

**FACTORES QUE INCIDEN EN EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESA DE
LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUÁ**

**YURI MERCEDES BERMÚDEZ MAZUERA
NORMA CONSTANZA PAVA CUEVAS**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
TULUÁ VALLE DEL CAUCA
ENERO 25 DE 2014**

**FACTORES QUE INCIDEN EN EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESA DE
LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUÁ**

**NORMA CONSTANZA PAVA CUEVAS
YURI MERCEDES BERMÚDEZ MAZUERA**

**DIRECTOR
BENJAMÍN BETANCOURT GUERRERO
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS. MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN.
ESPECIALISTA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA CONSTRUCCIÓN**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
TULUÁ VALLE DEL CAUCA
ENERO 25 DE 2014
NOTA DE ACEPTACIÓN**

El presente trabajo de investigación fue aprobado por el Director de la Maestría en Administración de la Universidad del Valle, el Director del trabajo de investigación y por el jurado evaluador.

Profesor Luís Aurelio Ordoñez
Director de la Maestría en Administración

Profesor Benjamín Betancourt G.
Director del Trabajo de Investigación

Jurado

Jurado

Tuluá, Mayo 10 de 2014

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a todas las personas e instituciones que han contribuido en diversa forma a la elaboración de esta investigación.

Un especial agradecimiento al profesor Benjamín Betancourt Guerrero nuestro director de Trabajo de investigación y Director del Grupo de Investigación Previsión y Pensamiento Estratégico de la Universidad del Valle, por su dedicación, colaboración, por compartir sus conocimientos y por el interés de que saliéramos adelante y podernos graduar.

A la Universidad del Valle sede Tuluá por el conocimiento que nos brindó durante la Maestría en administración y su colaboración a través de los docentes, estudiantes y egresados que compartieron su historia de vida y su motivación para la creación de empresa en el municipio de Tuluá. También a los profesores Carlos Eduardo Cobo Oliveros y Héctor Fernando Rueda Rodríguez, por su colaboración en la construcción de esta investigación.

DEDICATORIA

Dedico esta investigación con un cariñoso reconocimiento a mi esposo Leonardo y a mi hija María Constanza por su comprensión, amor y paciencia.

Dedico esta investigación, con gratitud, a mis padres Alfonso y María Inés y a mis hermanos y sus familias, por los valores compartidos, el cariño, toda la solidaridad y apoyo.

Norma Constanza Pava Cuevas

Quiero dedicar este nuevo logro en mi vida a mi familia que ha sido un soporte fundamental en la consecución de este proyecto de vida, a mi madre Magnolia por su incondicional apoyo y amor, a mi hijo Juan Esteban, por ser el motorcito de mi vida y quien me hace querer ser mejor persona cada día. A mi hermanita Claudia y a mi sobrina Gabriela, a quienes amo y adoro, a Félix Antonio por su apoyo y compañía, y en general a todas aquellas personas que de una u otra forma aportaron un granito de arena para que hoy este sueño sea una realidad.

Yuri Mercedes Bermúdez Mazuera

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	13
1.METODOLOGÍA.....	15
1.1 Tratamiento del problema.....	15
1.1. Identificación del problema.....	15
1.2 Ubicación.....	16
1.3 Tenencia.....	16
1.4 Magnitud.....	16
1.5 Cronología del problema.....	17
1.1.6 Causas del problema.....	17
1.1.7 Formulación	18
1.2 Justificación de la Investigación.....	18
1.2.1 Importancia para la Universidad del Valle Sede Tuluá.....	18
1.3 Objetivos de la Investigación	19
1.3.1 Objetivo General	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
1.4 Marco teórico.....	20
1.4.1 Noción de Empresario	20
1.4.2 El proceso Empresarial	22
1.4.3 Escuela Empresarial	26
1.5 Estado del arte.....	31
1.6 Diseño Metodológico	35
1.6.1 Tipo de Estudio	35
Descriptivo	35
1.6.2 Métodos.....	35
Deductivo	35
1.6.3 Herramientas metodológicas	36
2. HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE Y DE LA SEDE TULUÁ.....	39
2.1 Programa de Emprendedores Universidad del Valle	45
2.2 Centro de Emprendimiento y desarrollo de la Sede Tuluá CEDES.....	46
3. ANALISIS DEL ENTORNO	48
3.1 Municipio de Tuluá.....	48
3.2 ENTORNO DEMOGRAFICO	52
3.3 ENTORNO SOCIAL	56

3.4 ENTORNO CULTURAL DE TULUA	63
3.5 Vocaciones económicas	66
3.6 Entorno Jurídico Legal.....	71
3.7 Entorno Político Gubernamental	75
3.8 Entorno Tecnológico.....	78
3.9 MATRIZ DE ANALISIS INTEGRADA	81
4. ANALISIS DEL SECTOR DE LA EDUCACION SUPERIOR	87
4.1 CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LA EDUCACION SUPERIOR.....	87
4.2 DIAMANTE COMPETITIVO	93
4.2.1 Factores.....	93
4.2.2 Sectores conexos y de apoyo, redes, encadenamientos productivos y clusters.....	94
4.2.3 Condiciones de la demanda.....	99
4.2.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas del sector.....	100
4.2.5 El papel del gobierno.....	101
4.2.6 El papel de la casualidad- El azar	102
4.3 ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DEL SECTOR	104
4.3.1 Rivalidad entre competidores	104
4.3.2 Amenaza de nuevos entrantes.....	105
4.3.3 Poder de negociación de los proveedores.....	105
4.3.4 Poder de negociación de los compradores	105
4.3.5 Producto sustitutos	106
4.4 Análisis estructural del sector.....	106
5. REFERENCIACIÓN.....	109
5.1 Programas de emprendimiento a comparar	110
5.1.1 Universidad del Valle- Programa Institucional “Emprendedores Univalle”	110
5.1.2 Programas de emprendimiento del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje)	111
5.1.3 Modelo de emprendimiento de la UNIVERSIDAD ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (UEAN)	113
5.1.4 Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CEDES) de la Universidad ICESI	114
5.1.5 Emprendimiento en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali.....	117

5.1.5 Red de emprendimiento de la Universidad Libre Seccional Cali.....	118
5.1.6 Programa de Emprendimiento de la Universidad San Buenaventura.....	119
5.2 FACTORES CLAVES DE ÉXITO.....	121
5.3 MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO.....	123
5.4 RADARES DE VALOR Y VALOR SOPESADO.....	125
6. DELPHI. CONSULTA A LOS DOCENTES Y EXPERTOS	132
6.1 Análisis de las mallas de lectura	144
7. CONSULTA A LOS ACTORES: ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUA	147
8. CASOS DEMOSTRATIVOS EGRESADOS UNIVERSIDAD DEL VALL SEDE..... TULUÁ.....	187
8.1 Hallazgos de los casos demostrativos de acuerdo la teoría del emprendimiento	243
8.2 Caracterización de los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá	250
9. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS	252
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	256
11. REFERENCIAS	259

TABLAS

Tabla 1. Número de egresados por Programa de la Universidad del Valle Sede Tuluá desde el año 1992-2013	Pág. 17
Tabla 2. Diferencia en enfoques educativos	30
Tabla 3. Información general sobre Tuluá	50
Tabla 4. Municipios aledaños a Tuluá	51
Tabla 5. Distribución de la población por grupos de edad.	53
Tabla 6. Distribución territorial de la población del municipio 2012	54
Tabla 7. Estado conyugal 10 años o más.	55
Tabla 8. Guía de análisis del macro ambiente demográfico	56
Tabla 9. Necesidades básicas insatisfechas	59
Tabla 10. Hogares con actividad económica	60
Tabla 11. Servicios con que cuentan las viviendas según censo 2005	61
Tabla 12. Nivel de educación	62
Tabla 13. Población en analfabetismo	62
Tabla 14. Guía de análisis del macro ambiente, entorno social	63
Tabla 15. Guía de análisis del macro ambiente, entorno cultural	66
Tabla 16. Distribución porcentual de las actividades económicas del municipio De Tuluá	67
Tabla 17. Nivel de ingresos por sectores económicos	67
Tabla 18. Primeras diez industrias de Tuluá según ingresos brutos	68
Tabla 19. Primeras diez empresas de servicios según sus ingresos brutos	68
Tabla 20. Primeras diez empresas de comercio según sus ingresos brutos	69
Tabla 21. Relación cantidad de empresas, empleo, activos y ventas Reportadas 2012	69
Tabla 22. Comportamiento de las empresas por tamaño en el municipio De Tuluá	70
Tabla 23. Guía de análisis de macro ambiente vocaciones económicas	71
Tabla 24. Guía de análisis del macro ambiente jurídico legal	74
Tabla 25. Guía de análisis del macro ambiente político Gubernamental	77
Tabla 26. Instituciones conectadas a RENATA	79
Tabla 27. Guía de análisis de macro ambiente tecnológico	80
Tabla 28. Matriz de evaluación integrada del entorno	82
Tabla 29. Análisis estructural del sector de educación superior	107
Tabla 30. Matriz del perfil competitivo	124
Tabla 31. Docentes de la Sede Tuluá entrevistados	133
Tabla 32. Malla de lectura de docentes entrevistados	134
Tabla 33. Asignaturas seleccionadas para la encuesta	147
Tabla 34. Distribución de encuestados según asignatura	149
Tabla 35. Rango de edad de los encuestados	150
Tabla 36. Estado civil de los encuestados	151
Tabla 37. Reconocimiento étnico de los encuestados	152
Tabla 38. Estrato social de los encuestados	152
Tabla 39. Consideraciones de tener empresa de los encuestados	153
Tabla 40. La asignatura permite desarrollar competencias de adaptación al entorno empresarial de su profesión	154
Tabla 41. Interés en tratar la temática de emprendimiento en el curso	155

Tabla 42. Interés en tratar el tema de fuentes de financiación en el curso	156
Tabla 43. Interés por tratar la temática de legalización de empresas por parte de los estudiantes	156
Tabla 44. Interés en tratar la temática de evolución financiera según los encuestados	157
Tabla 45. Interés en trabajar la temática de liderazgo entre los estudiantes encuestados	158
Tabla 46. La asignatura de análisis económico de inversiones y su relación con la creación de empresa	159
Tabla 47. La Asignatura análisis económico de herramientas y la posibilidad de buscar recursos en proyectos de inversiones	159
Tabla 48. Consideraciones de los encuestados en la asignatura de creación de nuevos productos sobre el proceso de creación de empresa	160
Tabla 49. Asignatura de creación de nuevos productos y la relación con el proceso de creación de empresa de los estudiantes	160
Tabla 50. Consideraciones de la asignatura gestión financiera para incentivar la creación de empresa	160
Tabla 51. Consideraciones sobre la asignatura gestión financiera y su orientación para buscar recursos en el momento de crear empresa	161
Tabla 52. Consideraciones sobre la asignatura iniciación de nuevas empresas en liderazgo, innovación y creatividad	161
Tabla 53. Consideraciones sobre las herramientas brindadas por la asignatura iniciación de nuevas empresas para la misma	162
Tabla 54. Consideraciones sobre la orientación de la asignatura y legislación laboral para la nuevas empresas	162
Tabla 55. Consideraciones sobre la asignatura de legislación laboral, para la construcción de una sociedad legalmente constituida	163
Tabla 56. La asignatura legislación laboral y su relación con las competencias de adaptación al entorno empresarial	163
Tabla 57. Asignatura legislación laboral y las herramientas que brinda para enfrentar la vida laboral como empleador	163
Tabla 58. Asignatura liderazgo empresarial y las herramientas que brinda a los estudiantes para ser líderes y crear empresa	164
Tabla 59. Asignatura liderazgo empresarial y la posibilidad a los estudiantes para su quehacer como futuros administradores de empresas	164
Tabla 60. Asignatura organización y administración de empresas y las herramientas que brinda a los estudiantes para analizar diversos tipos y pensar en creación de empresa	165
Tabla 61. La teoría de motivación brindada por la asignatura Organización y Administración de empresas para motivar y visionar empresarios	165
Tabla 62. Asignatura planeación social y las herramientas que brinda a los estudiantes para la creación de empresa	166
Tabla 63. Asignatura planeación social en el proceso de formulación de proyectos que derive creación de empresa	166
Tabla 64. Cruce de variables, consideraciones de tener empresa, según el género de los encuestados	167
Tabla 65. Cruce de variables, consideraciones de tener empresa, según estrato socioeconómico del encuestado	168
Tabla 66. Cruce de variables, consideraciones de tener empresa, según el estado civil de los encuestados	169

Tabla 67. Cruce de variables, consideraciones de tener empresa según la etnia	170
Tabla 68. Cruce de variable, genero según profesión o programa académico que estudia	171
Tabla 69. Cruce de variables, consideraciones de tener empresa, según la asignatura vista por el estudiante	172
Tabla 70. Cruce de variables, Profesión que estudia según la edad del encuestado	173
Tabla 71. Estado civil, según profesión que estudia	175
Tabla 72. Profesión que estudia según la etnia	176
Tabla 73. Cruce de variables, profesión que estudia según estrato social	178
Tabla 74. Cruce de variables, consideraciones de tener empresa, según profesión que estudia	179
Tabla 75. Cruce de variables, interés por tratar el tema de emprendimiento según programa académico	180
Tabla 76. Cruce de variables, interés por tratar la temática de financiación por programa académico	181
Tabla 77. Cruce de variables, interés en tratar legalización de empresa según programas académicos	182
Tabla 78. Cruce de variables, deseo de profundizar en la temática de evaluación financiera según la profesión	183
Tabla 79. Cruce de variables, profesión que estudia según interés en tratar la temática de liderazgo empresarial por asignatura	184
Tabla 80. Criterios de selección de egresados emprendedores	187
Tabla 81. Categoría: Conducta económica del empresario	188
Tabla 82. Categoría: Perfil socioeconómico del empresario	188
Tabla 83. Categoría: Mentalidad y estilo de vida	188
Tabla 84. Egresados emprendedores Universidad del Valle sede Tuluá	189
Tabla 85. Teoría de Albert Shapero	244
Tabla 86. Teoría de David McClelland	246
Tabla 87. Teoría de Jeffrey Timmons	247
Tabla 88. Teoría de Alan Gibb	248
Tabla 89. Teoría de Rodrigo Varela	249
Tabla 90. Programa para el fortalecimiento del factor cognitivo	252
Tabla 91. Programa para el fortalecimiento de los factores económicos y del entorno	253

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Etapas Básicas del modelo de Varela.....	25
Grafico 2. Metodología y desarrollo de la investigación.....	38
Gráfico 3. Tuluá y sus alrededores.....	49
Grafico 4. Proyección población por edad y sexo 2010.....	52
Grafico 5. Comparativo número de habitantes por estrato.....	55
Grafico 6. Organización actual de la Educación Superior en Colombia.....	88
Grafico 7. Componentes del sistema de Educación Superior de Colombia.....	89
Grafico 8. Modelo del Diamante Competitivo de Porter.....	93
Grafico 9. Mapa de cadena productiva del sector de la Educación Superior.....	96
Grafico 10. Diamante competitivo del sector de la Educación Superior.....	98
Gráfico 11. Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter.....	103
Grafico 12. El menú de Benchmarking.....	104
Grafico 13. Radar de valor de la Universidad del Valle.....	125
Grafico 14. Radar de valor sopesado de la Universidad del Valle.....	126
Grafico 15. Radar de valor de la Universidad EAN.....	126
Grafico 16. Radar de valor sopesado de la Universidad EAN.....	127
Grafico 17. Radar de valor del SENA.....	127
Grafico 18. Radar de valor sopesado del SENA.....	128
Grafico 19. Radar de valor de la Universidad ICESI.....	128
Grafico 20. Radar de valor sopesado de la Universidad ICESI.....	129
Grafico 21. Comparación radares de valor.....	129
Grafico 22. Comparación de radares de valor sopesado.....	130
Grafico 23. Cruce de variables, asignatura según programa académico.....	148
Grafico 24. Asignaturas a las que pertenecen estudiantes encuestados.....	149
Grafico 25. Distribución por género.....	149

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento debe fomentarse en todos los niveles educativos con la cual se busca crear una cultura de emprendimiento para generar desarrollo en el país. Este trabajo de investigación tiene como objetivo describir los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle sede Tuluá. El escenario que se toma para analizar el emprendimiento y su impacto es el municipio de Tuluá por estar ubicado estratégicamente en una zona de influencia del centro del Valle del Cauca, en el cual su principal actividad económica es el comercio.

Para la presente investigación se toma como referencia los egresados de la sede Tuluá durante el período comprendido entre los años 2000-2013. Este corte en el tiempo responde a que la construcción de la base de datos de egresados, inició desde el año 2000, debido a la necesidad de realizar los procesos de autoevaluación de los programas académicos de la Sede, donde es fundamental evaluar el impacto de los egresados en el entorno. De esta manera el presente trabajo explora el emprendimiento de los egresados, identificando sus motivaciones, habilidades, conocimientos y demás factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los mismos.

El presente trabajo se presenta en nueve capítulos que de acuerdo a su contenido pueden agruparse en cuatro partes. En la primera parte se encuentra la metodología con la que fue realizado el trabajo, la historia de la Universidad del Valle y la historia de la Universidad del Valle Sede Tuluá con su programa “Emprendedores Univalle” y el Centro de Emprendimiento y Desarrollo de la Universidad del Valle sede Tuluá (CEDES) respectivamente. La segunda parte relaciona los elementos del entorno del Municipio de Tuluá para identificar las oportunidades y amenazas que se presentan en el municipio y que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle sede Tuluá, para ello, es importante analizar el entorno demográfico, social, cultural, económico, jurídico y tecnológico que inciden en este proceso.

Así mismo, La tercera parte, constituida por el análisis del sector de la educación superior, el cual permite identificar que tan competitivo es este sector y cómo fomenta la educación empresarial, además el proceso de referenciación o Benchmarking, tomando como referencia el Programa de Emprendimiento “Emprendedores Univalle” y las actividades de fomento al emprendimiento que desarrolla la Universidad del Valle en comparación con los programas, centros y modelos de emprendimiento de otras instituciones de educación superior en Colombia y el Valle del Cauca, dentro de las cuales, se encuentran la Universidad

EAN, ICESI, Javeriana, Libre Seccional Cali, San Buenaventura y SENA. Identificando que la universidad del Valle debe fortalecer este componente para ponerse a la vanguardia con las instituciones anteriormente mencionadas y ser competitiva con este factor clave de éxito en el mercado.

La cuarta parte, compuesta por cuatro capítulos; Consulta a docentes, consulta a los estudiantes, desarrollo de casos demostrativos de egresados emprendedores de la Sede Tuluá y definición de lineamientos estratégicos para la Universidad del Valle sede Tuluá,.

Con respecto a lo anterior, en el capítulo de consulta a docentes, se inicia con la entrevista a quince docentes de la sede Tuluá, tanto docentes que dictan asignaturas relacionadas con emprendimiento, creación de empresas, creatividad e innovación, liderazgo empresarial y quienes dictan áreas propias del conocimiento de cada programa académico que no tienen relación con este tema. Posteriormente, en el capítulo de consulta a los actores, se encuestó a 205 estudiantes de pregrado de los programas académicos: Administración de empresas, contaduría pública, ingeniería de sistemas, tecnología en sistemas de información, tecnología de alimentos y trabajo social, con el fin de identificar la percepción de los estudiantes con respecto a si las asignaturas del programa académico al cual pertenecen, de alguna manera los motiva o fomenta la creación de empresa.

En el capítulo de casos demostrativos de los egresados, se realizó entrevista en profundidad a diez egresados de la sede Tuluá, identificando las cualidades, rasgos, habilidades y motivaciones que predisponen a estos egresados a crear empresa y contrastando estos hallazgos con las teorías emprendimiento de: Albert Shapero, David McClelland, Jeffrey Timmos, Alan Gibb y Rodrigo Varela. Además de identificar los factores motivacionales, cognitivos, sociales, económicos y del entorno que influyen en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá.

Finalmente, en el capítulo de lineamientos estratégicos se le recomienda a la Universidad del Valle y a la sede Tuluá las acciones a realizar para fomentar la cultura de emprendimiento y educación empresarial en la Sede Tuluá.

FACTORES QUE INCIDEN EN EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESA DE LOS EGRESADOS DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUÁ

1.METODOLOGÍA

1.1 Tratamiento del problema

1.1.1. Identificación del problema

La ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento busca crear redes cuyo objeto es establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento, que apoyen acciones de emprendimiento innovadoras y generadoras de empleo en el país, además, del desarrollo de acciones conjuntas entre las diferentes organizaciones que permitan aprovechar las sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar el emprendimiento empresarial en el país.

Así mismo, con la aprobación de esta Ley que fomenta el emprendimiento, se han consolidado los esfuerzos gubernamentales que buscan crear vínculos entre sistemas educativos y las empresas, lo cual contribuye al crecimiento de los entes universitarios, a la reducción del desempleo y al crecimiento económico de la nación. Por su parte, todas las Instituciones de Educación en Colombia, en todos los niveles educativos, a través de una cátedra transversal de emprendimiento deben desarrollar la cultura del emprendimiento que permita promover el desarrollo económico del país.

En este sentido la Universidad del Valle considerando como parte de su función contribuir al fomento del emprendimiento, la innovación y al desarrollo de capacidades asociadas en la comunidad universitaria; crea su programa “Emprendedores Univalle”, buscando mejorar su relación con el entorno empresarial tanto público como privado.

Así mismo, la Universidad del Valle Sede Tuluá, crea su centro CEDES, con el objetivo de fortalecer el potencial emprendedor de los estudiantes, a través del desarrollo de habilidades para concebir, planear y poner en marcha nuevas organizaciones con ó sin ánimo de lucro, que fortalezcan el tejido socioeconómico del centro del Valle del Cauca.

De acuerdo a lo anterior, la Sede Tuluá debe generar estrategias que permitan fomentar una cultura de emprendimiento mediante la educación empresarial en el proceso de formación de los estudiantes de pregrado. Para ello, la Sede Tuluá

debe identificar qué factores: motivacionales, del entorno, personales, sociales, culturales, económicos han influido en el proceso empresarial de los egresados. Lo cual, serviría para reflexionar sobre una metodología de educación empresarial con el propósito de fortalecerla en la Universidad del Valle, a partir de la experiencia de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá creadores de empresa.

1.2 Ubicación

El proyecto se desarrolla en la Universidad del Valle Sede Tuluá, la cual requiere identificar los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de sus egresados de los programas académicos de pregrado con el objetivo de identificar estrategias que permitan fomentar una cultura empresarial en el proceso de formación de los estudiantes.

La Universidad del Valle Sede Tuluá tiene influencia en los siguientes municipios: Andalucía – Bugalagrande – Riofrío y Trujillo la vocación económica de estos municipios es comercial y agroindustrial. Así mismo, en estos municipios se pueden encontrar gran parte de los egresados de los programas académicos de la sede Tuluá; Administración de Empresas, Trabajo Social, Contaduría Pública, Ingeniería de Sistemas, Tecnología en sistemas, Tecnología en electrónica y Tecnología en alimentos que lideran organizaciones empresariales de la región.

1.3 Tenencia

El problema planteado tiene distintos actores, miembros de la comunidad universitaria de la Universidad del Valle Sede Tuluá: Estudiantes, egresados, docentes, coordinadores y directivos de la institución, y demás interesados en impulsar el emprendimiento universitario.

1.4 Magnitud

En la Universidad del Valle Sede Tuluá se tiene cifras de egresados de todos los programas académicos de pregrado desde el año 1992 hasta el segundo período del año 2013, para un total de 1836 egresados. En la tabla 1 se muestra el número de egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá por programa académico comprendidos en el período 1992-2013.

Tabla 1. Número de egresados por Programa Académico de Pregrado de la Universidad del Valle Sede Tuluá desde el año 1992-2013

Nº	Programa Académico	Número de Egresados 1992-2013
1	INGENIERIA DE SISTEMAS (DIU)	154
2	ADMINISTRACION DE EMPRESAS (NOC)	365
3	TECNOLOGIA EN ALIMENTOS (NOC)	222
4	TECNOLOGIA EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN (NOC-DIU)	545
5	TECNOLOGIA EN ELECTRONICA (NOC)	326
6	TRABAJO SOCIAL (DIU)	206
7	CONTADURIA PÚBLICA (NOC)	18

Fuente: Oficina de Extensión y Proyección Social Universidad del Valle Sede Tuluá

1.5 Cronología del problema

Para la identificación de los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá, se tomó para el estudio el tiempo comprendido entre los años 2000 al 2013, Debido a que en este período se tiene información actualizada de los egresados emprendedores.

1.1.6 Causas del problema

Como causas del problema identificado, se encuentra en primer lugar, la falta del fortalecimiento de una cultura y fomento de educación empresarial en el proceso de formación en los estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle Sede Tuluá; quienes posteriormente serán egresados emprendedores. Convirtiéndose en un recurso valioso para la Universidad, que con sus conocimientos pueden hacer aportes valiosos a la institución y a la sociedad.

En segundo lugar, por la falta de un modelo educativo fomentado en el emprendimiento y finalmente por la falta de formación de los docentes en competencias empresariales que permitan desde las aulas de clase fomentar el emprendimiento.

1.1.7 Formulación

¿Qué factores inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá?

1.2 Justificación de la Investigación

1.2.1 Importancia para la Universidad del Valle Sede Tuluá

Para la Universidad del Valle Sede Tuluá es importante identificar los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de sus egresados, porque le permite identificar procesos a mejorar; administrativos, enseñanza- aprendizaje, para fortalecer la educación empresarial de acuerdo a las necesidades del sector productivo público/privado de la región, buscando su pertinencia para mejorar la competitividad y el bienestar colectivo.

En este sentido, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo de Colombia 2010-2014, el emprendimiento se considera como un pilar estratégico de este plan, que permite generar una cultura de innovación para que Colombia se convierta en un país más competitivo. De esta manera, el Gobierno Nacional busca que todas las Instituciones de Educación Superior potencien esta cultura del emprendimiento. Siendo este un factor fundamental para que haya crecimiento en el país, mejore la calidad de vida de los Colombianos y de esta manera disminuyan las tasas de desempleo. El emprendimiento ha sido definido mediante la Ley 1014 de 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento como:

..Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en oportunidades, planteadas con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

En este orden de ideas el emprendimiento involucra aspectos sociales, personales, cognitivos; quedando claro que es un tema amplio, que puede ser abordado desde diversas perspectivas. Y que es una opción que tiene la nación para convertirse en un país más competitivo, no solo fortaleciendo la creación de empresa sino potenciando las competencias necesarias para convertirse en empresarios. Teniendo presente estos antecedentes sobre la importancia de fortalecer el emprendimiento en el País, se justifica llevar a cabo la presente investigación; identificando y estudiando las cualidades, rasgos, habilidades y motivaciones que influyen en la capacidad de los egresados emprendedores entre los años 2002-2012 de la Universidad del Valle sede Tuluá para la creación de empresa. Así mismo, es importante identificar las dificultades que enfrentan durante este proceso y finalmente conocer las estrategias que adoptan para la creación de empresa.

También es importante destacar, que la presente investigación está enmarcada dentro del proyecto “Fortalecimiento del emprendimiento social y empresarial para la región Central del Valle del cauca- Tuluá”, del grupo de investigación Previsión y Pensamiento Estratégico de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle. Cuyo objetivo es fortalecer el emprendimiento en la Universidad del Valle inicialmente en los pregrados y posgrados de la Facultad de Ciencias de la Administración. De igual forma, la Universidad puede tomar como un referente los resultados de este trabajo para próximas investigaciones aportando conocimientos teóricos y prácticos, que permiten fortalecer el emprendimiento en todos los Programas Académicos de pregrado de la Universidad del Valle Sede Tuluá.

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Describir los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá.

1.3.2 Objetivos específicos

1. Analizar el entorno socio-económico de la Universidad del Valle Sede Tuluá.
2. Identificar instituciones de educación superior que sean reconocidas por sus programas de emprendimiento para realizar un estudio de referenciación.
3. Identificar y estudiar las cualidades que influyen en la capacidad del egresado emprendedor de la Universidad del Valle Sede Tuluá para obtener recursos.
4. Examinar los rasgos, habilidades y motivaciones que predisponen a los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá a iniciar y desarrollar empresas.

1.4 Marco teórico

1.4.1 Noción de Empresario

La noción de empresario ha sido revisada desde diversos aspectos o enfoques. Según Betancourt (2004), podemos encontrar los enfoques psicológico, económico, sociocultural y gerencial. En cada uno de ellos se asigna a la palabra Empresario un significado y se intenta identificar cómo un individuo llega a ser un emprendedor o empresario, ya que esta decisión genera un cambio de vida radical para este.

Según Betancourt (2004) de acuerdo a investigaciones previas realizadas, se dice que un emprendedor es un individuo que posee varias características que lo diferencian de los demás, es una persona que planea y gestiona todos los recursos para poner en marcha sus proyectos, además encuentra oportunidades de negocio donde otros no las ven.

“Convertir esas oportunidades en hechos concretos es un proceso que requiere una determinada habilidad técnica, mucho trabajo y dedicación”.(Betancourt 2004:117).

Para Schumpeter (citado en Mintzberg, Ahlstrand, Lampel, 2010), con su noción de destrucción creativa el empresario juega un papel importante en el capitalismo, pues este es el motor que mantiene al capitalismo, además plantea que el papel clave del empresario en la economía y las organizaciones se encuentra en la innovación, cuando el empresario deja de innovar en ese mismo instante deja de desempeñar la función empresarial.

¿Qué han hecho los empresarios? No han acumulado ninguna clase de bienes ni creado medios originales de producción, pero han empleado estos últimos en forma diferente, más apropiada, más ventajosa. “Llevaron a cabo nuevas combinaciones”...Y su beneficio, el excedente que no está sujeto a ninguna deuda, es un beneficio empresarial. (Schumpeter, Citado en Mintzberg et al. 2010:169).

Otros autores, por el contrario definen que no es el conocimiento sino hechos inesperados que modifican el estilo de vida, y por ello toman la decisión de emprender un negocio; es decir, a tomar riesgos y ser sus propios jefes. Shapero indica que:

..... El proceso de formación de nuevas empresas es el resultado de la interacción de factores situacionales, sociales, psicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial ocurre en un momento dado como resultado de un proceso dinámico, proveedor de fuerzas situaciones que impactan sobre los individuos, cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales. (Varela, 2006:170).

Por otra parte, de acuerdo al modelo de creación de empresas, creado por Veciana José María (1998), citada en Betancourt (2004:124), plantea que el empresario posee un Factor psicológico diferente del resto de las personas, y los empresarios de éxito también tienen un perfil psicológico diferente a los empresarios que tienen menos éxito.

En este enfoque se busca identificar las características o rasgos que poseen los empresarios y que son las motivaciones que estos poseen para finalmente iniciar una nueva empresa. Dentro de estas características se pueden encontrar: Necesidad de independencia, control interno, espíritu de riesgo, motivación al logro, entre otras. Para finalmente definir un perfil del empresario.

Siguiendo a Veciana, (1998), plantea otro enfoque a tener en cuenta, denominado sociocultural o institucional, en donde no se analizan las características individuales del empresario, sino que se define que la decisión de crear nuevas empresas está relacionado con factores del entorno sociocultural e institucional, que potencian el espíritu empresarial en un lugar y momento determinado. De allí se deriva el hecho de que en diversas regiones del país se alimenta más el espíritu empresarial y que los individuos son más propensos a crear empresa. Además se ha comprobado que en las familias donde han existido empresarios hay mayor probabilidad de que los integrantes de estas decidan crear empresa.

Son muchos los autores que definen lo que es un empresario y las características que estos poseen, de acuerdo a esto, para la presente investigación se acoge la definición planteada por Varela (2006), donde después de analizar las diferentes definiciones dadas por muchos autores sobre lo que es un empresario, decide plantear una definición propia:

El empresario es la persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independientemente, una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía, genera trabajo para él y, muchas veces, para otros. En este proceso creativo e innovador, el empresario invierte energía, dinero, tiempo y conocimientos, participa activamente en el montaje y operación de la empresa, arriesga sus recursos y su prestigio personal, y busca recompensas monetarias, personales y/o sociales y genera, con responsabilidad, bienestar social. Varela (2006:126).

De acuerdo a lo anterior, se engloba las características que poseen los empresarios, sus motivaciones y anhelos cuando decide dejar de depender de un sueldo fijo y ser su propio jefe, es decir, convertirse en empresario.

Llevar a cabo este proceso de creación de empresa en muchas ocasiones es motivado por situaciones complejas que modifican su forma de vivir, en otras ocasiones es una decisión planeada y formulada con anterioridad o simplemente

porque toda su vida sus familiares han sido empresarios y él desea seguir la línea y forma de vida que lo ha rodeado toda su vida. Cuando hablamos de lo que motiva a un empresario y lo que busca en este proceso, son muchos los elementos que se encuentran, pero hay algo que es claro, y es, que un empresario es un individuo que tiene visión, no piensa solo en el presente sino que se imagina a futuro y proyecta su empresa teniendo presente por supuesto los avances tecnológicos, que son un factor clave para mantenerse en el mercado, y de allí se retoma lo que habla Schumpeter, el empresario es un ser innovador y dejará de serlo cuando ya no innove.

1.4.2 El proceso Empresarial

Aunque el proceso empresarial ha sido estudiado por muchos autores, en la presente investigación se retoman sólo algunos teorías, por ser las más apropiadas para lograr un mejor entendimiento de las etapas del proceso empresarial, identificando factores, motivaciones y elementos que inciden en el proceso de creación de empresa. Iniciando por McClelland desde su enfoque de las motivaciones humanas; Seguidamente Timmons desde el evento empresarial donde la creatividad es un factor fundamental del proceso empresarial; Shapero donde el cambio en la trayectoria vital se da por las percepciones del individuo, de deseabilidad y factibilidad; por su parte Ronstadt, quien no sólo analiza las características del individuo, sino que además tiene en cuenta la empresa y el entorno. Gibb, el cual involucra en este proceso la educación empresarial, como elemento fundamental en la preparación del empresario que le permite afrontar este reto. Y finalmente Varela, quien propone un modelo de etapas básicas del proceso empresarial. De acuerdo a lo anterior, estos autores brindan el soporte teórico para estudiar e identificar los eventos que ocurren dentro del proceso empresarial para la creación de empresa, las motivaciones, los conocimientos, el manejo del riesgo, los recursos y identificación de oportunidades.

De acuerdo a lo anterior, para McClelland (1960) citado en Varela (2006:172), el proceso empresarial está relacionado con la motivación al logro de los seres humanos, en la cual se evidencian las características de los empresarios, quienes se caracterizan por el gusto hacia las situaciones en las cuales pueden asumir totalmente la responsabilidad de encontrar soluciones a los problemas, se establecen metas y logros moderados y toman riesgos calculados, además les gusta que su trabajo sea reconocido, realizando mejoras constantes al mismo. De esta manera, el empresario no sólo realiza su actividad económica por los resultados monetarios sino por realizar un buen trabajo, siendo reconocido por este y obteniendo buenos resultados.

Finalmente, de las motivaciones humanas definidas en la teoría de McClelland, la motivación al logro, es la que se encuentra más desarrollada en el proceso empresarial, ya que en esta se define la necesidad de los seres humanos de ser reconocidos por el deber cumplido, además de contribuir a un mejoramiento continuo de las labores realizadas. De acuerdo a lo anterior, en el proceso empresarial se identifica en factor motivacional como elemento que incide en la decisión de crear empresa.

Por otra parte, Shapero (1975). Citado por Varela. 2006, afirma que:

El proceso de creación de empresa ocurre en todos los países. Pero cada proceso es el resultado final de una acción humana muy especial y del comienzo de otra. Pero aún dentro de esa diversidad existen patrones y características generales del proceso, que aunque multivariado y complejo, también es reconocible y descriptible; pero no es posible manipularlo en formas simples, pues en este proceso intervienen muchas variables. (P.168).

Por otra parte, para Timmons (1970): “El evento empresarial es un evento creativo, casi artístico, altamente dinámico, fluido, ambiguo, caótico en carácter, sujeto a cambios, un poco improvisado y, sobre todo, lleno de contradicciones y paradojas. Los resultados son muy buenos o muy dolorosos”. (Retomado por Varela (2006:183)).

De acuerdo a la anterior, para Timmons en el proceso empresarial se presentan diversos eventos donde el empresario es aquel individuo que puede crear de la nada algo nuevo, identificando si las oportunidades que se presentan serán exitosas. Definiendo la creatividad y la innovación como factores esenciales para el evento empresarial.

Por consiguiente, el modelo que define Timmons es integral; es decir que no se descompone por etapas; sus elementos interactúan en forma permanente; además en este modelo el líder empresarial tiene que estar actuando y dirigiendo todas esas fuerzas. Para este autor, la primera gran habilidad del empresario debe ser la capacidad de identificar una oportunidad, además de definir el potencial de éxito de la misma; en segundo lugar, el líder empresarial debe pensar en el dinero, debido a que este elemento es importante para financiar el plan de empresa; y finalmente el equipo empresarial debe trabajar en conjunto de la mano del líder, quien tiene la responsabilidad de mantener el balance de las fuerzas internas y externas. Para Timmons el líder empresarial es fundamental en el proceso de creación de empresa. De esta manera, se identifican factores situacionales y

factores económicos como elementos presentes en el proceso de creación de empresa.

Así mismo, Shapero (1975), define que hay dos grandes percepciones que interactúan entre sí y producen la decisión de un individuo para cambiar su estilo de vida, dando de esta forma, origen al proceso empresarial; la percepción de deseabilidad o de gusto y la percepción de factibilidad. En primer lugar, el individuo reflexiona sobre su estilo de vida y analiza la posibilidad de convertirse en empresario, si esto realmente lo anima y si está dispuesto a trabajar para lograrlo. Y en el segundo, el individuo lleva a cabo un análisis más cuantitativo y detallado de la percepción de deseabilidad. Es en este momento donde se decide si realmente se tomará como estilo de vida el ser empresario y sólo cuando estas dos percepciones coinciden con fuerza en la trayectoria vital actual de una persona se dará el evento empresarial.

De esta manera Shapero identifica el evento empresarial como una variable dependiente de este proceso y define factores que participan en este proceso como: Factores sociales, culturales, económicos, cognitivos y situacionales que se involucran en el proceso de creación de empresa.

Por su parte, Ronstadt (1983), define los elementos presentes en la carrera empresarial, este autor analiza tres factores: la empresa, el empresario y el entorno, resaltando la capacidad estratégica del empresario para llevar a cabo la empresa en el ambiente donde se desenvuelve, identificando oportunidades y amenazas del entorno. Dando relevancia a la ética del empresario, pues esta se encuentra en constante riesgo por los dilemas éticos a los que debe enfrentar a diario en su labor. De este autor, se identifican los factores económicos, motivacionales y del entorno.

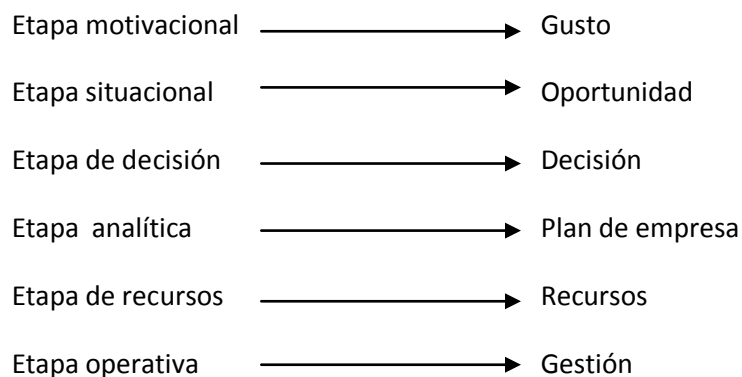
De otra manera, Gibb (1987), retomado por Varela (2006:186) define que el evento empresarial está relacionado con el desarrollo cultural y con la educación empresarial. Para el desarrollo de una nueva empresa, este autor define que existen cuatro componentes básicos que deben presentarse. En primer lugar, el componente de la *motivación y la determinación*, relacionado con los factores culturales y del entorno que pueden apoyar o dificultar el proceso de creación de una nueva empresa; en segundo lugar, el componente de *idea y mercado*; en el cual se valida la idea con los clientes y la competencia; en tercer lugar, los *recursos*, aquí se tiene en cuenta no sólo los recursos financieros, sino también, humanos, tecnológicos, naturales, entre otros, identificándose factores económicos. Y finalmente, el componente de *habilidades*; donde se relacionan las competencias tanto del empresario como del equipo empresarial para llevar a

cabo con éxito su iniciativa, relacionados con el factor cognitivo. Así, para Gibb, la creación de nueva empresa está condicionada por los componentes básicos mencionados anteriormente, donde el empresario debe estar preparado para afrontar este reto, y donde el apoyo familiar, los socios, los objetivos personales, las políticas de gobierno, entre otros, son fundamentales. De este autor, se identifican los factores motivacionales, sociales, económicos y del entorno; siendo el autor con el que mejor se describe el proceso empresarial.

Finalmente, Varela (2006: 168), quien retoma elementos de cinco teorías básicas que ayudan a entender mejor el proceso de convertirse en empresario, de acuerdo a su experiencia considera que son las más apropiadas para explicar el proceso empresarial. Después de llevar a cabo esta revisión teórica Varela plantea su Modelo en el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad ICESI, dicho modelo se basa en lo fundamental en las ideas de Shapero e integra muchas de las teorías que se han formulado en los últimos 25 años sobre este tema.

Según Varela el modelo reconoce al igual que Timmons, Ronstadt, Shapero, McClelland y Gibb, el papel que debe desempeñar el empresario líder del proceso, y los factores de entorno y de cultura que afectan al empresario y a la empresa. Su modelo presente cinco etapas básicas que el empresario potencial debe ir pasando antes de llegar a tener su empresa en funcionamiento, este ha liderado el proceso educativo de la Universidad ICESI y ha sido adaptado por varias instituciones de América latina.

