas

23 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El 60.9% de la población encuestada calificó con cinco, el criterio con que cuentan para delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas, mientras el 34.8%

asignó una calificación de cuatro a ese factor y solo un 4.3% brindó una calificación de tres.

4.4.1 Análisis de las Necesidades de poder

Conforme los criterios de calificación establecidos, en esta parte de la encuesta, la población objeto de estudio los encuestados calificaron conforme los resultados que especifican a continuación de acuerdo a los siguientes criterios:

- 1 = Nunca es cierto.
- 2 = Raras veces es cierto.
- 3 = Algunas veces es cierto.
- 4 = Usualmente es cierto.
- 5 = Siempre es cierto.

Inicialmente debe especificarse que las necesidades de poder se definen como “la necesidad de influenciar y liderar a otros, y tener el control sobre el ambiente de uno”⁵⁹. De manera general y de acuerdo con autores como Kolb, Osland, y Rubin⁶⁰, implica tener el control sobre situaciones propias en las que se encuentra involucrado, los emprendedores se caracterizan por realizar tareas en donde puedan influenciar a los demás, se interesan más por el status y el prestigio que sobre la eficiencia de su labor.

Al indagar si en el desarrollo del emprendimiento ejecutado por la población encuestada fue determinante el desarrollo de redes productivas y de apoyo, el 87% de la población encuestada calificó con cuatro y cinco este aspecto, evidenciando la notable influencia del trabajo en equipo para el logro de los objetivos propuestos en el contexto del emprendimiento. El cuestionamiento en relación a la capacidad de generar nuevas iniciativas en el desarrollo del trabajo en equipo el 78.3% calificó con cuatro dichas habilidades, mientras el 21.7% calificó con cinco tal aspecto. Lo que evidencia la gran capacidad que entorno a este factor posee la población objeto de estudio.

Frente al interrogante que procura identificar la capacidad que como mediador puede desarrollar la población encuestada en situaciones de conflicto, el 86.9% calificó con cuatro y cinco tal opción, mostrando la capacidad de liderazgo de tal grupo. Esta respuesta es coherente con los resultados obtenidos en el cuestionamiento que buscaba determinar si la población encuestada transmitía la energía, seguridad y confianza a los demás, ya que en un 95.7% la calificación asignada fue de cuatro y cinco, en línea con la capacidad de convocar y movilizar a otra categoría en la que el 100% brindo calificaciones de cuatro y cinco. Estas habilidades mencionadas en los ítems anteriores son determinantes para el

⁵⁹ MC CLELLAND. Op cit. 1961

⁶⁰ KOLB, D. OSLAND, J. RUBIN, I. op cit 2007

desarrollo de las necesidades de poder, al respecto Mc Clelland⁶¹ que los altos directivos tendrían alta necesidad de poder y baja necesidad de logro, dado que un alto nivel de poder es muy común entre los directivos de alto y medio rango, porque por definición su trabajo es influenciar a la gente y a la organización. Una fuerte necesidad de poder se puede satisfacer trabajando en profesiones que le permita a la gente influenciar a otros.

El 91.3% de la totalidad de la población encuestada calificó con cinco y cuatro la capacidad de trabajar en equipos multidisciplinarios que promuevan su emprendimiento sin temor a compartirlo, estos resultados van acordes con generar espacios suficientes para que los integrantes de su empresa favorezcan el desarrollo de un nuevo proyecto o idea, por ende, el 95.7% calificó con cuatro y cinco tal factor. El 95.7% de la población encuestada calificó con cinco y cuatro el criterio con que cuentan para delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas.

Al respecto de la necesidad de poder Kolb, Osland, y Rubin⁶² explican que la gente motivada por esta necesidad de poder buscan hacer del ambiente en el que están algo mejor para el beneficio de otros y propio. El tipo negativo de esta necesidad es el “poder personalizado”, una preocupación asocial por la dominación personal.

⁶¹ MC CLELLAND. Op cit. 2008

⁶² KOLB, D. OSLAND, J. RUBIN, I.op. cit. 2007

4.5 Descripción del emprendimiento realizado

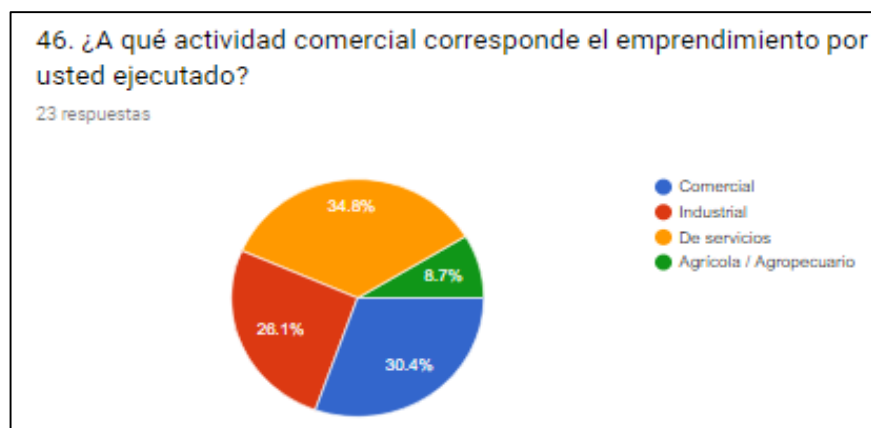
Ilustración 58. Gráfico pregunta 45



Fuente: Elaboración propia

Al indagar sobre la cantidad de tiempo que lleva el emprendimiento realizado por la población encuestada el 52.2% aseguró que llevan entre uno y tres años, mientras un 21.7% contestó que llevan entre cero y un año, y un 21.7% más se inclinó por que llevan entre tres y cinco años, y solo un 4.4% expresó que llevan en el mercado entre cinco y diez años.

Ilustración 59. Gráfico pregunta 46



Fuente: Elaboración propia

Al indagar sobre a la actividad comercial del emprendimiento ejecutado por la población encuestada, los resultados fueron dispersos, el 34.8% seleccionó la opción de servicios, el 30.4% se inclinó por empresa comercial, el 26.1% aseguró

que la actividad de su empresa es comercial, mientras el 8.7% dijo que su negocio es de actividad agrícola.

Ilustración 60. Gráfico pregunta 47



Fuente: Elaboración propia

Al interrogar si el emprendimiento realizado por la población objeto de investigación, se halla registrado en alguna entidad de control, el 69.6% aseguró que se encuentran registrados en cámara y comercio, el 30.4% explicó que su registro subyace en la DIAN, mientras el 21.75 de la población encuestada no se halla registrada en ninguna entidad, es decir pertenecen al sector informal, y un 6.7% explicó que se encuentran registrados en industria y comercio, para concluir un 4.3% aseguró que deben reactivar su registro en cámara y comercio.

En este cuestionamiento debe especificarse que los encuestados que señalaron no estar registrados en ninguna entidad, argumentaron que se debe a factores como que el hecho de formalizar una empresa conlleva a ceñirse a los tributos establecidos por el estado, que en algunas oportunidades son altos para emprendimientos nuevos. Así mismo se mencionaron aspectos como que requieren asesoría en tal aspecto, y en el caso de actividades industriales, aseguraron que esperaban tener el montaje completo de la planta para acceder a los requisitos de Invima y legalizar su situación. Otros encuestados señalaron cierto temor frente a la situación económica y que por ende deben esperar.

Ilustración 61. Gráfico pregunta 48



Fuente: Elaboración propia

El 78.3% de la población encuestada aseguró que el capital inicial para iniciar su emprendimiento fue propio, mientras el 26.1% aseguró que el capital inicial fue adquirido a través de préstamo bancario, un 13% de los encuestados indicó que la el capital lo obtuvo de la financiación de terceros, un 4.3% adicional aseguró que el capital provino de préstamo personal, con un 4.3% en cada una de las respuestas se mencionan otras fuentes de capital como fondo emprender, sociedad, fundación Coomeva.

Ilustración 62. Gráfico pregunta 49



Fuente: Elaboración propia

El 47.8% de los encuestados, aseguró que el número de propietarios de su negocio es uno, mientras el 43.5% señaló que son dos los propietarios del

negocio, el porcentaje restante señala que son tres y más de tres los propietarios del emprendimiento realizado.

Ilustración 63. Gráfico pregunta 50



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados obtenidos al indagar sobre la cantidad de empleados con que cuenta la empresa, el 52,2% indicó que entre uno y dos, el 34,8% aseguró que su emprendimiento tiene entre cinco y nueve empleados.

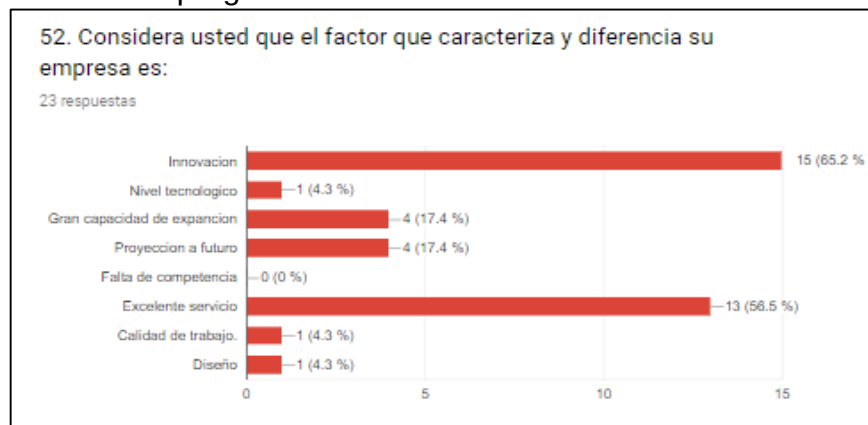
Ilustración 64. Gráfico pregunta 51



Fuente: Elaboración propia

Al indagar sobre el aumento del porcentaje de ventas en los últimos años, el 34,8% de los encuestados dijo que entre 10% y 15%, mientras un 34,8% aseguró que entre 5% y 10%, mientras un 21,7% adicional mencionó que su porcentaje en ventas a aumentado entre el 15% y el 20% finalmente un 8,7% de los encuestados señaló que en los últimos años sus ventas han aumentado en más de un 20%.

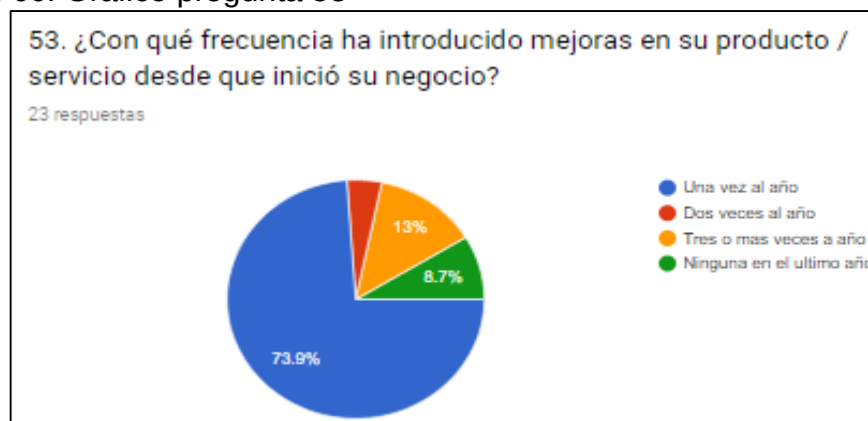
Ilustración 65. Gráfico pregunta 52



Fuente: Elaboración propia

En este cuestionamiento, los encuestados en un 65.2% consideraron que el factor que diferencia su empresa es la innovación y el excelente servicio, mientras un 17.4% se inclinó por su gran capacidad de expansión como factor diferenciador, así mismo un 17.4% mas aseguró que es su proyección a futuro el factor que marca la pauta en tal aspecto, mientras en porcentajes menores un 4,3% optó por la calidad de trabajo y finalmente un 4.35 adicional aseguró que es el diseño el que les diferencia en el mercado.

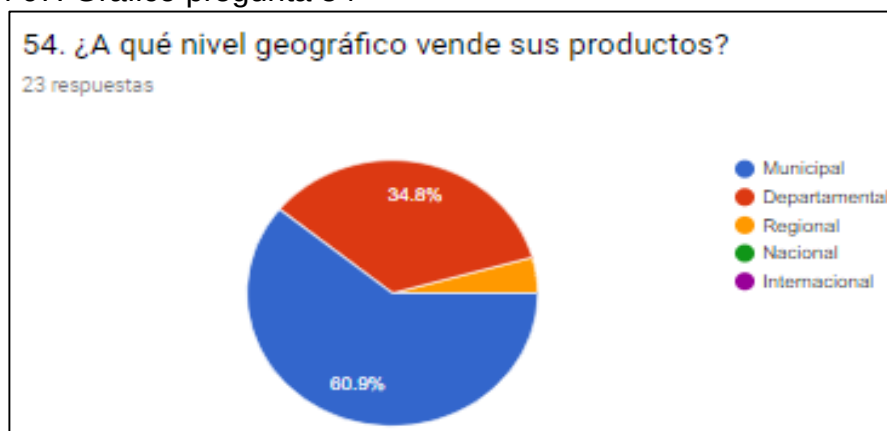
Ilustración 66. Gráfico pregunta 53



Fuente: Elaboración propia

Con relación a la frecuencia con que se han introducido mejoras al servicio, el 73.9% de los encuestados dijo que una vez al año han realizado dicha actividad, el 13% aseguró que lo han hecho tres o más veces al año, mientras un 8.7% aseguró que no han realizado tales mejoras en el último año y con un porcentaje menor el 4.4% se inclinó por dos veces al año.

Ilustración 67. Gráfico pregunta 54



Fuente: Elaboración propia

Frente al cuestionamiento de a qué nivel geográfico venden sus productos, el 60.9% de los encuestados señalaron que lo hacen a nivel municipal, mientras un 34.6% indicaron que sus ventas son a nivel departamental, el porcentaje adicional de 4.5% corresponde a los emprendedores cuyas ventas son a nivel regional.

Ilustración 68. Gráfico pregunta 55



Fuente: Elaboración propia

Los emprendedores que señalaron que es a nivel municipal como han ejecutado sus ventas, en un 81.8% respondieron que, si han considerado vender a futuro a escala nacional e internacional el producto ofertado, mientras un 18.2% aseguró hasta ahora no haberlo considerado. En este sentido al contestar el porqué de su respuesta quienes contestaron que, si señalaron factores como la importancia de crecer y llegar a otras ciudades y departamentos, así como la calidad y proyección de sus productos, y el aprovechamiento de la oportunidad de comercializar el

producto como condición necesaria de la expansión y óptimo desarrollo de la empresa. Los emprendedores que contestaron no haber contemplado esta opción argumentaron aspectos como no haber realizado algún tipo de análisis para optar por el crecimiento nacional e internacional.