Gráfico 1. Etapas Básicas del modelo de Varela.



Fuente: Libro innovación Empresarial Varela, 2006 Pág. 188

En la etapa motivacional o de gusto de este modelo, intervienen los factores cognitivos, culturales, sociales y del entorno, necesarios para que el empresario potencie mejor su conocimiento y desarrolle competencias empresariales. En la etapa situacional o de identificación de la oportunidad se relacionan los factores del entorno permitiendo identificar vacíos en el mercado, necesidades, gustos y deseos no atendidos, problemas no resueltos. Este factor es fundamental puesto que aquí es donde el gusto se empieza a hacer realidad.

En la etapa de Decisión intervienen factores personales y culturales, donde están presente características del empresario como: toma tomar riesgos, autonomía e independencia, en esta etapa se mide el temple, el compromiso del empresario potencial para convertir su idea en realidad. Posteriormente, en la etapa analítica o de plan de empresa se debe proveer una idea de los recursos necesarios, procedimientos a seguir, obstáculos a vencer, metas que se deben alcanzar, estrategias y tácticas a ejecutar y la evaluación integral de la factibilidad global de la empresa. En la etapa de recursos intervienen factores económicos y del entorno tiene que ver con el proceso de conseguir, los recursos financieros, tecnológicos, humanos, informáticos, físico en esta etapa el empresario debe empezar a poner en práctica todos los propósitos y estrategias que había configurado en su plan de empresa y dar pasos firmes para el inicio de la empresa.

Finalmente, en la etapa de gestión se refiere al nacimiento, inicio, implementación de todas las estrategias, ajustes del plan de empresa para poder garantizar los procesos de supervivencia y crecimiento empresarial.

1.4.3 Escuela Empresarial

Según Mintzberg et al (2010), la escuela empresarial surgió de la economía, ocupando el empresario un lugar importante en la teoría económica neoclásica. Sin embargo inicialmente el empresario dentro de las organizaciones solo se dedicaba a decidir qué cantidades producir y a qué precio. Posteriormente surgieron grandes compañías que hicieron que los economistas tuviesen que modificar su teoría económica, elogiando a los empresarios como agentes de cambio económico y tecnológico. Posteriormente quien introdujo al empresario por primera vez en lugar prominente dentro del pensamiento económico fue Josep Schumpeter, quien introdujo su famosa noción de *destrucción creativa*. “Que es el motor que mantiene en marcha el capitalismo, y el conductor de la máquina es el empresario”. (Mintzberg et al, 2010, p169).

Además, la escuela empresarial hace parte de las diez escuelas del pensamiento estratégico de Mintzberg, donde la estrategia se ve como un proceso visionario, y

el elemento clave para definir el rumbo de la organización es el líder. Esta suele ser una representación mental de la estrategia creada o expresada en la mente del líder, el cual se caracteriza por presentar estados mentales innatos, como: Intuición, criterio, talento, capacidad y percepción, que se presentan en el proceso empresarial. Así mismo, esta escuela permite identificar las características que definen al líder de las organizaciones. Así mismo, Mintzberg, Alhstrand y Lampel (2010), en su libro Safari a la estrategia, definen la visión del líder como una representación mental de la estrategia, creada en la mente del líder.

Por otra parte, para Schumpeter, el empresario no siempre es quien aporta el capital inicial o inventa el nuevo producto, sino el que concibe la idea de negocio, y que la clave está en "las nuevas combinaciones", "incluyendo el hacer cosas nuevas, o de un modo nuevo las que ya están haciendo" (1947:151). Aunque un fundador pueda permanecer al timón de su organización, para el autor esta persona deja de desempeñar una función empresarial en el mismo instante en que deja de innovar. Posteriormente, Peter Drucker llevó esto más lejos identificándolo como el management en sí. Y fue en este campo donde se desarrolló la Escuela Empresarial.

Por consiguiente, según Mintzberg et al. (2010), un empresario puede ser:

- El fundador de una organización independiente de que se trate de una acto de innovación o no y también del hecho de que sea un oportunista o un estratega
- El directivo de una empresa propia
- Líder innovador de una organización perteneciente a otros

De acuerdo a lo anterior, los defensores de esta escuela consideran el liderazgo personalizado basado en la visión estratégica, como la clave para el éxito de la organización.

Por otra parte, entre las diversas características atribuidas a la personalidad empresarial se han contado la gran necesidad de control, de independencia y de logro, resentimiento hacia la autoridad y una tendencia a aceptar riesgos moderados.

Por consiguiente, este autor, sugiere cuatro principales características del enfoque de las personalidades que abordan la creación de estrategia:

1. En el modo empresarial, la creación de estrategia se ve dominada por la búsqueda activa de nuevas oportunidades. Según Drucker, citado en Mintzberg et al. (2010), "La condición empresarial requiere que la poca

buena gente disponible sea adjudicada a las oportunidades en lugar de malgastarla en resolver problemas”.

2. En la organización empresarial, el poder está centralizado en manos del principal directivo. En este caso se cree que el poder descansa en una persona capaz de comprometerse a la organización en actividades audaces. Se trata de alguien que puede regir mandato, basándose en su poder personal y a veces su carisma.
3. La creación de estrategia en el modo empresarial se caracteriza por saltos drásticos frente a la incertidumbre. El principal directivo trabaja y prospera en condiciones inciertas, donde la organización puede obtener ganancias drásticas.
4. El crecimiento es el principal objetivo de la organización empresarial. Según el psicólogo David McClelland (1961) citado por Mintzberg et al. (2010), la motivación fundamental del empresario es la necesidad de logro. Ya que los objetivos de la organización no son más que la extensión de los del empresario, la meta dominante de la organización que opera en modo empresarial parecería ser el crecimiento, la manifestación más tangible de logro.

1.4.3.1 Premisas de la escuela empresarial

En la escuela empresarial se enuncian las premisas que subyacen a la imagen empresarial de la creación de estrategia.

1. La estrategia existe en la mente del líder como perspectiva, específicamente como un sentido de orientación a largo plazo, una visión del futuro de la organización.
2. El proceso de formación de estrategia es, a lo sumo, semiconsciente, arraigado en la experiencia y la intuición del líder, independientemente de que éste la conciba solo o la adapte de otros para luego internalizarla en su propia conducta.
3. El líder promueve la visión resueltamente, incluso en forma obsesiva, manteniendo un estrecho control personal sobre la aplicación, de modo de poder reformular aspectos específicos según las necesidades.
4. De esta manera la visión estratégica se vuelve maleable, y así la estrategia empresarial tiende a ser premeditada y emergente: premeditada en su visión general y emergente en la forma en que se despliegan los detalles de la visión.
5. Del mismo modo la organización es maleable, una estructura simple, sensible a las directivas del líder, ya sea en una nueva compañía, en una

firma perteneciente a un solo individuo o en un cambio completo de una gran organización establecida, muchos de cuyos procedimientos y relaciones de poder se suspenden para que el líder visionario pueda contar con una considerable libertad de maniobra.

6. La estrategia empresarial tiende a tomar la forma de nicho, de uno o más sectores de posición de mercado protegidos de la competencia directa.

Como ya se ha observado, es claro que la puesta en marcha de una empresa es una situación que requiere un liderazgo enérgico y visión fértil, ya que debe establecerse una orientación y asegurarse los nichos. Del mismo modo, muchas veces las organizaciones que enfrentan problemas deben acudir a líderes visionarios capaces de producir transformaciones drásticas mediante un cambio total.

1.4.3. 2 Educación empresarial

La educación empresarial exige una educación diferente en términos de proceso, contenido, objetivos, metodologías, resultados, ambientes de aprendizaje, recursos y estrategias de sistemas de evaluación; este cambio consiste en implementar la educación empresarial en contraposición a la educación tradicional.

En consecuencia, el sistema educativo debe responder a los requerimientos del entorno, por lo tanto, el país requiere seres humanos capacitados para actuar en forma independiente e innovadora, recursivos, con capacidad de logro y realización, que estén dispuestos a correr riesgos moderados, que creen nuevas fuentes de riqueza y de empleo, que actúen bajo un marco ético y con un concepto de responsabilidad social. Seres humanos dispuestos a alterar sus empresas cada vez que las condiciones ambientales lo exijan, determinados a definir y aprovechar todas las nuevas oportunidades que el mercado plantee e interesados en un proceso de capacitación, actualización, aprendizaje y mejoramiento continuo. Por lo anterior, el espíritu empresarial puede ser desarrollado a través de un proceso educativo, en términos de mejorar las posibilidades de conceptualizar, iniciar y desarrollar exitosamente una carrera empresarial.

Debido a que el mundo actual está lleno de problemas y de oportunidades, las instituciones deben transformar la manera en cómo se llevan a cabo los procesos educativos, y para enfrentar esto, Varela define que no se debe formar profesionales para ser empleados sino para crear empresa y ser generadores de empleo y de bienestar social en su entorno. Por ello establece las diferencias entre dos enfoques educativos, la educación tradicional y la educación empresarial.

Tabla 2. Diferencia en enfoques educativos

Educación Tradicional	Educación Empresarial
El pasado	El futuro
Análisis crítico	Creatividad
Conocimiento	Discernimiento
Aprendizaje pasivo	Aprendizaje activo
Ausencia de compromiso	Compromiso emocional
Manipulación de símbolos	Manipulación de eventos
Comunicación escrita y neutra	Comunicación personal y con influencia oportunidades
Conceptos	Problemas y oportunidades

Fuente: Libro innovación Empresarial Varela, 2006. Pág. 581

Para Varela (2006), las diferencias entre los dos enfoques son muy marcadas, la aplicación del enfoque de educación empresarial, conllevaría a un cambio radical en la forma de enseñanza de muchas instituciones de educación superior, pero según Varela este cambio es necesario ya que permitiría potenciar las habilidades y competencias que muchos estudiantes poseen, y de esta manera se convertirían en empresarios.

Con respecto a esto, (Gibb citado en Varela, 2006:581) dice que: *“El aprendizaje se da por la resolución de problemas, por la apropiación de oportunidades, por experimentar y hacer que las cosas ocurran, por cometer errores y, muy especial, por hacer”.*

De igual forma, Betancourt (2004:109) plantea que:

“Hoy se requiere de un gran esfuerzo por esclarecer y organizar la idea sobre los emprendedores a través de la formación superior y la investigación sistemática”. Lo que supone transformaciones en la oferta de programas que fortalezcan el espíritu empresarial.

El mundo cambia constantemente, las economías de los países cambian y las necesidades de los individuos también, por ello, los procesos de formación empresarial buscan formar hombres y mujeres con la capacidad de enfrentarse a las situaciones problemáticas, que sean líderes y fomenten procesos de transformación, que sean innovadores. Personas con capacidad de tomar riesgos, visionarios y ante todo con un conocimiento integral que le permita salir adelante de estas situaciones problemáticas.

Varela (2006) afirmó lo siguiente:

La educación empresarial es un asunto de actitud, de una actitud diferente que no acepta lo existente, que es revolucionaria, por lo creativa y constructiva, que tiene que proveer mujeres y hombres con capacidad de liderazgo, capaces de definir una visión posible, hábiles para reunir recursos de todo tipo alrededor de

su idea, y fuertes y decididos en la puesta en marcha de esa visión. (Citado en Betancourt, 2004:109).

La educación empresarial busca fomentar una cultura empresarial en los individuos, despertar su espíritu empresarial, enfocándolos hacia la innovación continua para mejorar procesos en las organizaciones y adaptarse a los cambios. Por ello, Ronstadt, citado por Varela (2006:584), plantea:

La carrera empresarial es un proceso, con muchas oportunidades de empresa, en el cual existen muchas formas de configurar y ejecutar una nueva idea, la cual, por otro lado, está siempre sujeta a mejoras, un proceso donde el tiempo es el factor limitante no sólo en términos del inicio y la ejecución, sino también en términos de planeación e investigación de nuevas oportunidades.

De igual manera, el espíritu empresarial se encuentra en cada individuo y la educación empresarial busca fomentarlo y potenciarlo, para que estas personas sean generadoras de cambio y apoyen el crecimiento económico de una región o país. Y junto con el conocimiento adquirido en su proceso de formación, estos proyectos sean duraderos; es decir, permanezcan en el tiempo, innoven y se adapten a los rápidos cambios tecnológicos.

1.5 Estado del arte

Con respecto al tema de emprendimiento son muchos los autores que han realizado investigaciones, cuyos aportes son importantes para la presente investigación. A continuación se relacionan tres investigaciones, de las cuales se analizan los resultados y su relación con los factores que inciden en el proceso empresarial.

De acuerdo a lo anterior, Alfonso Rodríguez¹, en su artículo denominado “El emprendimiento en Colombia” de la Universidad Libre de Cali, tiene como objetivo analizar y contrastar las cifras sobre emprendimiento que establece la *Global Entrepreneurship Monitor para Colombia (GEM)*, el cual realiza la valoración anual del emprendimiento en Colombia, mediante una visión amplia sobre lo que es la creación de empresas, la cual se enfoca en el papel que juegan los individuos en el proceso empresarial.

El GEM realiza para Colombia el reporte de resultados sobre emprendimiento analizando las características en el sector de la economía y las variables que más inciden en su comportamiento para el diagnóstico del fenómeno de

¹ Rodriguez, Alfonso. (2008), en su artículo denominado. El emprendimiento en Colombia. Artículo Unilibre Cali.

emprendimiento en Colombia. La comprensión de este fenómeno requiere analizarlo desde su evolución como aspecto económico y social para luego proponer su análisis desde el punto de vista cultural.

En este sentido McClelland, (1961) citado en Rodríguez (2008) afirma que, al analizar las sociedades desarrolladas hoy en día, se puede concluir que su crecimiento se debe a que han sabido implementar el fenómeno del emprendimiento con diversos motivos de afiliación, logro y poder. De esta manera, al estudiar las empresas como centros de desarrollo del emprendimiento se deben analizar las características de los empresarios como emprendedores, además de su entorno, para comprender las interpretaciones del emprendimiento como fenómeno socioeconómico para el desarrollo de la sociedad colombiana.

Por otra parte, Rodríguez (2008) afirma que, constantemente se habla sobre la capacidad del colombiano para la creatividad en algunas regiones del país, y que debido a las necesidades económicas desarrollan habilidades creativas para salir adelante en el corto plazo, pero no desarrollan la capacidad de innovación, la cual permitiría mantener el crecimiento de sus empresas a largo plazo. Lo cual dificulta que las empresas sean estables y permanezcan en el tiempo, es decir, esto puede conllevar a que haya un menor desarrollo en el país y a que la Tasa de Nueva Actividad Empresarial (TEA) disminuya.

Según Fonrouge (2002) citado en Rodríguez (2008), desde el punto de vista de estudio del emprendimiento se identifican cuatro perspectivas de pensamiento: La *comportamental*, la *Psicológica* (cognitiva), la *económica* y la *de procesos*. De acuerdo a esto, en el presente artículo se lleva a cabo la caracterización de los emprendedores colombianos en término de género, nivel de educación, ingresos, situación laboral previa y antecedentes empresariales, con el objetivo de identificar las tendencias de las cuatro perspectivas de pensamiento.

Finalmente, se concluye que existe una relación directa del fenómeno emprendedor con la actividad económica y productiva del país, así mismo, el emprendimiento en las mujeres es motivado por necesidad, por el contrario en los hombres, se da por oportunidad. Además en Colombia no hay cultura empresarial hacia el riesgo, la mentalidad de cofinanciación y coinversión es mínima por parte de los empresarios lo cual dificulta el desarrollo del emprendimiento tanto en empresarios nuevos como en los establecidos. De esta manera, según las estadísticas demuestran que los hombres son más emprendedores que las mujeres, aunque en los últimos años se ha reducido esta tendencia, debido a que la mujer emprende por necesidad. Así mismo, el empresario emprendedor hoy en día está más capacitado para afrontar la creación de nuevas empresas.

Del mismo modo, en su artículo “La influencia de la personalidad y factores Socio-Económicos en las motivaciones de las mujeres empresarias de Malasia”, Gadar & Yunus², describen el espíritu empresarial, las motivaciones, las características y comportamientos de las mujeres empresarias de Malasia para iniciar su propio negocio. Para esta investigación se entrevistaron 685 mujeres empresarias, tomando, la capacidad empresarial, la infraestructura y tradición familiar del empresario como elemento macro y en segundo lugar disposiciones individuales tales como actitudes de autoempleo, conductas de riesgo, auto-confianza, nivel educativo y género.

De acuerdo a lo anterior, los objetivos de este estudio fueron: En primer lugar, identificar el perfil de las empresarias; en segundo lugar, examinar los criterios principales que influyen en las decisiones de las mujeres sobre el espíritu empresarial y finalmente; determinar la correlación entre los ingresos de las empresarias y los entornos de las mujeres seleccionadas.

Por consiguiente, como resultados de esta investigación se determinó que la mayoría de las encuestadas eran mujeres de más de 40 años con 3 hijos, la mayoría con título de educación secundaria. Por otra parte, el análisis de los factores reveló que estas mujeres inician su negocio por la necesidad individual de independencia y flexibilidad laboral. Así mismo, otro factor que influye es el socio-económico, que incluye su historia familiar y la tradición del espíritu empresarial, el entorno cultural, el apoyo de la familia, la ética del trabajo y el nivel de educación. En conclusión, la percepción del entorno económico, las necesidades de logro propio y las redes sociales pueden dar cuenta de los factores determinantes y tener una influencia significativa en el espíritu empresarial de las mujeres de Malasia.

Finalmente, Páez y García³ (2011), en su artículo denominado. Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. Artículo de la Universidad Nacional. Ilustran el proceso de investigación relacionado con las características psicológicas de los usuarios actuales y potenciales de la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. Para ello se aplicaron un instrumento estadístico para valorar las características de la personalidad que hace parte del perfil de un emprendedor, basándose en la

² Gadar & Yunus. (2009). En su artículo La influencia de la personalidad y factores Socio-Económicos en las motivaciones de las mujeres empresarias de Malasia

³ Páez y García (2011), en su artículo denominado. Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. Artículo de la Universidad Nacional.

motivación de logro, creatividad, adaptabilidad tolerancia a la frustración y competencia empresariales como el liderazgo, la negociación y el trabajo en equipo. Esta investigación apunta a descubrir los rasgos y características de la personalidad que permiten predecir comportamientos emprendedores.

Según Hornaday Uriarte Y Martín (2007:01), citado en Páez y García, la investigación sobre características emprendedoras apunta a dos cuestiones: En primer lugar, la existencia de características psicológicas, sociales, hereditarias, ambientales, educacionales que diferencien al emprendedor con éxito de otros grupos; y en segundo lugar, si estas características inciden en el comportamiento emprendedor.

En este sentido, la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia promueve y gestiona la cultura de emprendimiento, al mismo tiempo que manifiesta interés en el desarrollo de estrategias que permiten definir el perfil del emprendedor, creando espacios para la construcción de una cultura emprendedora y facilitando la consolidación en sus integrantes de las características, rasgos o habilidades del emprendedor. Para realizar esta investigación construyeron un instrumento con 69 ítems, para evaluar ocho dimensiones, las cuales fueron agrupadas en cuatro categorías; En primer lugar, rasgos del emprendedor, donde se encuentran la motivación al logro y la autoconfianza; en segundo lugar, creatividad e innovación; en tercer lugar, competencias del empresario, que incluyen, el liderazgo, trabajo en equipo y negociación; y finalmente, la adaptabilidad, donde se encuentran, la flexibilidad y tolerancia a la frustración. Este instrumento fue aplicado en el año 2007 a una muestra conformada por 376 participantes, 61% hombres y 39% mujeres, aplicado principalmente a estudiantes de la facultad de ciencias Económicas y usuarios de la Unidad considerados como emprendedores.

Con respecto a lo anterior, según Páez y García (2011), de acuerdo a los resultados del análisis estadístico, se puede afirmar que existe coherencia entre las dimensiones planteadas para describir un perfil emprendedor, los cuales son: Motivación al logro, creatividad, autoconfianza, tolerancia a la frustración, negociación, flexibilidad, liderazgo y trabajo en equipo; y que hacen parte de las características reconocidas como parte del perfil emprendedor por los estudiantes de la Universidad Nacional de Colombia. De igual manera, se identificaron las características asociadas al comportamiento emprendedor y después de su evaluación y análisis, los resultados de esta investigación se pueden resumir en tres factores: El primer factor: Basado en el desarrollo positivo auto-eficacia y la autoconfianza, y en la disposición actitudinal y aptitudinal del emprendedor a actuar de manera autónoma y crear en diferentes sentidos. El segundo factor:

Motivación al logro y tolerancia a la frustración, se relaciona con un patrón de comportamiento de cumplimiento de sus propias metas siendo perseverante para el cumplimiento de estas. Y el tercer factor: Competencias gerenciales asociados al pensamiento y la acción estratégica, al manejo de relaciones, creación de sinergias y la capacidad de respuesta ante variaciones del entorno.

1.6 Diseño Metodológico

1.6.1 Tipo de Estudio

Exploratorio

La presente investigación es del tipo de estudio exploratorio, ya que permite identificar la información relevante que existe sobre el tema de emprendimiento, las características y habilidades de los empresarios, del cual se realizó un largo recorrido de análisis, permitiéndonos afianzar más conocimientos sobre el tema y convirtiendo este presente trabajo en punto de partida para investigaciones de mayor nivel de complejidad.

Descriptivo

La presente investigación también es de tipo descriptivo, ya que se indagó a los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá que han creado empresa y se identificaron sus motivaciones hacia el proceso de creación de empresa y las dificultades que encontraron a lo largo de este proceso.

1.6.2 Métodos

Deductivo

El método utilizado para la presente investigación fue el método deductivo, debido a que a partir de la teoría general de emprendimiento y cultura empresarial, se identificaron y se describieron los factores y motivaciones de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá para iniciar un proceso de creación de empresa, identificando las particularidades del espíritu y cultura empresarial de los egresados de la Universidad del Valle sede Tuluá.

1.6.3 Herramientas metodológicas

Para describir los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la universidad del valle sede Tuluá, se acudió a todas las fuentes de información disponibles, primarias y secundarias, tales como libros, revistas, trabajos de grado relacionados con el emprendimiento y la cultura empresarial; además, documentos que se encuentran en la Oficina de Extensión y Proyección Social de la Sede Tuluá. Así mismo, la información que brindaron los docentes, estudiantes y egresados emprendedores de la Universidad del Valle Sede Tuluá, mediante entrevista semi-estructuradas, diligenciamiento de encuestas, y entrevistas en profundidad, respectivamente. De esta manera, de acuerdo con Betancourt (2011, p.73) en su libro *Entorno Organizacional, Análisis y Diagnóstico*, "...se debe hacer una revisión selectiva, consultando todas aquellas referencias más importantes y recientes, y especialmente las emitidas por organizaciones de reconocida seriedad y rigurosidad investigativa."

Para la presente investigación, la información se recolectó mediante la realización de encuestas a los estudiantes de la Universidad del Valle Sede Tuluá activos en el período académico Agosto-Diciembre 2013, con el objetivo de identificar si en el pensum de cada Programa académico de pregrado, existen asignaturas que de alguna manera incentivan o apoyan una cultura empresarial, además de conocer el interés de los estudiantes por el emprendimiento y la creación de empresa, ya que estos se encuentran en un proceso de formación y posteriormente serán egresados de la universidad. Los resultados obtenidos de este proceso dan elementos a la Universidad del Valle Sede Tuluá para crear estrategias en este proceso de formación que incentiven la cultura empresarial en los estudiantes. El análisis de estas encuestas, se realizó mediante un cruce de variables que permitieron identificar la percepción de los estudiantes frente al emprendimiento desde la perspectiva de cada programa académico.

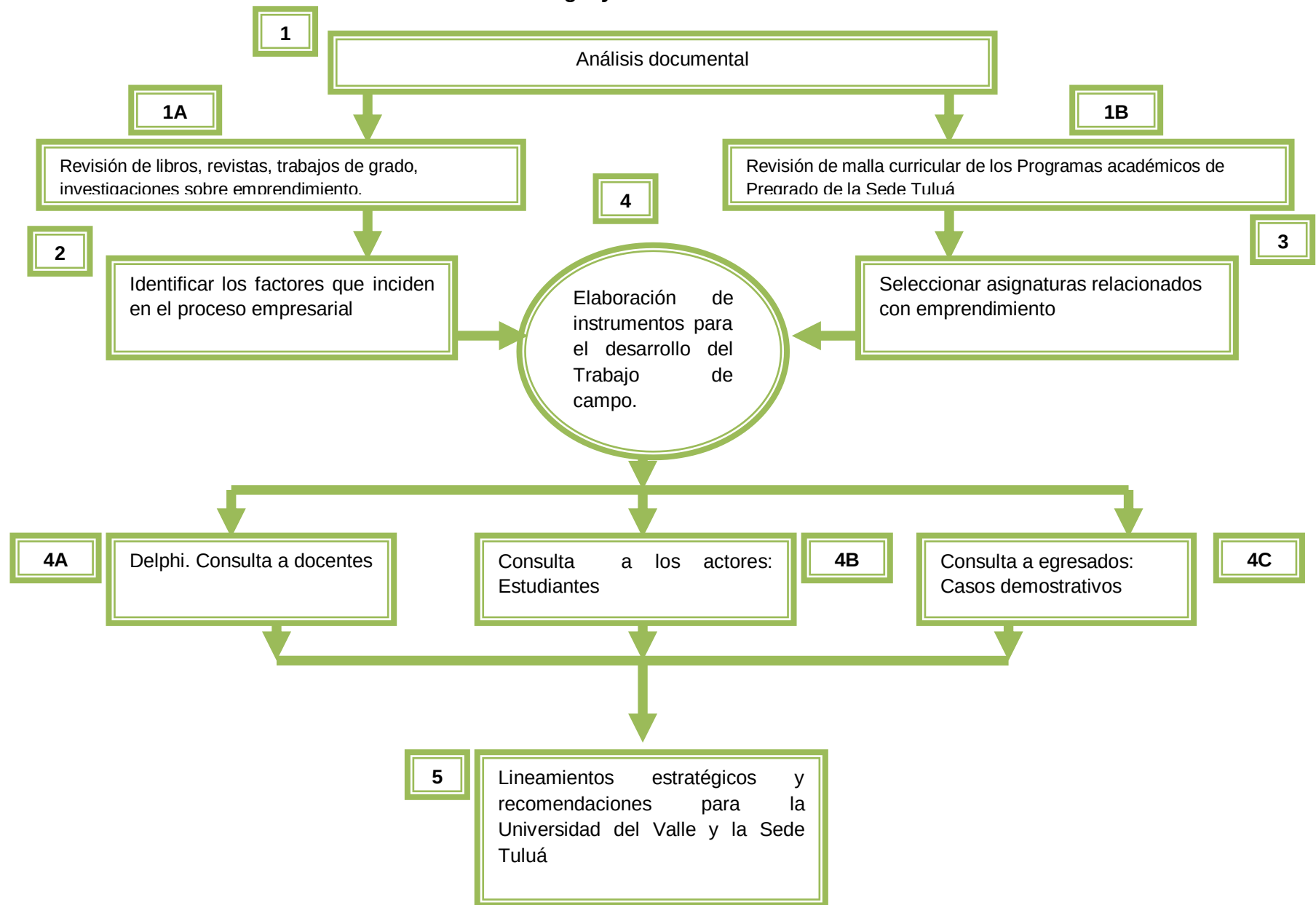
Por otra parte, se realizaron entrevistas semi-estructuradas a docentes de la universidad del Valle Sede Tuluá que dictan asignaturas relacionadas con creación de empresa o emprendimiento, y a quienes no dictan asignaturas relacionadas con este tema. Con el objetivo de identificar su percepción con respecto al fomento del emprendimiento en la Sede Tuluá y los factores que consideran inciden en el proceso de creación de empresa de estudiantes y egresados, además de identificar las estrategias que estos emplean desde las aulas de clase para impulsar el emprendimiento. Posteriormente, para el análisis de las mismas, se empleó la técnica de mallas de lectura, condensando todas las percepciones y

observaciones expresadas por docentes en lo relacionado con el fomento del emprendimiento.

Finalmente se realizó entrevistas en profundidad a diez egresados emprendedores de la Universidad del Valle Sede Tuluá y para ello, se procedió a revisar la base de datos actualizada suministrada por la oficina de Egresados que pertenece a la Coordinación de Extensión y Proyección Social de la Sede Tuluá, la cual anualmente realiza un Encuentro de Egresados, donde realiza la actualización de sus datos. En esta base de datos se encontraron 35 registros de egresados empresarios, posteriormente se procedió a realizar el contacto telefónico con estos egresados validando los siguientes criterios de selección: Que fueran egresados de la Universidad del Valle sede Tuluá entre el año 2000 - 2013, la empresa debía estar radicada en Tuluá y su zona de influencia, la actividad económica desarrollada debe estar relacionada con su formación académica, deben generar empleo, la empresa debe estar vigente, el emprendedor debe haber enfrentado el fracaso y perseverar con su idea de negocio. Esto, con el objetivo de ilustrar casos demostrativos de egresados emprendedores de la Universidad del Valle Sede Tuluá, identificando los factores y hechos determinantes o situacionales que incidieron en la vida de estos egresados para que finalmente decidieran crear empresa. Para el desarrollo de estos casos demostrativos se tomó como referente, el esquema analítico para adelantar estudios de historia de empresarios (EAHE) definido por Carlos Dávila (2012), del cual se tomaron 3 categorías para el análisis y construcción de los casos demostrativos: Conducta económica, perfil socioeconómico, mentalidad y estilo de vida. Además, se contrastaron estos hallazgos con la teoría de los diferentes autores que han estudiado el proceso empresarial, tales como; McClelland, Timmons, Ronstadt Gib, Shapero y Varela con su modelo del proceso empresarial.

En el gráfico 2 se ilustra paso a paso la metodología de la investigación desarrollada.

Gráfico 2 Metodología y desarrollo de LA INVESTIGACIÓN



2. HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE Y DE LA SEDE TULUÁ

De acuerdo a la edición conmemorativa de los cincuenta años de la Universidad del Valle (1995), la Universidad del Valle surge en la ciudad de Cali Valle del Cauca, con el nombre "*Universidad Industrial del Valle del Cauca*", mediante ordenanza N°. 12 de 1945, por iniciativa del docente Tulio Ramírez, primer rector de la Universidad y el doctor Severo Reyes Gamboa, dirigente político departamental de la época. Donde inicialmente, se buscaba formar hombres expertos técnicamente en ramas como la química, la física, las matemáticas, las ciencias industriales y comerciales, entre otras. Para la época había mucho pesimismo, de quienes consideraban que Cali no estaba preparada para iniciar un proyecto universitario y que apenas estaba despegando su economía. Sin embargo estas dificultades fueron superadas y la Asamblea Departamental de la época reconoció como prioritaria la iniciativa y exposición de motivos del doctor Severo Reyes, reconociendo el desarrollo industrial de la ciudad de Cali, se ordenó la creación de la Universidad Industrial del Valle del Cauca. Para su funcionamiento la universidad industrial debía estar bajo la dirección de un consejo directivo conformado por el director de educación, Doctor Severo Reyes Gamboa como presidente, el rector de la universidad como vicepresidente y los demás decanos de las facultades. Los cuales debían elaborar un reglamento interno conforme a las Normas del Ministerio de Educación Nacional. Posteriormente en el año 1949 el nombre de Universidad Industrial fue sustituido por el de Universidad del Valle, que es como se conoce hoy en día a la Universidad.

Por otra parte, desde sus inicios la Universidad del Valle buscó facilitar el acceso a la educación superior tanto a personas de medianos recursos económicos, como a la mujer, la cual, en esa época era relegada para el ingreso a la educación superior, posteriormente esto cambió, facilitando el ingreso de las mujeres a la Escuela de Comercio Superior o de Enfermería. Ya para el año 1950 la Facultad de Medicina fue fundada y abrió sus puertas en 1951 en el viejo claustro de Santa Librada. Consecuentemente con lo anterior, los estudios de Enfermería, cerrados en 1949, se volvieron a abrir en 1952, este hecho propició la disponibilidad de personal que asumiera labores complementarias en el campo de la salud.

La Universidad buscaba interesar a las autoridades departamentales y municipales en la obra universitaria, dedicar tiempo y esfuerzo a la búsqueda de un patrimonio y de una sede para la Universidad, pues constantemente los locales de Escuelas, Facultades y oficinas administrativas se tornaban insuficientes. Solo

en 1954, se inicia la construcción de los Edificios en la Sede de San Fernando, para las Facultades de Medicina, Arquitectura y para la Escuela de Enfermería.

Por otra parte, en el campo cultural se creó el Departamento de Publicaciones que comenzó desde el año de 1955 a preparar trabajos de autores colombianos, bajo el nombre de Biblioteca de la Universidad del Valle; gracias a esta iniciativa del Rector Mario Carvajal la cultura colombiana enriqueció su bibliografía. Posteriormente, en 1955 comenzaron los estudios de posgrado, cuando la Universidad abrió la Escuela de Graduados de Medicina, a la cual acudían en principio médicos graduados en otras universidades del país, que deseaban especializarse en alguna rama de la Medicina.

Un aspecto fundamental de esta época era el esfuerzo de la Universidad para incrementar su profesorado y mejorar la calidad y preparación de los docentes; así mismo vale la pena resaltar la labor de los profesores de física, química, matemáticas y biología, los cuales, como origen de la Facultad de Ciencias, brindaron su docencia en los aspectos básicos de los programas existentes. Al terminar esta etapa la Universidad contaba con 5 Facultades: Ingeniería Química, Arquitectura, Ingeniería Electromecánica, Medicina y Ciencias Económicas, así como las escuelas de Topografía, Enfermería y Tecnología de Laboratorio.

Posteriormente, los hermanos Garcés Giraldo cedieron un terreno de 1'000.000 de m², para la construcción de la nueva sede, pero se requerían recursos que no se tenían, por ello la Universidad decidió solicitar un préstamo al Banco Interamericano de Desarrollo (BID); el cual fue aprobado. La Universidad, para vincular el flujo de dinero en la construcción, logra la creación por parte de la Nación de una estampilla regional.

Consecutivamente en 1962 se crea la Oficina de Planeación Universitaria con el objetivo de elaborar los planes para construir una nueva sede con el fin de ampliar cobertura, y avanzar hacia la transformación de la Universidad en un sistema universitario regional, con cubrimiento en las ciudades intermedias del departamento como: Palmira, Buga, Tuluá, Buenaventura, Zarzal, Cartago, Sevilla, con un núcleo central en Cali. De esta manera se empieza a gestar el sistema de regionalización, proyecto que no se alcanzó a consolidar en esta época; sólo se hicieron los planes respectivos.

En 1964 se fueron agrupando las Facultades y Escuelas en un sistema de Divisiones, departamentalizadas dentro de un concepto de integración de recursos, lo que se tradujo en un incremento de la actividad académica con un mayor número de programas docentes, investigativos y de servicio a la

comunidad. Todas las Facultades se convirtieron en Divisiones, así: Ingeniería, Ciencias Económicas, Arquitectura y Salud, entre otras. Para 1968, se sentaron las bases del programa de Ingeniería Agrícola en convenio con la Universidad Nacional. Al final de este periodo fue muy importante la internacionalización de la Universidad a medida que fundaciones extranjeras financiaron varios programas de posgrado. Con la apertura de los campos docentes, la investigación comenzó simultáneamente en cada División académica.

De acuerdo a la colección institucional de La Universidad del Valle: 65 años de experiencia (2010): “La Universidad del Valle desde su creación fue concebida como una institución de cobertura regional que buscaría proyectarse a las ciudades intermedias del Departamento del Valle del Cauca” (p.102). La idea de crear un Sistema Universitario Regional desconcentrado fue planteada en 1959 por el rector del período, Mario Carvajal, en aquella época los estudiantes de la Universidad en Cali, no sobrepasaba los quinientos y la universidad buscaba impulsar el desarrollo regional de los jóvenes permitiendo su formación académica en sus poblaciones de origen. De esta manera la Universidad lograría extenderse a otras ciudades y municipios del Valle del Cauca.

Posteriormente se efectuaron varios estudios, y se definieron las características socioeconómicas de la región, sus necesidades ante la perspectiva de crear centros educativos en diferentes áreas, como centros de investigación que se ubicarían en los municipios de Cartago, Tuluá, Buga y Buenaventura. Además de abrir un centro universitario en Palmira alterno a los existentes en San Fernando y Meléndez.

Pero fue solo hasta el gobierno de Belisario Betancur (1982-1986), quien desde el Ministerio de Educación propuso un modelo para la educación superior más flexible que el tradicional, modelo conocido como Universidad Abierta y a Distancia, que consistía en programas educativos que entregarían formación tecnológica en horarios amplios a través de talleres y tutorías semipresenciales. (Colección institucional de la Universidad del Valle: 65 años de experiencia, 2010, p. 102).

Utilizando las herramientas de esta iniciativa gubernamental las directivas de la universidad en el año 1983 impulsaron los Centros Regionales de Educación Abierta y a Distancia (Cread), en convenio con el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), que facilitaban las instalaciones para que se dictaran las clases. De esta manera dando inicio a las bases de la regionalización en las ciudades de Buga, Buenaventura, Tuluá y Cartago. Contando con el apoyo de las autoridades civiles y religiosas, los gremios y varios benefactores individuales. Pese a esto, el proyecto de regionalización estaba rodeado de muchas inquietudes, la primera, con respecto a la calidad de la enseñanza, la viabilidad económica del proyecto y

la capacidad de la Universidad de costear sedes alternas, cuando en ocasiones no lograba cubrir ni sus propios gastos.

Por otra parte, algunas de las dudas con respecto a la pertinencia académica se despejaron con la creación de programas planeados de acuerdo a las necesidades de la región, utilizando tecnologías y contando con docentes muy bien capacitados y de excelente calidad. Según Rizo (1999), citado en la colección institucional de La Universidad del Valle: 65 años de experiencia (2010):

...Para que las sedes fueran viables, se desarrolló un modelo basado en el auto sostenimiento a través de la creación de fundaciones de apoyo de naturaleza mixta, formada con aportes de las comunidades. Esta iniciativa fue ideada por el entonces vicerrector Alvaro Campo Cabal, y contó con el apoyo del rector Harold José Rizo Otero, Hernando Rivera (Decano de Educación), Fabio Elías Torres (Decano de Arquitectura) y los profesores Alonso Tejada, Mariela Ríos, Francisco Zuluaga y Ana Julia de Colmenares. (p.390).

Por otra parte, en Cali trabajaron los directores de varios programas académicos para la elaboración de proyectos académicos de gran calidad y pertinencia para las sedes. Iniciando la profesora Asunción Aguinaga Arranza en la Facultad de Ingeniería en el diseño de los programas de las Tecnologías a distancia, contando también con la colaboración de varios docentes.

Para el año 1985 a través del acuerdo 001 del 22 de enero de Consejo Superior de la Universidad del Valle, se crea el Programa de Regionalización. Contando con 9.097 estudiantes el programa de educación a distancia. Posteriormente el programa fue reestructurado por el Acuerdo 008 de septiembre 15 de 1986, el cual dispuso que el Programa de Regionalización se apoyara en los Centros Universitarios Regionales (CUR), que se crearían en las diferentes ciudades del Departamento.

Con la permanencia de los jóvenes con formación en educación superior en sus ciudades de origen no solo se proporcionarían los elementos para el desarrollo de sus comunidades, sino que también se alcanzaría el objetivo de la Universidad de facilitar el acceso educativo a personas de escasos recursos económicos que no pudieran estudiar en la sede principal en Cali.

De acuerdo a la colección institucional de La Universidad del Valle: 65 años de experiencia (2010). En octubre de 1986 se iniciaron las actividades académicas en las sedes de Palmira, Buga, Tuluá, Zarzal, Caicedonia y Buenaventura. En su primer período los cursos se llevaban a cabo por ciclos; se cursaban cuatro semestres en las sedes regionales y se terminaba la formación profesional en Cali. De esta manera se llevó a cabo durante seis años, pero de esta manera, no se

estaba cumpliendo con el objetivo de fortalecer los proyectos locales, ni la retención de los jóvenes en sus regiones de origen. Por esto, en 1992 la Universidad decidió reorganizar el programa de Regionalización, se decidió cancelar los ciclos de fundamentación y, en cambio, ofrecer los programas terminales en cada una de las sedes regionales. Además se buscaba ampliar la oferta académica y realizar cambios sustanciales que permitieran a las sedes lograr una mayor autonomía financiera y académica de la sede central en Cali.

Fue así, como en 1994 por medio de la Resolución de Rectoría 1921 de 1995 se creó el Sistema de Regionalización, en el cual se crea la Vicerrectoría de Regionalización. Posteriormente se crean las sedes de Yumbo y Santander de Quilichao, en el año 1994 y 1996 respectivamente.

Según Rizo (1999: 161), Fue en la Sede Tuluá, donde se transformó el Programa de Educación Abierta y a Distancia en el actual Sistema de Regionalización. Esta sede fue la primera que obtuvo su planta física propia, brindando los programas de manera presencial para el año 1986 y recibiendo gran aceptación de la comunidad. Posteriormente, para el sostenimiento de la Sede, se crea la “Fundación Universidad del Valle Sede Tuluá”, la cual fue apoyada en sus inicios por personas naturales que entregaron sus aportes, además se tuvo la colaboración y apoyo de varias instituciones del municipio, especialmente de la Cámara de Comercio, donde se realizaron las primeras reuniones para efectuar y dar a conocer el proyecto, también se contó con el apoyo del alcalde de la época Rafael Emilio Palau, quien cedió de forma permanente la planta física donde hoy funciona la sede principal o también reconocida como Villa campestre, la cual era llamada en esa época como Escuela de Electricidad, y según Rizo (1999) citado en la colección institucional de La Universidad del Valle: 65 años de experiencia (2010): fue tomada por los estudiantes de aquel entonces, quienes fueron apoyados por el profesor Javier Marín Maya, primer decano y fundador de la Sede Tuluá, quien realizó una invaluable labor al dirigir desde Tuluá la creación de las sedes de Sevilla y Caicedonia. La importancia de Tuluá y su influencia en el departamento la hicieron una opción evidente para crear y desarrollar una sede.