Ilustración 69. Gráfico pregunta 56



Fuente: Elaboración propia

Al indagar sobre el tiempo en el que están contempladas las posibilidades de expansión de las empresas de la población objeto de investigación, el 60.9% se inclinó por el mediano plazo, el 21.7% optó por el largo plazo, mientras el 8.7% respondió que dichas posibilidades se han contemplado en el corto plazo, mientras un 8.7% adicional optó por el corto plazo.

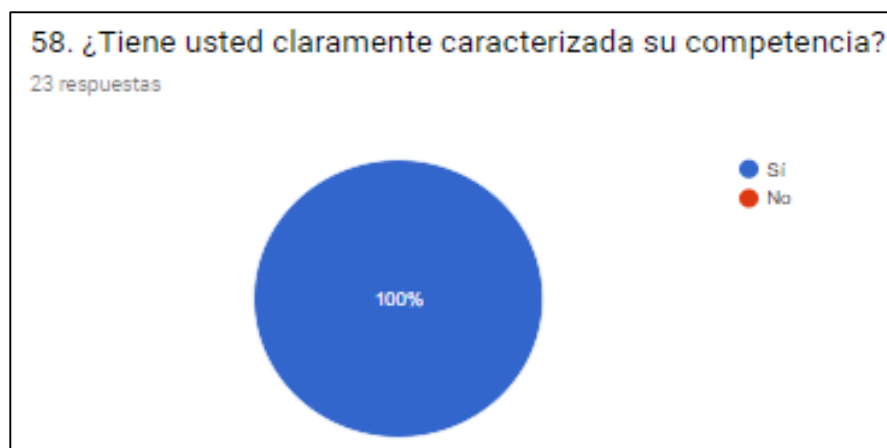
Ilustración 70. Gráfico pregunta 57



Fuente: Elaboración propia

El 69.6% de los encuestados consideraron en un 69.6% que las empresas que ofrecen en el mercado productos similares o iguales al ofertado son pocas, mientras el 30.4% de la población aseguró que son muchas las empresas cuya similitud con sus productos o servicios es considerable.

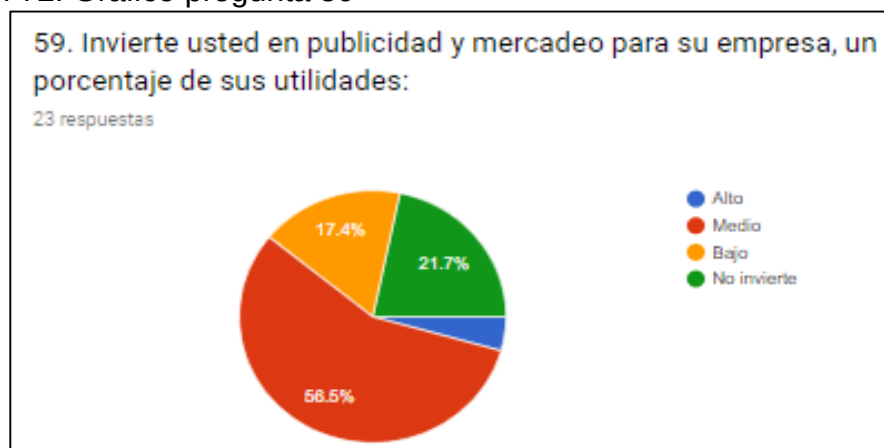
Ilustración 71. Gráfico pregunta 58



Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados aseguraron tener claramente caracterizada su competencia en el mercado.

Ilustración 72. Gráfico pregunta 59



Fuente: Elaboración propia

Al indagar si los encuestados invierten en publicidad y mercadeo para su empresa, un porcentaje de sus utilidades el 56.5% optó por la opción de medio, el 21.7% optó por la opción de no invierte y el 17.4% consideró que es bajo el nivel de sus utilidades que invierte en tal aspecto, solo un 4.4% consideró que es alto el nivel de utilidades que utiliza para tal fin.

60. Mencione cómo la Red de Emprendimiento i+ ha facilitado el desarrollo de su emprendimiento

23 respuestas

La multiplicidad de respuestas obtenidas en este cuestionamiento dan cuenta de aspectos claves que pueden ser destacados como son las capacitaciones a nivel de cursos, seminarios y diplomados, que los emprendedores han podido tomar, fomentando el aprendizaje y la formación a nivel empresarial, dichos conocimientos han sido aplicados en sus empresas logrando un mejoramiento en diversos aspectos, también mencionan que han sido favorecidos con premios y programas como **Aquí mando yo, Mi Región Emprende...** lo que les ha brindado reconocimiento en la región facilitando la comercialización de sus productos, así mismo se les ha dado una ayuda económica que les ha permitido crecer e invertir en su negocio, adquirir talleres y poseer su propia marca entre otros beneficios evidenciados, así mismo han obtenido acompañamiento en la ruta de la formalización.

4.4.1 Análisis del emprendimiento realizado

La actividad comercial del emprendimiento realizado es dispersa, siendo la más relevante en un 34.8% la opción servicios, así mismo se evidenció que en un 73.9% los emprendimientos llevan entre cero y tres años caracterizándose como emprendimientos nuevos. Así mismo el 69.6% de los emprendimientos se encuentran registrados en cámara y comercio, aunque surgen algunos que laboran desde la informalidad, en este aspecto debe especificarse que los encuestados que señalaron no estar registrados en ninguna entidad, argumentaron que se debe a factores como que el hecho de formalizar una empresa conlleva a ceñirse a los tributos establecidos por el estado, que en algunas oportunidades son altos para emprendimientos nuevos. Así mismo se mencionaron aspectos como que requieren asesoría en tal aspecto, y en el caso de actividades industriales, aseguraron que esperaban tener el montaje completo de la planta para acceder a los requisitos de Invima y legalizar su situación. Otros encuestados señalaron cierto temor frente a la situación económica y que por ende deben esperar.

La descripción del emprendimiento realizado en el contexto de la Red de emprendimiento I+, al indagar sobre el tiempo en el que están contempladas las posibilidades de expansión de las empresas de la población objeto de investigación, el 82.6% se inclinó por el mediano y largo plazo.

El 69.6% de los encuestados consideraron que las empresas que ofrecen en el mercado productos similares o iguales al ofertado son pocas, factor que el 100% de los encuestados aseguraron tener claramente caracterizada su competencia en el mercado. Igualmente se detectó que al indagar si los encuestados invierten en publicidad y mercadeo para su empresa, un porcentaje de sus utilidades el 56.5% optó por la opción de medio, el 21.7% optó por la opción de no invierte, cifras preocupantes en relación con la relevancia de este aspecto a nivel empresarial.

Otro aspecto que vale la pena destacar es que el 78.3% de la población encuestada aseguró que el capital inicial para iniciar su emprendimiento fue propio, lo que sin duda es un factor que brinda estabilidad a este de emprendimientos, que corresponde conforme el número de empleados que fue determinado en un 52.2% entre uno y dos corresponde a pequeñas y medianas empresas PYME, Este factor se confirma en consideración a que El 91.3% de los encuestados aseguró que el número de propietarios de su negocio es de uno y dos, sin embargo es destacable que pese a la situación económica de la nación han tenido un aumento del porcentaje de ventas en un 69.6% entre 5 y 15% en los últimos años.