Por otra parte, la Universidad del Valle es reconocida como una universidad de alta calidad y para mantener este reconocimiento se busca establecer mecanismos que le ayuden a mejorar la gestión, crear conciencia de mejora continua, y medir la equidad, pertinencia y calidad de los servicios de la Institución en términos cuantitativos y cualitativos durante todo el ciclo de obtención y aplicación del conocimiento científico, técnico y humanístico. Para ello, la Rectoría mediante la Resolución 847 de marzo 4 de 2008, conformó el Sistema de Gestión

Integral de la Calidad de la Universidad del Valle GICUV, al cual se incorporan los requerimientos del Sistema de Desarrollo Administrativo, del Programa Institucional de Autoevaluación y Calidad, del Modelo Estándar de Control Interno y del Sistema de Gestión de la Calidad. Así mismo, las iniciativas que en materia de calidad inicien las dependencias se deberán enmarcar bajo las directrices de dicha resolución. El objetivo del Sistema de Gestión Integral de la Calidad de la Universidad del es alinear los sistemas de gestión de manera conjunta, con el Plan de Desarrollo Institucional, con el Plan de Acción y con la dirección estratégica de la Universidad del Valle, incorporando los requisitos de las normas de gestión de la calidad, del control interno, y del desarrollo administrativo; con el fin de garantizar la eficiencia, eficacia, transparencia, efectividad y optimizando los recursos y procesos. Además el Sistema, además de mantener el reconocimiento del Ministerio de Educación Superior como una Universidad de Alta Calidad,

Por consiguiente, la Sede Tuluá bajo los lineamientos de la se principal Cali, desarrolla su Sistema de Gestión de la Calidad, el cual en Mayo del año 2011 obtuvo por el ente internacional Bureau Veritas la certificación ISO 9001:2008 a todos sus procesos, la cual ha permitido que la Sede Tuluá sea un gran referente del sistema de regionalización.

Es importante destacar que la Sede Tuluá cuenta hoy en día con programas académicos pertenecientes a la Facultad de Administración de Empresas, Humanidades y la de Ingeniería, con sus respectivos programas académicos de Administración de empresas, Contaduría Pública, Ingeniería de Sistemas, Tecnología en Sistemas de Información, Tecnología en Electrónica, Tecnología en Alimentos y Trabajo Social. Además se ha logrado desarrollar varios programas a nivel de posgrado ampliando la oferta académica de acuerdo a las necesidades de los profesionales de región, entre estos, Maestría en Administración, Especialización en Administración Pública y Especialización en Administración de la Calidad Total y la Productividad. Además de nuevos programas formales por medio de su oficina de Extensión y proyección social, cumpliendo con las expectativas y necesidades no solo del sector productivo, sino de toda la comunidad en general, que se beneficia con los mismos. Por ello, el sistema de Regionalización se ha fortalecido con los años, y ha permitido que la Universidad cumpla con su objetivo de ser una universidad de carácter regional, brindando la oportunidad a muchos jóvenes el acceso a una educación superior de alta calidad y lo más importante en sus ciudades de origen.

La Sede Tuluá ha cumplido su misión de hacer parte del desarrollo regional, impulsando el crecimiento de la oferta educativa, respondiendo a las necesidades del sector productivo y a los diferentes sectores de la población. Emprendiendo varios proyectos de mejoramiento de la planta física de la Sede y sus áreas de investigación, dotación de equipos de cómputo y software, laboratorio de idiomas, entre otras. Dejando claro, que Sede Tuluá es una sede que ha evolucionado a

través del tiempo, ofreciendo educación de alta calidad respondiendo a las necesidades de la región Centro Vallecaucana.

Finalmente, la Sede Tuluá, también es reconocida no sólo en el Municipio sino a nivel nacional, por la realización anual del Festival Internacional del Mate y el Guarapo y la Música Autóctona, el cual convoca agrupaciones de otras regiones del país y del mundo, promocionando la imagen de nuestro país a nivel nacional e internacional, contando hoy en día con su versión número 20 del Festival.

2.1 Programa de Emprendedores Universidad del Valle

De acuerdo a la información suministrada en la página de procesos de la Universidad del Valle. El programa institucional “*Emprendedores Univalle*” nace el 12 de Diciembre de 2005 mediante Resolución 073 del Consejo Superior de la Universidad del Valle. Considerando que es función de la Universidad del Valle contribuir al fomento del emprendimiento, la innovación y al desarrollo de capacidades asociadas en la comunidad universitaria; además de identificar en la mayoría de sus procesos de autoevaluación con fines de acreditación de sus programas académicos que uno de los aspectos a mejorar es la relación con el entorno empresarial tanto público como privado. Por lo cual, es importante para la Universidad definir lineamientos que le permitan cumplir con estos requerimientos. El programa de “Emprendedores Univalle”, nace por motivación del profesor Bernardo Pérez, quien estudiando su Doctorado en España conoce el programa Ideas, el cual se encargaba de motivar e incentivar el emprendimiento en los estudiantes de dicha universidad. Este programa se crea para dar respuesta a la política institucional de apoyar el emprendimiento a todos los niveles y en todas las facultades de la Universidad, iniciando en la Escuela de Ingeniería Industrial, posteriormente extendiéndose a otras facultades, entre ellas, Ciencias de la Administración.

El Programa de Emprendedores ofrece asesorías y cursos cortos estableciendo actividades encaminadas a sensibilizar, capacitar y formar a la comunidad universitaria en temas de emprendimiento, además de la realización de eventos, donde se diseñan y se desarrollan talleres de creación de empresas, la Semana Global del Emprendimiento, conferencias y seminarios en general que apoyados en distintas actividades promueven la cultura emprendedora.

Uno de los resultados positivos que se han obtenido del programa de Emprendedores, ha sido la creación de la “Red de Emprendedores Univalle”, la cual es la primera red que se crea a nivel Institucional. Esta red tiene como objetivo general crear alianzas estratégicas comerciales y personales de manera

permanente, tomando en cuenta la diversidad de las competencias y capacidades de los miembros de esta red, para aprovechar las ventajas que ofrece el desarrollo de región y apalancar el acceso a los recursos y apoyos institucionales existentes para el emprendimiento.

Por otra parte, uno de los personajes que han dejado huella con su trabajo en este programa ha sido el profesor Benjamín Betancourt con la creación de un diplomado de Formación para Formadores en Emprendimiento; así mismo es importante destacar el trabajo y acompañamiento del profesor Moisés Sandoval quien impulsó la creación de un laboratorio empresarial en el que se simuló la creación de una empresa de encuadernación.

2.2 Centro de Emprendimiento y desarrollo de la Sede Tuluá CEDES

De acuerdo a la información suministrada por la oficina de Emprendimiento en la Sede Tuluá. En el año 2012 se crea en la Universidad del Valle Sede Tuluá el Centro de Emprendimiento y Desarrollo CEDES por iniciativa del Programa Académico de Administración de Empresas liderado el Coordinador de Programa Héctor Fernando Rueda Rodríguez Msc y el apoyo de la Dirección de la Sede en cabeza de la Doctora Libia Soto Llanos; fue importante para el surgimiento y fortalecimiento del Centro la labor que desempeño el primer líder de este subproceso, el Economista y Especialista en Finanzas Giovanni Moncada Cardozo quien ayudo a fortalecer las redes de contacto interinstitucionales con la Cámara de Comercio de Tuluá y el SENA CLEM. En este momento el Centro hace parte de las únicas tres Unidades de Emprendimiento en la ciudad de Tuluá avaladas por el FONADE, las cuales son la Unidad del SENA CLEM, la Unidad de la Cámara de Comercio de Tuluá y la Unidad de Emprendimiento de la Sede Tuluá.

En este sentido, el objetivo de este centro de emprendimiento es fortalecer el potencial emprendedor de los estudiantes de la Sede Tuluá, a través del desarrollo de habilidades para concebir, planear y poner en marcha nuevas organizaciones con ó sin ánimo de lucro, que fortalezcan el tejido socioeconómico del centro del Valle del Cauca.

Dentro de las labores que desarrolla el CEDES se encuentran: Participar en la elaboración de los proyectos de emprendimiento y empresarismo de cada una de las facultades, articularse con otras dependencias de Univalle relacionadas con el tema, propiciar en la comunidad universitaria la iniciativa y disposición para afrontar proyectos independientes, propiciar la coordinación en la creación de proyectos multidisciplinarios, aumentar los porcentajes de proyectos que han

participado y ganado convocatorias, estar actualizado de toda la información en cuanto a convocatorias, becas, premios, etc; ejecutar proyectos multidisciplinarios e interinstitucionales y realizar acompañamiento y asesoría a los estudiantes de trabajo de grado, principalmente del programa académico de Administración de empresas.

3. ANALISIS DEL ENTORNO

Para la presente investigación se describen los diferentes entornos del municipio de Tuluá como son: El entorno geofísico, demográfico, social, cultural, tecnológico, económico, político-gubernamental, jurídico-legal. Con el propósito de identificar cómo estos inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Sede Tuluá, para ello, se elaboró una matriz de guía de análisis de macroambiente⁴ para cada uno de los entornos, comparando la variables importantes de cada uno de estos y posteriormente identificando: Amenazas mayores (AM) y amenazas menores (am), así mismo, oportunidades mayores (OM) y oportunidades menores (om). Para finalmente, trasladarlas a la matriz de evaluación integrada, donde se analizaron las variables relacionadas con el emprendimiento, la relación de estas con el sector de la educación superior, su justificación y tendencia, y finalmente, identificando el impacto de estas variables sobre la Universidad del Valle sede Tuluá.

3.1 Municipio de Tuluá

De acuerdo a lo mencionado en el Anuario estadístico 2012, Tuluá es una de las siete ciudades más importantes del Valle del Cauca y fue fundada en 1639 por el capitán español Don Juan de Lemus y Aguirre.

En su economía sobresalen el comercio, la agricultura y la ganadería; esta última es una de las mejores del Occidente por el número de cabezas y por la variedad de sus razas, convierten a Tuluá en un polo de desarrollo único en toda esa extensa región del Valle del Cauca. Su extensa área municipal se encuentra ubicada en medio de un paisaje que reúne tanto las tierras planas como la montaña, de ahí su riqueza agrícola y ganadera, la diversidad de climas y la importancia de sus recursos hidrográficos. Se destacan la cuenca del Río Tuluá, el Parque Natural las Hermosas con 125000 hectáreas y una altura máxima de 4100 metros sobre el nivel del mar.

Tuluá es ciudad que refleja en su vida cotidiana una intensa actividad comercial, social y cultural. Además, cuenta con numerosos hoteles y pensiones, centros comerciales, coliseos deportivos, bancos, centros de convenciones y auditorios, en fin todo cuanto ofrece una ciudad moderna y acogedora.

⁴ Amenazas mayores (AM)./ Amenazas menores (am). / Oportunidades mayores (OM) / Oportunidades menores (om).

Gráfica 3 Tuluá y sus alrededores



49

turísticos, infraestructura, ferias y fiestas para tenerlos presentes en el desarrollo de emprendimientos

Tabla 3. Información General sobre Tuluá

Altitud:	973 m.s.n.m.
Temperatura:	23 Grados Centígrados.
Extensión:	819 Km2.
Población:	184.723 Hab. Aprox.
Distancia:	97.1 Km de Cali.
Año de Fundación:	Agosto 24 de 1639.
Fundador:	Juan de Lemos y Aguirre.
Municipio Desde:	1872.
Origen del Nombre:	Antes de la Fundación existía un pueblo de Indios llamado Tuluá.
Características Geográficas:	Tiene Zonas Planas y zonas Montañosas en donde se encuentran los paramos Barragán y Santa Lucía.
Rio(s) Principal(es):	Cauca, Bugalagrande, Morales, Tuluá y Zabaletas.
Actividad Económica Principal:	Agricultura, Ganadería, Comercio e Industria.
Producto(s) Principal(es):	Maíz, Yuca, Café, Platano, Caña de Azúcar, Frijol y Minerales como Yeso, Oro, Plata y Carbón.
Atractivo(s) Turístico(s):	Centros Recreacionales, Museo Vial Internacional, Centro Histórico y Jardín Botánico.
Fiestas y Ferias:	Feria Agroindustrial y Ganadera, Artesanal y de Microempresarios, Aves Ornamentales y Sisvestres, Caprinos y Bovinos.
Infraestructura Básica:	Dispone de todos los servicios públicos, 20 colegios, 116 escuelas, hospital, terminal de transporte, seguro social y universidad.
Otras Características:	Es el 4° Municipio de mas de 100.000 habitantes y es el 6° más extenso.

FUENTE: DANE 2005, retomado en Anuario Estadístico (2010). Alcaldía Municipal de Tuluá.

Localización y Posición Geográfica

El Municipio de Tuluá se encuentra ubicado en el suroeste colombiano, en el centro del departamento del Valle del Cauca entre las cordillera Central y el Río Cauca; su posición geográfica es a 4° 05' 16" de latitud norte y 76° 12' 03" de longitud occidental. Se distinguen cuatro zonas fisiográficas: La zona Plana, el Pie de Monte de la cordillera Central, la Media y la Alta Montaña. La cabecera municipal está a 960 metros msnm, en la zona plana y 4.400 metros de altitud en los páramos de Barragán y Santa Lucía. En materia de recurso hídrico el municipio cuenta con el río Tuluá que pasa por su casco urbano y los ríos Bugalagrande y

Morales como estructura central. Con los ríos San Marcos y Frazadas y con las acequias o quebradas del ahorcado, La Ribera, Tesorito, La Luisa, La Mina, Piedritas, Zabaletas y Zorrilla, como estructura ramificada y en el río Cauca como eje final de todas las vertientes.

Limites Municipio De Tuluá

- Por el Oriente: desde el nacimiento del río Bugalagrande, quebrada de Montecristo, hasta el nacimiento del río Tuluá, laguna de las mellizas, siguiendo la división entre el Valle del Cauca y el Tolima en la Cordillera Central.
- Por el Sur: por el cauce del río Tuluá hasta Puente Zinc, siguiendo hacia el suroeste buscando la división de aguas entre la cuenca de los ríos San Pedro y Tuluá, sigue por esta hacia el Norte hasta encontrar el nacimiento del zanjón del sastre hasta su función con el zanjón de Burriga y por este al río Tuluá
- Por el Norte: por el cauce el Bugalagrande hasta la quebrada la Luisa. Por este hacia el sur buscando el nacimiento de la quebrada Zabaletas en Pardo Alto y por el cauce de la quebrada Zabaletas hasta el río Morales. Por el río Morales hasta su desembocadura en el río Cauca.
- Por el Occidente: siguiendo el curso del río Cauca, desde el zangón de Burriga hasta la desembocadura del río Morales.

Conocer los límites del municipio permite tener mayor oportunidad en el desarrollo de emprendimientos teniendo en cuenta que se aumenta el número de habitantes a los cuales se puede cubrir necesidades y de esta forma ampliar el mercado

Tabla 4. Municipios aledaños a Tuluá

Norte:	Municipios de Andalucía y Bugalagrande
Sur:	Municipios de Buga y San Pedro
Este:	Municipios de Riofrío
Oeste:	Municipios de Sevilla

Fuente: Anuario 2010, municipio de Tuluá, Pág. 16

La extensión territorial total del municipio es de 910,55 kilómetros cuadrados (Km-2) de los cuales el 98,78% corresponde al sector Rural y 1,22 al sector urbano.

3.2 ENTORNO DEMOGRAFICO

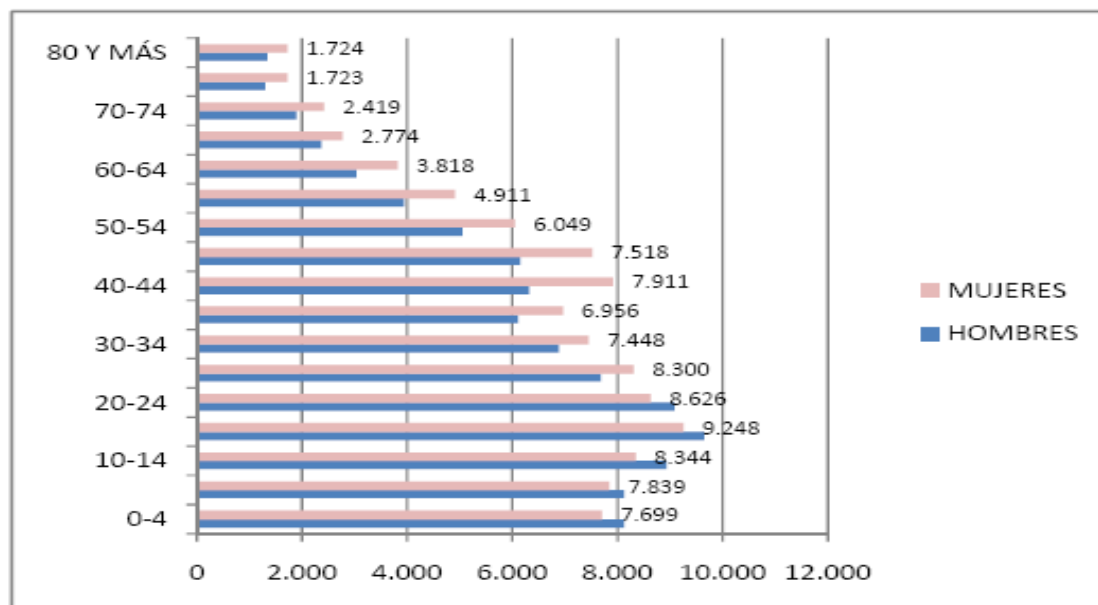
Este entorno nos permite entender las dinámicas de la sociedad, se debe considerar que estudiar la población nos permite conocer la dinámica de la población que explica a qué ritmo se desarrolla en un espacio de tiempo determinado revisando aspecto como natalidad, mortalidad y migración esto nos permite conocer que ocurre o podría ocurrir en la población.

Esto permite que las organizaciones públicas y privadas puedan llevar a cabo acciones para cumplir con las necesidades de la población.

En la siguiente gráfica se observa que el mayor número de habitantes en el municipio lo ocupa hombres y mujeres en el rango de edad 20-34 años significando que este número de habitantes esta en esta etapa productiva, lo que es importante para que a través de la creación de empresa se impulse el desarrollo del municipio.

Gráfica 4 Proyección Población Por Edad Y Sexo 2010

De acuerdo a la gráfica se observa que el mayor número de habitantes en el municipio lo ocupa hombres y mujeres en el rango de edad de 20 a 34 años.



Fuente: DANE retomado en el Anuario Estadístico de Tuluá, 2012

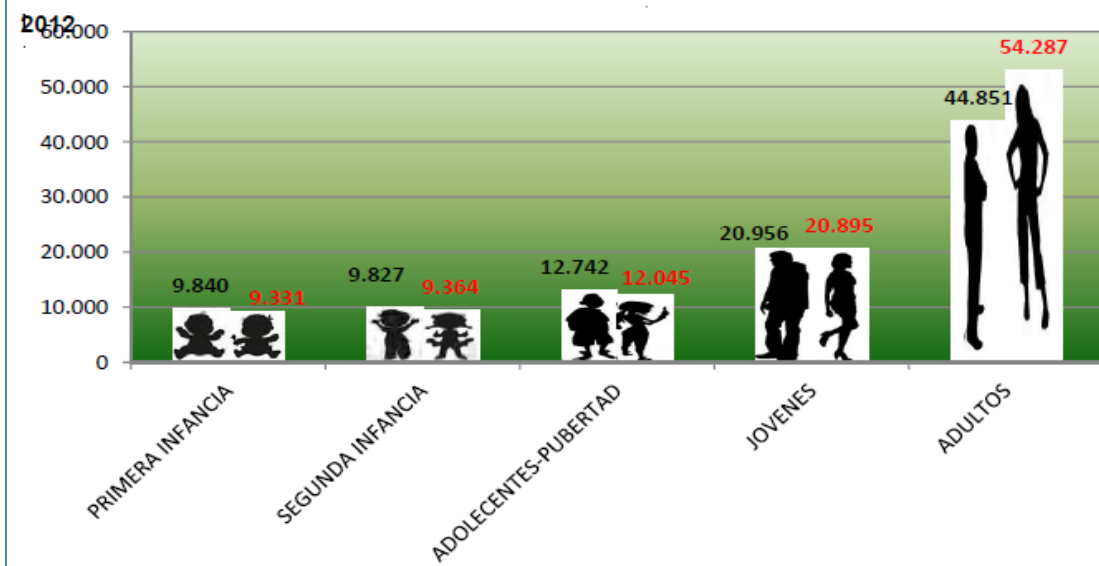
En la siguiente tabla se muestra la distribución de la población por grupos de edad del municipio de Tuluá, donde se evidencia en los grupos: primera infancia, segunda infancia, adolescencia, jóvenes, la mayor proporción son hombres, pero en el grupo de adultos, se presenta una mayor proporción de mujeres, correspondiendo a un 54.75% del total de población adulta. Lo que cual significa que se pueden generar emprendimientos en este género, por el mayor número poblacional femenino.

Tabla 5. Distribución de la Población por grupos de edad

CLASIFICACIÓN	GRUPOS DE EDAD	2012		
		Total	Hombres	Mujeres
PRIMERA INFANCIA	0-5	19.171	9.840	9.331
SEGUNDA INFANCIA	6-11	19.191	9.827	9.364
ADOLENCIA -PUBERTAD	12-18	24.787	12.742	12.045
JOVENES	19-30	41.851	20.956	20.895
ADULTOS	≥ 31	99.138	44.851	54.287

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE)

Ilustración 10 Grafica clasificación de la población por grupo de edad y sexo



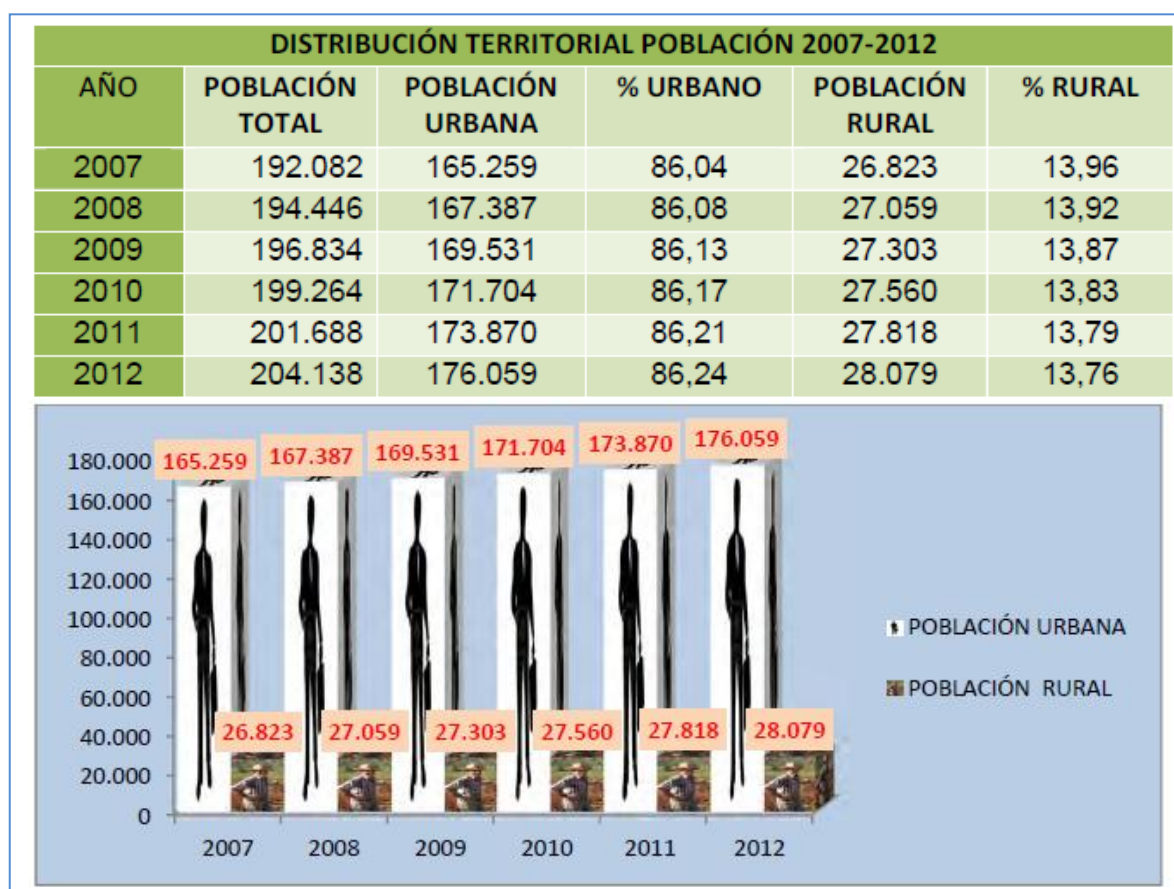
HOMBRE 
MUJER 

Fuente: DANE retomado en el Anuario Estadístico de Tuluá, 2012. Pág. 43

En la siguiente tabla, se muestra la distribución territorial de la población del municipio de Tuluá para el año 2012, donde el mayor porcentaje de la población se encuentra ubicado en la zona urbana con un 86.24%, y un menor porcentaje se encuentra en la zona rural con un 13.76% de la población. Siendo una oportunidad de negocio crear empresa en la zona rural para cubrir las

necesidades de esta zona. Y así desde la zona urbana fortalecer el crecimiento y emprendimiento empresarial.

Tabla 6. Distribución Territorial De La Población del Municipio 2012



Fuente: DANE retomado en el Anuario Estadístico de Tuluá, 2012. Pág. 43

En el siguiente gráfico se muestra el comparativo de número de habitantes por estrato según año 2012-2013. Donde el mayor número de habitantes se encuentran ubicados en los estratos 1, 2 y 3 que corresponden al 84.2% del total de la población. Siendo una oportunidad de emprendimiento por necesidad por el bajo ingreso per cápita de sus habitantes.

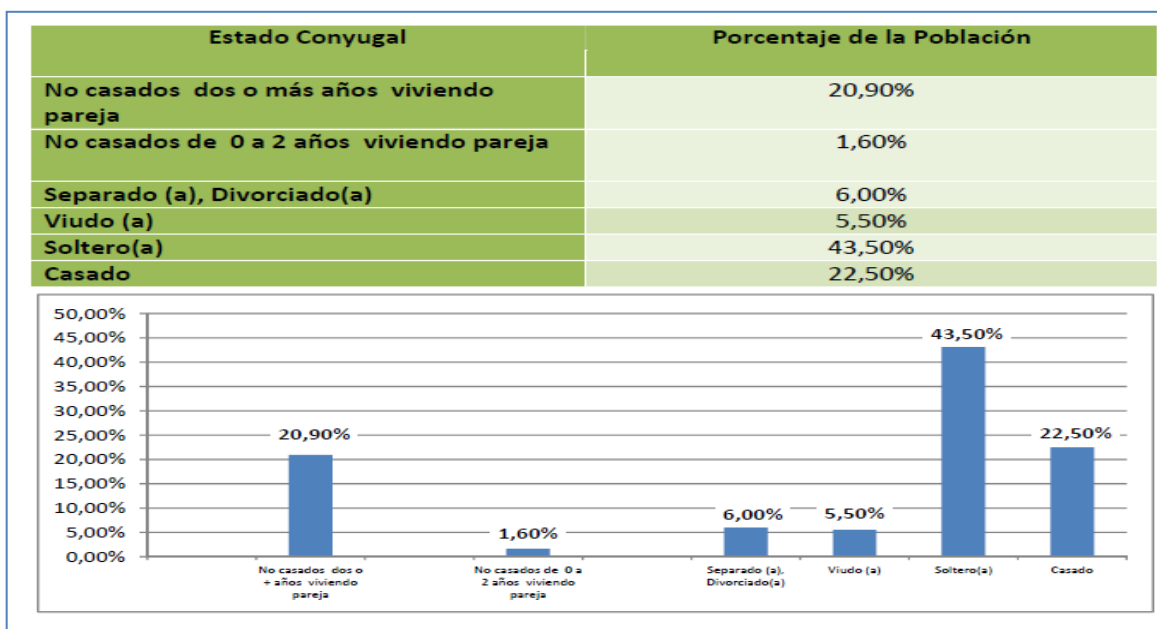
Gráfico 5. Comparativo número de habitantes por estrato



Fuente: DANE retomado en el Anuario Estadístico de Tuluá, 2012. Pág. 45

En el siguiente gráfico se muestra el estado conyugal de la población de Tuluá. Donde el mayor porcentaje de la población es soltero/a, con un 43,50%, en segundo lugar se encuentran parejas casadas, con un porcentaje del 22,50%. El mayor porcentaje de solteros en el municipio representa una oportunidad para generar emprendimientos en las áreas de recreación, deporte, turismo y cultura para el buen uso del tiempo libre.

Tabla 7. Estado Conyugal 10 años o más



Fuente: DANE retomado en el Anuario Estadístico de Tuluá, 2012. Pág. 55

El entorno demográfico del municipio de Tuluá, permite conocer la dinámica de la población indicando a qué ritmo se desarrolla en un espacio de tiempo, determinados aspectos como la distribución territorial de la población, número de habitantes por estrato y la población por grupos de edad y sexo, lo cual permite tener una visión de lo que ocurre y podría ocurrir con la población. Y de esta manera identificar oportunidades para la generación de nuevos emprendimientos que cubran las necesidades de la población. A continuación, se muestra la tabla de guía de análisis del macro ambiente del entorno demográfico del Municipio de Tuluá.

Tabla 8. GUIA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle Sede Tuluá

ENTORNO: Demográfico

VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Población por grupos de edad y sexo: Primera infancia 19.012, Segunda infancia 19.678, adolescentes 25.482, Jóvenes 40.332, Adultos 99.138	O				X
Distribución territorial de la población: Urbana 86.24% y Rural 13.76%	O				X
Número de habitantes por estrato: 1, 2 y 3 el 84.2% del total de la población.	O				X
Estado conyugal 10 años de convivencia y más: Soltero 43.50% Casados 22.50% Divorciados 6.00% Unión libre 22.00%	O			X	

3.3 ENTORNO SOCIAL

En el análisis de este entorno se deben tener en cuenta ciertas características, tales como capacidad de influencia de las mujeres, diversidad cultural y étnica, nivel de educación, nivel de pobreza y desempleo. En tanto son factores de desestabilización social, así como la presencia de grupos al margen de la ley, narcotráfico, guerrilla, paramilitarismo, por cuanto son factores de deslegitimización y de creciente pérdida de valores y principios constituyéndose en los peores flagelos sociales y será el estado a través de sus instituciones educativas y las empresas a través de los gremios y profesionales quienes deberán asumir una posición de liderazgo para combatirlos.

Uno de los temas más polémicos dentro del entorno social son los derechos humanos, su defensa y su constante violación, esto nos permite identificar el

grado de desarrollo de la sociedad y ofrecen las pautas de acción y las responsabilidades que enfrentan las empresas deben ser parte de las estrategias que dirigen a toda organización.

Tomando como fuente de información el trabajo de prospectiva referente a los problemas de Tuluá (2012), se consultó con varios expertos y se realizó una lluvia de ideas determinando las siguientes variables como las diversas problemáticas de Tuluá como se mencionan a continuación: Inseguridad por delincuencia común, desempleo, oferta académica profesional, costo de los servicios públicos, vivienda de interés social, institucionalidad falta de gobernabilidad, marginalidad social-aumento de la mendicidad, invasión de espacio público, corrupción administrativa, extorsión a empresarios y comerciantes, dificultad en movilidad por falta de normatividad, contaminación auditiva, contaminación por quema de caña, cultura de la ilegalidad, dependencia económica del sector comercial, civismo, infraestructura vial, narcotráfico, micro-tráfico, inversión estatal en proyectos socioeconómicos y culturales, plan de ordenamiento territorial, presencia de actores armados, desarrollo industrial, responsabilidad social empresarial.

Se observa que las variables sociales con tendencia negativa a futuro son:

- Marginalidad social y aumento de la mendicidad porque no se están cubriendo las necesidades básicas de la comunidad.
- Extorsión a empresarios y comerciantes: Conlleva a desplazamiento forzado de la comunidad, aumentando los índices de violencia y afectando el desarrollo del municipio.
- Cultura de la ilegalidad: Genera inestabilidad, desempleo, no se cumplen las leyes por parte de los actores armados y autoridades competentes no reaccionan oportunamente ante esta situación.
- Narcotráfico y Micro tráfico: Alimenta la cultura de la ilegalidad no hay un control y seguimiento efectivo por parte de las autoridades competentes, aumenta la inseguridad, la violencia, la violación a los derechos humanos.
- Presencia de actores armados: Flexibilización del gobierno al brindar prebendas a estos grupos armados y no hacer cumplir la ley para que se repare el daño causado a la comunidad

Se observa que la variable económica con tendencia negativa a futuro es:

- Corrupción administrativa: Menos inversión en las necesidades de la comunidad y se traduce en un conflicto de intereses de la administración local.

El municipio de Tuluá fue uno de los primeros municipios del Valle del Cauca en padecer la incursión de las estructuras paramilitares del Bloque Calima y vio como en unos pocos años se fragmentaba el movimiento campesino y popular. Así, a finales de los años 90 se desencadenaron asesinatos bajo la modalidad de masacres, entre los casos más emblemáticos se encuentran las masacres de Puerto Frazadas, La Moralia, San Rafael, Santa Lucía, Monteloro, Barragán; también se desencadenaron casos de tortura, violencia sexual a mujeres y amenazas a líderes sociales. Esta situación generó el desplazamiento masivo de cientos de familias campesinas que debieron abandonar sus tierras y ubicarse en el casco urbano del municipio sometidos a condiciones de desprotección e indiferencia.

Hoy esta situación permanece como es la modalidad de violencia denominada “limpieza Social”, la cual se direcciona a jóvenes de barrios populares, prostitutas, homosexuales y habitantes de la calle con el argumento de que estas personas son un perjuicio para la sociedad; con este argumento se han presentado casos de amenazas mediante panfletos que imponen toques de queda y regulan la circulación por el territorio desde estrategias de temor y amedrentamiento..

La presencia del narcotráfico, los actores del conflicto armado y las empresas transnacionales han significado para este municipio el desalojo forzado de parcelas y propiedades de campesinos, cuyos territorios representan un interés estratégico para el dominio económico, político y militar que acumularon en la zona a costa de quienes no tenía más opción que abandonar sus tierras para preservar sus vidas. De manera que, paralelo al desplazamiento forzado de campesinos de sus tierras se han privilegiado los monocultivos de caña de azúcar, pino y eucalipto, quedando extensas cantidades de tierra en manos de los ingenios, las multinacionales, paramilitares y narcotraficantes.

Con respecto a los derechos económicos y sociales, Tuluá no ha sido un municipio ajeno a la implementación de las políticas de privatización de los derechos de educación, salud, servicios públicos, vivienda y trabajo. La escasa cobertura en educación y la ausencia de docentes en las zonas rurales a causa del conflicto armado ha llevado al no cumplimiento de este derecho.

La vulneración del derecho a la salud se evidencia en la ausencia de puestos de salud en las zonas rurales, el poco personal médico y la mercantilización de este derecho en el área urbana volviéndolo un negocio a merced de la empresa privada.

En cuanto al derecho al trabajo es evidente el aumento del empleo informal y el subempleo, cuya generación de ingresos no alcanzan siquiera el salario mínimo y

no responde a un ingreso estable con garantías. Los servicios públicos domiciliarios están en manos de las empresas transnacionales de esta manera, el servicio público energético está en manos de la empresa privada Epsa S.A cuyos principales accionistas son el consorcio económico español Unión Fenosa. Y Centro aguas está en manos de capital israelita. En cuanto al derecho a una vivienda digna, en Tuluá no hay claridad frente a programas y proyectos de vivienda rural y urbana, ya que en muchos casos estos programas no se desarrollan, o se desarrollan atravesados por prácticas de clientelismo y corrupción que hacen que no logren beneficiarse las personas que precisamente lo requieren. Pese a la estrategia de fragmentación que trae consigo la violencia, las comunidades, organizaciones y procesos sociales han continuado ideando maneras para vincularse y resistir. Estas iniciativas alternativas que se materializan en propuestas de soberanía alimentaria, de organización campesina y comunitaria, de mercados agroecológicos, son precisamente las que deben visibilizarse desde la academia.

El reto de la academia es aportar a que la realidad de derechos humanos en Tuluá sea leída, conocida y se reconozcan igualmente las propuestas alternativas que se vienen trazando.

La siguiente tabla muestra el porcentaje de necesidades básicas insatisfechas de los habitantes de la zona rural y urbana del municipio de Tuluá. Donde el mayor porcentaje de necesidades básicas insatisfechas, tales como; vivienda, salud, educación es mayor en la zona rural con un 29,97% en comparación con el porcentaje de la zona urbana, el cual corresponde a un 13,40%. Representando esto una oportunidad para generar emprendimientos relacionados con empresas de servicios en la zona rural que permitan cubrir las necesidades básicas de esta zona.

Tabla 9. Necesidades Básicas Insatisfechas

Área	Proporción (%)	Cve (%)
Cabecera	13,40	9,45
Resto	29,97	7,94
TOTAL	15,75	7,23

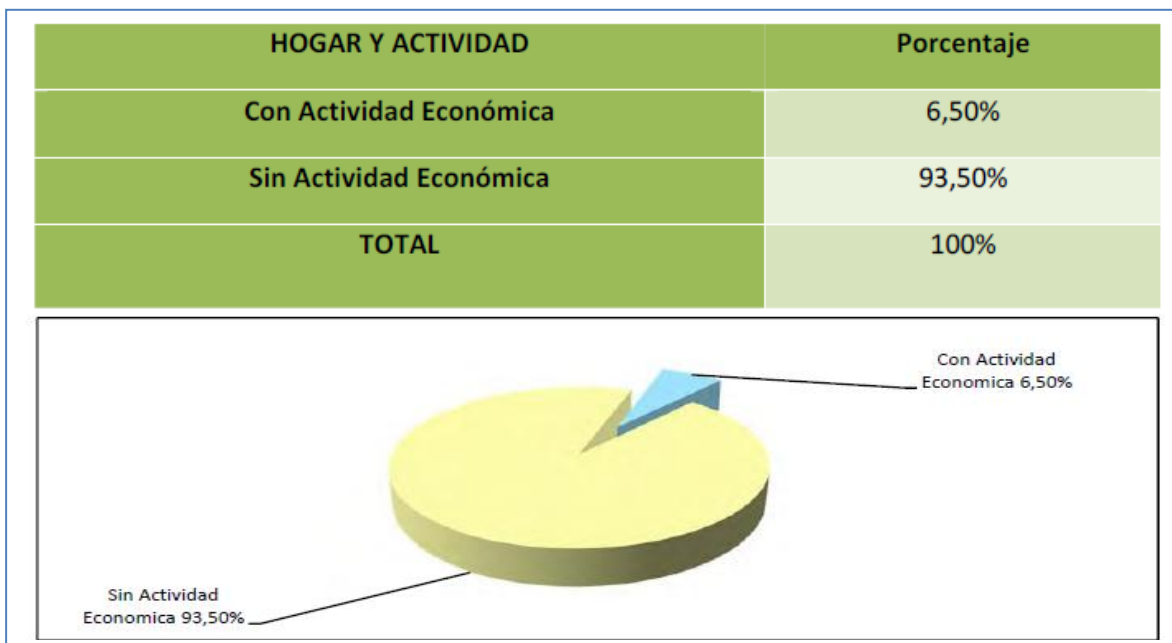
Fuente: Anuario Estadístico de Tuluá. Pág.

^{***}Cve: Coeficiente de variación estimado (margen de error).

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de hogares con actividad económica en el municipio. Donde se observa que el mayor porcentaje está representando por hogares sin actividad económica con un 93,50% y con un menor porcentaje se encuentran los hogares con actividad económica, los cuales representan un

con un 6,50% del total de la población siendo una oportunidad para generar emprendimiento por necesidad y de esta manera mejorar el desarrollo del municipio.