Los encuestados en un 65.2% consideraron que el factor que diferencia su empresa es la innovación, así mismo y con relación a la frecuencia con que se han introducido mejoras al servicio, el 73.9% de los encuestados dijo que una vez al año han realizado dicha actividad. En torno este factor como diferenciador Carlson⁶³ se enfoca en el uso de la Innovación como herramienta de sobrevivencia de las empresas, como fórmula para superar la crisis global, siendo el principal objetivo de la Innovación el contribuir al crecimiento del volumen de negocios.

En un 60.9% los encuestados determinaron que venden sus productos, a nivel municipal y en un menor porcentaje departamental. En este sentido al contestar el porqué de su respuesta quienes contestaron que, si señalaron factores como la importancia de crecer y llegar a otras ciudades y departamentos, así como la calidad y proyección de sus productos, y el aprovechamiento de la oportunidad de comercializar el producto como condición necesaria de la expansión y óptimo desarrollo de la empresa. Los emprendedores que contestaron no haber contemplado esta opción argumentaron aspectos como no haber realizado algún tipo de análisis para optar por el crecimiento nacional e internacional. Sin embargo, al indagar sobre el tiempo en el que están contempladas las posibilidades de expansión de las empresas de la población objeto de investigación, el 60.9% se inclinó por el mediano plazo, lo que demuestran las grandes posibilidades de estos emprendimientos que tienen bien caracterizadas su competencia y cuentan con una considerable diferenciación en el mercado.

Una falencia que debe ser subsanada y que puede dar origen a nuevas propuestas por parte de la Red de emprendimiento I+ se relaciona con que el 56.5% de los encuestados optó por la opción de medio, y el 21.7% optó por la opción de no invierte al preguntárseles si invertirían en mercadeo y publicidad, factor que es determinante en el éxito de cualquier empresa, principalmente en consideración al mundo globalizado actual.

Finalmente los encuestados destacaron la forma como se han beneficiado de la Red de emprendimiento I+, siendo los factores más destacados, las capacitaciones a nivel de cursos, seminarios y diplomados, que los emprendedores han podido tomar, fomentando el aprendizaje y la formación a nivel empresarial, dichos conocimientos han sido aplicados en sus empresas logrando o un mejoramiento en diversos aspectos, también mencionan que han sido favorecidos con premios y programas como Aquí mando yo, Mi Región Emprende ... lo que les ha brindado reconocimiento en la región facilitando la comercialización de sus productos, así mismo se les ha dado una ayuda económica que les ha permitido crecer a nivel e invertir en su negocio, adquirir

⁶³ CARLSON Ben. Think Big (en español Piensa en Grande), Zondervan Publishing Co, 1996.

talleres y poseer su propia marca entre otros beneficios evidenciados, así mismo han obtenido acompañamiento en la ruta de la formalización.

4.5 Análisis final y desarrollo de objetivos

4.5.1 Objetivo número 1

Conocer el estado actual del emprendimiento ejecutado por los beneficiados de la Red de emprendimiento I+.

A través de la ejecución de la encuesta se lograron determinar aspectos fundamentales sobre el emprendimiento realizado por los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, inicialmente se detectó que la actividad comercial más relevante en la relacionada con el ámbito de los servicios, sector que ha tenido un notable desarrollo en las últimas décadas, principalmente como resultado de la globalización y la incursión creciente de las TIC en las actividades comerciales. Como lo especifican los datos recientes del Departamento de Administración Nacional de Estadísticas (DANE)⁶⁴ en Colombia, es posible advertir que los sectores económicos que están prevaleciendo en la estructura de producción del país se concentran en servicios. Dado que para el 2017 representaron un 68% del valor agregado del producto interno bruto (PIB).

Se evidenció igualmente que los emprendimientos de los encuestados llevan entre cero y tres años en su mayoría, y en un porcentaje considerable se encuentran registrados en cámara y comercio, aunque surgen algunos que laboran desde la informalidad, en este aspecto debe especificarse que los encuestados que señalaron no estar registrados en ninguna entidad, argumentaron que se debe a factores como que el hecho de formalizar una empresa conlleva a ceñirse a los tributos establecidos por el estado, que en algunas oportunidades son altos para emprendimientos nuevos. Así mismo se mencionaron aspectos como que requieren asesoría en tal aspecto.

La proyección de estos emprendimientos es enorme y da cuenta de que pese a que en la actualidad comercializan sus productos a nivel municipal y regional, han planeado su expansión en el mediano y corto plazo, diferenciando frente a sus competidores, por la innovación de la que han hecho su herramienta fundamental, estos emprendedores han logrado unir los tres elementos fundamentales para emprender descritos por Andy Freire en la teoría del triángulo invertido, la cual

⁶⁴ DANE. Informe anual 2017.

posee tres partes fundamentales: capital, idea y la base de apoyo el “emprendedor”, sin duda a través de estos tres elementos estas ideas llevadas al contexto real y con el apoyo de la red de emprendimiento han alcanzado grandes logros en una nación que requiere de manera urgente este tipo de iniciativas.

Se trata entonces de PYME, constituidas en gran parte con capital propio, y en porcentajes menores con ayuda de crédito bancario, lo que sin duda es un factor que brinda estabilidad a este de emprendimientos, cuentan con pocos empleados y corresponden a uno o dos propietarios, pero con un interesante crecimiento económico, evaluado a partir del incremento en ventas que han obtenido en los últimos años. Al respecto de este tipo de empresas, la revista Dinero destaca:

En dicha evolución, el parque fabril ha sido el mayor responsable y dentro de este espacio las microempresas, pequeñas y medianas empresas se han convertido en protagonistas de primer orden por su impacto en varios indicadores macroeconómicos. Según el Dane, las Mipymes generan alrededor de 67% del empleo y aportan 28% del Producto Interno Bruto (PIB).⁶⁵

Una falencia detectada en el desarrollo del presente estudio da cuenta de poca inversión en el ámbito del mercadeo y la publicidad, factor que puede marcar la pauta para el crecimiento de estas empresas. Así mismo se analizó cierto grado de informalidad en algunos de estos emprendimientos, lo que requiere de una concientización de los beneficios de laborar dentro de los estatutos legales.

Finalmente debe destacarse la labor realizada por la Red de emprendimiento I+, en factores como la formación, apoyo y acompañamiento brindado a estos emprendedores lo que sin duda ha favorecido que salgan adelante con sus empresas haciendo realidad las ideas de negocio. Por ende el presente estudio se constituye en una fuente de información sobre la situación actual de los emprendedores beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ y se propone crear un sistema constante de retroalimentación de información que se puede ejecutar de manera semestral o anual, para que esta importante entidad permanezca actualizada sobre los avances de los emprendedores, y les vincule a un continuo seguimiento para que sirvan de ejemplo y guía para otras personas que vean en la innovación la oportunidad de desarrollar óptimamente sus ideas y cuenten con el apoyo que la población objeto de estudio ha obtenido. La Red de emprendimiento I+ debe por ende crear un banco de información, y una constante retroalimentación con los beneficiarios, para que se cree un flujo de ideas que vinculen tanto a los entes privados como gubernamentales en pro de continuar

⁶⁵ REVISTA DINERO. Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia. Artículo del 4 de abril de 2018.

apoyando el emprendimiento en la región y dando pie para que la zona de influencia crezca económica y comercialmente.