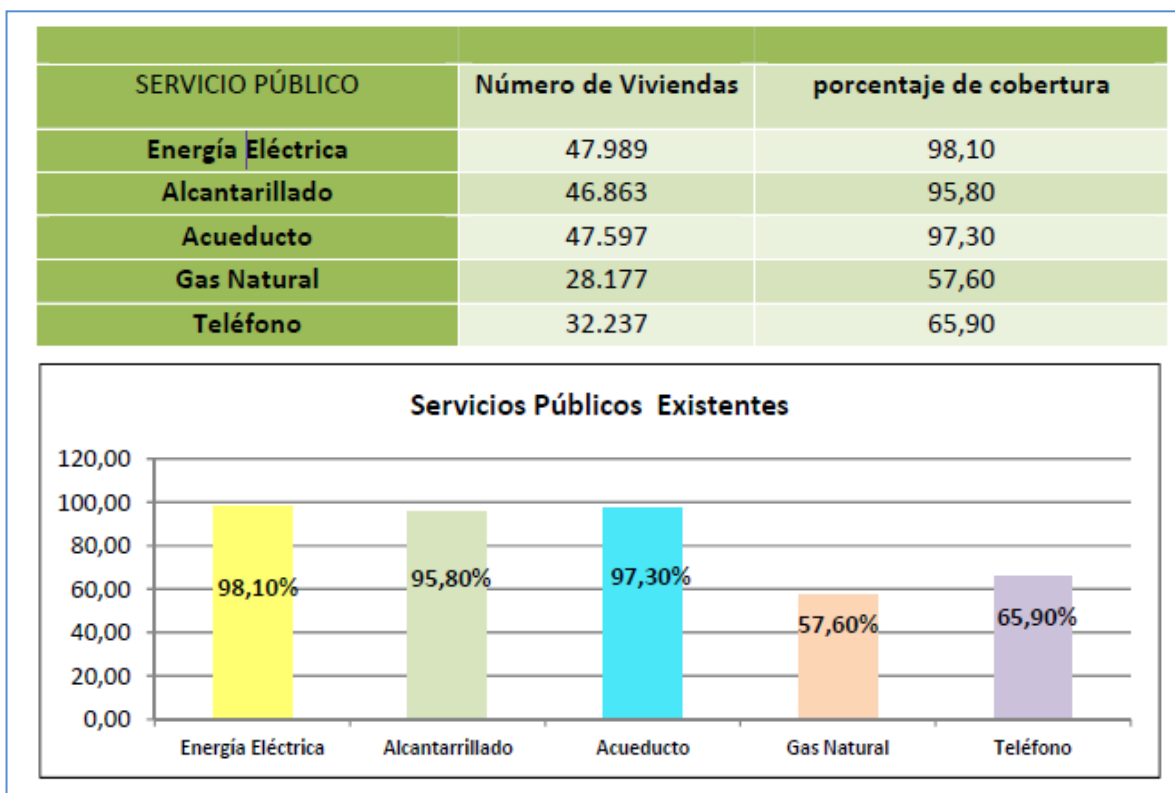
Tabla 10. Hogares con Actividad Económica



Fuente: DANE retomado en el Anuario Estadístico de Tuluá, 2012. Pág. 51

En la siguiente tabla se muestra la cobertura de los servicios públicos con los que cuentan las viviendas del municipio de Tuluá que son energía eléctrica, alcantarillado y acueducto en un 98.10 % y un menor porcentaje de cobertura en teléfono y gas natural siendo una oportunidad para desarrollar ideas de negocio y llevarla a la creación de empresas.

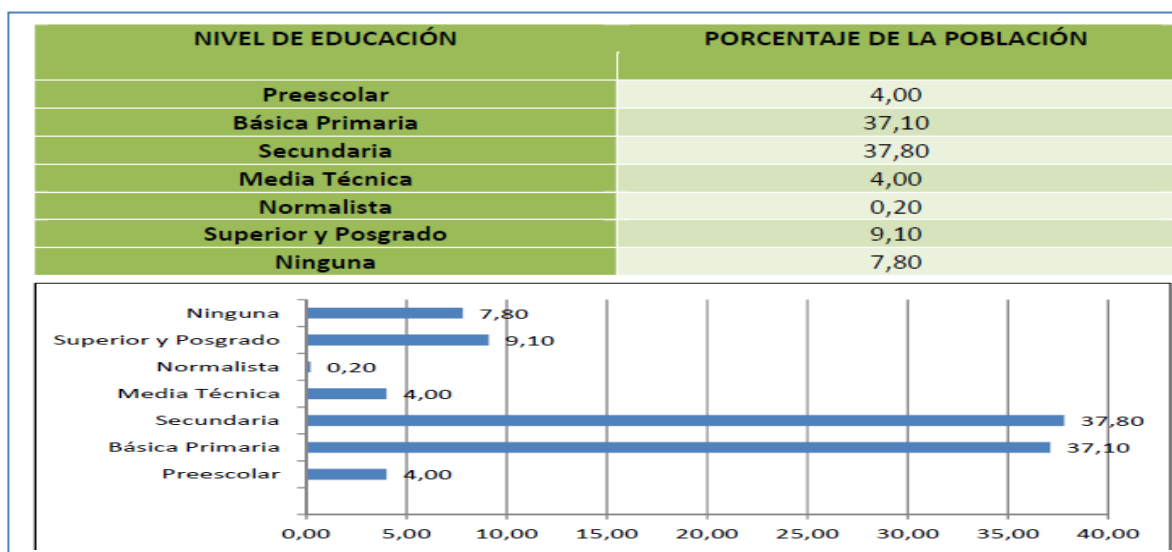
Tabla 11. Servicios con que cuentan las viviendas según Censo 2005



Fuente: DANE, retomado del Anuario Estadístico de Tuluá 2012. Pág. 50

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje del nivel de educación de la población, donde el mayor porcentaje se encuentra en el nivel de educación de Básica primaria y secundaria con porcentajes del 37.10% y 37,80%. Y con menor porcentaje, la educación media técnica, normalista y la educación superior y de posgrado. Lo cual representa una amenaza, para fortalecer la educación empresarial en el nivel de educación superior.

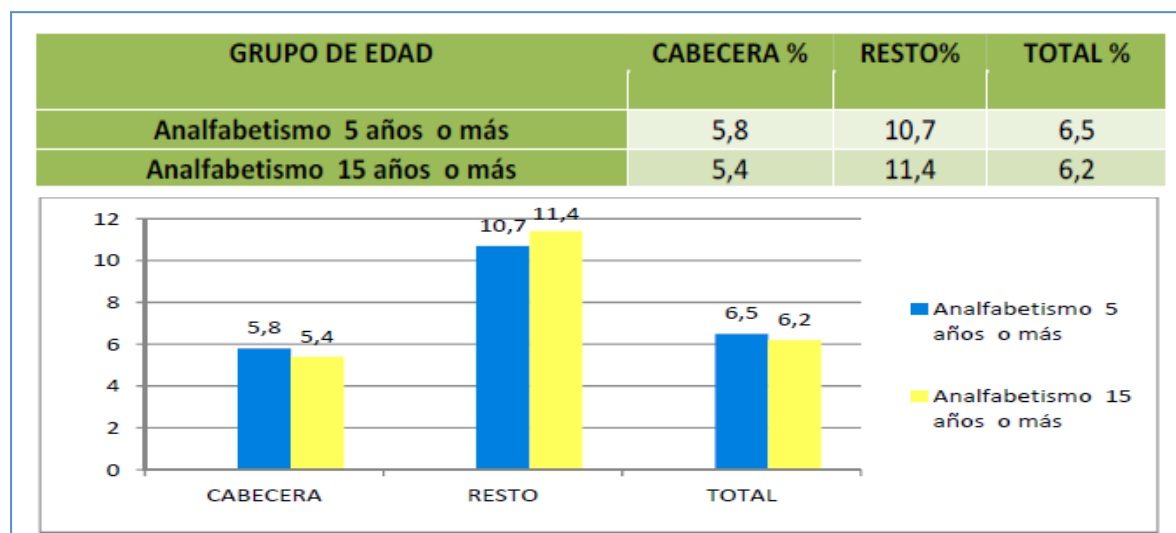
Tabla 12. Nivel De Educación



Fuente Anuario Estadístico de Tuluá 2012. Pág. 54

En la siguiente tabla se muestra la tasa de analfabetismo en la población por grupos de edades del municipio de Tuluá de 15 años o más se encuentra en un 6.2% siendo una oportunidad para la creación de empresas porque la gran parte de la población ha tenido educación lo cual es positivo para el emprendimiento permitiendo motivar y generar empresas.

Tabla 13. Población de analfabetismo



Fuente: DANE, Retomado del Anuario Estadístico de Tuluá 2012. Pág. 54

A continuación, se muestra la tabla de guía de análisis del macro ambiente del entorno social del Municipio de Tuluá, donde se identifican las amenazas y

oportunidades que pueden ayudar a generar emprendimientos sociales en la región.

Tabla 14. GUIA DE ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle Sede Tuluá

ENTORNO: Social

VARIABLE	A/O	AM	Am	om	OM
Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas NBI (Necesidades Básicas Insatisfechas), al año 2012: Urbana: 13.40%, Rural: 29.97%, Total: 15.75%	A	X			
Servicios con que cuentan las viviendas, según censo 2005: Energía eléctrica 98.10%, Alcantarillado 95.80% , Acueducto 97.30% , Gas natural 57.60%, Teléfono 65.90%	O				X
Promedio de personas por hogar, según censo 2005: Urbano: 3.7%, Rural: 4%	O			X	
Hogares con actividad económica, según censo 2005: Con actividad económica 6.50% Sin actividad económica 93.50%	A	X			
Nivel de educación según censo 2005: Preescolar 4.00%, Básica Primaria 37.10%, Secundaria 37.80% , Media Técnica 4.00%, Normalista 0.20% Superior y posgrado 9.10%, Ninguna 7.80%	O				X
Tasa de analfabetismo población, según censo 2005: Analfabetismo 5 o más años: 6.5% Analfabetismo 15 o más años: 6.2%	A		X		
Asistencia escolar de la población de 3 a 24 años 64.20%	O				X
Porcentaje de población con prevalencia de limitaciones permanentes por sexo Personas con limitaciones permanentes hombres 5.50% Personas con limitaciones permanentes mujeres 5.00%	A		X		
Distribución porcentual de las actividades económicas del municipio año 2005: Industria 8.00%, Comercio 52.90% Servicios 34.30%, Otras actividades 4.80%	O				X
Distribución por niveles de estudio en el Municipio de Tuluá, al año 2012: Preescolar 4.057, Básica primaria 18.106, Educación media 14.371, Media Técnica 5.263 Ciclos adultos 3.285, Educación especial 385, Totales 45.467	O				X

3.4 ENTORNO CULTURAL DE TULUA

Cuenta el municipio de Tuluá con 11 Centros Culturales, un teatro de estilo republicano patrimonio nacional, cuatro auditorios para eventos, sala de exposiciones para arte, tres bibliotecas, un centro de historia, un museo de arte vial, un museo de etnobotánica, un museo de historia y uno de corferias.

El departamento de arte y cultura del municipio de Tuluá de acuerdo al anuario estadístico 2012 ha realizado los siguientes programas: Formación de artistas con 31 docentes y artistas que se capacitaron en danza, teatro, cualificación de artistas en técnicas y manejo de artes con 24 personas que se capacitaron en técnicas de música, promoción de la historia tulueña beneficiando a más de 200.000 habitantes, promoción del desarrollo de investigaciones, fortalecimiento de la participación y la inclusión institucional con 12 artistas tulueños capacitados, apoyo a intercambios culturales para la comunidad “Drua Embera Chami” asentada en Tuluá, apoyo a eventos y expresiones artísticas y culturales, fomento e incentivos para promover la lectura, la literatura y el arte audiovisual, promoción y apoyo de artistas tulueños para la participación en eventos culturales nacionales e internacionales, fortalecimiento para la formación artística a poblaciones vulnerables con 3970 niños, jóvenes y adultos formados en 90 barrios, espacios de consulta de textos e información para la educación, 5 bibliotecas en barrios, capacidad dotacional de equipos e instrumentos, 11 centros culturales.

Se realizan eventos culturales como: La feria de Tuluá, fiesta de reyes y feria ganadera Corregimiento La Marina, fiestas del Campesino Corregimiento de Barragán, festival Corazón dulce, Expociencias Tuluá, encuentro nacional de estudiantinas, festival internacional de contadores de historias y leyendas, festival internacional del mate y el guarapo y la música autóctona, festival de Santa Cecilia, festival de títeres, festival de danza folclórica de parejas, celebración de la Afrocolombianidad, feria de Tuluá, los famosos buscan la fama, festival regional de teatro,, cine a la calle, festival de arte y cultura Comfandi, concurso municipal de audiovisuales, concurso estudiantil de cuento y poesía, club de cine los 4000 golpes, formación artística en la danza, música, teatro y artes plásticas, Cristo al parque, club de astronomía.

Algunos de los personajes más destacados en el municipio de Tuluá son: Juan María Céspedes, María Antonia Ruíz, Heriberto Gil Martínez (Aeropuerto Heriberto Gil Martínez), Absalón Fernández de Soto (Ministro, Gobernador, Contralor General de la República, fundador de la feria de Cali y del Colegio Julia Restrepo), Gonzalo Lozano Lozano (Gobernador, Presidente de la Asamblea, creador del puente blanco y los muros del río Tuluá).

Con respecto a los eventos culturales podemos encontrar: Mercedes Gómez Victoria (Primera mujer que escribió novelas en Colombia, como “El misterio de la vida”), Enrique Uribe White (Revista cultural más importante de Latinoamérica, director de la biblioteca nacional, el más universal de todos los Tulueños), Germán Cardona Cruz (el más importante cuentista de nuestro Municipio, forjador de intelectuales y escritores Tulueño), Oscar Londoño Pineda (la memoria evocativa de Tuluá, toda su obra gira alrededor de su terruño, Tuluá visión personal siete

tomos), Gustavo Álvarez Gardeazabal (Alcalde, Gobernador, escritor. El hombre más informado de Colombia).

En el municipio de Tuluá se destacan escritores como; Daniel Potes Lozano, Daniel Potes Vargas y Fabio Hernán Gómez Potes. Así mismo los poetas: Omar Ortiz, Alba Lucía Tamayo y Walter Mondragón. Dentro de los historiadores se encuentran: Guillermo E. Martínez Nuñez, Guillermo E. Martínez Martínez, Francisco Gálvez Osorio, Joaquín Paredes Cruz, José Hugo Ochoa, Carlos Eduardo Escobar, Carlos Ochoa Martínez y Omar Franco.

Por otra parte, los medios de comunicación del municipio, se encuentran “El Iris” (1915), “Verbo Rojo” (1915-1916), “Mercurio” (1934), “La esfera”, “La Variante”, y en la actualidad se encuentra “El Tabloide”. Con respecto al arte, se encuentra la Plástica Tulueña y sus artistas; Francisco Gómez, Silvio Villegas, James Moncada, Luz Mery Mercado, Alfonso Ospina, Julián Tamayo, Kino Lozano, Luis Eduardo Bernal, María del Pilar Galindo, Orlando Zúñiga, Hermanos Zúñiga Reyes, Padre Montalvo. Dentro de los Músicos Tulueños se encuentran: Héctor Cedeño Paredes (Guardián de la música andina Colombiana), Edmundo Arias Valencia (El más grande de la música tropical Colombiana), Oswaldo Franco, Ramiro Arana Marmolejo y el charrito negro.

Así mismo, dentro de los personajes míticos Tulueños están: Gustavo Álvarez Gardeazabal, por su obra “Cóndores no entierran todos los días”, Faustino Asprilla, futbolista profesional más importante del país y Saúl García, cardiólogo pediátrico reconocido internacionalmente.

De acuerdo a lo anterior, la cultura influye en la fuerza laboral de una región, generando emprendimientos culturales como en el deporte, la escritura, la poesía, los festivales, la feria agroindustrial de Tuluá con reconocimiento nacional, la cual moviliza recursos a partir de la publicidad, los artistas, la muestra agroindustrial, donde las artesanías son punto de encuentro de culturas nacionales y dentro del cual se pueden generar alianzas estratégicas, vender servicios y productos propios de la región trayendo bienestar a través de la creación y fortalecimiento de nuevas empresas en el municipio y la región del Centro del Valle del Cauca.

En la siguiente tabla se muestra el análisis de la matriz del entorno cultural del municipio de Tuluá, identificando las amenazas y oportunidades que pueden fomentar la creación de empresas culturales en el municipio.

Tabla 15. GUIA DE ANÁLISIS DE MACROAMBIENTE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle Sede Tuluá
ENTORNO: CULTURAL

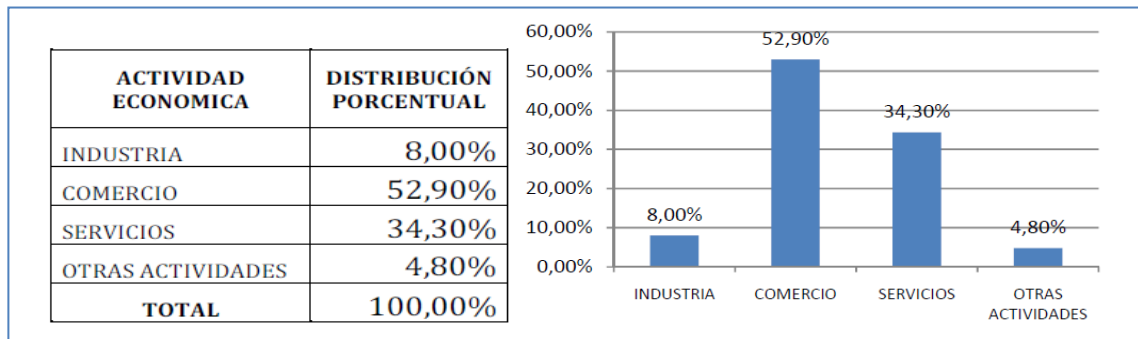
VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Reconocimiento institucional por el Ministerio de cultura.	O				X
Promoción de la cultura.	O				X
Desplazamiento de los actores culturales.	A	X			
Ingresos por actividades culturales	A	X			
Fortalecimiento de Centros culturales del municipio.	O				X
Feria agroindustrial reconocida	O				X
Festivales internacionales de música Andina.	O				X
Personajes destacados en: Deporte, Escritura, poesía	O				X
Elementos culturales: Novelas, revistas, caricaturas, plástica, baile.	O				X
Formación artística a poblaciones vulnerables.	O				X
Fuentes de Empleo relacionadas con las empresas culturales.	O				X
Agrupaciones Artísticas del municipio.	O				X

3.5 Vocaciones económicas

Según el Anuario estadístico de Tuluá (2010), en el municipio de Tuluá las actividades económicas que más se destacan son: La Industria, el Comercio y las empresas de Servicios. Destacándose en primer lugar el Comercio, como actividad principal del Municipio; en segundo lugar, las empresas de Servicios y en tercer lugar, la Industria. Hasta el año 2009, en Tuluá existían 3.287 Negocios Comerciales, 253 Negocios Industriales y 2.312 Negocios de Servicios. Dentro de las grandes empresas del municipio se encuentran los Ingenios azucareros, San Carlos y Carmelita, Bancos, Clínicas, empresas de servicios, como la Compañía de Electricidad de Tuluá, CentroAguas S.A, Levapan, Almacenes Andrade, Hipermercado la 14 y Almacenes Éxito, entre otros.

La siguiente tabla muestra la distribución porcentual de las actividades económicas del Municipio de Tuluá, donde se observa que en primer lugar, el comercio tiene mayor representación, siendo este, un sector con oportunidades de negocio para los egresados de la Sede Tuluá que decidan ser emprendedores. En segundo lugar las empresas de servicios y finalmente la industria con menor representación en la economía del Municipio.

Tabla 16. Distribución Porcentual De Las De Actividades Económicas De Municipio de Tuluá.

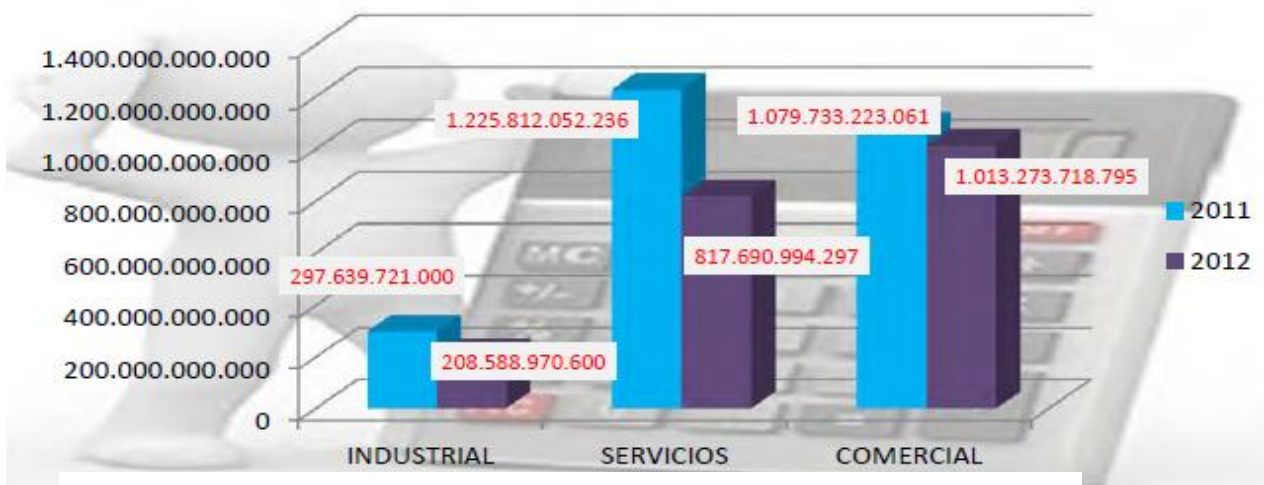


Fuente: Censo Nacional, 2005, Retomado en Anuario estadístico Tuluá (2010).

La siguiente tabla muestra el nivel de ingresos por sectores económicos del municipio. Donde se evidencia que de los principales sectores de la economía del Municipio de Tuluá, el que obtuvo un nivel mayor de ingresos para el año 2012, que en comparación con el año 2011 fue el sector de servicios, este comportamiento indica que los sectores con mayor movimiento económico son el de servicios y el comercial, permitiendo esto, que los egresados emprendedores de la Sede Tuluá identifiquen los sectores más rentables para crear empresa.

Tabla 17. Nivel de ingresos por sectores económicos

SECTOR ECONOMICO	INGRESOS BRUTOS		VARIACION EN PESOS	VARIACION PORCENTUAL
	2011	2012		
INDUSTRIAL	297.639.721.000	208.588.970.600	-89.050.750.400	-42,69
SERVICIOS	1.225.812.052.236	817.690.994.297	-408.121.057.939	-49,91
COMERCIAL	1.079.733.223.061	1.013.273.718.795	-66.459.504.266	-6,56



Fuente: Rentas Municipales (2011-2012), Retomado en Anuario estadístico Tuluá (2012).

La siguiente tabla muestra las primeras diez industrias del municipio de Tuluá según sus ingresos. Donde este listado permite a los egresados emprendedores de la Sede Tuluá identificar qué empresas del sector industrial son más eficaces, además de identificar la competencia. Además, se puede identificar que las industrias más antiguas de Tuluá, como Levapan, Industria de harinas Tuluá y la Productora de Jugos, son las más rentables.

Tabla 18. Primeras diez industrias de Tuluá según sus ingresos brutos

ORDEN	NOMBRE ESTABLECIMIENTO
1	LEVAPAN S.A
2	INDUSTRIA DE HARINAS TULUA LTDA
3	PRODUCTORA DE JUGOS SAS
4	TRAPICHE VICTORIA
5	INDUSTRIA DE ALIMENTOS CARBEL S. A.
6	B.A.S. INGENIERIA S. A.
7	LACTEOS TULUA - QUESO MONTELORO
8	ALIMENTOS CONCENTRADOS LA BASTILLA
9	CONCRETOS ARGOS S. A.
10	TECNIMONTAJES Y PROYECTOS LTDA

Fuente: Rentas Municipales, Retomado en Anuario estadístico Tuluá (2012).

Este listado permite a los egresados emprendedores de la Sede Tuluá identificar qué empresas de servicios son más eficaces, además de identificar su competencia. En este listado se puede identificar que las empresas que ofrecen los servicios públicos básicos gas, energía y agua; como Gases de Occidente, Compañía de Electricidad y Centro aguas, son las más rentables.

Tabla 19. Primeras diez empresas de servicios según sus ingresos brutos

ORDEN	NOMBRE ESTABLECIMIENTO
1	GASES DE OCCIDENTE S. A. E. S. P.
2	COMPAÑIA DE ELECTRICIDAD DE TULUA S. A. E. S. P.
3	CENTROAGUAS S.A.E.S.P.
4	PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA S.A.
5	CONSTRUCCIONES EL CONDOR S. A.
6	COLOMBIA TELECOMUNICACIONES S.A E.S.P TELECOM
7	CONSORCIO MORENO TAFUR
8	GASES DE OCCIDENTE S. A. E. S. P.
9	BBVA COLOMBIA
10	BANCO POPULAR SA

Fuente: Rentas Municipales, Retomado en Anuario estadístico Tuluá (2012).

Este listado permite a los egresados emprendedores de la Sede Tuluá identificar qué empresas comerciales son más eficaces, además de identificar su competencia. En este listado se puede identificar que las empresas dedicadas al comercio son muy variadas, siendo más rentables, la empresa de Nutrición de planta, distribuidora Districosmos y Supertiendas Olímpica.

Tabla 20. Primeras diez empresas de comercio según sus ingresos brutos

ORDEN	NOMBRE ESTABLECIMIENTO
1	NUTRICIÓN DE PLANTAS S.A.
2	DISTRICOSMOS
3	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A
4	CENTRO MOTORS S.A
5	HIPERMERCADO LA 14 TULUA
6	JOTA BE S.A
7	DROGUERIAS Y SUPERMERCADOS COMFANDI- TULUA
8	GRANERO EL PORTAL
9	ALMACENES EXITO S.A
10	TELEFONICA MOVILES COLOMBIA S.A

Fuente: Rentas Municipales, Retomado en Anuario estadístico Tuluá (2012).

la siguiente tabla muestra la cantidad de empresas del municipio con respecto a los empleos que estas ofrecen. Donde esta información permite identificar qué tipos de empresas se encuentran en Tuluá y sus alrededores, además de la cantidad de empleos que estas ofrecen a la comunidad del Centro y Norte del Valle, evidenciándose que en esta zona las microempresas tienen mayor presencia, y de esta manera ofrecen una cantidad mayor de empleos en comparación con las demás; pero esta es mucho menor si comparamos la cantidad de grandes empresas, que aunque es menor, la cantidad de empleo que ofrece es amplia.

Tabla 21. Relación cantidad de empresas, empleos, activos y ventas reportadas 2012

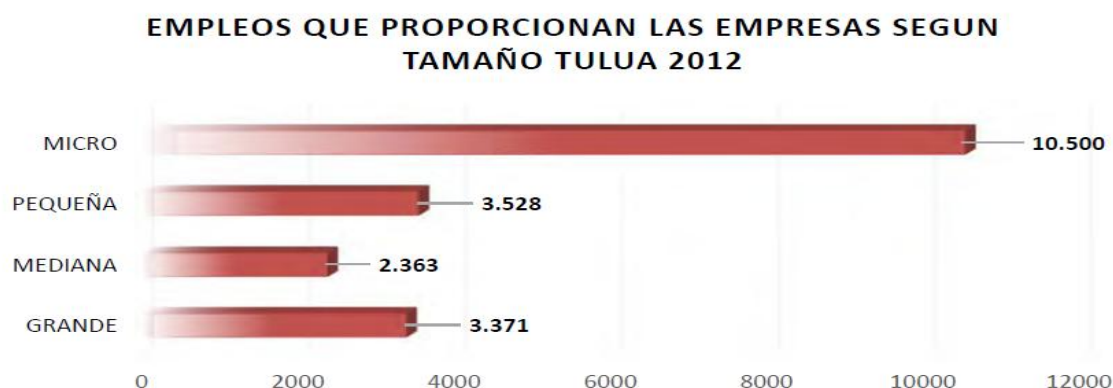
JURISDICCION ANDALUCIA, BOLIVAR, BUGALAGRANDE, RIOFRIO, TRUJILLO, TULUA Y ZARZAL				
RELACION CANTIDAD DE EMPRESAS, EMPLEOS, ACTIVOS Y VENTAS REPORTADAS 2012				
	Empresas	Empleos	Activos	Ventas
			(en millones)	(en millones)
GRANDE	26	11,546	\$ 3.354.606	\$ 1.752.035
MEDIANA	60	2,602	\$390,92	\$395,81
PEQUEÑA	250	3,89	\$244,61	\$329,18
MICRO	6870	13,684	\$69,23	\$171,88
Total general	7,206	31,722	\$ 4.059.361	\$ 2.648.903

Fuente: Ministerio de Trabajo, Retomado en Anuario estadístico Tuluá (2012).

La siguiente tabla permite identificar que en el municipio de Tuluá es mayor el número de microempresas en comparación con los demás tipos de empresas, siendo estas, las que generan mayor empleo en el municipio, pero en comparación con las grandes empresas cuya cantidad es 21, el empleo que genera es mucho más representativo. Debido a que la esencia de las microempresas, es que el gerente es quien realiza todas las operaciones de negocio, esto finalmente conlleva a que no se genera riqueza y progreso para varias familias Tuluéñas.

Tabla 22. Comportamiento de las empresas por tamaño en el Municipio de Tuluá

COMPORTAMIENTO DE LAS EMPRESA POR TAMAÑO EN EL MUNICIPIO DE TULUÁ 2012				
	Empresas	Empleos	Activos	Ventas
			(en millones)	(en millones)
TULUÁ	5,454	19,762	\$ 2.059.767	\$ 1.302.560
GRANDE	21	3,371	\$ 1.493.371	\$564,72
MEDIANA	47	2,363	\$298,29	\$298,48
PEQUEÑA	215	3,528	\$210,16	\$287,74
MICRO	5171	10.500	\$57,95	\$151,63



Fuente: Ministerio de Trabajo, Retomado en Anuario estadístico Tuluá (2012).

En la siguiente tabla de guía de análisis del macro ambiente se identifican las amenazas y oportunidades del entorno de vocaciones económicas del

Municipio de Tuluá, lo que permite identificar variables que incentivan la generación de nuevas empresas en el municipio, y así mismo generación de empleo y de riqueza para la región.

Tabla 23. GUIA DE ANÁLISIS DE MACROAMBIENTE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle Sede Tuluá
ENTORNO: VOCACIONES ECONÓMICAS

VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Variación de la Tasa de desempleo urbano (%); entre el año 2010 y 2011; de 11.1 al 10.0.	A	X			
Salario mínimo entre el año 2012 y 2013; de 566.700 a 589.500.	O			X	
Índice de Precio al Consumidor IPC entre mayor sea el IPC mayor poder de compra aumenta el tamaño de los mercados.	O				x
Mayor crecimiento económico – mayor producción-mayor puestos de trabajo-nuevas oportunidades-mayor número de bienes y servicios	O				X
Innovación – aumenta los nichos de mercado-mayor número de bienes y servicios	O				x
Política monetaria –financiación de empresas – gestión de recursos – cultura del ahorro	O				x
Número de empresas en el municipio de Tuluá	O			X	
Cantidad de empleo en el municipio de Tuluá y sus alrededores.	A	X			

3.6 Entorno Jurídico Legal

De acuerdo al Sistema de Educación en Colombia, la Ley 115 de 1994 establece que la educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos, y de sus deberes. Señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de la personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

La misma Ley organiza la educación formal en niveles de preescolar, básica (primaria y secundaria) y media, no formal e informal, dirigida a niños y jóvenes en edad escolar, a adultos, a campesinos, a grupos étnicos, a personas con limitaciones físicas, sensoriales y psíquicas, con capacidades excepcionales, y a personas que requieran rehabilitación social.

Por otra parte, la educación Superior es regulada por la Ley 30 de 1992. La cual es entendida como un servicio público que puede ser ofrecido tanto por el Estado como por particulares, y se realiza con posterioridad a la educación media. Para ello, se han definido varios tipos de Instituciones según su naturaleza y objetivos (Instituciones Técnicas Profesionales, Instituciones Tecnológicas, Instituciones Universitarias y Universidades).

De esta manera, el gobierno nacional a través del Plan Nacional de Desarrollo 2010- 2014⁵, plantea la necesidad de desarrollar proyectos que favorezcan el desarrollo social y económico de la región y uno de los objetivos es el de trabajar en el crecimiento sostenible y la competitividad, en el cual se establecen objetivos para alcanzar dicho crecimiento y para ello el gobierno actual ha definido tres grandes pilares, dentro de los cuales se encuentran la *Innovación para la prosperidad, las políticas de competitividad y productividad*; y finalmente, *el impulso a las locomotoras para el crecimiento y la generación de empleo*.

Específicamente el pilar de la Innovación para la prosperidad, según el PND 2010-2014, se busca generar una cultura de innovación y emprendimiento en todas las áreas del Estado, incluyendo las Universidades, el sector empresarial, y por supuesto a la sociedad civil, como apoyo a este proceso de innovación para alcanzar la prosperidad en el país.

Según el PND 2010-2014 la innovación se concibe como el mecanismo que puede garantizar la sostenibilidad del crecimiento y la competitividad del país a largo plazo, no solo desarrollando nuevos productos y transformando los productos existentes; sino creando nuevas formas de organizar, gestionar, producir, entregar, comercializar, vender y relacionarse con los clientes y proveedores; es decir, generando valor agregado a través de toda la cadena productiva. Por ello, el gobierno nacional define que la innovación y la inversión en investigación y desarrollo no son exclusivas de los sectores de alta tecnología, por el contrario, debe extenderse a todos los sectores económicos y a la comunidad.

En este sentido, el Gobierno Nacional busca que todas las Instituciones de Educación Superior potencien esta cultura del emprendimiento. Siendo este un factor fundamental para que haya crecimiento en el país, mejore la calidad de vida

⁵ Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014. Prosperidad para todos.

de los Colombianos y de esta manera disminuyan las tasas de desempleo. El emprendimiento ha sido definido mediante *la Ley 1014 de 2006 De fomento a la cultura del emprendimiento* como:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en oportunidades, planteadas con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.(Diario Oficial No. 46.164, 2006).

Esta ley, promovida en el período presidencial del Presidente Álvaro Uribe Vélez, busca promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país. Además busca crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar una cultura del emprendimiento y de la creación de empresas, establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo. Formar a los estudiantes en competencias básicas, laborales, empresariales, a través de una cátedra de emprendimiento.

En este orden de ideas el emprendimiento involucra aspectos sociales, personales, cognitivos; quedando claro que es un tema amplio, que puede ser abordado desde diversas perspectivas. Y que es una opción que tiene la nación para convertirse en un país más competitivo, no es solo el hecho de crear empresa, sino que estas tengan la capacidad de permanecer en el tiempo, es decir; que finalmente sean empresas exitosas.

En la siguiente tabla de guía de análisis del macro ambiente se identifican las amenazas y oportunidades del entorno jurídico- Legal, lo que permite identificar variables que promueven el emprendimiento y la creación de empresa de acuerdo a las bases políticas del Estado y su marco jurídico.

Tabla 24. GUIA DE ANÁLISIS DE MACROAMBIENTE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle Sede Tuluá
ENTORNO: JURÍDICO- LEGAL

VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
1. Ley 30 de 1992, servicio público de Educación Superior. Expresa normas por medio de las cuales se reglamenta la organización del servicio público de la Educación Superior.	O				X
2. Decreto 1295 20 de abril de 2010, Por el cual se reglamenta el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior.	O				X
3. Decreto 2216 del 6 de Agosto de 2003, dispone los requisitos para el cambio de característica académica, tales como; Instituciones técnicas, Profesionales, Tecnologías, Públicas o Privadas.	O				X
4. Ley 1064 de 2006, trata sobre los requisitos para los programas de educación por ciclos propedéuticos.	A		X		
5. Ley 1324 del 13 de julio de 2009, por la cual se fijan parámetros y criterios para organizar el sistema de evaluación de resultados de la calidad de la educación.	O				X
6. Decreto 2566 de Septiembre 10 de 2003, habla sobre las condiciones mínimas de calidad para la Educación Superior.	O				X
7. Ley 749 de Julio 19 de 2002, Por la cual se organiza el servicio público de la educación superior en las modalidades de formación técnica profesional y tecnológica.	O				X
8. Decreto 3963 del 14 de Octubre de 2009, por el cual se reglamenta el Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior.	O				X
9. Decreto 5012 del 28 de Diciembre de 2009, por el cual se Modifica la Estructura del Ministerio de Educación Superior y se determinan las funciones de sus dependencias.	O				X
10.Ley 80 de 1993 –Ley 1150 de 2007 – decreto 066 de 2008 contratación con el estado	O				X
Ley 590 de 2000 y Ley 905 de 2004 Ley MIPYME promueven y estimulan a las micro, pequeñas y medianas empresas, las clasifica por el tamaño con base en el número de empleados y de actividades y apoya el financiamiento por medio de Fondo MIPYME	O				X
Ley 1014 de 2006 Ley de Emprendimiento fortalece la cultura de emprendimiento es una oportunidad para el emprendedor	O				X

3.7 Entorno Político Gubernamental

Sistema de Aseguramiento de la Calidad (SACES).

De acuerdo a lo establecido por el MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL, este sistema fue creado para que las Instituciones de Educación Superior (IES) realicen de forma automática los trámites asociados al proceso de Registro Calificado y de tipo institucional como: Reconocimiento de personería jurídica, aprobación de estudio de factibilidad para Instituciones de Educación superior públicas, Cambio de carácter, reconocimiento como universidad, redefinición para el ofrecimiento de ciclos propedéuticos, además, autorización de creación de seccionales.

Por otra parte, el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES) es el organismo encargado de dirigir la educación superior en Colombia. El cual define que son aceptadas como instituciones de la educación superior las Instituciones Técnicas Profesionales, las Instituciones Universitarias o Escuelas Tecnológicas y las Universidades. Por consiguiente las instituciones técnicas profesionales son aquellas facultadas legalmente para ofrecer programas de formación en ocupaciones de carácter operativo e instrumental y de especializaciones en su respectivo campo de acción, sin perjuicio de los aspectos humanísticos, propios de este nivel. Son Instituciones Universitarias o Escuelas Tecnológicas aquellas facultadas para adelantar programas de formación en ocupaciones, programas de formación académica en profesiones o disciplinas y programas de especialización. Y finalmente, son universidades las reconocidas actualmente como tales y que acrediten su desempeño con criterio de universalidad en las actividades de investigación científica o tecnológica, la formación académica en profesiones o disciplinas y la producción, desarrollo y transmisión del conocimiento y de la cultura universal y nacional.

En este sentido, para brindar garantías en los temas de evaluación, certificación y acreditación de la calidad de la educación superior en Colombia, se ha creado dentro del sistema educativo, el denominado Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (SACES) conformado por los organismos, las acciones y las estrategias que aplican desde el proceso mismo de creación y establecimiento de una institución de educación superior, hasta el desempeño del profesional que egresa del sistema.

Por consiguiente, el Estado a través del ICETEX, promueve el acceso a la educación mediante el otorgamiento de créditos educativos, con recursos propios o de terceros, a la población con menores posibilidades económicas y buen

desempeño académico. Igualmente, facilita el acceso a las oportunidades educativas que brinda la comunidad internacional para elevar la calidad de vida de los colombianos y así contribuir al desarrollo económico y social del país. Es un instrumento financiero y social, para beneficiar a los estudiantes con méritos académicos, que no cuentan con recursos económicos suficientes para ingresar o permanecer en la educación superior.

Para realizar seguimiento al problema de la deserción en la educación superior, es decir, a los estudiantes que abandonan sus estudios superiores. El Centro de Estudios Económicos (CEDE), de la Universidad de los Andes diseñó el SPADIES. Este sistema calcula el riesgo de deserción de cada estudiante y clasificarlos por grupos. Facilita la elección y la evaluación de estrategias para cada una de las situaciones que influyen en el abandono de los estudios: situación del estudiante, programa académico, la institución, entre otras. Facilita la consulta, la consolidación, la interpretación y el uso de la información sobre deserción (tablas, gráficos, por diversos criterios).

Con este software es posible tener estadísticas sobre la deserción en las instituciones de educación superior, identificar los riesgos que llevarían a un estudiante a abandonar sus estudios y hacer seguimiento y evaluación a las estrategias diseñadas para evitar este problema. El Público objetivo del SPADIES son; Estudiantes y orientadores profesionales, Directivos y docentes de la educación superior, Investigadores, Organismos gubernamentales y no gubernamentales.

En la siguiente tabla de guía de análisis del macro ambiente se identifican las amenazas y oportunidades del entorno político- gubernamental, lo que permite identificar variables que apoyan el proceso de educación superior, la calidad, financiación y permanencia de los mismo en las instituciones, a través de los mecanismos que brinda el Estado. Lo cual apoya el proceso de educación empresarial en el nivel superior de educación.

Tabla 25. GUIA DE ANÁLISIS DE MACROAMBIENTE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle Sede Tuluá
ENTORNO: POLÍTICO- GUBERNAMENTAL

VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Aumento de la cobertura en la Educación Superior	O				X
Financiamiento con Créditos ICETEX, para Educación Superior.	O				X
Disminución de la deserción estudiantil en la educación superior, con la implementación del sistema SPADIES.	O				X
Implementación de estrategias de descentralización de la educación Superior, tales como: Sistemas de Regionalización. Educación Virtual.	O				X
Sistema Nacional de Evaluación, que permite monitorear avances, identificar debilidades y proponer acciones de mejoramiento.	O				X
Sistema de Aseguramiento de la Calidad para la Educación Superior; es decir, el conjunto de acciones orientadas a promover, gestionar y mejorar permanentemente la calidad de las instituciones y programas de educación superior, y su impacto en la formación de los estudiantes.	O				X
Implementación de Programas para el fomento de competencias, con el fin de aunar esfuerzos para el desarrollo de estrategias orientadas a la construcción de ciudadanía desde sus ámbitos de acción.	O				X
Desarrollo profesional de los docentes y directivos, con el fin de contar con un cuerpo docente altamente calificado, y así lograr que los estudiantes desarrollen sus competencias.	O				X
Fomento a la investigación e innovación, para fortalecer la cultura de la investigación como un vehículo para alcanzar mayores niveles de desarrollo tanto económico como social.	O				X
Observatorio Laboral para la Educación. Sistema de información que reúne datos concretos para interpretar las relaciones entre el mundo de la educación superior y el mundo Laboral.	O				X
Fortalecer los vínculos universidad – empresa; Para aumentar la pertinencia de la educación y dinamizar la investigación aplicada.	O				X
Promover la cultura de la responsabilidad social universitaria, para que la universidad y los estudiantes no sean indiferentes a la situación de inequidad, pobreza y violencia del país.	O				X

3.8 Entorno Tecnológico

En este entorno se identifican de forma detallada las brechas entre las tecnologías y los procesos utilizados por las empresas, sin embargo el balance como concepto integral no se refiere sólo a máquinas, equipos y herramientas, sino también a conocimientos, habilidades y capacidad de organización. En la actualidad es aceptado el que el desarrollo y la difusión de las nuevas tecnologías representan un elemento central para el crecimiento de la producción y la productividad enfocada a la gestión del conocimiento con la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación. En este sentido, la sociedad del conocimiento constituye un reto para las organizaciones de nuestro país, debido a que convierten los recursos tradicionales en recursos que se fusionan con las nuevas tecnologías de información y sistemas de comunicación, que finalmente permiten ofrecer servicios y productos innovadores, permitiendo que estas sean más competitivas en el mercado. Por tanto, el entorno tecnológico tiene diferentes formas de ser abordado teniendo en cuenta las necesidades organizacionales y la solicitud de los clientes.

De esta manera el mejoramiento de la eficacia global de los sistemas nacionales de innovación e investigación se convierten en una prioridad del poder público, así como los objetivos de crecimiento y empleo. Infraestructura de la sociedad de la información Las posibilidades que una nación tiene de participar en la nueva economía, dependen fundamentalmente de su capacidad para procesar eficientemente la información. Dicha capacidad, está sujeta al nivel de desarrollo del país en tres aspectos principales: Infraestructura Computacional, Infraestructura de Información e Infraestructura Social.

Por otra parte, se encuentra la red de tecnología avanzada que conecta, comunica, y propicia la colaboración entre las instituciones académicas y científicas de Colombia con las redes académicas internacionales y los centros de investigación más desarrollados del mundo, conocida como la red RENATA⁶. El gran valor agregado de esta red radica en el poder de comunicación y colaboración entre sus miembros. Nuestra labor se rige por los principios de colaboración, innovación, desarrollo tecnológico y calidad del servicio. Además es administrado por la Corporación RENATA, de la cual son miembros las Redes Académicas Regionales, el Ministerio de Educación, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y Colciencias. De esta manera, estos procesos de innovación constante facilitan la generación de emprendimiento y creación de empresa.

⁶ Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada.

Tabla 26. Instituciones conectadas a RENATA

Hasta el año 2008, había 146 instituciones, las que se encontraban conectadas a RENATA. A continuación se listan algunas de ellas.

Institución	Tipo de institución	Ciudad	Red Académica Regional
Universidad de Santander, UDES	IES	Bucaramanga	UNIRED
Universidad de Santo Tomás	IES	Bogotá	RUMBO
Universidad de Sucre	IES	Sincelejo	RIESCAR
Universidad del Atlántico	IES	Barranquilla	RUTA Caribe
Universidad del Cauca	IES	Popayán	RUP
Universidad del Magdalena	IES	Santa Marta	RIESCAR
Universidad del Norte	IES	Barranquilla	RUTA Caribe
Universidad del Quindío	IES	Armenia	RADAR
Universidad del Rosario	IES	Bogotá	RUMBO
Universidad del Sinú	IES	Montería	RIESCAR
Universidad del Tolima	IES	Ibagué	RADAR
Universidad del Valle	IES	Cali	RUAV
Universidad Distrital Francisco José de Caldas	IES	Bogotá	RUMBO
Universidad EAN	IES	Bogotá	RUMBO
Universidad Francisco de Paula Santander (Cúcuta)	IES	Cúcuta	UNIRED
Universidad ICESI	IES	Cali	RUAV
Universidad Industrial de Santander, UIS	IES	Bucaramanga	UNIRED
Universidad La Gran Colombia	IES	Bogotá	RUMBO

Fuente: Documento de Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada. RENATA, 2011

En la siguiente tabla de guía de análisis del macro ambiente se identifican las amenazas y oportunidades del entorno tecnológico, lo que permite identificar variables apoyan procesos de creatividad e innovación para la creación de empresas relacionadas incorporando las tecnologías de la información y la comunicación.

Tabla 27. GUIA DE ANÁLISIS DE MACROAMBIENTE

EMPRESA / ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle Sede Tuluá
ENTORNO: TECNOLÓGICO

VARIABLE	A/O	AM	am	om	OM
Fortalecimiento de la educación virtual en Colombia.	O				X
Fomento de redes de emprendimiento a través de las redes de gestión del conocimiento y la incorporación de las Tic.	O	X			
Redes universitarias de alta velocidad para la investigación y la educación, como la Red Caldas "que es un instrumento de comunicación para el intercambio de conocimientos científicos y tecnológicos entre los investigadores colombianos que se encuentran fuera del país y la comunidad científica nacional, con el fin de vincularlos a las actividades de ciencia y tecnología del país".	O				X
Utilización de las TIC en procesos de innovación y desarrollo de nuevas empresas.	O				X
Desarrollo de aplicaciones educativas virtuales que puedan ser incorporadas al ciclo básico de formación profesional y ponerlos al servicio estudiantil: Tales como, teleconferencias, laboratorios, cursos y programas académicos virtuales en las diferentes disciplinas o áreas del conocimiento	O				X
Capacitación de los estudiantes para el uso efectivo de las aplicaciones virtuales y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.	O				X
RENATA, la red de tecnología avanzada que conecta, comunica, y propicia la colaboración entre las instituciones académicas y científicas de Colombia con las redes académicas internacionales y los centros de investigación más desarrollados del mundo.	O				X
E-ciencia. La generación de ciencia e innovación, mediante la utilización de recursos geográficamente distribuidos a los que se accede a través de redes de tecnología avanzada.	O				X
Nuevas Tecnologías (Informática-Internet- e-bussines)oportunidad para acceder a mercados y ser competitivos	O				X
Servicios Tecnológicos y Logísticos procesos competitivos para la empresa-servicios de mantenimiento y asistencia técnica	O				X
Personal especializado-permite disminuir tiempos y riesgos en los proyectos-conocimientos técnicos o científicos-permite ser innovador	O				X

3.9 MATRIZ DE ANALISIS INTEGRADA

De acuerdo a Betancourt (2011:76), para la sistematización y ordenamiento de los resultados de estudio del entorno, se debe presentar la matriz de evaluación integrada del entorno, la cual permite analizar las distintas dimensiones del entorno, clasificarlas en amenazas y oportunidades y evaluarlas en mayores y menores, según se considere pertinente de acuerdo al análisis realizado.

Por lo anterior, la matriz integrada del entorno se utiliza para realizar la evaluación de los entornos demográficos, tecnológicos, económicos, político- gubernamental, jurídico- legal, social y cultural que influyen en la decisión de crear empresa, y de esta manera identificar la relación de estos entornos con la educación superior y el impacto de estos sobre los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá, además de analizar cómo influyen en la decisión de los egresados para crear empresa.

En el desarrollo de la matriz integrada, se identifican variables clave de cada uno de los entornos mencionados anteriormente, que son importantes para la Sede Tuluá y que permiten atenuar el impacto negativo o mantener y fortalecer los factores positivos provenientes del entorno. Posteriormente se identifica la relación de estos con el sector de la educación superior, así mismo, se justifica y se define la importancia de la variable clave determinada en cada entorno. Así de acuerdo a su comportamiento histórico y presente se considera la tendencia de la variable, la cual puede ser de crecimiento, mantenerse igual o decrecer. Y finalmente se describe el impacto de estas variables sobre los egresados de la Sede Tuluá, identificando la importancia que tiene cada y su relación con los egresados empresarios de la Universidad del Valle Sede Tuluá.

Por consiguiente, en la siguiente tabla se presenta la matriz de evaluación integrada del entorno del sector de la educación superior y la relación de cada variable clave con el proceso de creación de empresa.

TABLA 28. MATRIZ DE EVALUCIÓN INTEGRADA DEL ENTORNO

ORGANIZACIÓN: Universidad del Valle- Sede Tuluá

VARIABLES CLAVES	RELACIÓN CON EL SECTOR EDUCACION SUPERIOR	JUSTIFICACIÓN Y TENDENCIA	IMPACTO SOBRE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUA-EMPRENDIMIENTO
Utilización de las TIC en procesos de innovación y desarrollo de nuevas empresas. ENTORNO TECNOLÓGICO	Las Tic's son herramientas que apoyan los procesos de innovación y desarrollo de nuevos productos y servicios, fomentando la creación de empresas enfocadas a la prestación de servicios y venta de productos innovadores en el mercado.	Las tecnologías de la información y la comunicación apoyan los procesos de innovación y desarrollo en las organizaciones.	Las tecnologías de la información y la comunicación permiten que los emprendedores estén informados de las últimas herramientas y tecnologías que apoyan su proceso de creación de nuevas empresas.
Fomento de redes de emprendimiento a través de las redes de gestión del conocimiento y la incorporación de las Tic. ENTORNO TECNOLÓGICO	El uso de las Tic's cambian la forma tradicional de conocer y acceder a las diversa redes de emprendimiento que existen en el país.	Las Tic permiten difundir la información de redes de apoyo a nuevos emprendimientos para su posterior acceso.	Las redes de emprendimiento permiten a la Sede Tuluá. que se apoyen y /o financien las nuevas ideas de negocio de estudiantes y egresados.
Redes universitarias de alta velocidad para la investigación y la educación, como la Red Caldas "que es un instrumento de comunicación para el intercambio de conocimientos científicos y tecnológicos entre los investigadores colombianos que se encuentran fuera del país y la comunidad científica nacional, con el fin de vincularlos a las actividades de ciencia y tecnología del país". ENTORNO TECNOLÓGICO	Las Redes Universitarias permiten que las IES que pertenezcan a estas, estén conectadas y puedan compartir información, como resultados de diversas investigaciones que se realicen.	Las Redes Universitarias, son redes que conectan, comunican, y propician la colaboración entre las instituciones académicas y científicas de Colombia con las redes académicas internacionales y los centros de investigación más desarrollados del mundo.	La Sede Tuluá. hace parte de Redes de investigación. Realizando eventos, donde se exponen proyectos de investigación, avances y resultados obtenidos; además se fomenta la investigación por medio de los Semilleros de Investigación.
Nuevas tecnologías(Informática- Internet-e-bussines) ENTORNO TECNOLÓGICO	Tiene relación directa con mayor competitividad en el mercado.	Estas nuevas tecnologías mejoran los procesos competitivos dentro de las empresas.	La implementación de servicios tecnológicos y logísticos facilita la actividad investigativa y tecnológica de la Sede Tuluá.

Financiamiento con Créditos ICETEX, para Educación Superior. ENTORNO POLÍTICO-GUBERNAMENTAL	El Icetex, por medio de sus diversas modalidades de créditos, permite que muchos estudiantes puedan acceder a la educación Superior.	El Icetex, es el Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior. Destinada a promover la educación superior en Colombia a través del «otorgamiento de créditos educativos y su recaudo, con recursos propios o de terceros, a la población con menores posibilidades económicas y buen desempeño académico.	Los créditos del Icetex, permiten que una gran cantidad de estudiantes, tanto de Pregrado como de Posgrado, puedan acceder a los diferentes programas académicos que ofrece la Sede Tuluá y de esta manera recibir una formación integral que los permita ser generadores de riqueza para la región.
Sistema de Aseguramiento de la Calidad para la Educación Superior. ENTORNO POLÍTICO-GUBERNAMENTAL	El SACES, es en el ente encargado de verificar que las diversas IES, cumplan con las condiciones mínimas de calidad para ofrecer sus diversos programas académicos. Este ente expide el Registro Calificado para cada Programa Académico, y de esta manera se pueda seguir ofertando.	El Saces es el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. El Sistema evalúa a las instituciones de educación superior, sus programas de pregrado y de posgrado y sus estudiantes	La Sede Tuluá., realiza procesos de autoevaluación para verificar cómo se encuentran sus Programas Académicos, y de esta manera cumplir con uno de los requerimientos del SACES, para obtener el Registro Calificado de un Programa Académico.
Fortalecer los vínculos universidad, empresa-estado, para aumentar la pertinencia de la educación y dinamizar la investigación aplicada. ENTORNO POLÍTICO-GUBERNAMENTAL	Es importante que las Universidades tengan una relación constante con sector productivo y el estado, ya que esto permite crear alianzas que apoyen procesos de investigación, innovación y creación de empresa en áreas específicas del sector.	Estos vínculos Universidad-Empresa-Estado, son importantes, debido a que permite conocer las necesidades reales del sector productivo en pro, de dinamizar las investigaciones realizadas en las IES.	El vínculo Universidad-Empresa- Estado, en Sede Tuluá, se lleva a cabo por medio de las prácticas o pasantías que los estudiantes realizan; además de la Coordinación de Extensión, donde se busca vincular a los egresados al sector productivo de la región. Además de a orientar a los emprendedores en la consecución de recursos para la financiación de sus ideas de negocio.
Población de Tuluá discriminada por edad y sexo al año 2012: Primera infancia: 19.012 Segunda infancia: 19.678 Adolescentes: 25.482 Jóvenes: 40.332 Adultos: 99.138	La población entre estos rangos de edad es nuestra población objeto de estudio para la educación superior, tanto de pregrado como de posgrado es el 40% de la población total del	El 48.5% de la población está en etapa productiva, cifra favorable para que se desarrollen ideas de negocio que lleguen a formar empresas	La Sede Tuluá, tiene un porcentaje de población alto con el cual puede promocionar sus programas académicos para aumentar la cobertura y por tanto los ingresos por estudiante que asigna el estado

ENTORNO DEMOGRÁFICO	municipio siendo este un porcentaje importante para fomentar la educación empresarial		debe ofrecer diplomados en emprendimiento aprovechando que la mayor parte de la población se encuentra en etapa productiva
Distribución territorial de la población año 2012: Urbana: 86.24% Rural: 13.76% ENTORNO DEMOGRÁFICO	El mayor porcentaje de la población está ubicado en la zona urbana siendo esto una oportunidad para que las universidades sensibilicen y promuevan sus programas académicos con énfasis en emprendimiento empresarial	La concentración de habitantes en la cabecera urbana favorece al mercado teniendo mayor oportunidad para el consumo y para el fortalecimiento de las PYMES	Mayor cobertura en educación superior a través del mercadeo de sus programas con énfasis en emprendimiento y creación de empresas en Tuluá y su zona de influencia
Decreto 3963 del 14 de Octubre de 2009, por el cual se reglamenta el Examen de Estado de Calidad de la Educación Superior. ENTORNO JURÍDICO – LEGAL	Este decreto reglamenta el examen de estado de calidad de la educación superior	La normatividad referente a la calidad es uno de los indicadores que se tienen en cuenta para otorgar acreditación en los programas	De acuerdo a esta normatividad se puede determinar qué programas académicos cumplen con estos estándares de calidad, además de convertirse en un criterio de selección para los futuros profesionales que ingresan a la Sede Tuluá.
Ley 30 de 1992, servicio público de Educación Superior. Expresa normas por medio de las cuales se reglamenta la organización del servicio público de la Educación Superior. ENTORNO JURÍDICO-LEGAL	Esta Ley dispone que las instituciones de educación superior puedan desarrollar cursos de extensión como son los programas de educación, cursos, seminarios, difusión del conocimiento para bienestar general de la comunidad y sus necesidades.	La ley 30 de 1992 es la que regula la Educación Superior en Colombia.	La Ley 30 es la que otorga autonomía a las universidades, teniendo en cuenta procesos como son: Formación, Investigación, innovación, emprendimiento y proyección social.
Decreto 1295 20 de abril de 2010, Por el cual se reglamenta el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior. ENTORNO JURÍDICO-LEGAL	El decreto 1295 de 2010 es por el cual se reglamentan los requisitos mínimos para que las universidades puedan ofertar sus programas académicos a la sociedad	Sin el cumplimiento de estos requisitos mínimos no se puede funcionar y las universidades se exponen a sanciones del ministerio de educación	El Registro calificado debe renovarse en un período determinado por el estado, y permite a la Sede Tuluá realizar autoevaluaciones constantes de sus procesos que permitan brindar una educación acorde a las necesidades y expectativas del sector productivo y público de la región.

Ley 1014 de 2006 Ley de Emprendimiento. ENTORNO JURÍDICO-LEGAL	Tiene relación directa con el fortalecimiento de la cultura de emprendimiento y creación de empresa.	Esta Ley promueve una cultura de emprendimiento en todos los niveles educativos del país, fortaleciendo y promoviendo el espíritu empresarial.	Para la Sede Tuluá, es importante fundamentarse en esta Ley y de esta manera formar egresados con un espíritu emprendedor y generadores de riqueza para la región.
Ley 590 de 2000 y Ley 905 de 2004 Ley MIPYME ENTORNO JURÍDICO-LEGAL	Esta Ley apoya el financiamiento de empresas por medio del Fondo MIPYME.	Es una oportunidad para las micro, pequeñas y medianas empresas porque apoya el financiamiento de las mismas.	Es importante que la Sede Tuluá. Promueva esta Ley y sus requisitos para acceder a los recursos del Fondo MIPYME para el financiamiento de las MIPYME.
Ley 80 de 1993 – Ley 1150 de 2007. Decreto 066 de 2008 leyes de contratación con el estado. ENTORNO JURÍDICO-LEGAL	Relación directa de contratación con el estado lo cual ofrece oportunidades para la venta de bienes y servicios.	La contratación con el estado es importante porque esta contrata a gran escala, dando mayor utilidad y prestigio a las empresas y emprendedores que contratan con este.	Es importante que la Sede Tuluá. Promulgue estas leyes y decretos del estado, para que los emprendedores conozcan la forma de contratación del estado y de esta manera puedan beneficiarse de los mismos.
Hogares con actividad económica, según censo 2005: Con actividad económica 6.50% Sin actividad económica 93.50%. ENTORNO SOCIAL	El porcentaje de hogares sin actividad económica es del 93.50% lo cual incide en el indicador de estudiantes matriculados y en el indicador de deserción.	La actividad económica es importante para el sector educativo puesto que los estudiantes de pregrado dependen del 100% de los ingresos de sus padres o sus cuidadores.	Si no hay sostenibilidad económica por parte de los padres para sus hijos en el mantenimiento, esto dificultará el acceso a la educación superior y en este mismo sentido su acercamiento a una posible educación empresarial.
Distribución por niveles de estudio en el Municipio de Tuluá, al año 2012: Preescolar 4.057 Básica primaria 18.106 Educación media 14.371 Media Técnica 5.263 Ciclos adultos 3.285 Educación especial 385 Totales 45.467 ENTORNO SOCIAL	El nivel de estudio en el municipio de Tuluá, permite conocer el grado de escolaridad de la población y su impacto sobre la generación de riqueza en la región.	Es importante conocer el nivel de escolaridad de la población del Municipio, debido a que, los estudiantes de la educación media, son quienes posiblemente llegarán a la universidad, y a ellos, debe dirigirse la información relacionada con la oferta académica.	Es necesario que la cobertura en educación media sea del 100% para que así garantice tener un buen número de estudiantes que ingresen a los programas académicos que ofrece la Sede Tuluá, ya que esta, es una oportunidad para que la universidad fortalezca la educación empresarial en la región.
Fortalecimiento de centros culturales ENTORNO CULTURAL	Es importante que las instituciones de educación superior fomenten el desarrollo de programas y proyectos culturales que fortalezcan una	Promover el fortalecimiento de centros culturales incentiva la innovación y la integración de culturas y creencias.	Para la Sede Tuluá es importante promover la cultura; además de programas y proyectos que permitan fortalecer los centros culturales de la región con la

	educación integral.		generación de empresas que apoyen y financien estos proyectos.
Fuentes de empleo relacionados con empresas culturales ENTORNO CULTURAL	Las empresas que brindan servicios relacionadas con el arte y cultura deben fomentarse desde las instituciones de educación superior con el objetivo de brindar una educación integral.	Las empresas relacionadas con la cultura, son generadoras de empleo y es importante buscar mecanismos que permitan apoyar y financiar este tipo de empresas para promover la generación de empleo.	Es importante fomentar el empleo que generan las empresas que brindan servicios en la región, ya que el municipio de Tuluá brinda oportunidades para la generación de emprendimientos en este entorno.
Desarrollo e Innovación ENTORNO MACROECONOMICO	Tiene relación directa con la creación de nuevos productos, apertura de mercados y fortalecimiento de nichos de mercado.	El desarrollo y la innovación de productos y servicios, es importante para la sostenibilidad de las empresas.	Para la Sede Tuluá. Es importante fomentar cultura de innovación y creatividad en el proceso de formación ya que esto genera la creación de emprendimientos y mejora de la calidad de vida.
Política monetaria ENTORNO MACROECONOMICO	Relación directa en la financiación de empresas	Gestión de recursos para el apalancamiento de las empresas	Expansión de las empresas-nuevos nichos de mercado

Fuente: Elaboración propia, modelo adaptado de Papeles de Trabajo para Planes Estratégicos, Betancourt 2012.

4. ANALISIS DEL SECTOR DE LA EDUCACION SUPERIOR

4.1 CARACTERIZACION DEL SECTOR DE LA EDUCACION SUPERIOR

De acuerdo al Informe Nacional sobre el desarrollo de la Educación en Colombia, La educación superior es un servicio público cultural, inherente a la finalidad social del Estado.

Por otra parte, la Ley 30 de 1992 organiza el servicio público de la educación superior y lo define como un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral. Se realiza con posterioridad a la educación media y tiene por objeto el desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional. Posteriormente, la Reforma a la Educación Superior por el Ministerio de Educación Nacional propone una educación por ciclos propedéuticos, además busca fortalecer el ICETEX para que sea el organismo de financiación, modificar el esquema de hora cátedra, promoción de las instituciones de educación superior con ánimo de lucro y capitales privados para la educación pública. Así mismo, el fortalecimiento del emprendimiento es una estrategia que contribuye a dar mayor pertinencia a la actividad científica, tecnológica y de formación de profesionales y desarrollo económico y social de la región y el país.

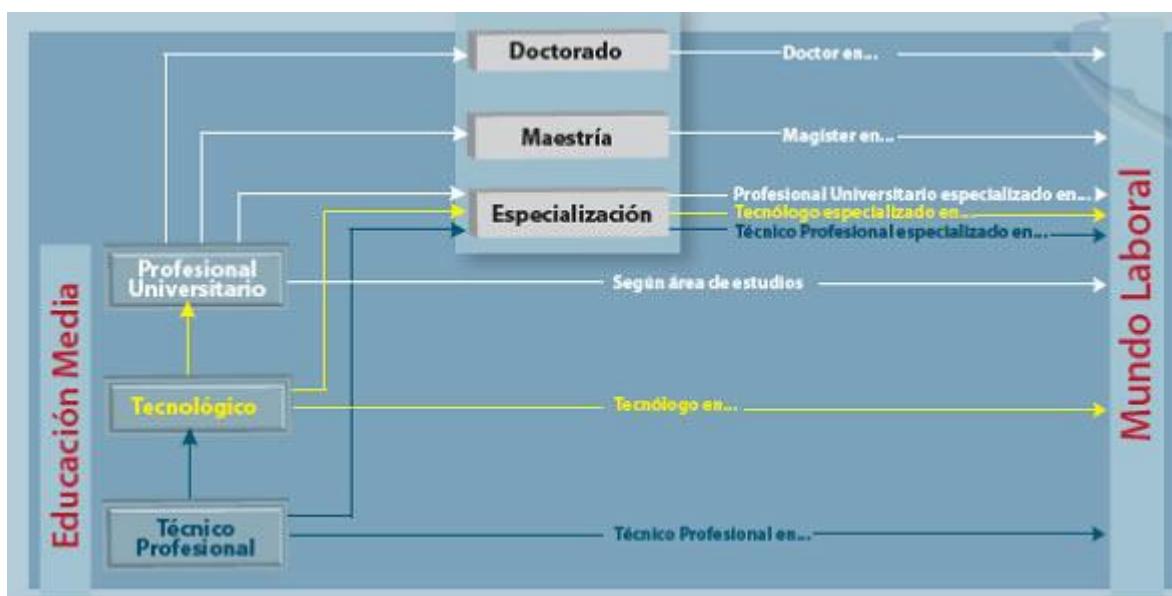
El Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES) es el organismo encargado de dirigir la educación superior en Colombia. Son aceptadas como instituciones de la educación superior las Instituciones Técnicas Profesionales, las Instituciones Universitarias o Escuelas Tecnológicas y las Universidades. Por consiguiente las instituciones técnicas profesionales son aquellas facultadas legalmente para ofrecer programas de formación en ocupaciones de carácter operativo e instrumental y de especializaciones en su respectivo campo de acción, sin perjuicio de los aspectos humanísticos, propios de este nivel. Son Instituciones Universitarias o Escuelas Tecnológicas aquellas facultadas para adelantar programas de formación en ocupaciones, programas de formación académica en profesiones o disciplinas y programas de especialización. Y finalmente, son universidades las reconocidas actualmente como tales y que acrediten su desempeño con criterio de universalidad en las actividades de investigación científica o tecnológica, la formación académica en profesiones o disciplinas y la producción, desarrollo y transmisión del conocimiento y de la cultura universal y nacional.

De acuerdo al Plan Sectorial de Educación 2010-2014, *“Educación de calidad. El camino para la prosperidad”*, este se fundamenta en los lineamientos del Plan Nacional Decenal de Educación 2006- 2016, cuya finalidad primordial es lograr que en 2016 “La educación sea un derecho cumplido para toda la población y un bien público de calidad, garantizado en condiciones de equidad e inclusión social por el Estado, con la

participación de la sociedad y la familia en el sistema educativo”. Buscando garantizar la cobertura, la calidad y la pertinencia, consolidando una política de Estado que articule el sistema educativo de manera incluyente, coherente y con flexibilidad pedagógica en sus diferentes niveles de educación inicial, básica, media, superior y de formación para el trabajo.

De acuerdo a lo anterior, el siguiente gráfico resume la organización actual de la educación superior en Colombia:

Grafico 6. Organización actual de la Educación Superior en Colombia



FUENTE: Consejo Nacional de Acreditación CNA. 2011

De acuerdo a los estamentos establecidos en el sistema de educación superior en Colombia, la Ley 115 de 1994 establece que la educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos, y de sus deberes. Señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de la personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

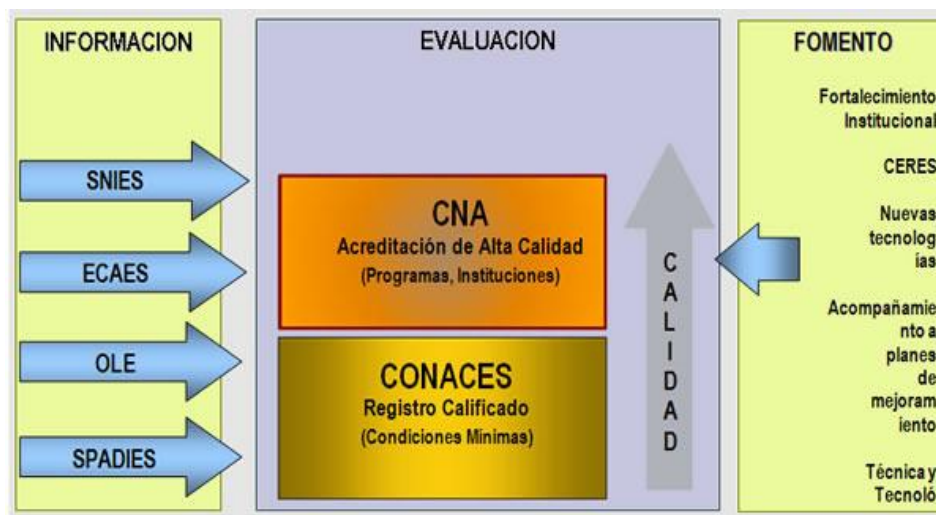
La educación Superior es regulada por la Ley 30 de 1992. Y es entendida como un servicio público que puede ser ofrecido tanto por el Estado como por particulares, y se realiza con posterioridad a la educación media.

Para brindar garantías en los temas de evaluación, certificación y acreditación de la calidad de la educación superior en Colombia, se ha creado dentro del sistema

educativo, el denominado Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (SACES) conformado por los organismos, las acciones y las estrategias que aplican desde el proceso mismo de creación y establecimiento de una institución de educación superior, hasta el desempeño del profesional que egresa del sistema.

A continuación se encuentran los principales componentes del sistema de Educación Superior en Colombia:

Gráfico 7. Componentes del Sistema de Educación Superior en Colombia



FUENTE: Consejo Nacional de Acreditación CNA. 2011

Dentro de los componentes del sistema de la educación superior se encuentra el sistema nacional de información SNIES el cual consolida, suministra datos, estadísticas e indicadores relevantes, confiables y oportunos con información que responde a las necesidades del sector, la cual es validada por el Ministerio de Educación. Otro componente es el Observatorio Laboral para la educación OLE es un sistema de información especializado en el análisis de la pertinencia de la educación superior a partir del seguimiento a los graduados del país y su empleabilidad en el mercado laboral. Por su parte, el sistema para la prevención de la deserción de la educación superior SPADIES, analiza la permanencia en la educación superior a partir del seguimiento a la deserción estudiantil para facilitar el acompañamiento a las condiciones que desestiman la continuidad en el sistema educativo. Las pruebas ECAES, ahora llamadas Pruebas Saber Pro, son exámenes de calidad de la educación superior, además evalúan la calidad de la educación primaria, media y superior lo cual se ve reflejado en el mejoramiento de la calidad académica en carreras técnicas-tecnológicas y profesionales a través de la competitividad promoviendo la selección de practicantes entre las empresas.

Dentro del sistema de calidad de la educación superior se encuentran también los CERES, que son Centros Regionales de Educación Superior que cuentan con una infraestructura tecnológica de información y comunicación para facilitar el acceso de la comunidad a programas de educación superior técnica, tecnológica y profesional, el cual, se estableció como un modelo para ampliar la cobertura y la oferta de programas de acuerdo a la vocación productiva de la zona, este promueve programas a distancia y establece alianzas que posibilitan el uso de los recursos. Por otra parte, la comisión nacional intersectorial de aseguramiento de la calidad CONACES realiza la coordinación, orientación y aseguramiento de la calidad en la educación superior evaluando su cumplimiento; además el consejo nacional de acreditación CNA promueve y ejecuta la política de acreditación adoptada por el CESU Consejo Nacional de Educación Superior orientando a las instituciones de educación superior con el objetivo de realizar sus procesos de autoevaluación que permitan a las instituciones cumplir con los lineamientos de alta calidad.

Por otra parte, el Ministerio de Educación Superior a partir del año 2003 establece el actual sistema de calidad de la educación superior en la que tiene en cuenta los siguientes componentes: Aseguramiento de la calidad de los programas e instituciones de educación superior a través del registro calificado, acreditación de la calidad, evaluaciones que conduzcan al mejoramiento continuo para garantizar la calidad de la educación superior. Para lograrlo es necesario adaptar el modelo de acreditación a estándares internacionales, motivar la autoevaluación, mejorar el sistema de información de aseguramiento de la calidad, fortalecer las competencias docentes, garantizar a la sociedad y a la familia que las instituciones de educación superior para el trabajo cumplan con los requisitos de calidad. Para ello, se hace necesario mejorar el capital humano como fuente de innovación, conocimiento y productividad desarrollando competencias laborales, incorporando en los planes de estudio los conocimientos, habilidades y valores requeridos para el desempeño ciudadano y productivo formando ciudadanos con espíritu reflexivo.

De acuerdo al Plan Sectorial 2010-2014, Si mejora la calidad de la educación superior se logra desarrollar competencias necesarias para el desarrollo y el bienestar social, mejorando la infraestructura física y tecnológica, ampliando las líneas de financiación a los estudiantes, articulando la educación media con la superior e impulsando la movilidad de los estudiantes dentro del sistema educativo. Además para mejorar la calidad de la educación y aproximarla a la realidad productiva y social generando acciones para el emprendimiento, se debe crear estrategias que permitan fomentar la oferta educativa en áreas geográficas no cubiertas y en sectores claves de la economía Colombiana. Fortaleciendo las alianzas público-privadas, promocionando y aumentando la cifra de estudiantes matriculados en educación técnica profesional y tecnológica.

Mediante una política integral que permita tener mayores oportunidades de acceso y logros académicos, a través de un seguimiento del sistema de prevención de la

deserción en la educación superior SPADIES, fortaleciendo los procesos del registro calificado y acreditando los programas académicos. Para ello, el estado debe aumentar los ingresos a las instituciones de educación superior de acuerdo a su desempeño y así aumentar la cobertura. Promoviendo el programa beca crédito, tiene por objeto el fortalecimiento de los recursos de financiamiento de la demanda a través del ICETEX, para garantizar a los bachilleres colombianos la continuidad y permanencia en el nivel superior, en igualdad de condiciones. De acuerdo al Plan Sectorial 2010-2014, este proyecto cuenta con recursos por 1,2 billones de pesos para el cuatrienio, los cuales permitirán mejorar el acceso a la educación superior de los estudiantes destacados y con menores recursos económicos. En este sentido, el Gobierno Nacional busca el fortalecimiento de la financiación de la Educación Superior.

Otro aspecto importante en el Plan Sectorial 2010-2014, es la política educativa con énfasis en la pertinencia y la innovación, la cual, guarda correspondencia con la educación como factor de crecimiento, inclusión y prosperidad. Desarrollando competencias asociadas con los desafíos del mundo contemporáneo como el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, el dominio de una lengua extranjera y la preparación de los jóvenes para su ingreso al mundo del trabajo. Para ello, el Gobierno busca crear el Centro de Innovación Educativa Nacional y cinco Centros de Innovación Educativa Regional. Con ellos y la expansión de las Tecnologías de Información y Comunicación, se busca que el país progrese en el desarrollo de la investigación, la generación de conocimiento, la producción de contenidos educativos, la formación de los docentes y la transformación de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Además, se busca mejorar la educación media y articularla con la educación superior todos los jóvenes, especialmente los que pertenecen a poblaciones vulnerables, logren altos niveles de desarrollo y desempeño en las competencias básicas, aborden con éxito los procesos de formación de la educación superior, y tengan más oportunidades de formación en competencias específicas que mejoren sus condiciones de emprendimiento y empleabilidad y faciliten la construcción de sus trayectorias vitales y laborales.

Por otra parte, las actividades de ciencia, tecnología e innovación, involucran a la mayoría de sectores y entidades del Estado. Por esta razón, un elemento clave de la Política de Ciencia, Tecnología e Innovación (CT+I) es la capacidad de coordinar y articular esfuerzos entre todas las entidades, públicas y privadas, del orden nacional y territorial.

La innovación para la pertinencia y la competitividad también se origina en el impacto de las relaciones universidad-sociedad. El Ministerio de Educación Nacional viene impulsando la articulación entre el sector empresarial e industrial, las instituciones de educación superior, grupos de investigación y otros actores del orden departamental.

De acuerdo al Plan Sectorial 2010-2014, dentro de las metas que tiene el Gobierno, será dar prioridad los asuntos relacionados con la propiedad intelectual y el

emprendimiento de base tecnológica. Por ello, el Ministerio, en alianza con Colciencias y otras entidades del orden nacional y regional, consolidará proyectos de investigación aplicada que contribuyan a la innovación de la industria colombiana.

Así mismo, el Congreso de la República a través de la ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como uno de sus objetivos principales establecer coordinación entre los diferentes actores involucrados en el fomento del emprendimiento en el país. Y de esta manera, crea la Red Nacional para el Emprendimiento (REN), adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, integrada por los representantes de: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de la Protección Social, Dirección General del SENA, Departamento Nacional de Planeación, Colciencias, Programa Presidencial Colombia Joven, *Instituciones de Educación Superior*, Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas, Federación Nacional de Comerciantes, la Banca de Desarrollo y Microcrédito, una Asociación de Jóvenes Empresarios, designado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las Cajas de Compensación Familiar, las Fundaciones dedicadas al emprendimiento y las incubadoras de empresas del país. Además se crean Redes Regionales para el Emprendimiento, responsables de definir las políticas y directrices que se implementen en el país y en los departamentos relacionadas con el emprendimiento y así desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos. Esta red tiene por objeto establecer políticas y directrices nacionales orientadas al fomento del emprendimiento.

En este sentido, el espíritu empresarial en la educación superior, puede ser desarrollado a través de un proceso educativo, en términos de mejorar las posibilidades de conceptualizar, iniciar y desarrollar exitosamente una carrera empresarial. Por ello, se debe hacer énfasis en la necesidad de adecuar los programas educativos actuales a las necesidades del sistema productivo, con el objetivo de fortalecer la relación Universidad-Empresa-Estado y de esta manera crear alianzas que permitan apoyar los proyectos de emprendimiento de los estudiantes y egresados de estas instituciones.

Por lo tanto se debe llevar a cabo un proceso educativo debe ir más allá de tocar y analizar temas de creación de empresas y debe permitir el completo desarrollo de las competencias empresariales, de tal manera que durante su ejercicio el estudiante y /o egresado pueda convertirse en un verdadero empresario. Ya que, el mundo actual está lleno de problemas y de oportunidades, Varela (2006), plantea que se debe transformar la manera en cómo se llevan a cabo los procesos educativos, es decir; no formar para ser empleados sino para crear empresa, para ser generadores de empleo y de bienestar social y de riqueza.

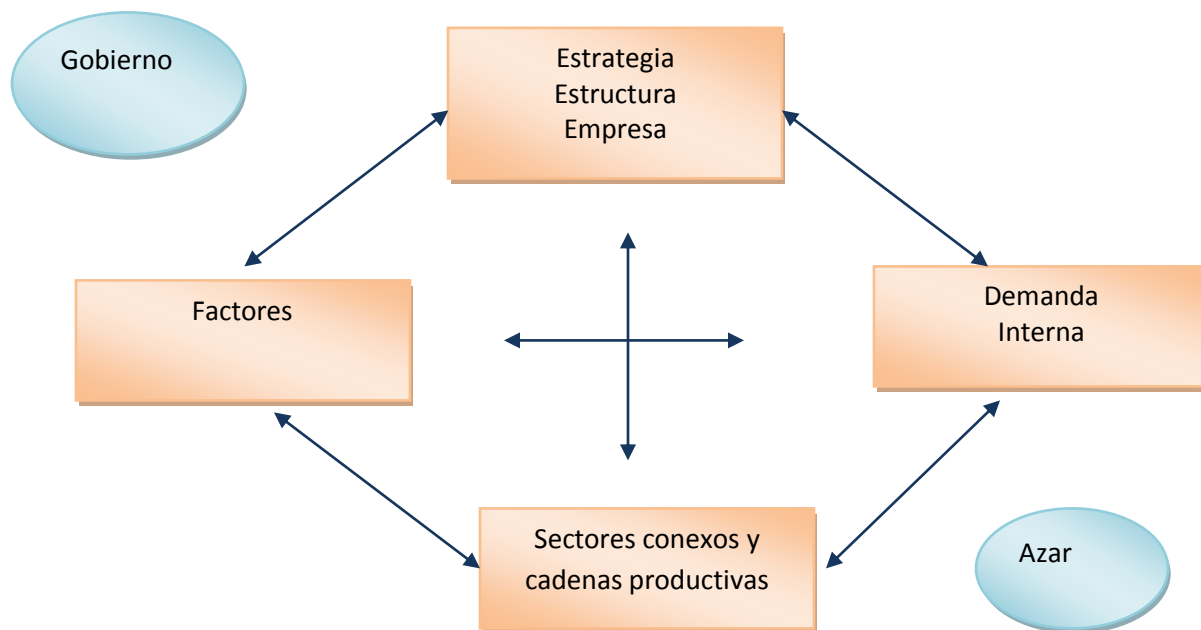
4.2 DIAMANTE COMPETITIVO

Porter citado por Betancourt (2010:97) afirma que “las empresas más competitivas provienen de las bases nacionales que en sí mismas son fuertes y competitivas”. Esto conlleva a que otros países sean más competitivos que otros.

Según Betancourt (2010: 98), en el modelo del Diamante Competitivo el sector es la unidad económica básica donde se construye la competitividad en una región o localidad. Además es una herramienta que organiza todo el aprendizaje obtenido de la región y las ciudades utilizadas como modelo o punto de referencia.

Para el sector de la educación superior el modelo del Diamante Competitivo de Porter permite entender la dinámica que resulta de la interacción de los factores, la demanda interna, la estrategia, las cadenas productivas a las que este pertenece, además de identificar la influencia del gobierno y los factores del azar. Constituido por los elementos específicos que determinan la productividad del sector económico, en un contexto y circunstancias nacionales o regionales.

Grafico 8. Modelo del Diamante Competitivo de Porter



Fuente: Análisis sectorial y competitividad, Pág. 98.

4.2.1 Factores

En el sector de la educación superior se encuentra una variedad de oferta de factores básicos, avanzados, generalizados y especializados; debido a que este es un sector que está en constante cambio y mejoramiento, lo cual está orientada a brindar una educación de alta calidad y pertinencia, apoyada en la Ley 1014 de 2006 de “Fomento a una cultura de emprendimiento”.

En este sentido, la pertinencia de la educación superior es fundamental y se convierte en un catalizador para el desarrollo de los sectores económicos y la generación de empleo; por lo tanto los factores que intervienen en el fomento de una cultura del emprendimiento son: La articulación entre la educación media y la superior, desarrollo de destrezas laborales, formación del recurso humano calificado orientado en sectores estratégicos para el desarrollo del país, la oferta en educación superior se adecue a las necesidades del mercado laboral público y privado, debe desarrollar estrategias que permitan fortalecer la educación empresarial y su pertinencia para así mejorar la competitividad y bienestar colectivo del país.

De acuerdo a lo anterior, es importante identificar el rol de los agentes locales y regionales públicos y privados con el propósito de apoyar las iniciativas de estudiantes y egresados, con el propósito de fortalecer la relación universidad-empresa-estado; y de esta manera movilizar recursos que permitan transformar y actualizar la oferta en capacitación e investigación de acuerdo a las demandas del sector productivo.

Por otra parte, el estado a través del Ministerio de Educación y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, apoya los procesos educativos y de fomento al emprendimiento, así como proyectos apoyados por Colciencias y Universidades a través de convenios; además de proyectos de investigación en alianza con entidades del Gobierno, y entidades públicas o privadas.