4.5.2 Objetivo número 2.

Establecer en el grupo de beneficiados de Red de emprendimiento I+, los factores claves en su perfil que les ha permitido emprender con éxito.

Para el análisis del perfil de los emprendedores, se ha hecho uso de la teoría de McClelland quien propone tres necesidades de interacción entre la conducta del individuo, sus motivaciones y su relación con el emprendimiento. Por ello se analizan los emprendedores beneficiados por la Red de emprendimiento I+ bajo estos factores, como se especifica a continuación.

Necesidad de logro

En relación a la definición del perfil emprendedor, los teóricos han aportado las necesidades de logro y han señalado la complejidad de la motivación para los logros⁶⁶ las cuales posteriormente han tenido implicaciones en conocimiento y comprensión de los empresarios a nivel internacional, con relación a este aspecto, los resultados obtenidos dan cuenta de emprendedores con una alta producción creativa que les permite innovar constantemente, dando lugar a la producción de conocimiento de manera constante, factor que les facilita la solución de problemáticas que se les presenten. El autoconocimiento también se destaca como elemento determinante para estos emprendedores, dado que identifican sus capacidades y habilidades, y reconocen los compromisos adquiridos en el desarrollo de las actividades empresariales, tanto en el ámbito comercial como a nivel ético.

Poseen como cualquier persona del común temor a fracasar y este elemento en ocasiones les ha impedido emprender nuevos negocios, pero se atreven a asumir riesgos calculados, ya que “las circunstancias no son un motivador para los emprendedores; un emprendedor actúa por iniciativa adelantándose a los hechos aprovechando oportunidades y tomando delantera comprometido con su organización”⁶⁷.

⁶⁶ KOLB, OSLAND, Y RUBIN. Op cit 2007.

⁶⁷ MCCLELLAND. Op.cit. 2008.

Los emprendedores beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, poseen seguridad que se evidencia en el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para potenciar su negocio.

Así mismo se destacan por la búsqueda constante de oportunidades en pro de alcanzar los objetivos que se han fijado, haciendo uso de la motivación como una contante en todos sus procesos.

Todas estas características y habilidades evidenciadas dan pie para que a través del presente estudio se formulen estrategias que propendan por el crecimiento empresarial de la zona de influencia de la Red de emprendimiento I+. En consideración a que los beneficiarios pueden aportar positivamente al desarrollo de otros individuos que quieran emprender, por ende, es recomendable la creación de un banco de información, en el cual se ejecute una constante retroalimentación con los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, se actualización los datos y se generen ideas y técnicas para apoyar nuevas innovaciones, permitiéndole a estos emprendedores que desde su experiencia aporten positivamente.

Necesidad de afiliación

En torno a la necesidad de afiliación los emprendedores se destacan por características como la planificación de actividades y la asignación de tareas para alcanzar los objetivos propuestos, el uso de todas las fuentes a su disposición para la realización de un proyecto, en procura de analizar todas las alternativas disponibles, haciendo uso del trabajo en equipo para el logro de objetivos propuestos.

Los emprendedores que son objeto de estudio, cuentan con la capacidad de identificar las consecuencias de sus actos y una constante disposición para favorecer el equilibrio social y ambiental, conscientes de las obligaciones legales y éticas que se adquieren al asumir una idea de emprendimiento.

Debe destacarse que para estos emprendedores es fundamental contribuir para que otros alcancen el logro de sus metas, al igual que ellos, ya que poseen la capacidad necesaria para visualizarse en el corto y largo plazo junto a su equipo de trabajo. De allí que creen redes de apoyo para poder influenciar y persuadir a otros, manteniendo excelentes relaciones con los terceros que puedan contribuir al logro de sus metas.

Análisis de las Necesidades de poder

Estos emprendedores como se mencionó con anterioridad, desarrollan redes productivas brindándole gran importancia al trabajo en equipo para el logro de los objetivos propuestos en el contexto del emprendimiento. Así mismo generan en un índice importante nuevas iniciativas. Sus capacidades y relaciones les brindan las cualidades necesarias para actuar como mediadores en situaciones de conflicto, por lo que se hace evidente su liderazgo evidenciado en la energía, seguridad y confianza que transmiten a los demás y principalmente a su equipo de trabajo, logrando influenciarles positivamente.

Es de destacar su capacidad para compartir sus logros sin temor alguno, ya que cuentan con la seguridad necesaria, y la motivación requerida para cubrir las necesidades propuestas en el esquema de McClelland.

4.5.3 Objetivo número 3.

Analizar los resultados obtenidos, por los emprendedores beneficiados por la Red de emprendimiento I+.

De manera general debe mencionarse que los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, han obtenido excelentes resultados a través del desarrollo de sus emprendimientos, en la ejecución del presente estudio se tuvo la oportunidad de acceder de manera virtual, a las páginas de sus empresas, las cuales son de alto reconocimiento a nivel regional, se trata de pequeñas y medianas empresas con gran proyección que en el mediano y largo plazo tienen proyectado crecer a nivel holístico. Resulta motivador apreciar ideas de negocios que en muchas oportunidades surgieron en el desarrollo de las actividades universitarias y que se han consolidado como empresa, obteniendo importantes reconocimientos a nivel regional, y que seguramente seguirán creciendo, ya que cuentan con propietarios motivados, con gran capacidad de liderazgo, dispuestos a asumir riesgos calculados que le conduzcan al éxito.

De manera general la labor social, económica y cultural de la Red de emprendimiento I+, es múltiple y los beneficios obtenidos por la población encuestada se evidencia en aspectos como la capacitación a nivel de seminarios, talleres y diplomados, los aportes económicos brindados por la ayuda de esta

entidad. Logrando de esta forma crecer de manera integral y favorecer a terceros, como es el caso de sus núcleos familiares y empleados de dichas empresas.

4.5.4 Objetivo número 4.

Proponer iniciativas que favorezcan el servicio brindado por la Red de emprendimiento I+

Se iniciará este análisis retomando a Peter Drucker⁶⁸ para quien el entrepreneurship es una práctica. Es un comportamiento, es decir una conducta y una actitud, concluyendo que existe una estrecha relación entre espíritu emprendedor y educación.

En el desarrollo del presente estudio se pudo evidenciar la labor la eficiente, efectiva y eficaz labor realizada por la Red de emprendimiento I+, en procura que las actividades de emprendimiento se trabajen de manera mancomunada para tener un mayor impacto en beneficio de los emprendedores. Su labor ha favorecido a todas estas personas que han logrado concretar sus ideas de negocios, los cuales se caracterizan por ser personas jóvenes con gran proyección y de estrato socioeconómico medio y bajo, que con esfuerzo han logrado crecer de manera integral. Sin embargo, se detectaron dos falencias fundamentales que vale la pena abordar en pro de formular iniciativas que favorezcan el servicio que esta entidad brinda conforme se especifica a continuación.

Inicialmente debe abordarse la poca inversión que los emprendedores están ejecutando en lo referente al mercadeo y la publicidad, factor fundamental para el crecimiento de cualquier empresa, y más aún en una era donde priman las tecnologías de la información, por ende se plantea capacitación en este tipo de aspectos que favorezcan la proyección de los emprendedores actuales y los que surjan a futuro, ya que la publicidad cada vez es más local, instantánea y accesible para las empresas, se recomienda el uso de herramientas como el marketing digital para que estos emprendimientos se hagan un lugar en el mundo y logren explotar estas herramientas digitales de forma óptima. Deben por ende considerarse factores como los contenidos visuales y multimedia que cada día tienen un mayor papel, siendo los protagonistas indiscutibles de la comunicación y el marketing, las estrategias no intrusivas, ya que los clientes se hallan agotados de contenidos online y offline de publicidad, los puntos de ventas y la inteligencia

⁶⁸ Ibíd.

artificial entre otros son algunas de las propuestas que deben ser consideradas para aportar positivamente a estos emprendedores.

En una segunda instancia se recomienda el análisis por parte de la Red de emprendimiento I^+ de aquellas iniciativas que laboran bajo la informalidad con ánimo de no incurrir en altos costos por concepto de gravamen, sin embargo los beneficios de la formalidad son determinantes en el éxito de cualquier empresa que desee expandirse y penetrar nuevos mercados, de allí que urge la capacitación en torno a la concientización de la importancia de la formalización, la cual durante los últimos años se ha constituido en insignia de entidades como la Cámara de Comercio, quienes saben que son mayores los beneficios que pueden obtener los emprendedores a través de la formalización que los costos en que incurran. Las empresas informales en Colombia tienen en promedio menor acceso al crédito y a programas de capacitación, pero si tienen “una mayor facilidad de acceder a problemas tecnológicos y menores utilidades por trabajador que las empresas formales con características similares”⁶⁹.

⁶⁹ CARDENAS, M., y ROZO, M. Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones. 2009.

5. CONCLUSIONES

Luego de realizar el presente estudio, se puede concluir conforme a los objetivos propuestos. De manera general, el perfil de los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ se enfoca al logro de características comunes, por encima de las particulares, de allí que el estudio evidencia inicialmente la necesidad de fortalecer el perfil emprendedor en todos los estudiantes de formación de pregrado, dado que se constató los beneficios que puede tener el desarrollar dichas cualidades. Los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+ son personas jóvenes, talentosas, con gran capacidad de liderazgo que no temen arriesgarse para alcanzar las metas propuestas y que han hallado en la innovación y el emprendimiento una óptima opción para salir adelante y aportar positivamente a la sociedad en que conviven.

El estado actual de los emprendimientos analizados es adecuado, con grandes proyecciones de crecimiento, siendo la actividad comercial de servicios la más destacada.

El estudio sustenta en sus resultados el perfil de emprendedor de los beneficiarios de la Red de emprendimiento I+, bastante interesante, soportados en la motivación como elemento determinante para llevar a cabo sus proyectos y caracterizados por habilidades que se evidenciaron a lo largo del estudio conforme la teoría de Mc Clelland a través de tres necesidades, la de logro, de afiliación, y de poder. Por ende, se destacan emprendedores capaces, decididos, y dispuestos a asumir riesgos, factor importante en mercados hostiles como el nacional.

Tanto la ayuda de la Red de emprendimiento I+, como el perfil de emprendedores que poseen los beneficiarios han sido elementos fundamentales para el óptimo desarrollo de estas empresas, las cuales se proyectan a nivel nacional.

Se propone a la Red de emprendimiento I+, favorecer a los beneficiarios en aspectos como mercadeo, publicidad, y formalización de sus negocios de manera holística, ya que se pudo detectar algunas falencias en la población objeto de estudio en torno a estos temas.

A través del presente estudio se abre una línea de investigación para que futuros profesionales aborden este interesante tópico y favorezcan positivamente al desarrollo del emprendimiento local, regional y nacional.

BIBLIOGRAFIA

ALVAREZ, C. y URBANO, D.: «Una década de investigación sobre el GEM: logros y retos», Academia Revista 2011. Latinoamericana de Administración, nº 46, pp. 16-37.

AMORÓS J. Y CAZENAVE C. Global Entrepreneurship Monitor. Aspiraciones de los Emprendedores en Chile y el Mundo. 2013.

CAI, L., Liu, Q., DENG, S., y ALON, I. A general review of entrepreneurship research (1998 to 2010): Theoretical implications, management applications and future research directions. *African Journal of Business Management*. 2012.

CARDENAS, M., y ROZO, M. Informalidad empresarial en Colombia: problemas y soluciones. 2009.

CARLSON Ben. Think Big (en español Piensa en Grande), Zondervan Publishing Co, 1996.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. Ley 1014, 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

DANE. Informe anual 2017.

DANHKE. 1989. La comunicación Humana. Citado por HERNÁNDEZ, FERNÁNDEZ Y BAPTISTA. Metodología de la investigación. 2003 p. 117 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). National report. 1999.

DRUCKER, P. La Innovación y el empresario innovador. Ed. Edhasa. Pág. 25-26; 35-44. 1985.

DRUCKER Peter. Innovación y emprendimiento. 1989.

DRUCKER, 1985 en Formichella: 2004. Pág. 11.

FANDIÑO L. y BOLIVAR M. Tesis Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de administración de empresas de la pontificia universidad javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Bogotá. Pontificia Universidad Javeriana. 2009.

FLORIDA, Entrepreneurship. Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial. 2002.

FONSECA, Ángela. Caracterización del emprendimiento en UNIMINUTO. Bogotá. 2009.

GARZÓN Susana. Plan estratégico para fortalecer el área de emprendimiento en la Fundación Centro Colombiano de Estudios Profesionales – FCECEP para el periodo 2015 – 2020, 2014.

GARZÓN Susana. Plan estratégico para fortalecer el área de emprendimiento en la Fundación Centro Colombiano de Estudios Profesionales – FCECEP para el periodo 2015 – 2020, 2014.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). National report. 1999.

HERNÁNDEZ R., FERNÁNDEZ, C., & BAPTISTA, L. Metodología de la investigación. Sexta Edición. México D.F.: McGraw-Hill. 2014.

HENRIQUE Y DA CUNHA. Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. Revista de Administração Mackenzie, 9(5), 112-136. 2008

KISS, KISS, A., DANIS, W., y CAVUSGIL, S. International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*(27), 266-290. doi: 10.1016/j.jbusvent.2011.09.004. 2012.

KIRZNER. El empresario Lecturas de Economía Política, vol. I, Unión Editorial, Madrid. 1998.

DRUCKER, 1985 en Formichella: 2004 p. 11.

KIRZNER, Ben. Competencia y empresarialidad Unión Editorial, Madrid. "Los objetivos de la política anti-trust: una crítica", Información Comercial Española, 775, diciembre 1998-enero 1999.

KOLB, DAVID., OSLAND, J., RUBIN, I. Comportamiento Organizacional: Un Enfoque Experiencial. 8ª Edición. 2007.

MEJÍA Deyvi. Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, 2015.

MOLINA et al. El fuerte crecimiento de la Pyme desde la perspectiva de las competencias esenciales: la empresa Gacela. México: Universidad de Guanajuato. 2012.

MCCLELLAND, D. The Achieving Society. Princeton: Van Nostrand. 1961.

MATIZ, F. Investigación en emprendimiento: un reto para la construcción de conocimiento. *Revista EAN*. 66: 169 – 182. 2009 MORENO, Linda. y RAMIREZ, Paulo. Caracterización del espíritu empresarial (atributos) en los estudiantes de la maestría en administración de la universidad del valle (sede san Fernando) con período de escolaridad activa para el año 2014.