4.2.2 Sectores conexos y de apoyo, redes, encadenamientos productivos y clusters

Con respecto a los sectores conexos y actividades auxiliares que apoyan el sector de la educación superior, se encuentran redes de conectividad, de conocimiento, de servicio, sociales y empresariales. Obrando como proveedores y compradores de este sector, las instituciones de educación básica y media que fomenten una cultura de emprendimiento, a través de una cátedra empresarial dentro de su proceso de formación, con el objetivo de desarrollar capacidades emprendedoras para generar empresa teniendo presente las amenazas y oportunidades que le brinda el entorno. Así mismo, los Institutos técnicos y tecnológicos que brinden educación aplicada al sector productivo de la región y que generen alianzas que permitan apoyar las iniciativas empresariales de estudiantes y egresados.

Por otra parte, dentro de estos sectores, se encuentran redes de investigación y generación de conocimiento, como la red RENATA. Además, también se evidencian redes productivas, como la Red Nacional y Regional para el Emprendimiento, promoviendo la creación de empresa y generación de empleo; así como la relación de las universidades con el sector productivo, con el fin de generar un país más competitivo en el mercado. Así mismo, se evidencian redes de conectividad con la

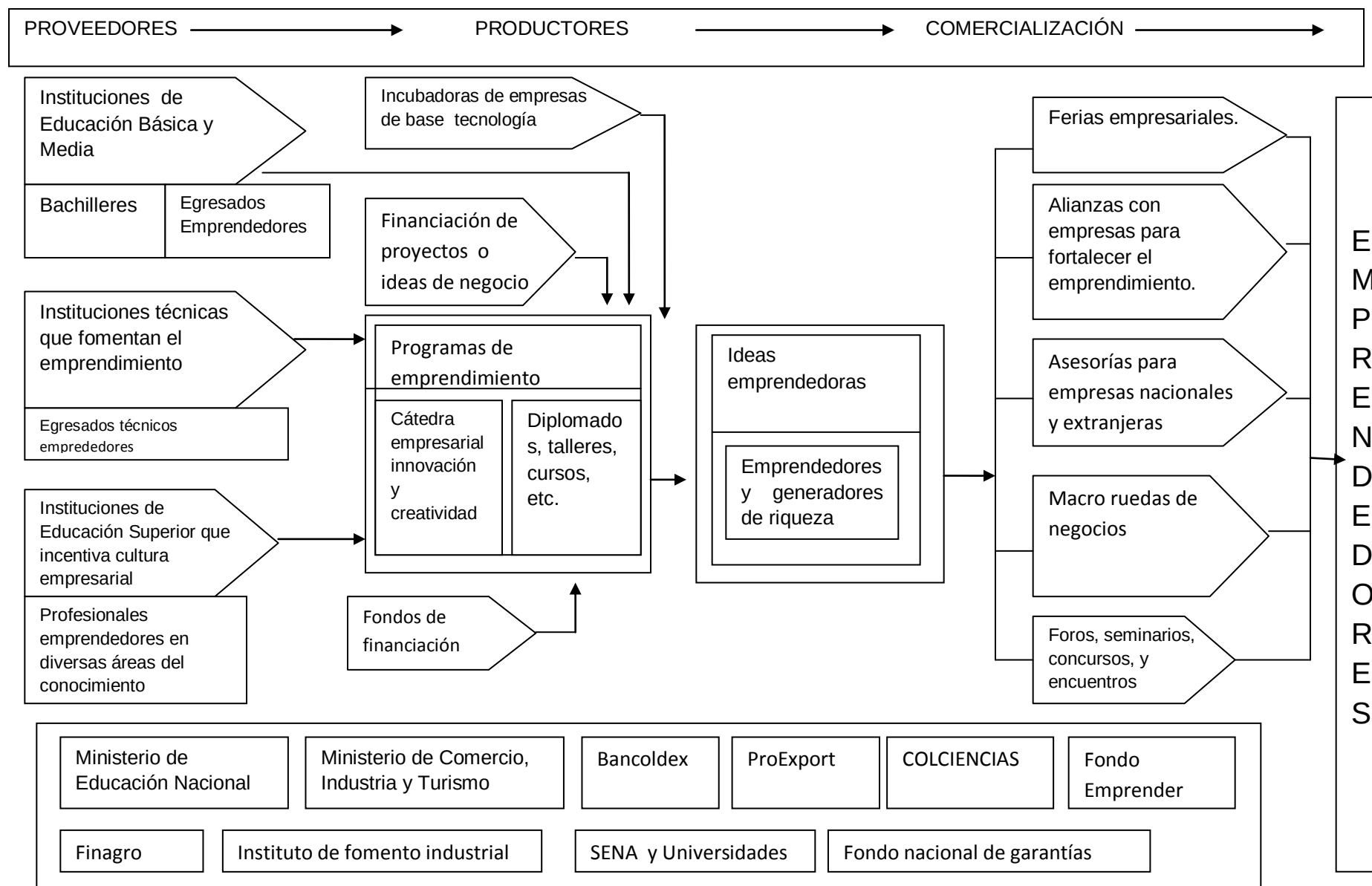
implementación de las TIC en los procesos de enseñanza aprendizaje, promoviendo una cultura de tecnología e innovación; por medio de los objetos virtuales de aprendizaje y el e-learning.

Finalmente, como parte del encadenamiento aparece la cadena productiva, la cual se define según Pallares citado por Betancourt (2010:107).

Como un conjunto de empresas interrelacionadas comercialmente de manera directa o indirecta entre sí, y de éstas con entidades de apoyo, que comprende desde las firmas productoras y procesadoras de las materias primas y los insumos, hasta aquellas que prestan los servicios de distribución y entrega a los clientes finales y que en el conjunto del sistema de producción de sus bienes y servicios, genera procesos de racionalización de costos, así como sinergias y agregación de valor que contribuyen a que sus productos finales sean apropiados a las necesidades de los clientes y ajustados en sus precios a lo que están dispuestos a pagar los consumidores.

Por consiguiente la cadena productiva del sector de la educación superior es un factor de gran importancia que le permite este sector, ser más competitivo, además de mejorar su desempeño, y de esta manera agregar valor a sus servicios. A continuación se presenta el mapa de la cadena productiva del sector de la educación superior.

Grafico 9. Mapa de la cadena productiva del sector de la educación superior



Fuente: Elaboración propia, modelo adaptado de Betancourt (2010:113)

4.2.2.1 Clusters

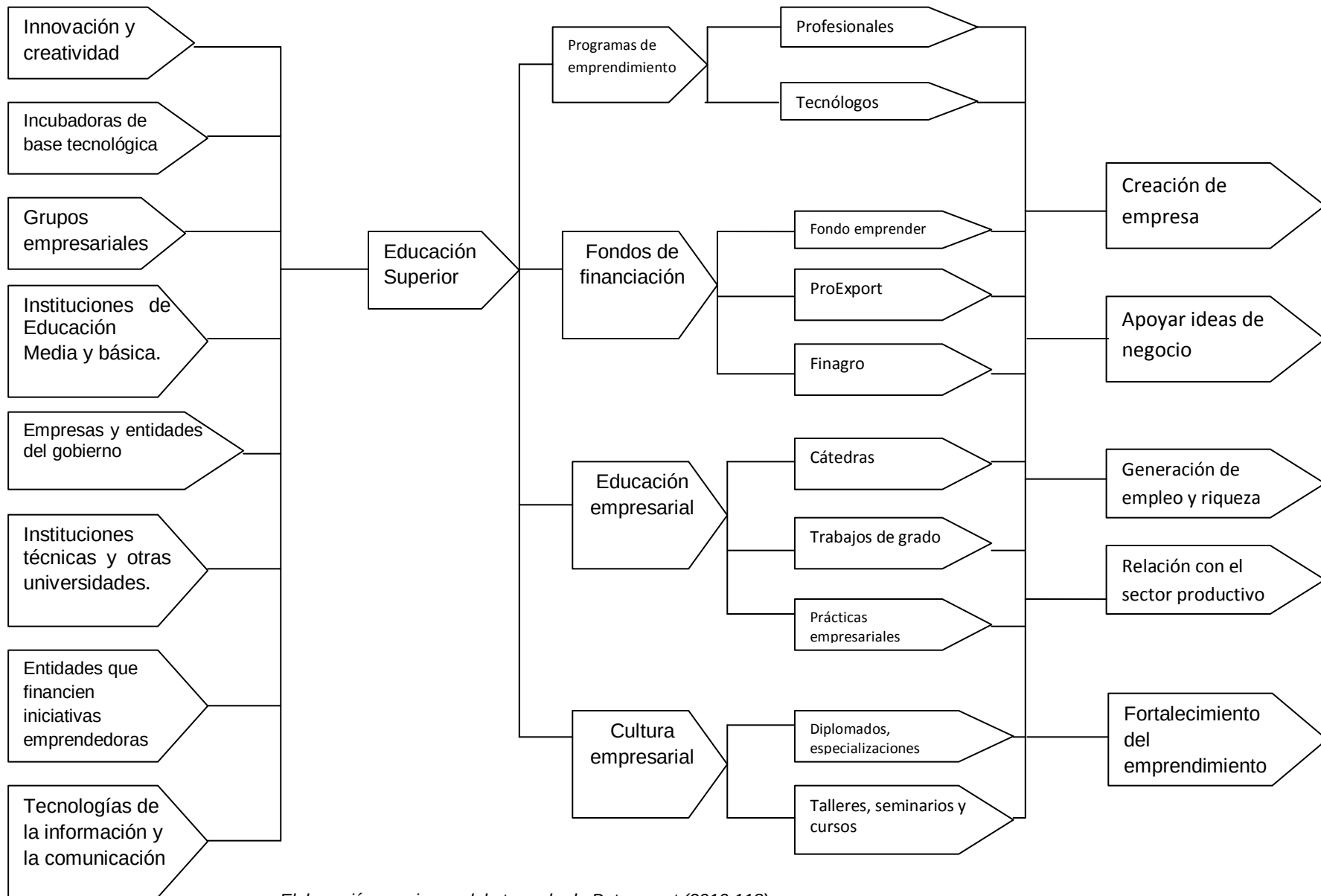
Porter citado en Betancourt (2010:115), afirma que: “Los cluster son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, que actúan en determinado campo”. Estas cadenas incluyen a proveedores de insumos críticos, como componentes, maquinaria y servicios, y a proveedores de infraestructura especializada. Los cluster estimulan la competencia y la cooperación entre las empresas y las instituciones relacionadas con el sector.

Dentro del cluster de la educación superior, podemos encontrar aquellos proveedores fundamentales que permiten brindar el servicio de educación. Las instituciones de educación media y básica, empresas y entidades gubernamentales, tecnologías de la información y la comunicación, instituciones técnicas, entre otras; que generen proyectos de investigación y fortalezcan su relación con las empresas y entidades gubernamentales, además de incentivar el emprendimiento en el proceso de enseñanza- aprendizaje.

En este sentido, la ley 1014 de 2006 de “Fomento a la Cultura del Emprendimiento” crea redes de emprendimiento orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento, a la conformación de mesas de trabajo, además de apoyar acciones de emprendimiento innovadoras y generadoras de empleo en el país, impulsando el emprendimiento empresarial. Para ello, el Ministerio de Comercio, industria y turismo genera redes nacionales y regionales de emprendimiento que apoyen las iniciativas empresariales de los emprendedores del país.

De acuerdo a lo anterior, la Red Nacional para el Emprendimiento está conformada por: El Ministerio de Comercio-Industria y Turismo, Ministerio de Educación Nacional, SENA, departamento de planeación nacional, Colciencias, Programa Presidencial Colombia Jóvenes-representantes de la Universidades (ASCUN), Instituciones Tecnológicas (ACIET), Instituciones Técnicas Profesionales (ACICACPI) , Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas (ACOPI), Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO), representante de la banca de desarrollo y microcrédito, representante de Asociación de Jóvenes Empresarios, Cajas de Compensación, Fundaciones, Incubadoras empresariales del país. Así mismo, la Red Regional de emprendimiento está conformada por: La Dirección Regional del SENA, Cámara de comercio de la ciudad capital, representante oficial departamental juvenil, Centro Regional de Educación Superior CRES, cajas de compensación, banca de desarrollo y microcrédito regional, incubadora de empresas regionales. Finalmente, a continuación se presenta el mapa simplificado del cluster de la educación superior.

Grafico 10. Mapa simplificado del cluster de la educación superior



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2010:118)

4.2.3 Condiciones de la demanda

Betancourt (2010:125) afirma que:

La creación de una demanda interna exigente es una condición necesaria para consolidar el carácter competitivo de un sector, pues contribuye al desarrollo de nuevos productos y servicios con una dinámica que crea rivalidad y por lo tanto, especialización, sobre todo si se presenta en economías abiertas.

De acuerdo a lo anterior, dentro del sector de la educación superior específicamente en el Valle del Cauca existe una alta demanda, debido a que se encuentran 14 Universidades, reconocidas por el Ministerio de Educación Nacional:

- Corporación Universitaria Minuto de Dios
- Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium.
- Pontificia Universidad Javeriana.
- Universidad Autónoma de Occidente.
- Universidad Central del Valle del Cauca.
- Universidad de San Buenaventura.
- Universidad del Pacífico.
- Universidad del Valle.
- Universidad Icesi.
- Universidad Libre de Colombia.
- Universidad Nacional de Colombia.
- Universidad Pontificia Bolivariana.
- Universidad Santiago de Cali.
- Universidad Cooperativa de Colombia

La mayoría de estas instituciones cumplen con estándares de alta calidad en la prestación del servicio, tienen programas acreditados, registro calificado de sus programas académicos, cumplen con los estándares definidos por el Consejo Nacional de acreditación, fortalecen la creación de empresa y el emprendimiento dentro de sus curriculum académico, tiene conformados grupos de investigación. Además se encuentran diversos sectores que acceden a los servicios de educación, tales como; sectores Industriales, comercio, servicios públicos, financiero, salud, sector de alimentos y sector de comunicaciones, entre otros.

4.2.4 Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas del sector

La estrategia es el cuarto elemento del diamante de Porter, y de acuerdo a Betancourt (2010:126). “El proceso de la competencia elimina las tecnologías, los productos y prácticas administrativas inferiores y deja como supervivientes a las empresas más eficientes”.

De acuerdo a lo anterior, en el sector de la educación superior se evidencia la estrategia de diferenciación, a través de la ampliación de la oferta académica, estableciendo alianzas estratégicas con empresas nacionales y/o extranjeras, promoviendo la internacionalización a través de bilingüismo, certificando sus procesos de educación con estándares de alta calidad, acreditando sus programas académicos, realizando procesos de autoevaluación permanentemente, formando a los docentes a nivel de maestría y doctorado, fortaleciendo el emprendimiento y la creación de empresa a través de proyectos y redes de financiación de los mismos, articulando a sus procesos educativos la educación virtual, objetos virtuales de aprendizaje y la incorporación de las TIC, ampliando la cobertura y permitiendo que una mayor cantidad de personas accedan a la educación superior.

Con la aprobación de la Ley 1014 de 2006 que fomenta el emprendimiento esta labor se ha consolidado con los esfuerzos gubernamentales que buscan crear vínculos entre sistemas educativos y las empresas, lo cual contribuya al crecimiento de los entes universitarios, a la reducción del desempleo y al crecimiento económico de la nación. Las instituciones de Educación Superior a través de sus programas de Fomento al Emprendimiento producen para la nación y la región los líderes que necesita para su progreso, a partir del desarrollo intelectual e integral de los individuos, permitiéndoles proyectarse al mundo globalizado materializado en proyectos, unidades productivas, negocios y empresas que propendan por el progreso y desarrollo del país.

Quienes apoyan el emprendimiento en Colombia son: Fondo Empezar del SENA financia proyectos empresariales de los aprendices y practicantes universitarios que no superen dos años de egresados, Incubadoras de empresas de base tecnológica apoyan emprendedores que tengan una idea innovadora y empresas que deseen desarrollar nuevos proyectos, Universidades a través del consultorio jurídico brindan asesoría laboral y comercial, Fondo Nacional de Garantías facilita el acceso a las operaciones activas de crédito a personas naturales y jurídicas que cuenten con proyectos viables, Instituto de Fomento Industrial asesoría en líneas de crédito para emprendedores, micro, pequeños, medianos y grandes empresarios de acuerdo a las necesidades de los emprendedores y empresarios, Finamérica asesoría especializada a micro y Pymes sobre diferentes alternativas financieras, Banco Caja Social asesoría a empresas,

Pymes y grandes empresas en otorgamiento de créditos, Finagro asesoría para la formulación e implementación de proyectos dirigidos para el fortalecimiento y crecimiento de los sectores agropecuarios, Ministerio Comercio-Industria y Turismo asesoría en desarrollo de la cultura empresarial y exportadora, plan padrino jóvenes emprendedores, Proexport apoyo en estrategias de penetración de mercados acompañamiento en los planes de acción para entrar a los mercados internacionales, Bancoldex financiamiento al sector exportador.

4.2.5 El papel del gobierno

La Ley 1014 de 2006 de Enero 26 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento tiene por objeto: Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, disponer un conjunto de principios normativos bases políticas de estado y marco jurídico que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas, crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento, desarrollada en todos los programas de una institución educativa en los niveles preescolar, educación básica, básica primaria, básica secundaria, básica media a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento , promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes articuladas con las cadenas y clusters productivos relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo, fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial, buscar a través de las redes para el emprendimiento el acompañamiento y la sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador

Las obligaciones del estado para garantizar la eficacia y desarrollo de esta Ley es: Promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación, buscar asignación de recursos públicos para el desarrollo de redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio Comercio-Industria y Turismo, buscar acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocio de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de créditos con el compromiso y seguimiento de los miembros que conforman la Red Nacional de Emprendimiento.

Fomento a la cultura del Emprendimiento enseñanza obligatoria en educación preescolar, básica primaria, secundaria, media y superior, incorporar al currículo y desarrollarse a través del plan de estudios, transmitir en todos los niveles escolares

conocimiento, formación, actitudes favorables al emprendimiento, la innovación y la creatividad y desarrollar competencias para generar empresas, diseñar y divulgar módulos específicos sobre temas empresariales denominados “Cátedra Empresarial” que constituyan un soporte para el desarrollo de los programas educativos con el fin de capacitar al estudiante en el desarrollo de capacidades emprendedoras para generar empresa con una visión clara de su entorno que le permita asumir retos y responsabilidades, promover actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, macro ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento de acuerdo a los parámetros establecidos por la Ley y con el apoyo de Asociaciones de padres de familia

Porter citado en Betancourt (2010:127) afirma que: “El papel del Gobierno en la ventaja competitiva, es el de influir positiva o negativamente en cada uno de los cuatro de los determinantes y verse influido por ellos”. Por consiguiente, en el sector de la educación superior, las decisiones del gobierno a través del Ministerio Educación Nacional a través del Plan Nacional Decenal de Educación y Plan Sectorial definen políticas y lineamientos por períodos para la educación en el País, orientando la educación de acuerdo a las necesidades de las empresas y buscando generar un país más competitivo.

Por otra parte, el gobierno busca financiar la educación superior en el país de sus diferentes líneas de crédito del ICETEX. Promueve la asignación de becas a través de la generación de proyectos a través de COLCIENCIAS. Se ha creado la Red Nacional de Emprendimiento, buscando promover la creación de empresa y generación de empleo en el país. Además el gobierno busca que las instituciones de educación superior brinden servicios de alta calidad a través de la regulación de los criterios de calidad y autoevaluación del CNA, mediante el SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior), SPADIES (Sistema para la Prevención de la Deserción de la Educación Superior) y SACES (Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior); entre otros. Finalmente se puede concluir que el gobierno afecta más de manera positiva al sector de la educación superior que de manera negativa.

4.2.6 El papel de la casualidad- El azar

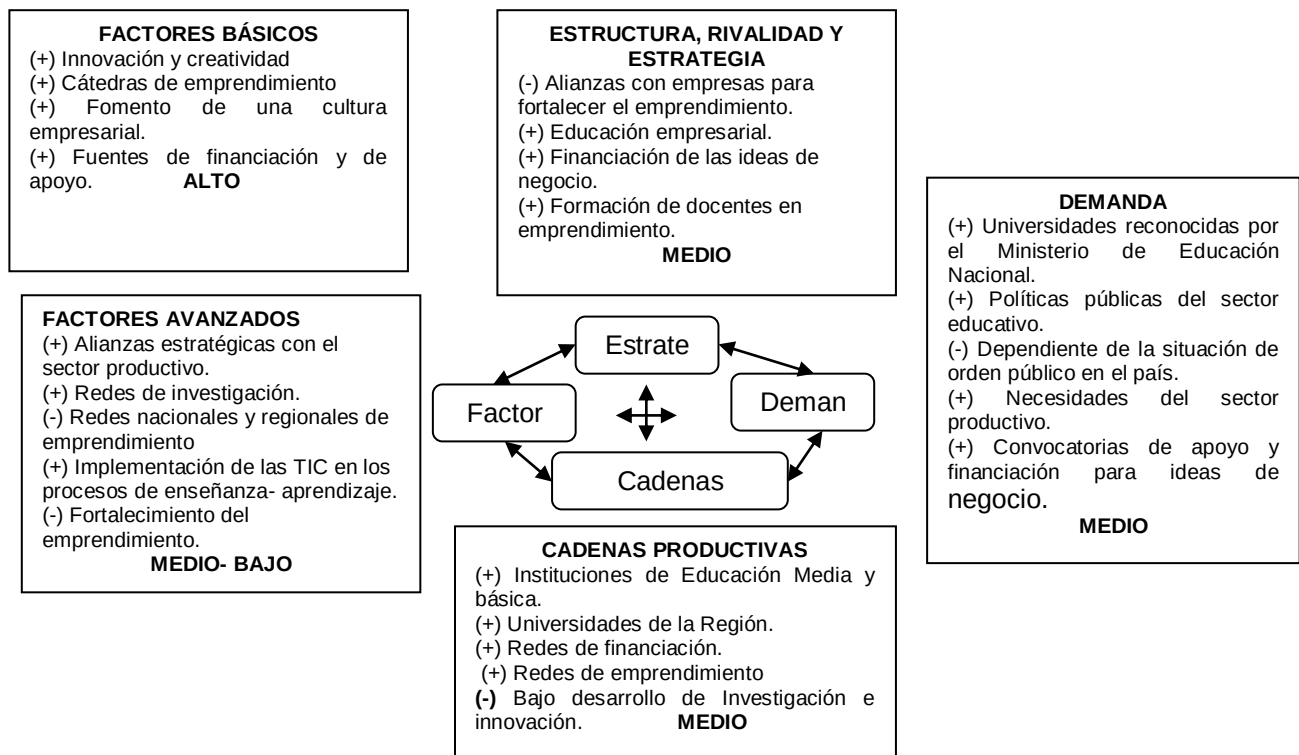
Para Betancourt (2010:129). “Los acontecimientos casuales son incidentes que tiene poco que ver con las circunstancias de una nación y que frecuentemente están, en gran parte, fuera del control tanto de las empresas como del Gobierno nacional”.

Con respecto a lo anterior, los acontecimientos casuales que se podrían presentar en el sector de la educación superior son: Problemas de orden público; tales como, atentados terroristas, protestas de estudiantes o profesores, entre otras; afectando el normal desarrollo de las actividades académicas de las instituciones de educación superior. Por otra parte, decisiones políticas del Gobierno, que modifiquen o afecten los lineamientos definidos para la educación superior, como la Reforma a la Ley 30. Además desastres naturales que afecten la planta física de las instituciones o la integridad de estudiantes y/o docentes.

Además dentro de los problemas que afectan el proceso de creación de empresas esta la influencia externa como la cultura. Etnia, clase social, la inseguridad, las políticas de creación de empresas afectan la forma en que los consumidores compran y utilizan los productos ayuda a explicar cómo se comportan los grupos de consumidores y en la influencia interna están los valores que tienen las personas influyen en la forma de vivir.

A continuación se muestra la estructura del diamante competitivo del sector de la Educación Superior.

Grafico 11. DIAMANTE COMPETITIVO DEL SECTOR DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

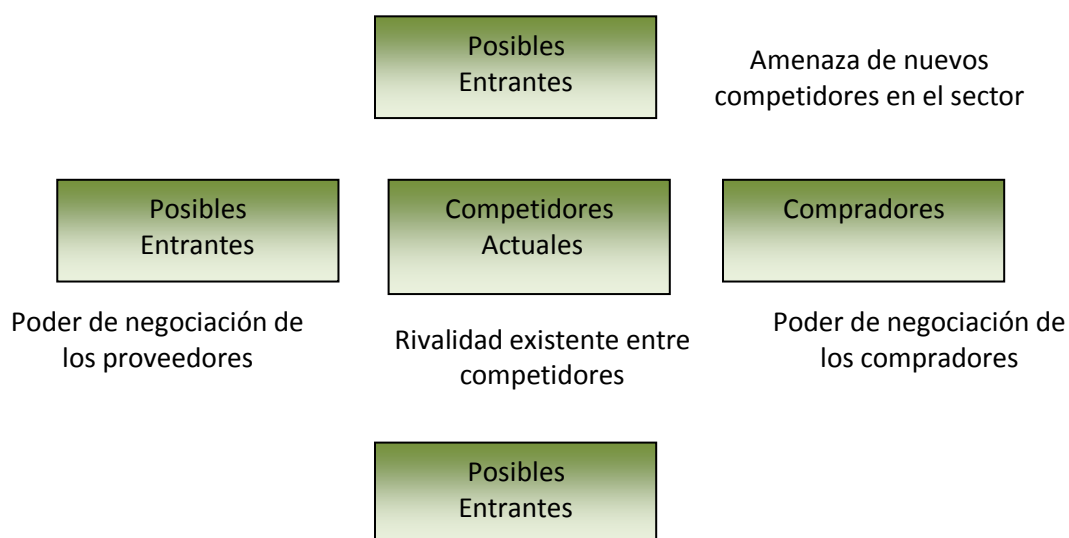


Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2010)

4.3 ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA DEL SECTOR

El modelo de las cinco fuerzas propuesto por Michael Porter (1980), según Betancourt (2010:137). “.. Constituye una metodología de análisis para investigar acerca de las oportunidades y amenazas que emergen en los sectores”.

Grafico 12. Modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter



Fuente: Betancourt (2010:139)

Este modelo permite identificar qué tan atractivo es un segmento en una industria, para ello se deben identificar las cinco fuerzas; que son: Amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de los compradores, poder de negociación de los proveedores y amenaza de nuevos sustitutos.

4.3.1 Rivalidad entre competidores

El sector de la educación superior abarca un gran número de instituciones tanto técnicas, tecnológicas y profesionales a nivel de pregrado y posgrado. A nivel departamental existen 14 Universidades tanto públicas como privadas reconocidas por el Ministerio de Educación Nacional, además de institutos técnicos. El SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), es una institución que representa una gran competencia para las universidades ya que ofrece diversidad de programas técnicos y tecnológicos, en poco tiempo, sin costo y con la facilidad de realizar prácticas en las diversas empresas del país. Además es una de las instituciones públicas que fortalece y promueve fuertemente una cultura de emprendimiento a través de sus programas y apoyo de financiación, tanto a empresas ya existentes como a las ideas de negocio de los nuevos emprendedores.

Por otra parte, hoy en día las instituciones de educación superior que brindan la facilidad de estudiar a distancia y de manera virtual han ampliado su cobertura y representan una gran competencia para las demás instituciones que aún no han fortalecido esta modalidad de estudio. Otro aspecto importante, es el fortalecimiento del emprendimiento en las instituciones de educación superior; debido a que este proceso fortalece la relación con las empresas generando un país más competitivo. Algunas instituciones de educación como el SENA, EAN y la Universidad Icesi, Javeriana, entre otras, han definido programas y centros de creación de empresa y fomento del espíritu empresarial, promoviendo en estudiantes y egresados la necesidad y oportunidades de generar riqueza para el país.

4.3.2 Amenaza de nuevos entrantes

Para hacer frente a la amenaza de nuevos competidores, el sector de la educación superior define ciertas barreras de entrada que dificultan el acceso y permanencia de nuevos competidores al sector, poniéndolos en una situación de desventaja competitiva inicial; tales como: Diferenciación del servicio, como la calidad académica, el uso de nuevas tecnologías en los procesos de enseñanza-aprendizaje, ampliación de oferta académica, Centros y programas de emprendimiento, alianzas estratégicas con el sector productivo para apoyar en todo su proceso de creación y consolidación de empresas a sus egresados y estudiantes emprendedores. Además fomentando una cultura empresarial, a través de eventos, concursos, capacitaciones a toda la comunidad universitaria.

4.3.3 Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores en el sector de la educación superior, tales como: Grupos empresariales, empresas informáticas, el sector financiero, Redes nacionales y regionales de emprendimiento, equipos tecnológicos, sector de educación básica y media, fondos de financiación y apoyo a las nuevas empresas. De esta manera, el poder de negociación de los proveedores en el sector de la educación superior no es muy elevado; debido a que no se encuentra una gran diferenciación en los productos y/ servicios que estos ofrecen, y se tiene la opción de la oferta que más se adecue a las necesidades de la demanda.

4.3.4 Poder de negociación de los compradores

Los compradores del sector de la educación superior como: La sociedad, los empresarios, los diferentes sectores de la economía del país y los entes Municipales y gubernamentales, tiene un elevado poder de negociación; ya que la elección de una institución frente a las demás, depende de factores externos a la

Instituciones de Educación Superior, tales como; Convenios, alianzas estratégicas, subsidios educativos, centros de emprendimiento, redes de apoyo y financiación, entre otros. Por lo cual, quien accede a este servicio, es quien decide qué institución cumple sus expectativas o se acerca más a sus posibilidades, sean económicas, de investigación y desarrollo, tecnológicas, oferta académica y demás.

4.3.5 Producto sustitutos

La existencia de productos sustitutos en un sector representa una gran amenaza. Según Betancourt (2010:150), "... Estos suponen una importante evolución del mismo, limitando el desarrollo de la demanda y el precio".

Aunque el sector de la educación superior puede no poseer servicios sustitutos, podría verse afectado si las instituciones de educación básica y media fortalecen su énfasis, tales como: énfasis comercial, industrial, agropecuario, empresarial; entre otros, preparando a los estudiantes inmediatamente se gradúen para la vida laboral y creación de empresa.

4.4 Análisis estructural del sector

Después de realizar el análisis estructural del sector de la educación superior con el modelo de las cinco fuerzas propuesto por Michael Porter: Rivalidad entre competidores, amenaza de nuevos entrantes, poder de negociación de proveedores, poder de negociación de los compradores y productos sustitutos. A continuación se presenta el análisis estructural de este sector, realizando un análisis de la repulsión o atracción del perfil del sector competitivo de la educación superior y su fomento del emprendimiento.

En la siguiente tabla se presenta el análisis estructural del sector de la educación superior.

Tabla 29. Análisis estructural del sector de educación superior

Negocio: Universidad del Valle Sede Tuluá		Marco Específico del Negocio				Fecha:
		Perfil Competitivo del Sector				12/10/13
Sector: <u>Educación Superior</u>		Repulsión		N	Atracción	
		--	-		+	++
1. Competidores Actuales.						
1.1 Rivalidad entre competidores.						
Número de Competidores.	Grande	X				Pequeño
Diversidad de Competidores.	Grande	X				Pequeño
Crecimiento del Sector.	Lento				X	Rápido
Costos Fijos o de Almacenaje.	Alto		X			Bajos
Incrementos de Capacidad.	Alto				X	Bajo
Capacidad diferenciación del producto.	Baja					Alta
Importancia para la empresa.	Alta	X				Bajo
Rentabilidad del sector	Baja					Alto
1.2 Barreras de Salida.						
Especialización de los activos.	Alta	X				Baja
Costos de salida.	Alto	X				Bajo
Interacción Estratégica.	Alta	X				Baja
Barreras emocionales.	Alta					Baja
Restricciones sociales o del gobierno.	Alta	X			X	Baja
2. Posibles entrantes.						
Barreras de Entrada	Baja		X			Altas
Economías de Escala.	Baja				X	Alta
Diferenciación del producto.	Bajo		X			Altos
Costos de cambio para el cliente.	Amplio	X				Limitado
Acceso a canales de distribución.	Alta	X				Bajas
Necesidades de capital.	Amplio	X				Limitado
Acceso a tecnologías de punta.	Amplia		X			Limitado
Acceso a materias prima.	Baja				X	Alta
Protección gubernamental.	Bajo				X	Alto
Efecto de la curva de experiencia.	Baja		X			Alta
Reacción esperada.	Baja				X	Alto
3. Poder de los Proveedores.						
Número de proveedores importantes.	Bajo				X	Alto
Importancia del sector para proveedores.	Pequeño				X	Grande
Costo del cambio del proveedor.	Alto				X	Bajo
Integración hacia adelante del proveedor.	Alta					Baja
4. Poder de Compradores						
Número de clientes importantes.	Bajo					Alto
Integración hacia atrás del cliente.	Alta		X			Baja
Rentabilidad del cliente.	Baja		X			Alta
5. Productos sustitutivos.						
Disponibilidad de Productos sustitutivos actuales y en futuro próximo.	Grande	X				Pequeño
Rentabilidad y agresividad del productor y del producto sustitutivo.	Alta				X	Baja
Perfil Numérico (Suma)		11	7		7	7

Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2010)

De acuerdo al análisis estructural del sector de la Educación Superior se encuentra que este es un sector altamente repulsivo, en el cual las barreras de entrada no son muy fuertes, debido a que no hay una importante dificultad de acceso de nuevas instituciones de educación superior al sector; en algunas ocasiones por factores económicos o propios de la oferta. Por lo cual, estas instituciones, no se ven en una situación de desventaja competitiva inicial, cuando ingresan al sector, compitiendo con su elemento diferenciador.

De acuerdo a lo anterior, aunque el número de competidores en este sector es elevado, ya que constantemente surgen instituciones de educación superior, con Programas de fomento al emprendimiento alianzas con empresas del sector productivo y entes internacional que apoyan las iniciativas de negocio de estudiantes y egresados, convirtiendo estos factores el elemento diferenciador de la mismas. En este sentido, es finalmente el comprador quien decide cuál es la institución que ofrece los servicios que este requiere y que satisface sus necesidades.

5. REFERENCIACIÓN

Este capítulo corresponde al cumplimiento del segundo objetivo de la presente investigación, en el cual se establece la realización del proceso de referenciación del Programa de emprendimiento de la Universidad del Valle con respecto a los programas y proyectos que ofrecen otras instituciones de educación superior en el país que son reconocidas por fomentar el emprendimiento y la educación empresarial, para responder a las necesidades específicas del sector productivo, con la creación de redes y alianzas estratégicas que permitan orientar y financiero estas iniciativas de emprendimiento desde su concepción hasta la puesta en marcha de la empresa.

En este sentido, la Ley 1014 de 2006, “De fomento al emprendimiento”, tiene como objetivo generar conocimiento y resultados prácticos con respecto al emprendimiento universitario, además, de crear espacios de articulación entre las instituciones de educación superior que promueven el fortalecimiento de la educación superior mediante procesos de formación, financiación, investigación y acompañamiento, de tal forma que se promueva la cultura emprendedora empresarial, innovadora y que la aceleración del emprendimiento contribuya a la transformación económica y social sostenible del país. Orientando políticas nacionales de emprendimiento, fomentando líneas de formación, programas, actividades, modelos pedagógicos, líneas de financiación, potencializando proyectos empresariales, culturales, de base tecnológica, sociales y demás emprendimientos que surjan de las instituciones de educación superior. Por lo tanto las instituciones deben trabajar de la mano con las políticas definidas para el emprendimiento.

Debido a lo anterior, en el presente capítulo se realiza un estudio de referenciación, tomando instituciones de educación superior, que en su proceso de formación involucran programas de emprendimiento, fomentando una cultura de emprendimiento; de acuerdo a la metodología brindada por Betancourt (2012), este proceso permite realizar una comparación de una empresa o institución con otras que son las mejores en su campo, de tal manera que se puedan identificar fortalezas y aspectos a mejorar.

5.1 Programas de emprendimiento a comparar

Para realizar el estudio de referenciación o benchmarking, se seleccionaron las siguientes instituciones de educación superior que son reconocidas por sus programas, modelos y centros de fortalecimiento del emprendimiento en sus procesos de formación: Universidad del Valle, Sena, EAN, Icesi, Javeriana de Cali, Universidad Libre Seccional Cali y Universidad San Buenaventura.

5.1.1 Universidad del Valle- Programa Institucional “Emprendedores Univalle”

La Universidad del Valle con el propósito de contribuir al fomento del emprendimiento, la innovación y al desarrollo de capacidades asociadas al desarrollo de la comunidad universitaria, crea su programa institucional de “Emprendedores Univalle”, cuyo objetivo es apoyar el emprendimiento, además de dar respuesta a una política institucional, brindando asesorías y actividades encaminadas a capacitar y formar una comunidad universitaria en temas de emprendimiento. Así mismo, la universidad del Valle pertenece a la Red Regional de Emprendimiento del Valle del Cauca, conformada por varias Instituciones de educación superior, entidades públicas, fundaciones, Cajas de Compensación y Cámaras de Comercio de varios municipios del Valle del Cauca. La cual se crea con el objetivo de lograr un esquema institucional que promueva el desarrollo económico regional, la creación de empresas, el fortalecimiento de la competitividad y productividad, creando políticas locales y sectoriales que permitan el fomento de la cultura de emprendimiento de acuerdo a las características y particularidades de la región.

De acuerdo a lo anterior, el programa “Emprendedores Univalle”, brinda al emprendedor asesoría y capacitación para identificar su idea de negocio, además el acompañamiento y actividades formativas como diplomados, cursos y seminarios; entre los cuales se encuentran, el evento de la Semana Global de Emprendimiento, el cual se realiza con el objetivo de divulgar las alternativas que tienen estudiantes y egresados con respecto a la inserción laboral y a su capacidad emprendedora. Este evento se realiza de manera simultánea a nivel internacional con 75 países.

Por otra parte, la Universidad del Valle cuenta con grupos, programas y redes que fomentan el emprendimiento, de las cuales se pueden encontrar:

- **Grupo EMPREPYMES:** Grupo de Trabajo en Emprendimiento y Mipymes de la Universidad del Valle que hace parte de la facultad de administración y que ha desarrollado trabajos de investigación en temas de relacionados con emprendimiento.
- **Programa Premio:** Es el programa de Emprendimiento Empresarial en Ingeniería, que tiene como objetivo brindar a los estudiantes de la Facultad de Ingeniería herramientas motivacionales, teórico-prácticas y logísticas necesarias para poner en marcha sus proyectos innovadores.

En este sentido, la Universidad del Valle promueve la cultura empresarial, a través de eventos que fomentan el emprendimiento, dentro de los cuales se encuentran: La jornada de la práctica, el emprendimiento y el empleo, liderada por la Vicerrectoría de bienestar universitario y la Dirección de Extensión y educación continua, además de informar a la comunidad universitaria acerca de eventos y fuentes, tales el concurso Ventures, Bancoldex, Colciencias, Fondo emprender, Bavaria.

5.1.2 Programas de emprendimiento del SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje)

El SENA, es una de las instituciones de educación superior en Colombia que tiene el compromiso de capacitar para el trabajo a través de los servicios que presta enfocados a la generación de empleo. De acuerdo a la página del SENA, esta entidad ha asumido el compromiso de liderar el Programa de emprendimiento y empresarismo más importante del país, el cual tiene como objetivo, fomentar la cultura de emprendimiento identificando idea de negocio y orientando a los colombianos hacia las fuentes de financiación existentes en el mercado. Para dar cumplimiento a este objetivo el SENA define los siguientes programas y mecanismos:

- **EmpréndeT:** Este es un programa mediante el cual, el SENA busca fortalecer la cadena de valor del emprendimiento en el país, haciendo participe de este proyecto a los jóvenes que pertenecen a diferentes programas que brinda en SENA. En este proceso los emprendedores reciben atención a través de varias etapas: Primera se parte una sensibilización, donde se motiva a los potenciales emprendedores identificando una idea de negocio, posteriormente, se realiza un acompañamiento al emprendedor en la formulación de un plan de negocio

orientándolo hacia la financiación, de tal manera que el emprendedor consolide su empresa en el mercado.

- **Fondo Emprender:** Es una cuenta independiente adscrita al Sena, cuyo objetivo es financiar iniciativas empresariales que provengan y sean desarrolladas por aprendices o asociaciones de aprendices, practicantes universitarios o profesionales, deben haber desarrollado su proceso de formación o estar en instituciones reconocidas por el estado. Quienes acceden a este beneficio son jóvenes rurales, ciudadanos con especializaciones, maestrías, doctorados y egresados de programas Sena, población desplazada por la violencia y ciudadanos Colombianos interesados en iniciar un proyecto empresarial.
- **Fortalecimiento de Mypes:** Este es un programa que se encuentra dentro de las estrategias del SENA para el empleo, el trabajo y el emprendimiento para brindar mayor soporte a las medianas y pequeñas empresas. Este programa, cuenta con un equipo de gestores profesionales orientado a los diferentes sectores económicos y sociales con prioridad en los de clase mundial y busca apoyar a los empresarios para que incrementen sus niveles de desarrollo. Enfocando para que los empresarios puedan obtener resultados a corto, mediano y largo plazo fortaleciendo los procesos, las personas, los clientes, brindando asesorías financieras, de pensamiento estratégico y de mercado, aplicando la estrategia de la dirección empleo, trabajo y emprendimiento para brindar soporte a las medianas y pequeñas empresas. El Sena brinda oportunidades laborales, información, orientación, capacitación para el empleo, apoyo al desarrollo empresarial, servicios tecnológicos para el sector productivo y apoyo a proyectos de innovación, desarrollo tecnológico y competitividad.
- **Jóvenes Rurales Emprendedores:** Este programa se encarga de propiciar la inclusión de personas y comunidades vulnerables en zonas rurales, mediante el desarrollo de proyectos productivos unidos a programas de formación de unidades productivas rurales sostenibles y generación de ingresos. El objetivo general de este programa es promover el emprendimiento en jóvenes de 16 a 35 años que pertenecen a los estratos del SISBEN 1, 2 y 3; además ese busca apoyar poblaciones vulnerables sin límite de edad, gestionando la creación de unidades productivas rurales que mitiguen la migración del campo a la ciudad, contribuyendo al relevo generacional y a una mejor calidad de vida.
- **LASO:** Este es un laboratorio social de emprendimiento cultural, que busca estimular el talento colombiano de la población afro descendiente y

vulnerable en el área musical y producción de audio digital, para consolidar unidades productivas pertenecientes a las industrias creativas de jóvenes talentos musicales.