MEJÍA Deyvi. Actitud emprendedora de los egresados de la carrera de administración de empresas de la universidad católica santo Toribio de Mogrovejo, 2015.

MCCLELLAND, D; BURNHAM, D. Power Is the Great Motivator. Harvard Business School Press. USA. 2008.

MORENO, Linda. y RAMIREZ, Paulo. Caracterización del espíritu empresarial (atributos) en los estudiantes de la maestría en administración de la universidad del valle (sede san Fernando) con período de escolaridad activa para el año 2014. 2014.

ORTIZ, C; GUTIERREZ, J; RODRIGUEZ, S. El lugar del emprendimiento en las instituciones de educación superior en Colombia: caso REUNE: Artículo. 2014.

PULGARÍN S. y CARDONA M. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. 2012
RODRÍGUEZ Gregorio. Metodología de la investigación Cualitativa. 1996.

PULGARÍN Y CARDONA Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario en Antioquia, 2006
REVISTA DINERO. Mipymes generan alrededor del 67% del empleo en Colombia. Artículo del 4 de abril de 2018.

RODRÍGUEZ, A. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión* 2009 (26), 94-119.

UNIVERSIDAD DEL VALLE, Informe anual, 2014.

VÂNIA Maria, J. N., NATACHA, B. S., ARNALDO, T. O., BONTEMPO, P. C., y TINOCO, T. Entrepreneurship: ¿área in evolution? A review of studies and articles published between 2000 and 2008. *RAI*(2010), 2010.

VARELA. Innovación empresarial arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson Prentice Hall editores, Tercera edición. 2008.

SANCHEZ, Arturo. Las competencias de los emprendedores egresados universitarios, su impacto en las aspiraciones de crecimiento y en el éxito de sus empresas. 2017.

PULGARÍN Y CARDONA Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la universidad del rosario en Antioquia, 2006.

RODRÍGUEZ, A. Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. Pensamiento & Gestión 2009 (26), 94-119.

SANCHEZ, Arturo. Las competencias de los emprendedores egresados universitarios, su impacto en las aspiraciones de crecimiento y en el éxito de sus empresas. 2017.

WEB GRAFIA

CASTAÑO M. ^a Soledad. EL EMPRENDEDOR SCHUMPETERIANO Y EL CONTEXTO SOCIAL. [En línea].: [Consultado el 22 de Mayo de 2015] Disponible en internet: <http://www.revistasice.com/cachepdf/ICE_845_121-134__F6565B36FDFD765A932BB8BEEE9AAB41.pdf>

CDN.AWW.WOBI.COM. ESTRADA, Socorro. ABC del emprendimiento. Entrevista a Amar Bhidé. [En línea]. [Citado en 26 de Mayo 2015] Disponible en internet: < http://cdn.aws.wobi.com/sites/default/files/abc_del_emprendimiento_file.pdf >

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014. (26, enero, 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento, Artículo 1º, numeral C, [En línea]. [Citado el 26 de Mayo 2015] Disponible en internet: < <http://www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331> >

DUARTE Catalina. Emprendimiento en la actualidad Revista Virtual Gerencie.com. Recuperado de: <https://www.gerencie.com/emprendimiento>.

EMPRENDIMIENTOEVENTOS.BLOGSPOT.COM. Evolución del emprendimiento en Colombia. [En línea]. [Consultado el 22 de Mayo de 2015] Disponible en internet: <<http://emprendimientoeventos.blogspot.com/2012/10/evolucion-del-emprendimiento.html>>

SCHUMPETER, J.A. The Theory of Economic Development, citado por CARRASCO, Inmaculada. CASTAÑO M. ^a Soledad. EL EMPRENDEDOR SCHUMPETERIANO Y EL CONTEXTO SOCIAL. [En línea].

URNADECRIITAL.GOV.CO. Colombia es el país con más emprendedores. [En línea]. [Consultado el 29 de Mayo de 2015] Disponible en internet: <<http://www.urnadecristal.gov.co/gestion-gobierno/emprendedores-colombia> >

VARELA Rodrigo. Innovación empresarial. 2008
Recuperado en:
(https://www.icesi.edu.co/cdee/images/informes/coleccion_dice/DICE1.pdf)

ANEXOS

Fecha:
Objetivo: Identificar el perfil emprendedor de los beneficiarios ganadores de la Red de emprendimiento I+ en los años 2014 – 2017.
Entrevistador:
DATOS DEL ENCUESTADO:
Nombre:
Dirección:

La siguiente encuesta es diseñada tomando como soporte el modelo de las Características del Comportamiento Emprendedor o por sus siglas (CCE) el cual relaciona el modelo teórico de necesidad de McClelland. Dicha encuesta está dividida en 5 secciones, en la primera se realizan preguntas de múltiples respuestas con el fin de determinar el perfil sociodemográfico, mientras en las siguientes 3 secciones se deben calificar algunas afirmaciones. En la segunda sección, se analizan las necesidades de logro de los empresarios, en la tercera sección se detallan las necesidades de afiliación y finalmente se estudian las necesidades de poder. Para concluir se presentan preguntas de selección múltiple, las cuales buscar determinar la descripción del emprendimiento ejecutado por la población encuestada.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

- a. Entre 15 y 20 años _____ b. Entre 21 y 30 años _____
c. Entre 31 y 40 años _____ d. Entre 41 y 50 años _____
e. Más de 50 años _____

2. ¿A qué género pertenece?

- a. Masculino _____ b. Femenino _____ c. otro _____

3. ¿Cuál es su estado civil?

- a. Afro descendiente _____ b. Comunidades indígenas _____
c. Desplazados por la violencia _____ c. Discapacitado _____
d. Ninguna _____ e. Otro _____

4. ¿En qué estado civil se encuentra?

- a. Soltero (a) _____ b. Casado (a) _____ c. Unión Libre _____



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

d. Separado(a) _____ e. Viudo (a) _____

5. ¿En qué municipio vive actualmente?

a. Palmira _____ b. Pradera _____ c. Florida _____ d. Candelaria _____

6. ¿En qué estrato vive actualmente?

a. uno _____ b. Dos _____ c. Tres _____ d. Cuatro _____ e. Cinco _____

7. ¿En qué nivel educativo se encuentra?

a. Primaria _____ b. Secundaria _____ c. técnico _____ d. Profesional _____
e. Magister _____ f. Especialista _____ g. Otro _____ Cual _____

8. ¿A qué se dedica actualmente?

a. Empleado _____ b. Independiente _____ c. Desempleado _____
d. Actividades del hogar _____ e. Otro _____ ¿Cuál? _____

9. La vivienda en la que vive actualmente es:

a. Casa Propia _____ b. Familiar _____ c. Alquilada _____

10. ¿Cuántos hijos (as) o personas tiene a cargo?

a. Uno _____ b. Dos _____ c. Tres _____ d. Cuatro _____
e. Cinco _____ f. Más de cinco _____ g. Ninguno _____

11. ¿Con cuántas personas vive?

a. Entre una y dos _____ b. Entre tres y cinco _____
c. Más de cinco _____ D. Ninguna _____

12. ¿Cuántas personas de las que viven con usted, trabajan?

a. Entre una y dos _____ b. Entre tres y cinco _____
c. Más de cinco _____ D. Ninguna _____

13. ¿A Cuántos salarios mínimos pueden ascender los ingresos de su hogar?

a. Menos de uno _____ b. Entre uno y dos _____ c. Entre dos y tres _____
d. Más de tres _____



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

14. ¿Alguno de sus familiares tiene o ha tenido negocio propio?

a. Tiene_____ b. No tiene_____ c. Ha tenido

¿Cuál?_____

Perfil emprendedor

Responda las siguientes afirmaciones de la siguiente manera:

1 =Nunca es cierto.

2 = Raras veces es cierto.

3 = Algunas veces es cierto.

4 = Usualmente es cierto.

5 = Siempre es cierto.

Necesidades de Logro.

15. Al menos 1 vez al año usted genera, crea o desarrolla ideas diferentes

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

14. Usted califica su pensamiento con una gran capacidad imaginativa.

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

16. Califica su pensamiento con una gran capacidad imaginativa

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

17. Las dificultades que se le presentan suele resolverlas generando nuevas ideas

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

18. Cree que generar acciones encaminadas al desarrollo del emprendimiento permite la identificación de sus capacidades y habilidades

1____ 2____ 3____ 4____ 5____



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

19. Al afrontar situaciones que requieren la toma de decisiones prioriza las más importantes

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

20. Según su criterio los compromisos adquiridos son una prioridad para cualquier empresa

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

21. Considera que el temor por fracasar me ha impedido iniciar algunos emprendimientos

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

22. Normalmente suele analizar múltiples variables del entorno antes de iniciar algún proyecto

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

23. Considera que posee la capacidad de asumir riesgos

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

24. Esta usted seguro de que posee el conocimiento, la habilidad y la experiencia necesaria para potenciar su negocio

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

25. Es común que tenga interés en la identificación de las propias virtudes y falencias

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

26. Constantemente usted busca oportunidades en pro de crecer de manera integral en los contextos de su vida.

1____ 2____ 3____ 4____ 5____



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

Necesidades de afiliación

27. Suele planificar cada proyecto, asignando tareas y haciendo la revisión de planes de acuerdo a los resultados esperados

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

28. Suele buscar toda la información correspondiente cuando de realizar algún proyecto se refiere, teniendo en cuenta diversas fuentes de consulta

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

29. Considera que para solucionar una situación problemática es necesario buscar alternativas posibles e informarse detalladamente sobre tal eventualidad

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

30. Opina que el trabajo en equipo requiere de que se promueva el bien común, por lo que suele comprometerse con el bienestar de otros

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

31. Para la búsqueda de una solución adecuada es pertinente considerar los recursos con los que se cuenta y los que se pueden adquirir.

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

30. Usted se encuentra en plena capacidad de identificar las consecuencias que pueden tener sus acciones sobre sí mismo y sobre las demás personas

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

32. Considera usted que una empresa debe velar no solo por su crecimiento económico, así como por aportar al equilibrio social y ambiental.

1____ 2____ 3____ 4____ 5____



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

33. Considera que una empresa debe velar no solo por su crecimiento económico, sino también por aportar al equilibrio social y ambiental

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

34. Al asumir una idea de emprendimiento, se adquieren obligaciones de carácter legal y éticas.

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

35. Cree que es fundamental contribuir para que otros alcancen el logro de sus metas

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

36. Suele fijarse metas claras, alcanzables, proyectándose en el corto y largo plazo

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

Necesidades de poder

37. En el desarrollo de su emprendimiento fue determinante el desarrollo de redes productivas y redes de apoyo

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

38. Al realizar un trabajo en equipo considero que cuento con la habilidad de generar nuevas iniciativas

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

39. Al enfrentar situaciones conflicto puedo desarrollar mi capacidad de mediador

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

40. Tiene la certeza de que transmite energía, seguridad y confianza a los demás



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

41. se encuentra en capacidad de convocar y movilizar a otros

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

42. Le gustaría trabajar con equipos interdisciplinarios para promover su emprendimiento sin temor a compartirlo

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

43. Le resulta adecuado generar espacios suficientes para que los integrantes de su organización contribuyan al desarrollo de un nuevo proyecto o idea.

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

44. Según su criterio cuenta usted con la capacidad de delegar tareas y verificar el cumplimiento de las mismas

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

Descripción del emprendimiento realizado.

45. ¿Cuántos años lleva en el mercado el emprendimiento por usted ejecutado?

- a. Entre 0 y 1 año _____ b. Entre 1 y 3 años _____
c. Entre 3 y 5 años _____ d. Entre 5 y 10 años _____
e. Más de 10 años _____

46. ¿A qué actividad comercial corresponde el emprendimiento por usted ejecutado?

- a. Comercial _____ b. Industrial _____ c. De servicios _____



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

47. ¿Se encuentra registrado su negocio en alguna entidad de control?

- a. Cámara de comercio _____ b. DIAN _____
c. Industria y comercio _____ d. Ninguna _____
e. Otra _____

48. ¿Cómo adquirió el capital inicial para realizar su emprendimiento?

- a. Capital propio _____ b. Préstamo Bancario _____
c. Préstamo personal _____ d. Financiación de terceros _____
e. Otro _____ ¿cuál? _____

49. ¿Cuál es el número de propietarios que posee actualmente su empresa?

- a. uno _____ b. Dos _____ c. tres _____ d. Más de tres _____

50. ¿Con cuántos empleados cuenta actualmente su empresa?

- a. Entre 1 y 2 _____ b. Entre 3 y 5 _____ c. Entre 5 y 9 _____
d. Más de 9 empleados _____

51. ¿Cómo ha aumentado su porcentaje de ventas en los últimos años?

- a. Entre 5% y 10% _____ b. Entre 10% y 15% _____ c. Entre 15% y 20% _____
d. Mayor que 20% _____

52. ¿Considera usted que el factor que caracteriza y diferencia su empresa es?

- a. Innovación _____ b. Nivel tecnológico _____
c. Gran capacidad de expansión _____ d. Proyección a futuro _____
e. Falta de competencia _____ f. Excelente Servicio _____
g. Otra _____ Cual _____

53. ¿Con que frecuencia ha introducido mejoras en su producto/servicio desde que inició su negocio?

- a. Una vez al año _____ b. Dos veces al año _____
c. Tres o más veces al año _____ d. Ninguna en el último año _____

54. ¿A qué nivel geográfico vende sus productos?

- a. Municipal _____ b. Departamental _____
c. Regional _____ d. Nacional _____
e. Internacional _____



ENCUESTA REALIZADA A BENEFICIARIOS GANADORES DEL
CONCURSO MI REGIÓN EMPRENDE DE LA RED DE MPRENDIMIENTO
I+ EN LOS AÑOS 2014 – 2017.

55. Si su respuesta fue negativa indique si a futuro ha considerado exportar sus productos o vender nacionalmente

a. Si _____ b. No _____ Porque _____

56. Las posibilidades de expansión de su empresa están contempladas en:

a. Corto plazo _____ b. Mediano Plazo _____ c. Largo Plazo _____

d. No se ha contemplado _____

57. En este momento, las empresas que ofrecen productos o servicios iguales o similares al de su empresa son:

a. Muchas _____ b. Pocas _____ c. Ninguna _____

58. Tiene usted claramente caracterizada su competencia.

a. Si _____ b. No _____ Porque _____

59. Invierte usted en publicidad y mercadeo para su empresa, un porcentaje de sus utilidades:

a. Alto _____ b. Medio _____ c. Bajo _____ d. No invierto _____

60. Mencione como la red de emprendimiento I+ ha facilitado el desarrollo de