5.1. 3 Modelo de emprendimiento de la UNIVERSIDAD ESCUELA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS (UEAN)

La Universidad EAN, ofrece programas de formación integral y humanista, en el marco de las ciencias y técnicas de la administración, con énfasis en la formación de empresarios y el fomento del espíritu emprendedor de tal manera que los egresados de estos programas puedan contribuir al desarrollo económico y social del país. La resolución No 2470 del 30 de Mayo de 2006 del Ministerio de Educación Nacional otorga el reconocimiento como Universidad EAN que figura como pionera entre las universidades por su modelo educativo. El Modelo EANTEC se basa en la formación de competencias emprendedoras de la UEAN, está enfocado en tres pilares conceptuales: Proyecto de vida emprendedor, análisis del entorno para la identificación de oportunidades de negocio, desarrollo de herramientas gerenciales para la planeación y puesta en marcha de la empresa. La misión de la UEAN es la formación integral de la persona y estimular su aptitud emprendedora para ayudar al desarrollo económico y social de los pueblos. Esta institución tiene cobertura nacional e internacional por sus procesos de formación, investigación en el campo empresariado, el emprendimiento y creación de empresas.

Un factor importante a destacar, es que la EAN tiene grupos de investigación en el campo de emprendimiento y gerencia “Entrepreneurship Group”, el cual está compuesto por áreas de liderazgo y gerencia, Creación de empresas, empresa familiar, historia empresarial, entre otras. Este grupo de investigación de emprendimiento está catalogado como categoría A1 de Colciencias, liderado por el programa emprendedor de la Universidad con trabajo investigativo en el tema del emprendimiento para el fomento de la creación de empresas, único grupo en el país con esta categoría.

Dentro de los Programas de Emprendimiento se encuentra, EAN “Entrepreneurship Award”, reconocida como la universidad de los emprendedores porque el mayor porcentaje de egresados y estudiantes que han optado como parte de su proyecto de vida ser empresarios, a través de este programa se busca reconocer el esfuerzo emprendedor de los estudiantes y egresados de la EAN, generando un mecanismo sensibilizador a los miembros de la comunidad estudiantil en torno al emprendimiento y desarrollo empresarial. Por otra parte, el

“Programa IN3” (Integra-Innova-Incuba), busca acompañar a estudiantes y egresados en el proceso de la puesta en marcha de unas iniciativas empresariales. También cuenta con el “Programa Emprendedor Nosotros”, el cual es una unidad encargada de la gestión del emprendimiento tanto al interior de la universidad como para sus Stakeholders, orienta sus acciones en tres áreas de trabajo formación mediante el modelo EANTEC, investigación en temas relacionados con emprendimiento y programas de extensión que permitan llevar la experiencia de la universidad a diferentes poblaciones y consolidar las iniciativas empresariales de estudiantes y egresados.

El modelo EANTEC es implementado a través de unidades de estudio de carácter curricular y obligatorio en todos los programas de formación impartidos de manera transversal contando con grupos interdisciplinario, el modelo es impartido a través de una unidad de estudio con un enfoque general y especializado de acuerdo con el área de conocimiento de los diferentes programas. El Censo empresarial a través de su instituto de emprendimiento, liderazgo e innovación IDELI realiza censo de estudiantes y egresados de la UEAN cuyo objetivo es la caracterización productiva, económica y financiera de las empresas que son propiedad de los estudiantes y egresados, las empresas censadas acceden a oportunidades de negocio en programas público-privados que promueven y apoyan el desarrollo empresarial en Colombia.

5.1.4 Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CEDES) de la Universidad ICESI

La universidad ICESI es reconocida en Colombia por su alto nivel académico y excelencia educativa. Forma profesionales exitosos y comprometidos con la sociedad, cuenta con acreditación institucional de alta calidad. Sus programas más tradicionales y los programas de Derecho y Contaduría Pública y Finanzas Internacionales, tienen acreditación de alta calidad.

Por otra parte, la universidad con el objetivo de motivar y formar, mediante actividades educativas, a los miembros de la comunidad bajo su área de influencia, en el desarrollo de acciones innovadoras y creativas crea el 1 de enero de 1985, su Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial (CDEE- ICESI) para impulsar el espíritu empresarial. Las áreas de creación, apropiación y difusión del conocimiento en las cuales trabaja el **CDEE** son: Desarrollo del **Espíritu** y de la Cultura Empresarial, Creación de Empresas, Formación de Líderes Empresariales, Educación Empresarial, Gestión de Empresas Familiares, Gestión de PyME.

Mediante las actividades de Formación del CDEE, se busca fomentar la aplicación de la educación empresarial orientada a "Educar para el trabajo y no solo para el empleo", se diseñan y se realizan cursos, seminarios, diplomados, talleres dirigidos a estudiantes de pregrado, posgrado de ICESI, a profesores universitarios, normalistas, secundaria, primaria, niños, jóvenes de educación primaria y secundaria, a empresas PYME, a profesionales y no profesionales interesados en crear sus empresas y a grupos sociales interesados en la difusión y aplicación de la educación empresarial, el modelo se sustenta en dos ejes principales: Educación empresarial y modelo de educación basado en competencias.

El CDEE desde 1980 se ha venido interesando por validar conceptos, teorías y metodologías con sus propios procesos investigativos en las áreas del conocimiento que le son propias de este proceso el cual ha permitido el desarrollo de nuevos modelos educativos para formar líderes empresariales y nuevas formas de intervención tanto para las nuevas empresas como para las ya existentes.

Las actividades de extensión del CDEE son el "CENTRO ALAYA", esta es una iniciativa de la Universidad ICESI y la Universidad del Valle, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Fundación de Apoyo a Universidad del Valle tiene como finalidad apoyar el desarrollo empresarial del Valle del Cauca y el País. La misión es contribuir al mejoramiento de la productividad y competitividad de las MIPYMES de la región, mediante programas de asesoría y capacitaciones logrando promover su creación y supervivencia y crecimiento para contribuir a la transformación empresarial y social del país.

Este centro atiende de manera subsidiada servicios como: Creación de Empresas para empresarios que quieran desarrollar su oportunidad de empresa y su plan de empresa, orientación Internacional para empresarios que quieran el fortalecimiento u orientación en sus esfuerzos de internacionalización, desarrollo Empresarial para los empresarios que requieran mejorar aspectos generales de su organización, está aliado con Bancoldex para los programas de plan de empresa-programas especiales para pequeñas empresas.

Así mismo, PROPYME es una actividad de extensión del CDEE, y está orientada al diseño y ejecución de programas de capacitación y asesoría que permitan el mejoramiento de la productividad y la competitividad de la PYME Colombiana, para este fin se ofrecen seminarios y diplomados abiertos al público, se diseñan programas para las empresas que son estructuradas a partir de diagnósticos efectuados en conjunto con la organización, se crean planes orientados a la formación de carácter general de los profesionales y ejecutivos de las organizaciones, se hacen asesorías, consultorías a organizaciones de sectores

públicos y privados, se desarrollan programas de intervención social para favorecer a diversos sectores nacionales.

“STARTUP-CAFÉ” es un concepto innovador de espacios físicos y virtuales ofrece un ambiente adecuado para construir empresas de base tecnológica fundamentada en conocimientos, destrezas, habilidades y experiencia de estudiantes y profesionales, empleados, empresarios y en general de todos los actores influenciados o que influyen a la comunidad de la Universidad ICESI.

Por otra parte, el CIC (Centro de Industrias Culturales), nace en el 2011 bajo la dirección del CDEE, cuya misión es fomentar el desarrollo y la competitividad de las industrias culturales a través de la generación de conocimiento, la formación empresarial y el acompañamiento a las empresas culturales.

La cobertura del CDEE ha alcanzado otros países latinoamericanos: Perú, Honduras, Ecuador, Chile, República Dominicana, Argentina, Brasil, México, Guatemala, Costa Rica, Panamá, Bolivia, Brasil, Puerto Rico, Guatemala y Venezuela. Como consecuencia de estas experiencias y de las investigaciones del CDEE, se ha elaborado varios libros de texto: “*Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la creación de nuevas empresas*”, “*Crear empresas: Misión de todos*”, los 13 textos de la “Colección gerencia de PYMe”, la cartilla “Tu futuro: ser empresario”, la cartilla “Soy Mujer y...Empresaria”. Adicionalmente, se han publicado muchos artículos, se han dictado innumerables conferencias y seminarios.

Este programa de emprendimiento ha recibido varias distinciones tanto a nivel nacional como internacional. En el año 1990 fue escogido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) como uno de los 13 programas a nivel mundial que deberían ser transferidos a todos los países y, como uno de los dos programas que a nivel de educación secundaria se debían difundir mundialmente. En 1990 recibió mención de honor el trabajo “Desarrollo del Espíritu Empresarial en los Colegios Públicos del Valle del Cauca” por parte de la Cámara de Comercio de Bogotá y el Servicio Nacional de Aprendizaje, organizadores del III Encuentro Universidad - Empresa para el fomento del Espíritu Empresarial. En el año 2000, la UNESCO eligió al programa para ser presentado en el certamen internacional que sobre empleo y trabajo se realizó en Lima, Perú. En el año 2003, el BID, dada la trayectoria en el área de empresarios juveniles, lo contrató para ejecutar la investigación que sobre empresariado juvenil en Latino America diseñó, y como resultado de la misma publicó el libro “El nuevo rostro empresarial”. En 2007 el Dr. Rodrigo Varela recibió del gobierno Colombiano el “Premio a la cultura emprendedora: categoría autor”.

La Universidad Icesi es reconocida no sólo por su excelencia en la docencia, investigación, por su infraestructura tecnológica, entre otras, sino por el éxito que ha obtenido con su Centro de Desarrollo Empresarial.

5.1.5 Emprendimiento en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali

Para la Javeriana Cali la formación en emprendimiento es una de las tareas fundamentales, por ello dentro de su campus universitario crea el Centro de emprendimiento “Campus Nova”, en el cual estudiantes, colaboradores, profesores y egresados pueden dar comienzo a cualquier proyecto de emprendimiento, en el cual se busca ayudar al emprendedor a crear su propio modelo de negocio y a conocer su mercado.

La Universidad Pontificia Javeriana de Cali ha conformado una Red de Emprendimiento, la cual nace para apoyar al crecimiento social con equidad en el país, a través de la formación de profesionales que se distinguen por su pensamiento estratégico, creatividad y capacidad de gestionar la innovación.

Esta red tiene como objetivo direccionar su trabajo para cumplir con el desarrollo de habilidades vitales para la ejecución de proyectos empresariales exitosos, además la RED de Emprendimiento, tiene a disposición de la comunidad poniendo a disposición de los estudiantes de pregrado, posgrado y egresados; asesorías para los emprendedores que tienen una idea, modelo de negocio o plan de negocio en una etapa inicial. Para ello, cuenta con una mesa de apoyo que trabaja de acuerdo a las necesidades y el diagnóstico de cada idea de cada proyecto. Por otra parte, la Universidad Pontificia Javeriana de Cali cuenta con convocatorias y concursos que promueven el emprendimiento, tales como:

- **Prende y Emrende! El Concurso de los Emprendedores Javerianos.** Este concurso tiene como objetivo, identificar perfiles de estudiantes con ideas innovadoras que posean un alto potencial y que pueden llegar a convertirse en proyectos reales.
- **Feria de la creatividad y la manufactura.** La Universidad busca con esta feria que los integrantes de la comunidad universitaria postulen su empresa, iniciativa o colectivo creativo, con el objetivo de darse a conocer, construir alianzas y vender sus productos en la Feria de la Creatividad y la Manufactura.
- **Desafío Intel. Aplica para llevar tu idea a Silicon Valley.** Este concurso con la empresa Intel es una competencia de emprendimientos tecnológicos enfocada a estudiantes universitarios y recién graduados de América Latina

que provee educación empresarial e inmersión en Silicon Valley. Dentro de las categorías definidas para este, se encuentran: Internet, móvil, software.

Así mismo, la universidad pontifica javeriana de Cali cuenta con una oficina de emprendimiento reconocida y certificada como centro de excelencia en emprendimiento a nivel nacional e internacional por el *young americas business trust* (YABT), entidad perteneciente a la organización de estados americanos (OEA).

5.1.5 Red de emprendimiento de la Universidad Libre Seccional Cali

La Universidad Libre Seccional Cali es integrante de la Red de Emprendimiento Latinoamericana y del Caribe REDELAC, este un espacio de interacción donde diversos actores entre ellos la Universidad, las empresas, El Estado y la Sociedad intercambian acciones con el propósito de fortalecer las diversas modalidades de emprendimiento a través de actividades de docencia, investigación y extensión, empresariales por medio de prácticas, alianzas, convenios, financiación por medio de convocatorias, concursos y proyectos de participación actividades proyectadas hacia el desarrollo regional a través de tecnologías de la información, comunicación y el trabajo en red en las organizaciones de Latinoamérica.

De acuerdo a lo anterior, la Universidad Libre, con su propósito de establecer una red de gestión y conocimiento en emprendimiento alrededor del tema de desarrollo regional con capacidad de: Prestar servicios de fomento, consultoría y asesoría a proyectos de emprendimiento de desarrollo regional, busca fortalecer los planes de negocio en los sectores agrícolas, agroindustriales y de servicios con soporte tecnológico y administrativo por medio de programas de formación y seguimiento a los proyectos- prestar el servicio de preincubadora de proyectos usando la infraestructura de investigación, servicios y laboratorios de la Universidad Libre Seccional Cali-promover la realización de eventos locales, regionales, nacionales que fortalezcan redes de emprendimiento en desarrollo regional- fomentar la participación de alumnos y egresados en las diferentes convocatorias de investigación, emprendimiento e innovación que tengan que ver con el desarrollo regional que realizan diferentes entidades.

Estrategias: Identificar y caracterizar organizaciones que apoyen los procesos de emprendimiento empresarial – direccionar la investigación como procesos fundamentales para el emprendimiento, además, de desarrollar actividades a través de mesas de trabajo por temas como sensibilización-formación-planes de negocio-creación de empresas-sostenibilidad-legislación

Por otra parte, de la Red de Emprendimiento de la Universidad Libre Seccional Cali hacen parte las siguientes divisiones: Centro de Investigación de Administración de empresa, la unidad de emprendimiento facultad de ciencias económicas, administrativas y contables, el Centro de investigación económico, Observatorio socioeconómico Municipal y Consultorio jurídico empresarial de la facultad de derecho.

5.1.6 Programa de Emprendimiento de la Universidad San Buenaventura

La organización académica de la universidad San Buenaventura, la constituyen seis facultades: Arquitectura, Arte y Diseño, Ciencias Económicas y Administrativas, derecho y Ciencias Políticas, Educación, Ingeniería y Psicología, con 16 programas de grado. De igual manera tiene una amplia oferta de maestrías, especializaciones y diplomados que le garantiza a sus egresados y al público en general actualizarse y seguir avanzando en diferentes campos de su desarrollo profesional.

Parque Tecnológico - Emprendimiento la Universidad San Buenaventura Seccional Cali, provee las bases para el emprendedor que desee iniciar su propio negocio, mediante formación, acompañamiento y gestión de recursos, para que puedan generarse emprendimientos innovadores, socialmente responsables y sostenibles.

En el parque tecnológico se encuentra ubicada la oficina de emprendimiento opera en el programa de ECOREDES que surge de la alianza entre la facultad de ciencias Económicas y el Parque Tecnológico, que cuenta además con el apoyo del programa de Derecho, ofrece la Escuela de Emprendimiento, el Consultorio Empresarial, La Unidad de Relación con el Entorno y el Consultorio Contable Financiero, para dinamizar los procesos de Fomento a la cultura emprendedora, Pre Incubación, Incubación y Aceleración del Parque Tecnológico.

Escuela de Emprendimiento: Sensibiliza a la comunidad académica relacionada en torno al emprendimiento y al desarrollo de actitudes emprendedoras-realiza talleres para estimular la identificación de ideas de negocio-capacita para el proceso de formación del plan de negocio-fortalece las competencias de docentes del área de emprendimiento-acompaña a estudiantes de la universidad en la evaluación de trabajo de grado de emprendimiento empresariales para ello programa seminarios, talleres, cursos de capacitación, conferencias, concursos de ideas de negocio, muestras de emprendimiento. Este parque cuenta con proyectos como:

- **Desarrollo Empresarial:** Centro de Servicios Empresariales, Centro de Acreditación de Pruebas ICDL-Implementación del Sistema de Gestión del Parque tecnológico de la Umbría-Programa de Implementación de Sistemas de Gestión de Calidad en el sector educativo- Programa de implementación de Sistemas de Gestión de Calidad para las Mi PYMES- Parque temático-Programa de Ingeniería de Materiales-Zona Franca Parque Tecnológico de la Umbría.
- **Emprendimiento:** Sistema de emprendimiento e innovación para el municipio de Santiago de Cali ´´Hacia una cultura de emprendimiento empresarial en el Municipio de Santiago de Cali´´ -Modelo de gestión Tecnológica de Pymes-Perfil del Proyecto Kilómetro 30 centro temático y recreacional-Programa soy Bio Parque Carbono Neutral-Propuesta Preliminar Parque Tecnológico Busingic (Modelo de consolidación de mercados)-Proyecto Cerrito Valle-Servicios de Selección, capacitación y desarrollo continuo para el Recurso Humano-desarrollo y fortalecimiento de la cadena productiva de la Stevia.
- **Innovación:** Diseño del Proyecto de Educación Pedagógica Líquida-Desarrollo inteligente para Comfenalco Valle-Diseño y evaluación de programas de enriquecimiento estratégico cognitivo en el ámbito empresarial-Proyectos de Investigación de la Universidad San Buenaventura Cali.

Por otra parte, dentro de los eventos que la universidad realiza para fomentar la cultura empresarial se pueden encontrar a:

- **Vive el Emprendimiento:** Organizado por los estudiantes de la asignatura de Emprendimiento del Programa de Administración de Empresas los expositores comparten sus experiencias, dificultades y el verdadero espíritu empresarial al iniciar sus empresas, son espacios de gran importancia para los estudiantes de Administración que están interesados en ser emprendedores.
- **Emprendamos Juntos:** Para promover la cultura emprendedora, fortalecer el tejido empresarial de la región y acompañar a las comunidades en los procesos de gestión del desarrollo.
- **Concurso De Ideas De Negocio-Emprendamos Juntos:** Es creado por el Parque Tecnológico de la Umbría y el Programa de ECOREDES de la Universidad de San Buenaventura de Cali, para promover el emprendimiento y la identificación de oportunidades de negocio innovadoras.

- **Dinamización Mesas Sectoriales:** La Universidad San Buenaventura de Cali está actualmente trabajando en el Proyecto Dinamización de Mesas Sectoriales del Grupo multisectorial en la Ciudad de Cali. Los objetivos principales son la formación en Liderazgo gremial y la estructuración y participación de proyectos por sectores productivos; además, poner en marcha las iniciativas de los empresarios, teniendo en cuenta las necesidades reales de los sectores y gremios asociados

Finalmente, la universidad San Buenaventura, realiza alianzas con la Secretaría de Desarrollo Social de la Gobernación del Valle del Cauca para trabajar en programas de Proyección Social, Programas y Proyectos de Primera Infancia, propuesta de Programas de Educación continua a funcionarios de la secretaria en formulación de políticas y en formulación de proyectos y Programa de formación de Emprendimiento y Parque Tecnológico.

5.2 FACTORES CLAVES DE ÉXITO

De acuerdo a la metodología del Benchmarking o Referenciación, se identifica y definen los factores clave de éxito, que permiten realizar la referenciación de la Universidad del Valle con las demás instituciones de educación superior seleccionadas para el análisis. Los factores seleccionados son:

5.2.1 Alianzas y convenios: Sus objetivos son promover el espíritu e iniciativa empresarial, impulsar el desarrollo de las industrias nacionales con proyección al crecimiento en Latinoamérica, abrir espacios para la realización de prácticas profesionales como medio para apoyar el fortalecimiento de microempresas, apoyar el proceso de formulación, creación, consolidación, afinamiento de ideas de negocio, generar y fortalecer redes de apoyo y fomento del emprendimiento, impulsar alianzas nacionales e internacionales.

5.2.2 Creatividad e innovación: La creatividad es la generación de nuevas ideas o conceptos el individuo que es creativo se caracteriza por tener confianza en sí mismos, tener flexibilidad, alta capacidad de asociación, capacidad intuitiva, pasión por lo que hace, nivel elevado de esfuerzo, asume riesgos, le gusta salir de la rutina por lo tanto son líderes que emprenden las ideas de negocio

Innovar es introducir cambios con éxito es una de las principales características es renovar, buscar nuevas formas de hacer las cosas, es importante puesto que a través de esta es que las empresas se vuelven competitivas.

5.2.3. Formación de formadores: Las competencias del docente promotor de emprendimiento son la capacidad de aprendizaje, innovación, comunicación efectiva, orientación al cliente, flexibilidad.

Los principales quehaceres del docente como promotor del emprendimiento son identificación de las expectativas del estudiante tanto desde la perspectiva académica como desde la perspectiva del emprendimiento, construcción de un ambiente que propicie interés y confianza en el estudio alrededor del emprendimiento como opción de vida, planeamiento de proyectos que promuevan el emprendimiento como elemento transversal en el marco del plan educativo, selección de escenarios, herramientas y métodos de trabajo.

5.2.4. Fortalecimiento de una educación empresarial: Se entiende por educación empresarial aquella orientada a la formación de líderes empresariales innovadores e independientes, capaces de crear empresas, generadores de empleo y riqueza.

5.2.5. Fomento del emprendimiento en egresados: Desarrollar competencias empresariales en los egresados a través de diplomados, cursos, seminarios y talleres que los oriente hacia la creación de empresas facilitando su proyección al mundo globalizado, creando proyectos, unidades productivas y empresas que propendan por el progreso y desarrollo del país.

5.2.6. Sensibilización del espíritu emprendedor: Mediante charlas, conferencias y eventos entorno a la experiencia y vivencias del emprendimiento, pretende fomentar el desarrollo de una cultura de capacidades y habilidades que permitan el logro de los objetivos.

5.2.7. Redes de financiación y de apoyo para iniciativas empresariales: Establecer alianzas estratégicas con el sector productivo e instituciones que financien las ideas de negocio.

5.2.8. Redes de emprendimiento: Con la creación de redes de emprendimiento se busca fomentar la creación y el crecimiento de empresas como elemento impulsor de la sociedad mediante convenios, fondos, entidades, capital de riesgo, desarrollar redes a nivel nacional e internacional, consolidando y afianzando las ideas de negocio.

5.2.9. Formación de líderes empresariales: Fomentar competencias de liderazgo y trabajo en equipo dirigida a los empresarios y ejecutivos de las organizaciones interesados en la actividad gremial y en profundizar sus conocimientos y liderazgo para el manejo de estas instituciones cuya idea es formarse como futuros dirigentes empresariales.

5.2.10. Promoción de una cultura empresarial: Realización de eventos que promuevan el emprendimiento tales como, macro ruedas de negocio, seminarios, encuentros de socialización de experiencias emprendedoras que permitan difundir la cultura empresarial.

5.3 Matriz del perfil competitivo

Después de realizar la caracterización de los programas, centros y modelos de emprendimiento de las IES, Universidad del Valle, Sena, EAN, Icesi, Javeriana de Cali, Universidad Libre Seccional Cali y Universidad San Buenaventura. Se seleccionaron tres IES, comparando sus factores clave de éxito relacionados con el emprendimiento frente a los factores clave que apoyan las iniciativas de fortalecimiento del emprendimiento de la Universidad el Valle.

De acuerdo a lo anterior, y tomando como base el modelo definido por Fred David (1995), para la construcción de la matriz del perfil competitivo, se procedió a realizar la asignación de valores a cada factor clave de éxito definido para realizar el proceso de referenciación o benchmarking, donde la columna “Valor” corresponde a una calificación de 1 a 4, representando el valor 1 el desempeño más bajo y el valor 4 el desempeño más alto de cada factor. Esta calificación se asigna de acuerdo a la caracterización realizada de cada programa, centro o modelo de emprendimiento que promueven las instituciones de educación superior EAN, ICESI, SENA, comparadas con la Universidad del Valle.

A continuación en la tabla 30, se presenta la matriz del perfil competitivo del proceso de referenciación tomando como referencia las iniciativas de emprendimiento de la Universidad del Valle frente a las actividades que promueven las tres IES seleccionadas con respecto a los programas de emprendimiento.

Tabla 30. MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO

FACTORES CLAVE DE ÉXITO	PESO		Universidad del Valle		ICESI		EAN		SENA	
			VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR	VALOR
				SOPESADO		SOPESADO		SOPESADO		SOPESADO
1. Alianzas y convenios	10	0,1	3	0,3	3,5	0,35	4	0,4	3,5	0,35
2. Creatividad e innovación	10	0,1	3	0,3	3	0,3	4	0,4	3	0,3
3. Formación de formadores	20	0,2	3,5	0,7	4	0,8	3,5	0,7	2	0,4
4. Fortalecimiento de una educación empresarial	5	0,05	2	0,1	4	0,2	4	0,2	4	0,2
5. Fomento del emprendimiento en egresados	12	0,12	3	0,36	3,5	0,42	4	0,48	3	0,36
6. Sensibilización del espíritu emprendedor	6	0,06	3,5	0,21	3,5	0,21	4	0,24	4	0,24
7. Redes de financiación y de apoyo para iniciativas empresariales	8	0,08	3	0,24	3,5	0,28	4	0,32	4	0,32
8. Redes de emprendimiento	9	0,09	3	0,27	3,5	0,315	4	0,36	4	0,36
9. Formación de líderes empresariales	10	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4	4	0,4
10. Promoción de una cultura empresarial	10	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4	4	0,4
TOTAL	100	1		3,1		3,7		3,9		3,3

Modelo de Fred David (1995) Fundamentos de Gerencia Estratégica retomado por Betancourt

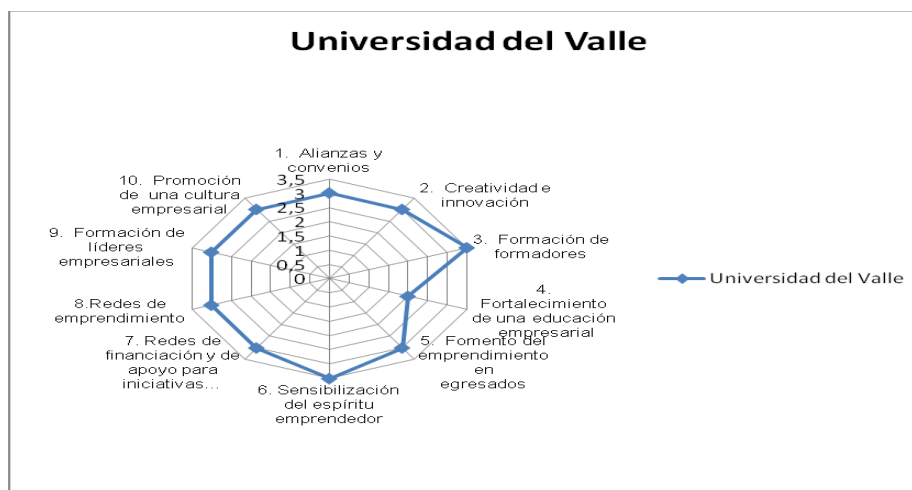
De acuerdo a la matriz del perfil competitivo, realizando el análisis de los 10 factores clave de éxito seleccionados para las Instituciones de Educación Superior, EAN, SENA, ICESI, y la Universidad del Valle, se puede evidenciar que las más competitivas en estos 10 factores son: En primer lugar la Universidad EAN, por su Modelo de emprendimiento EANTEC, el cual se basa en la formación de competencias emprendedoras de la UEAN, está enfocado en tres pilares conceptuales: Proyecto de vida emprendedor, análisis del entorno para la identificación de oportunidades de negocio, desarrollo de herramientas gerenciales para la planeación y puesta en marcha de la empresa; en segundo lugar, la Universidad ICESI con el centro de desarrollo del espíritu empresarial, el cual

impulsa el espíritu empresarial, la cultura empresarial, la creación de empresas, formación de líderes empresariales, en tercer lugar se encuentra el SENA servicio nacional de aprendizaje, este es reconocido por sus programas de emprendimiento emprende-T, Jóvenes rurales emprendedores, fortalecimiento PYMES y por promover el Fondo Emprender para la financiación de los proyectos de las iniciativas de negocios de los emprendedores y por último se encuentra la Universidad del Valle por su programa “Emprendedores UNIVALLE” el cual busca fomentar el emprendimiento tanto en los estudiantes como en los egresados trabajando en conjunto con la oficina de egresados para la inserción laboral de estos.

5.4 RADARES DE VALOR Y VALOR SOPESADO

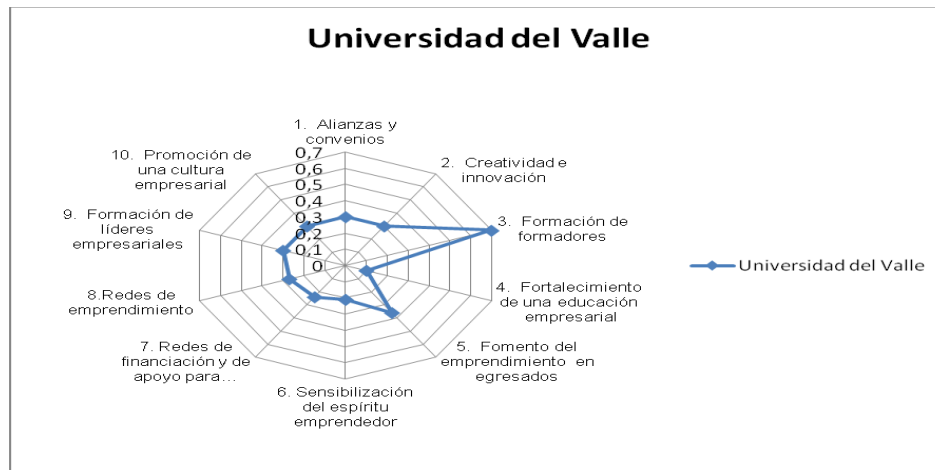
Los radares de valor permiten ilustrar el desempeño un análisis más gráfico del desempeño de los factores clave seleccionados para realizar el proceso de referenciación de la Universidad del Valle con las instituciones de educación superior: Icesi, EAN y Sena.

Gráfico 13. Radar de Valor de la Universidad del Valle



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

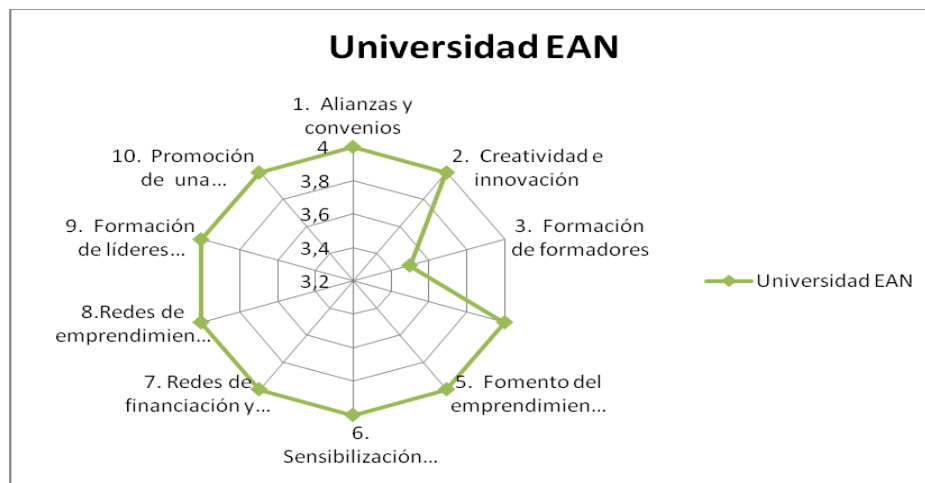
Gráfico 14. Radar de Valor sopesado de la Universidad del Valle



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

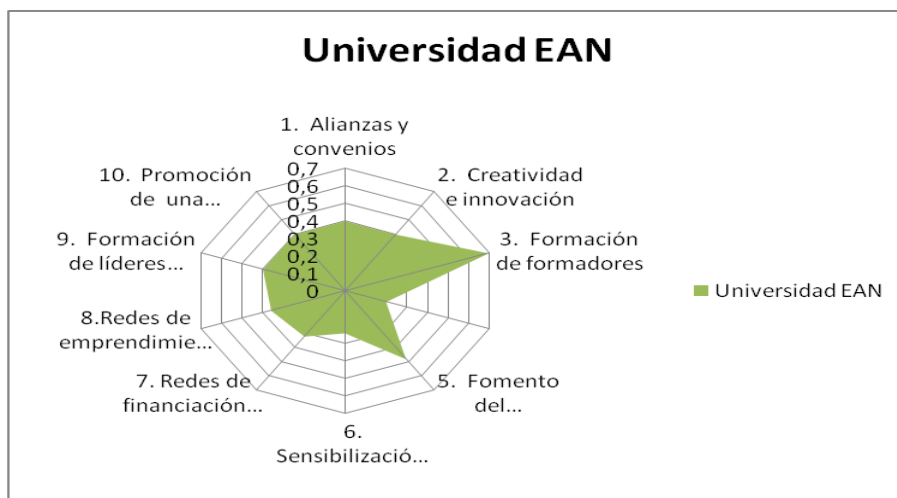
En estos gráficos de radar se observa que la Universidad del Valle tiene un buen desempeño en factores como formación de formadores y sensibilización del espíritu emprendedor, ya que a través de eventos y proyectos la universidad busca fomentar y despertar en la comunidad universitaria un espíritu emprendedor. Y finalmente tiene un desempeño aceptable en el factor de fortalecimiento de una educación empresarial. Esto permite evidenciar factores que se deben fortalecer y permitan que la universidad del Valle sea líder en el fomento al emprendimiento y en la promoción de educación empresarial.

Gráfico 15. Radar de Valor de la Universidad EAN



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

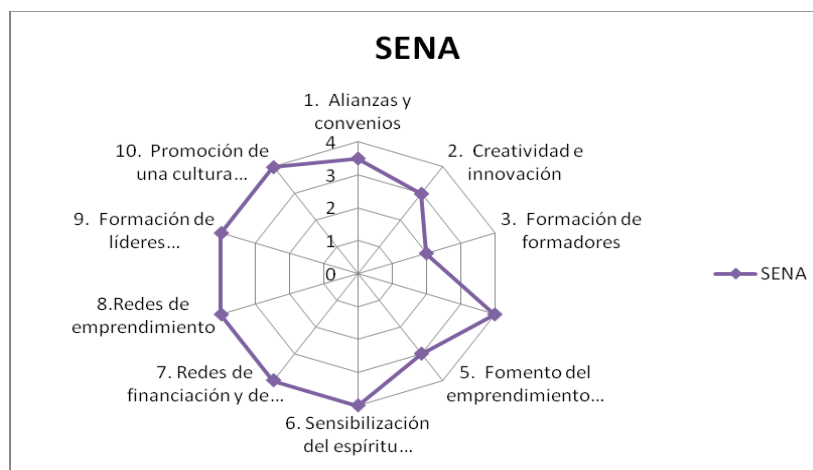
Gráfico 16. Radar de Valor sopesado de la Universidad EAN



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

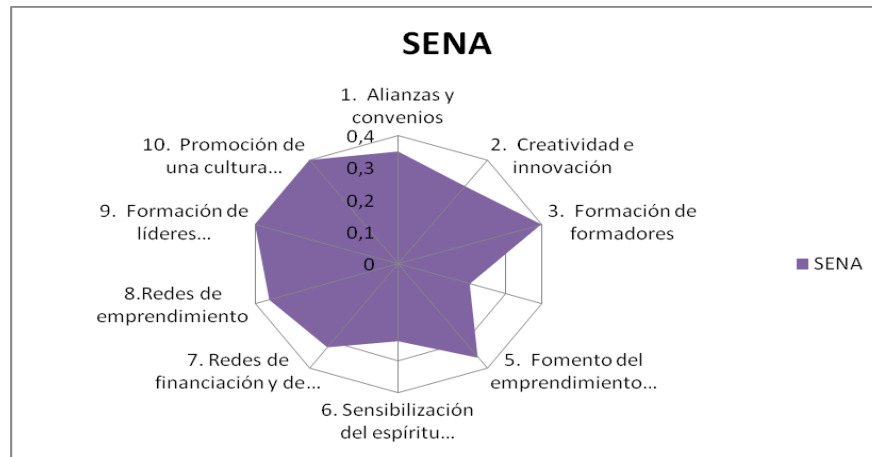
La Universidad EAN tiene un buen desempeño en la mayoría de los factores analizados, tales como, alianza y convenios, creatividad e innovación, fortalecimiento de una educación empresarial, fomento del emprendimiento en egresados, entre otros. Finalmente, se debe prestar atención al factor formación de formadores.

Gráfico 17. Radar de Valor del SENA



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

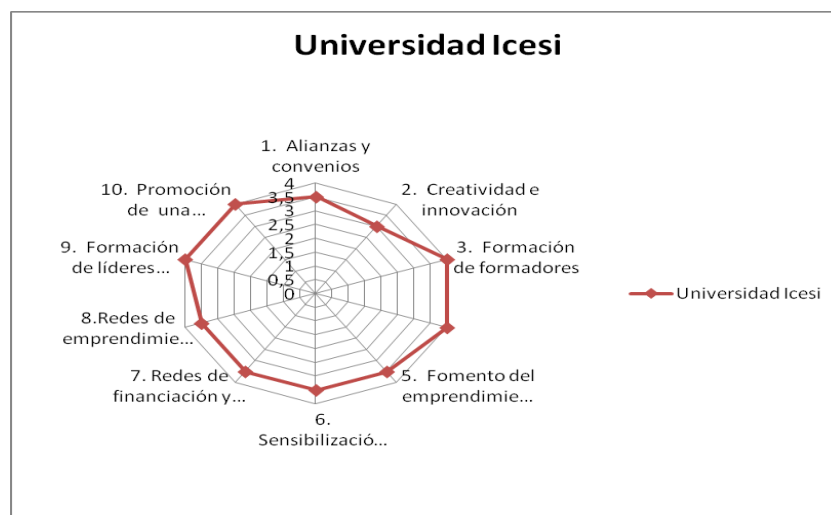
Gráfico 18. Radar de Valor sopesado del SENA



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

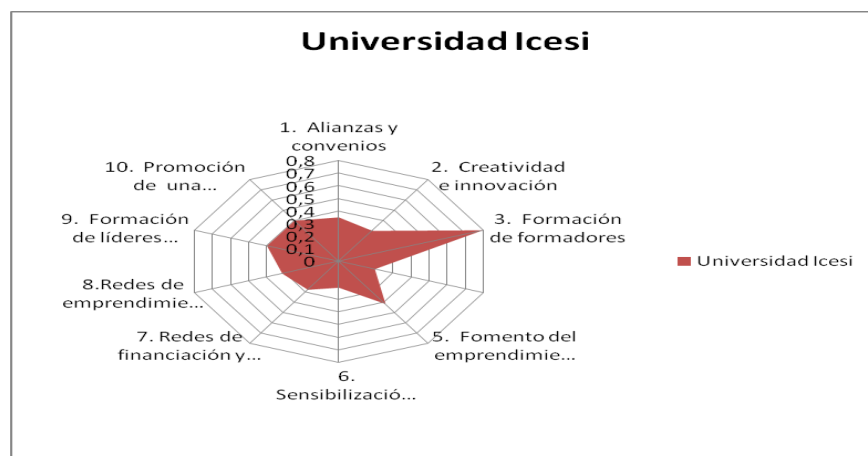
El Servicio Nacional de Aprendizaje es una institución que tiene un desempeño en factores como fortalecimiento educación empresarial, por sus programas y fondos de financiación de ideas de negocio, formación de líderes empresariales, entre otros. Finalmente tiene un desempeño aceptable en el factor de formación de formadores y creatividad e innovación.

Gráfico 19. Radar de Valor de la Universidad ICESI



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

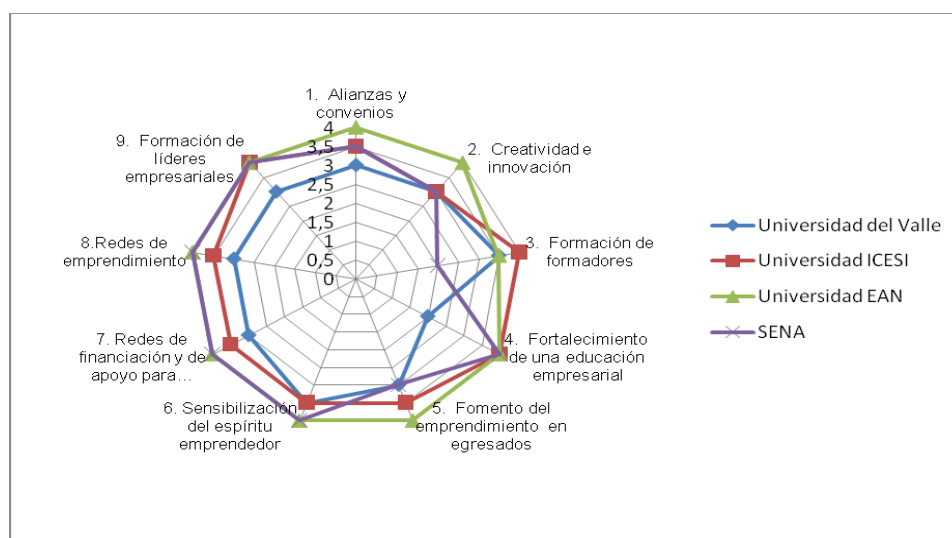
Gráfico 20. Radar de Valor sopesado de la Universidad ICESI



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

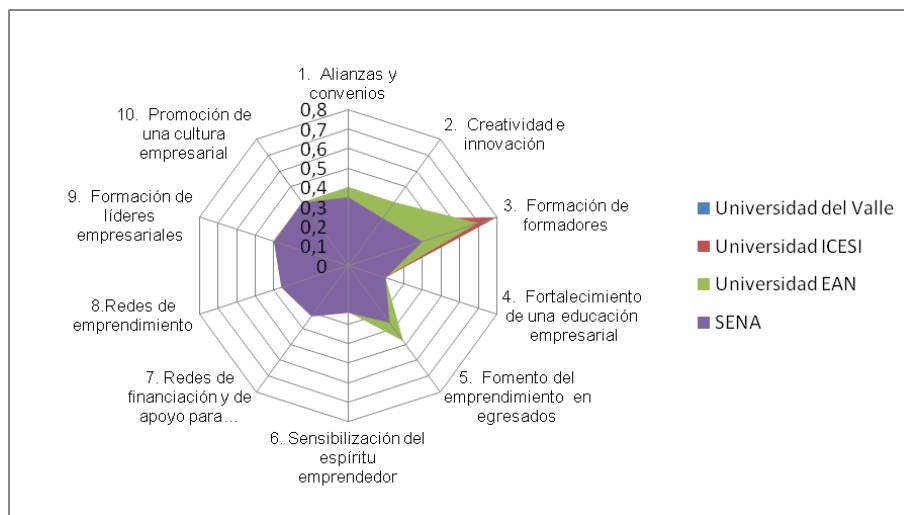
La Universidad ICESI tiene un buen desempeño factores, tales como, fortalecimiento de una educación empresarial, formación de líderes y promoción de una cultura empresarial. Pero debe prestar más atención al factor de creatividad e innovación.

Gráfico 21. Comparación radares de valor



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

Gráfico 22. Comparación de radares de Valor sopesado



Elaboración propia, modelo tomado de Betancourt (2013:28)

Análisis e interpretación de los resultados

De la matriz de perfil competitivo y de los radares de valor y valor sopesado, se puede interpretar que todas las instituciones de educación superior no se encuentran en el mismo nivel competitivo con respecto al fomento del emprendimiento y educación empresarial; el mayor valor sopesado lo obtuvo la Universidad EAN con una calificación de 3,9, siendo la institución líder en el sector de la educación superior con su Modelo de formación en competencias emprendedoras (EANTEC), de acuerdo a las cuatro instituciones analizadas. Le sigue en desempeño la Universidad ICESI con un valor sopesado de 3,7, por su Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE). En tercer lugar, el SENA obtuvo un valor sopesado de 3,3, por sus Programas y fondos de financiación para los emprendedores y finalmente la Universidad del Valle obtiene un valor sopesado de 3,1, con su Programa “Emprendedores Univalle”.

Así mismo, se puede concluir que las instituciones que tienen mejor desempeño son la Universidad EAN y la Universidad ICESI. Es importante resaltar que las instituciones EAN, ICESI y el SENA tienen el mejor desempeño con respecto a la formación en emprendimiento, debido a que cada una de ellas, desde las aulas de clase incentiva la creación de empresa, formando y guiando a sus estudiantes y posteriormente a sus egresados.

De acuerdo a lo anterior, y teniendo en cuenta que en este proceso se tomó como referencia a la Universidad del Valle, se recomienda que la universidad fortalezca el fomento del emprendimiento como política institucional desde las mismas aulas

de clase, formando a sus docentes para ello. En este sentido la Universidad del Valle debe replantear su estructura curricular, de tal manera que se defina una línea transversal de asignaturas relacionadas con el emprendimiento en la formación de cada profesional y de esta manera se fortalezca la educación empresarial, formando profesionales que sean generadores de empleo y riqueza para la región, apoyando su proceso de creación de empresa desde su formación académica. Por último, la Universidad del Valle debe fortalecer la relación Universidad-Empresa- Estado, ya que este enlace es vital para el desarrollo profesional de sus estudiantes y egresados, y financiación de ideas de negocio de los mismos.

6. DELPHI. CONSULTA A LOS DOCENTES

Este capítulo es un insumo para el cumplimiento del objetivo número 3, “*Identificar y estudiar las cualidades que influyen en la capacidad del egresado emprendedor de la Universidad del Valle Sede Tuluá para obtener recursos*”. En el desarrollo de este capítulo se realizaron entrevistas a 15 docentes de la Universidad del Valle Sede Tuluá, de los programas académicos: Administración de empresas, Contaduría pública, Ingeniería de sistemas, Tecnología en sistemas de información, Tecnología de Alimentos, Tecnología en Electrónica y Trabajo social durante el período académico Agosto – Diciembre de 2013.

De acuerdo a lo anterior, estas entrevistas se realizaron con el objetivo de identificar la percepción de los docentes sobre el programa de emprendimiento de la Universidad y fomento de la cultura empresarial en la Sede Tuluá. Así mismo, conocer cómo la formación académica que imparten los docentes influye en la orientación del egresado emprendedor sobre la obtención y movilización de recursos para la creación de empresa. Y de esta manera, identificar las estrategias para fomentar el emprendimiento que algunos docentes emplean desde las aulas de clase y que finalmente motivan la creación de empresa.

A continuación en la tabla 31, se muestra la información de los docentes de la Sede Tuluá entrevistados, además se relaciona su formación académica, áreas de conocimiento relacionadas y programas académicos donde imparten clases.

Tabla 31. Docentes de la Sede Tuluá entrevistados

Nº	NOMBRE DEL DOCENTE	PROFESIÓN	PROGRAMA ACADÉMICO	ASIGNATURA
1	Damira Medina	Abogada	Administración de empresas y Contaduría Pública	Legislación laboral
2	Harold Angulo Castillo	Administrador de Empresas	Administración de empresas	Liderazgo empresarial. Creatividad e Innovación empresarial
3	Cesar León Quillas	Economista	Ingeniera de sistemas. Administración de empresas	Análisis Económico de Inversiones. Gestión Financiera y Presupuesto.
4	María Dolores Villada	Ingeniera Industrial y Economista	Administración de empresas	Gestión de Fabricación de Bienes y Servicios
5	Jhonny Grajales Quintero	Contador Público	Contaduría Pública	Organización Contable
6	Oscar Orlando Ceballos Argote	Ingeniero de sistemas.	Ingeniera de sistemas.	Base de Datos
7	Libardo Castañeda Flores	Ingeniero Químico	Tecnología de Alimentos	Introducción a la tecnología de alimentos. Química de alimentos
8	2. Albeiro Aponte Vargas	Ingeniero de sistemas.	Ingeniería de Sistemas	Sistemas Operativo
9	Ketty Yalile Rosero Estupiñán	Trabajadora social	Trabajo Social	Historia del trabajo social. Individuo y Familia I y II.
10	Julián Rodas Laverde	Ingeniero de sistemas.	Ingeniería de Sistemas	Fundamentos del lenguaje de programación
11	Diana carolina Cardona	Administradora de Empresas	Administración de empresas, Tecnología en Alimentos	Organización y administración de empresas. Iniciación de nuevas empresas
12	Lucy Yaneth Varela	Administradora de Empresas	Administración de empresas	Creación de nuevos productos. Investigación de mercado
13	Juan Carlos Ricardo Ladino	Abogado	Contaduría Pública	Legislación comercial II.
14	Víctor Hugo Viveros Bermúdez	Trabajador Social	Trabajo Social	Planeación social
15	Jaime Landines	Comunicador social Organizacional y Administrador de Empresas.	Administración de empresas	Creatividad empresarial

Fuente: Elaboración propia

A continuación en la tabla 35 se desarrollan las mallas de lectura donde se definen siete ideas fuerza, y se expone la percepción de los docentes entrevistados con respecto a la Importancia de incentivar en los estudiantes, futuros egresados el emprendimiento, la identificación de los factores que inciden en la creación de empresa de los egresados, así mismo, sobre las estrategias pedagógicas utilizadas en las asignaturas para motivar a la creación de empresa, la orientación de las asignaturas respecto a la creación de empresa, las estrategias que desarrolla la Universidad para fomentar el emprendimiento, la orientación a los estudiantes sobre la obtención de recursos económicos para la creación de empresa y sobre las capacidades y cualidades que posee un emprendedor egresado de la Sede Tuluá.

Tabla 32. Mallas de lectura de docentes entrevistados

IDEA FUERZA 1: Importancia de incentivar en los estudiantes el emprendimiento
“Es importante incentivar en los estudiantes el espíritu empresarial y que logren de esta manera encaminar proyectos que puedan generar empresa”. Profesor Julián Rodas Laverde del programa de Ingeniería de sistemas y Tecnología en Sistemas. “Si es importante la creación de empresas se visualiza como un proyecto de vida distinto al vida laboral se debe llevar a que el estudiante descubra a que se quiere dedicar toda su vida y desde ese punto de vista hay varias opciones, una es que explote sus talentos naturales en el arte, música, deporte otra opción es que trabaje en sectores económicos productivos y la otra posibilidad es que opte por ser empresario por esto pienso que es importante que a los estudiantes se les inculque la formación como empresarios”. Profesor Harold Angulo –Asignatura Creatividad Innovación Empresarial “Bueno me parece que es una herramienta fundamental es una alternativa que esta perfilada en la resolución de creación y ejecución del programa por parte de la escuela de Ingeniería de alimentos, en el perfil profesional hay un ítem que dice los estudiantes tendrán alguna preparación y fundamentos para que puedan crear empresa por que ellos adquieren las herramientas en toda su formación en las asignaturas tecnológicas ellos tienen una formación muy específica para poder crear empresa más que la de un ingeniero”. Docente Libardo Castañeda Flórez, Coordinador del Programa de Tecnología de Alimentos “Es importante incentivar la capacidad que deben tener los estudiantes y las habilidades para crear empresa más no incentivar la creación de empresas porque creo que lo que tenemos que incentivar es el espíritu empresarial”. Docente Ketty Yalile Rosero Estupiñan-Programa Trabajo Social y Coordinadora del Programa “Si si creo importante porque de alguna forma también el gobierno nacional a través de sus políticas está fomentando la creación de empresas y si sería relevante incluirlo”. Docente Albeiro Aponte Vargas-Ingeniero de sistemas “Para los estudiantes es fundamental crear el espíritu de emprendimiento y empresarismo porque dentro de lo que siempre se busca es que la gente se prepare para generar empleo no para buscar empleo es importante que se preparen para aportar a una dinámica de la economía y no a insertarse en empresas que ya estén

creadas”. **Docente María Dolores Villada- Asignatura Gestión de Fabricación de Bienes y Servicios.**

“Pues hay un factor que es muy importante que es la enseñanza a los chicos a conocer que parámetros debo tener para crear una empresa, es decir, conocer en el contexto de las leyes gubernamentales que necesito para poder crear una empresa ese factor me parece muy importante creo que la capacitación en ese sentido es primordial y lo otro es incentivar la cultura del emprendimiento en la universidad”. **Docente Orlando Ceballos Argote - Ingeniero de Sistemas**

“Por supuesto creo que las condiciones económicas del momento actual del capitalismo hacen que la creación de empresas sea una opción para los estudiantes desde mi perspectiva creo que no puede o no debería venderse al estudiante esa idea de que la empresa se puede crear solo con voluntad”. **Docente Jhony Grajales Quintero- Asignatura Organización Contable**

“Sobre manera y se hace en todo el curso explicar las responsabilidades que ellos asumen como empleadores, siempre se está insistiendo en que la función vital de la facultad de administración es la de crear empresa y no la de ser trabajador dependiente”. **Docente Damira Medina- Asignatura Derecho Laboral**

“Se puede decir que si es importante dado la situación del mercado laboral me parece que cada vez las instituciones deben permitirle al estudiante a llevar esa reflexión que le fomento del empresarismo es una gran opción de vida”. **Docente Harold Angulo Castillo- Asignatura Liderazgo Empresarial**

“Claro que es importante incentivar en los estudiantes la creación de empresas y fortalecer las empresas que ya existen, de acuerdo a la situación económica y social de nuestro país es la única manera de garantizar o lograr contribuir en algo al desarrollo económico y social de nuestra región, al igual que también se podría mejorar la calidad de vida de las personas involucradas en estos nuevos emprendimientos”. **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Organización y administración de empresas.**

“Bueno más que incentivar la creación de empresas, creo que lo importante es que el estudiante sepa que no tiene que estar dependiendo de alguien para sobrevivir, lo cual nos lleva a dos puntos: crear empresa o ser inversionista, creo que las herramientas que uno le da en los cursos son principalmente para que se den cuenta en que sectores pueden invertir, que herramientas le sirven para darse cuenta si la inversión es aceptable o no , yo parto de que no debe depender de nadie sino que tiene que depender de el y que tiene que desarrollar habilidades para desenvolverse en el mercado globalizado”. **Docente Cesar León Quillas- Asignatura Gestión Financiera y Presupuesto**

“Primero digamos si uno forma o ayuda a la formación de los estudiantes es para que salga con unos conocimientos suficientes para que sin ningún problema pueda crear empresa hay que empezar por romper un poco con paradigmas previos entonces en la medida que los vamos incentivando vamos viendo que si es posible crear empresa”. **Docente Lucy Yaneth Varela –Asignatura Creación de Nuevos Productos**

“ Yo siempre soy un convencido de que cuando entra a una asignatura tiene la responsabilidad de recalcarle a los estudiantes primero la responsabilidad desde el punto de vista de su profesión y eso conlleva a que ellos crean su propia empresa y sus propios diseños para poder salir adelante”. **Docente Juan Carlos Ricardo Ladino – Asignatura Legislación Comercial**

“Considero que si es importante incentivar en los estudiantes de tecnología de alimentos la creación de empresas digamos una solución a diferentes problemas y necesidades que enfrentan la región actualmente, entonces es por medio de la creación de empresa y el fortalecimiento de las empresas que se puede llegar a un desarrollo económico, social y así mejorar la calidad de vida de las personas que están involucradas en los nuevos emprendimientos”. **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Iniciación de Nuevas Empresas**

“Hoy en día por la formación es importante como administradores de empresa que una vez terminen su formación profesional ya salgan con una empresa por lo menos escrita que en cada una de sus asignaturas vayan trabajando sobre ella y una vez finalicen su formación académica puedan crearla”. **Docente Lucy Yaneth Varela – Asignatura Investigación de mercado**

“Yo creo que es importante que se les abra los ojos sobre el tema de crear empresa pero también decirles que no es tan fácil cuando uno mira estadísticas se da cuenta que para permanecer en el mercado se necesita mucho esfuerzo y generalmente no cualquiera puede ser empresario para ser empresario generalmente no es que tengas que estudiar mucho sino que son cuestiones de intuición y de tener perspicacia en el mercado pero es importante incentivar porque uno no sabe si en el salón hay dos o tres Bill Gates en potencia que si no tiene la orientación pueden perderse” **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Análisis Económico de Inversiones**

“Yo no me concentro en el tema de creación de empresas como tal en que los estudiantes tengan mirada proactiva frente a lo que puede ser una acción de emprendimiento porque de hecho lo que uno hace en lo social son acciones de emprendimiento la capacidad de potenciar situaciones que mejoren ostensiblemente una comunidad y si hablamos de la productividad pues que realmente no sea orientado a mitigar la pobreza sino realmente a transformar realidades productivas” **Docente Víctor Hugo Viveros Bermúdez-Asignatura Planeación social-Trabajo social**

“Si es fundamental no solamente por la creación de empresas sino por la calidad profesional, el incentivar la creación empresarial significa darle una alternativa profesional más al estudiante entonces la ventaja competitiva es básicamente la capacidad de crear su propia empresa”. **Docente Jaime Landines-Asignatura Creatividad Empresarial**

IDEA FUERZA 2: Factores que inciden para la creación de empresa de los egresados.

“Un factor que puede ser fundamental es que ellos cuenten con un fondo que les permite crear un capital semilla para crear la empresa” **Docente María Dolores Villada-Asignatura Gestión de Fabricación de Bienes y Servicios**

“Yo pienso que desde el área de ingeniería de sistemas faltaría un enfoque un poco más empresarial en algunos cursos nos forman bien en la parte ingenieril pero en la parte de mercadeo nos quedamos cortos, yo pienso que desde la parte formativa faltaría un poco de enfoque hacia el emprendimiento”. **Docente Julián Rodas Laverde-Programa Ingeniería de sistemas y Tecnología en sistemas**

“Primero que haya condiciones económicas y sociales que faciliten, segundo que hayan condiciones de apoyo, las políticas del gobierno que permitan que la gente no solamente creen empresa sino que se puedan sostener y tercero sería lo que yo digo el espíritu empresarial, es decir, esas habilidades que deberíamos tener todos para no ser empleados sino para posibilitar la creación de un desarrollo económico a partir de nosotros mismos” **Docente Ketty Yalile Rosero Estupiñan-Coordinadora Programa Trabajo Social**

“Tal vez por la falta de oportunidad de empleo sale la idea o necesidad de los egresados de crear empresas, creo que es el motivo primordial, además que hay unos estudiantes con espíritu empresarial que ya lo tienen y por lo tanto lo optan como un proyecto de vida para ellos” **Docente Albeiro Aponte Vargas-Ingeniero de Sistemas**

“Bueno mi experiencia con respecto al conocimiento de los egresados que han creado empresa hay que ser sinceros es muy poco el porcentaje la tendencia de ellos es siempre de ir a emplearse”. **Docente Libardo Castañeda Flores -Coordinador del Programa de Tecnología de Alimentos**

“Ya pensando Tuluá tiene una vocación comercial y lo estudiantes deben conocer como acceder a los fondos tipo emprender conocer cuáles son los requisitos para así poder crear empresa”. **Docente Oscar Orlando Ceballos Argote -Ingeniero de sistemas**

“Yo creo que puede ser el deseo primero de no ser empleado, y la idea es que el empleo es escaso y el empleo bien remunerado es más escaso”. **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Análisis Económico de Inversiones**

“Justamente el desempleo que está manejando el país, es la única forma de que generemos empresa aquí no hay otra alternativa diferente”. **Docente Damira Medina-Asignatura Derecho Laboral**

“Hay un factor y es el modelo pedagógico los programas que más tienen relación con el mundo empresarial son las ciencias económicas, el modelo educativo Univalle no es un modelo pensado para crear emprendedores pero sin embargo se han dado grandes pasos para crear una cultura emprendedora si se falta mucho más”. **Docente Harold Angulo-Asignatura Liderazgo Empresarial**

“Esos factores los podemos dividir en: factores internos y externos, en cuanto a los factores internos podemos mirar desde el individuo las características que posee, las competencias, su historia de vida, su familia, si han tenido empresa familiar: por otra están los factores externos que tienen que ver con el entorno en el cual el individuo se desarrolla, esta la formación donde está directamente relacionada la universidad, la estructura curricular, el nivel gubernamental, las políticas que establece el estado, normatividades la ley 1014 que establece el fomento del emprendimiento, están los factores económicos que muchos de ellos lo ven como un limitante para la creación de empresas”. **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Organización y Administración de empresas**

“Pues yo creo que el factor más importante es que no hay empleo, las posibilidades de empleo bien remunerado son mínimas, entonces el estudiante que tiene una idea de negocio quiere desarrollarla y sobre todo la idea de no depender de alguien, creo que eso es lo que más incide, el hecho de que no existan muchas posibilidades de empleo”. **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Gestión Financiera y Presupuesto**

“El principal factor su principal limitante son los recursos, otras falencias es el plan de empresa, en el programa hay bastante acompañamiento”. **Docente Lucy Yaneth Varela-Asignatura La Creación de Nuevos Productos**

“Mire yo creo que los factores que influyen en estos muchachos es el empuje que tienen son personas responsables de su trabajo, son dinámicos, preguntan muchas actividades que pasan en el entorno, tienen la creación y el propósito de responsabilidad son serios a la hora de hacer las actividades y la etapa de superación siempre tienen estas ideas, nunca se quedan con lo que les dan cada día traen más problemas son impulsores para que los muchachos salgan adelante”. **Docente Juan Carlos Ricardo Ladino-Asignatura Legislación Comercial II**

“Muchos de los egresados se enfrentan a una realidad cuando salen del entorno no se les muestra en la universidad se enfrentan a la realidad que hay muy poco empleo y empiezan a desarrollar emprendimientos por necesidad y los factores que los lleva a eso son factores internos del individuo las característica de estas personas, sus historias de vida, sus historias familiares, si están relacionadas con el emprendimiento a nivel de sus tíos, padres y factores externos que están en el entorno implica que formación se les dio, si realmente les dieron unas herramientas para ellos poder generar empresa, crear empresa o que por lo menos lo vieran como una opción”. **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Iniciación de nuevas Empresas**

“Pues yo considero que una de ellas es el miedo al fracaso es uno de los puntos relevantes para la creación

de empresas , el principal obstáculo que ellos tienen es la consecución de recursos, tenemos que romper paradigmas desde la formación para que una vez sean egresados no tengan ningún inconveniente y sepan las diferentes fuentes de financiación” **Docente Lucy Yaneth Varela-Asignatura Investigación de Mercado**

“Un Univalluno se caracteriza por no tomar siempre decisiones y asumir responsabilidades de ese tipo , nos cuesta mucho trabajo tomar decisiones por que no creemos que somos buenos, creo que el factor no es de la universidad, sino que el factor fundamentalmente es el contexto que rodea al estudiante por fuera de la universidad, yo he generado empresa pero esa motivación fue por parte de mi familia por parte de padre son negociantes o profesionales independientes y se han constituido como empresa desde chiquito ayudaba a administrar un negocio o vendía cantidad de cosas pero digamos que siempre entendía la importancia de uno tener cierta capacidad o autonomía de sus ingresos”. **Docente Victor Hugo Viveros-Asignatura Planeación social**

IDEA FUERZA 3: Estrategias pedagógicas utilizadas en las asignaturas para motivar a la creación de empresa.

“Las estrategias lecturas, información que tenga que ver con el fomento de empresa y de las responsabilidades que a su vez asumen para con el estado y ser responsables con la nómina son cosas que se deben tener en cuenta en el momento de crear empresa”. **Docente Damira Medina- Asignatura Derecho Laboral**

“Nosotros jugamos hacer empresa la clase es de creatividad tenemos la necesidad de picarlos, incitarlos a que busquen información y se vuelvan creativos, le mostramos la realidad , las posibilidades , se lleva la capacidad creativa hacia la creación de empresas y mostrarles que al crear empresa yo estoy solucionando un problema de empleo recordemos que con el empleo es que nosotros solucionamos nuestra vida económica y podemos estudiar, crecer, desarrollarnos por lo que estamos resolviendo un problema de carácter social es una forma de ver la tranquilidad social”. **Docente Jaime Landines-Asignatura Creatividad Empresarial**

“Básicamente en mi curso son cuatro cosas: primero determinar un proyecto de vida quiere decir lo que la persona realmente busca yo defino que me gusta y para que soy bueno y con base en eso hago empresa. Segundo mucha creatividad es darle oportunidad a que se den proyectos diferentes evidentemente la creatividad lleva a la innovación. Tercero generar proyectos empresariales ósea verme como empresario y cuarto es consolidar la mentalidad y una cultura empresarial”. **Docente Jaime Landines-Asignatura Creatividad Empresarial**

“Desde la asignatura que yo manejo hago énfasis en el contexto que ellos entiendan como se mueve la economía local, nacional, mundial y que conozcan cuales son las oportunidades que brindan cada uno de esos sectores para crear empresa, enmarcado en el plan de desarrollo que es donde están los lineamientos en el tema de creación de empresa para mí lo más importante es que conozcan los sectores económicos”. **Docente Harold Angulo-Asignatura Creatividad Innovación empresarial**

“He tratado de incentivar a los estudiantes para que trabajen de manera conjunta uniendo habilidades que piensen a futuro en organizarse que ellos tengan sus propios recursos solo queda en el concejo lo hago a este nivel no es mucho lo que pueda aportar en ese sentido por que las asignaturas que enseño no dan para eso”. **Docente Albeiro Aponte Vargas-Ingeniero de Sistemas**

“En cuanto a estrategias pedagógicas se trabajan diferentes herramientas como mapas conceptuales, mentales, lecturas para que ellos conozcan el contexto, las diferentes perspectivas, se usa el estudio de casos para que ellos se sitúen en un contexto real y se enfrenten en la tarea de poder dar solución desde los conceptos que han adquirido alguna problemática, se hacen debates que son dirigidos y exposiciones”

Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Organización y administración de empresas

“A mí me gusta contarles casos de la vida real y experiencias mías, les motivo a aprender inglés, también a que tengan ideas de negocio, aprendan el tema de matemática financiera y que todos los días lean prensa”

Docente Cesar León Quillas-Asignatura Gestión Financiera y Presupuesto

“Bueno empezamos con una lluvia de ideas, viendo casos exitosos como fracasos y cuáles fueron las condiciones los llevaron al éxito o al fracaso considero que eso es bueno para ellos y les abre un poquito sus mentes”. **Docente Lucy Yaneth Varela-Asignatura Creación de nuevos productos**

“Yo siempre le he dicho a los estudiantes que hay abundancia y escases de empleo, hemos realizados taller de cómo se hace una escritura pública, la constitución de una sociedad colectiva y limitada entonces en esa metodología estamos para que ellos conozcan como se crea una empresa” **Docente Juan Carlos Ricardo Ladino-Asignatura Legislación Comercial II**

“Como estrategias pedagógicas trabajamos mapas conceptuales, mentales, estudios de casos , exposiciones, debates, analizamos casos exitosos de univallunos, traemos invitados, hacemos videoconferencias de expertos en temas de emprendimiento estas son algunas de las estrategias para motivarlos se les incentiva a conocer la realidad actual, se les enseña el contexto a nivel nacional, departamental, regional se les muestra que con la capacidad y habilidad que tienen de desarrollar un producto también puede distribuirse al mercado que tenga ciertas necesidades, se les enseña como comercializar el producto”. **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Iniciación de Nuevas empresas**

“Yo les comentaba en clase pasada que la gente inteligente busca gente inteligente para hacer equipos de trabajo y se busca hacer sinergias en el papel las ideas son bonitas pero uno tiene que meterle la ficha siempre digo cuando van hacer empresa tiene que costarte porque si no te duele no te comprometes”. **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Análisis Económico de Inversiones**

“Trato de enseñarles a ellos que uno no puede planificar ni tratar de consolidar proyectos sociales si ni siquiera uno es capaz de agenciar el proyecto de vida profesional, lo que yo fomento es que ellos se vean como una empresa que tiene que producir, que hay que generar un capital, guardar la plata, capitalizarse ver como hace mejoras continuas todo el tiempo, estarse mercadeando, generar redes, capital social que este capital vaya a ser casi que mi principal fuente de trabajo”. **Docente Víctor Hugo Viveros-Asignatura Planeación Social**

“Son cuatro cosas que inciden en la formación de empresas, primero determinar el proyecto de vida, segundo creatividad, tercero generar proyectos empresariales, cuarto consolidar una cultura de emprendimiento”. **Docente Jaime Landines-Asignatura Creatividad Empresarial.**

IDEA FUERZA 4: Orientación de las asignaturas respecto a la creación de empresas

“Cuando tiene que ver el tema de analizar una oportunidad de negocio yo siempre les digo que pueden tener la mejor idea pero sino lo tienes en número y todos tiene que ser por objetivos, creo que depende del profesor y que haría falta un curso de formulación y evaluación de proyectos, estamos haciendo un curso en los que se evalúa si la idea de negocio es rentable o no si no es rentable no sirve”. **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Análisis Económico de Inversiones**

“En la asignatura de innovación y creatividad empresarial el énfasis principal es que por medio de unas técnicas el estudiante descubra todo su nivel de creatividad, desde la perspectiva de la teoría de los autores que manejamos en el curso, hay un tema clave de la actitud porque la creatividad implica hacer cosas que parecen cursis pero que son valaderas, implica romper con la lógica, en la creatividad uno más uno puede ser

igual a tres, entonces el tema de fomentar la creatividad y la innovación como base para la creación de empresas, principalmente apunta a que ellos derriben paradigmas”. **Docente Harold Angulo –Asignatura Creatividad Innovación Empresarial**

“Yo creo que esto lo vemos reflejado un poco en los últimos semestres, a través de los trabajos de grado le decimos al estudiante que eso puede ser un producto que le genere ingresos que se puede consolidar en el mercado, hasta el momento nos estamos quedando solo allí faltaría hacerle seguimiento para que el estudiante al entregar su producto finalmente lo lleve a la práctica y lo lleve al mercado que empiece allí a ver los resultados”. **Docente Julián Rodas –Programa de Ingeniería de sistemas y Tecnología en sistemas**

“Pienso que sería fundamental brindarles herramientas de tipo administrativo en el pensum no hay nada de esto, trabajo social no cuenta con ninguna carrera que nos ofrezca pensarnos en como consolidar como construir una ONG o una empresa social”. **Docente Ketty Yalile Rosero-Coordinadora del Programa Trabajo Social**

“Nosotros como docentes tenemos claro que tenemos que impartir unos conocimientos en las diferentes áreas yo como docente en química de alimentos les transmito los conocimientos los contenidos de los diferentes programas y los estudiantes se inquietan por preguntar qué pasa en el mercado con los diferentes productos que ellos elaboran de acuerdo a las características de ese producto, yo les hago claridad es que decir sacar un producto al mercado no es tan fácil el problema no es hacer el producto es hacer productos bien hechos con calidad similares o mejores que los de grandes industrias que están en el mercado”. **Docente Libardo Castañeda-Coordinador del Programa de Tecnología de Alimentos**

“No tengo un eje central sobre emprendimiento pienso que toda la escuela de ingeniería de sistemas debería colocar de manera transversal dentro de su pensum la creación de empresas ya que actualmente no existe esta muy enfocado hacia las ciencias de la computación muy investigativo, factor pienso que pesa un poco en el momento de introducir esos conceptos de emprendimiento hacia los estudiantes y por tal motivo el contenido de las asignaturas tiene ese componente de emprendimiento, pienso que debe ser una política de escuela así lo quiere enfocar o lo quiere modificar hacia el futuro”. **Docente Albeiro Aponte Vargas-Ingeniero de Sistemas**

“Estrategias que motive, como la capacidad de análisis y de evaluación del entorno para identificar oportunidades de negocio para evaluar proyectos como tal se complementen con las otras asignaturas” **Docente María Dolores Villada-Asignatura Gestión de Fabricación de Bienes y Servicios**

“Aprovecho la coyuntura para insistir en que tipo de empresa es la que opera en el país, lo que está saliendo en los medios para saber qué es lo que está pasando, vayan pensando en la necesidad de crear empresa” **Docente Damira Medina-Asignatura Derecho Laboral**

“Para el tema de crear nuevas empresas lo que yo más fomento como valor agregado a mis asignaturas es el tema del contexto económico mundial una vez uno entiende cómo funciona el mundo a nivel económico puede entender muchas dinámicas”. **docente Harold Angulo Castillo-Asignatura Liderazgo Empresarial**

“El objetivo de la asignatura Organizacional y administración de empresas se centra más en la elaboración de funciones relacionadas con la administración de las mismas organizaciones ellos tienen que entender el contexto de la organización, el objetivo del curso es mostrarles la realidad de las organizaciones cómo funcionan a nivel histórico, entonces como han sido conceptualizadas las organizaciones o las empresas” **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Organización y –Administración de Empresas**

“El tema financiero le abre un poco los ojos porque le vende a uno la idea de la independencia financiera, lo importante es el dinero para mí es muy importante te permite vivir muy bien y si no puedes vivir bien,

difícilmente le puedes dar bienestar a otras personas, abríles la mente decirles que el mundo no es Colombia que el mundo está por fuera que hay que saber inglés que hay que derrumbar barreras, mitos, patriotismo y todas esas cosas que la gente tiene en la cabeza todavía, entonces uno trata de incentivar de esa manera”.

Docente Cesar León Quillas-Asignatura Gestión Financiera y Presupuesto

“Yo digo que el aporte de este curso uno selecciona la mejor idea va pensando cómo trabajarla de tal manera que se pueda hacer al final un estudio de factibilidad entonces se va analizar la parte técnica, administrativa, mercado hasta organizar ese proceso y determinar si es factible o no la idea desde la parte económica y financiera entonces la asignatura como es creación de nuevos productos eso nos lleva a crear empresa, nos lleva a desarrollar, a penetrar un nuevo mercado”. **Docente Lucy Yaneth Varela-Asignatura Creación de Nuevos Productos**

“Yo creo que el aporte que yo siempre les he dado a mis estudiantes es el sentido de la responsabilidad, uno tiene que ser responsable con lo que va crear y ser legal, yo considero que desde este curso siempre los he orientado para la responsabilidad y la legalidad”. **Docente Juan Carlos Ricardo-Asignatura Legislación Comercial II**

“El objetivo general y principal del curso es lograr desarrollar en los alumnos ciertas competencias empresariales que les permitan implementar nuevas iniciativas de empresa en ellos, se hace todo un proceso siempre se trabaja desde el individuo, desde su proyecto de vida identificando que ese estudiante más adelante tenga identificado crear empresa, se le muestra al estudiante ciertas competencias, características que son fundamentales para el desarrollo de estos emprendimientos entonces él comienza a identificar cuáles posee, cuáles debe fortalecer y que tareas debe empezar que servirán como herramienta para la creación de una empresa”. **Docente Diana Carolina-Asignatura Iniciación de nuevas Empresas**

“La investigación de mercado para cualquier empresa facilita la creación de un plan estratégico para lanzar y desarrollar nuevos productos pero también para conocer más sobre los clientes actuales y potenciales, para la creación de empresas es básico la investigación de mercado, le permite conocer y minimizar el riesgo de cualquier fracaso”. **Docente Lucy Yaneth Varela-Asignatura Investigación de mercado**

La materia está orientada a que los estudiantes tengan la capacidad de planear y de implementar no solamente de diseñar proyectos, programas, planes o estrategias sino que vean la viabilidad de implementación de estas mismas, siempre me concentro que ellos en lo social que cada estudiante se asuma como una empresa, yo los puse a leer un documento el primer día que se llama gerenciarse a sí mismo de Peter Drucker. **Docente Victor Hugo Viveros-Asignatura Planeación Social**

IDEA FUERZA 5: Estrategias de la universidad para fomentar el emprendimiento.

“El modelo educativo de Univalle no es un modelo pensado para crear emprendedores pero considero que para crear una cultura emprendedora falta mucho más, estamos formando emprendedores pero no como una política institucional no como parte de la filosofía de la universidad sino parte de un esfuerzo individual a nivel de escuelas y facultades se reconoce lo que ha hecho la facultad de administración y la de ingeniería pero a nivel institucional falta mucho”. **Docente Harold Angulo Castillo-Asignatura Liderazgo Empresarial**

“Me parece que hay cierta debilidad de la formación creativa de los estudiantes por lo que todos en últimas salen con un perfil gerencial pero no como creadores de empresa porque el curriculum no está integrado para crear hacedores de empresa todas las materias incluyen a que el muchacho vea alta gerencia y que al final salga con la idea de ser un empleado y no un empresario”. **Docente Jaime Landines-Asignatura Creatividad Empresarial**

“Últimamente se ha visto desde parte de extensión reuniones de egresados donde traen capacitadores en

emprendimiento y digamos que la ventaja que trae la cultura emprendedora es que debido a que el contexto laboral es muy complicado y tener hoy en día empleo se dificulta”. **Docente Julián Rodas-Programa de ingeniería de sistemas y Tecnología en sistemas**

“Mientras no haya una política que permita un apoyo empresarial a esta pequeñas intencionalidades pues solo nos quedamos en esto pero creo que esto uno lo puede observar desde el currículo porque entiendo que en el currículo de administración muchos elementos de ahí intentan fomentar la cultura empresarial digo yo” **Docente Ketty Yalile Estupiñan-Coordinadora del programa trabajo social**

“Sé que existe dentro de la sede Tuluá una oficina que se llama CEDES donde se hace todo lo concerniente a la cultura de emprendimiento a desarrollo de nuevas innovaciones para que los estudiantes se formen en esa parte”. **Docente Albeiro Aponte-Ingeniero de sistemas**

“Lo que hemos tenido históricamente es la formación en los currículos de los diferentes programas una asignatura se llama iniciación de nuevas empresas que en otras ocasiones se ha llamado emprendimiento empresarial hasta en eso hay confusión el objetivo era cumplir con decirles que es un empresa , cuales son las clases de empresas y ahí nunca ha pasado nada con eso , últimamente se empezó a mirar el Sena , el fondo emprender dijimos porque no presentamos un proyecto un estudiante hizo un proyecto y lo presento al fondo emprender pero son tantos los requisitos que hace que los muchachos se aburran y no le jalen a ese cuento , he visto que esa oficina del fondo emprender o esa área que está formando la universidad yo la veo con buenos ojos pero ojala que eso tenga buenos resultados”. **Docente Libardo Castañeda-Coordinador del Programa de Tecnología de Alimentos**

“La sede Tuluá digamos que también tiene su propuesta de emprendimiento tiene que estar alineada a las políticas que se establecen desde la sede Cali pero si digamos que ha habido un apoyo desde la facultad de ciencias de la administración desde la dirección de la sede Tuluá el hecho de que haya una oficina de emprendimiento, un profesional de medio tiempo apoyando diferentes programas del área de finanzas digamos que si se ha trabajado pero hay muchas cosas por hacer y fortalecer”. **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Organización y administración de empresas**

“No conozco estrategias que se estén empleando pero si se que promueven en los estudiantes el espíritu de crear empresa en las asignaturas les van enseñando a través de la evaluación de proyectos les van creando como parte del conocimiento pero que tanto le promueve la universidad para que ellos participen en el fondo emprender no he visto mucha participación”. **Docente María Dolores Villada-Asignatura Gestión de Fabricación de Bienes y Servicios**

“Pues yo creo que esas están formalizadas por parte del programa de administración, hay una estrategia desde los cursos en términos de competencia y una estrategia más de acompañamiento, se puede llevar a cabo desde el papel que juega el estado estas instituciones proveen recursos”. **Docente Jhony Grajales – Asignatura Organización Contable**

“Creo que la universidad no genera competencias laborales genera mucho conocimiento pero poca operatividad, creo que tampoco genera competencias en cuanto al tema de generar empresas y no podemos caer en el equívoco que una materia de emprendimiento va a generar supuestamente emprendedores” **Docente Víctor Hugo Viveros-Asignatura Planeación Social**

IDEA FUERZA 6: Orientación sobre la obtención de recursos económicos para la creación de empresas

“Tratar de que los estudiantes visualicen que el tema de empresa es mucho más que dinero, pero hoy en día se necesita una alta capacidad de innovación, dese este punto de vista pedagógicamente hablando la única herramienta es asignaturas que terminan con la propuesta de un modelo de negocio pero hay asignaturas donde algunos temas se permite hacer esa reflexión sobre la importancia de que consideren en su vida además de ser empleados el ser empresario”. **Docente Harold Angulo-Asignatura Liderazgo empresarial**

“Hoy en día la triada de la competitividad, desarrollo e innovación muchas empresas no entienden esa triada por eso hablar de competitividad sin innovación es imposible, en países desarrollados la apuesta es por la creatividad y la innovación desde las instituciones educativas más tarde se ve reflejado en los sectores económicos si estos sectores despegan, el país se vuelve más competitivo, es decir, que es un dialogo entre la triada Universidad, Estado, Empresa que no se puede romper se puede decir que el tema de competitividad ya la base es la innovación sin lugar a duda”. **Docente Harold Angulo-Asignatura Creatividad Innovación empresarial**

“En la sede Tuluá se está trabajando en una oficina que es de egresados es apropiada para este caso pero se queda corta, creo que falta mucho tiempo para que los estudiantes puedan conocerla a pesar que en el programa tenemos una asignatura que toca un poco estos temas se queda corta frente a las necesidades del emprendimiento y no de los egresados de hecho los muchachos salen perdemos el contacto con ellos a veces tenemos el correo pero no es suficiente se está creando una aplicación de software para garantizar contacto con ellos y para que se les pueda ofrecer oportunidades laborales”. **Docente Oscar Orlando Ceballos-Ingeniero de sistemas**

“La tarea de la universidad es mostrarles que hay diferentes fuentes a nivel gubernamental, fondos privados que financian iniciativas empresariales”. **Docente Diana Carolina Cardona-Asignatura Organización y administración de empresas**

“Siempre les digo que la plata está ahí en el fondo emprender que tienen que entregar la idea y que tiene que todo eso estar ordenado, hay que plantear todo en números y con objetivos, metas , fechas y a través del curso lo que hemos tratado de hacer es explicarle el tema del financiamiento”. **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Análisis Económico de Inversiones**

IDEA FUERZA 7: Capacidades y cualidades que debe tener un emprendedor

“Yo creo que el emprendedor se va formando a través de las experiencias que tenga en la vida y la educación que ha tenido esa idea de querer ser mejor de progresar, el dinero es simplemente el premio a un trabajo bien hecho, para ser emprendedor creo que es algo que te va formando en la vida por tus experiencias de casa, escuela”. **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Análisis Económico de Inversiones**

“Es diferente a ser empresario o emprendedor es aquel que saca un proyecto adelante que no siempre es de tipo económico y empresario es un emprendedor que saca un proyecto de tipo económico adelante pero se puede decir que si es importante principalmente dado a las situaciones del mercado laboral”. **Docente Harold Angulo Castillo-Asignatura Liderazgo empresarial**

“A uno le hace falta la decisión porque puede tener todo el conocimiento pero si no tiene la decisión y la voluntad entonces no puede hacer nada es lo que yo les digo a los estudiantes en la clase uno puede darles el conocimiento pero no puede darles un kilo de valentía, de voluntad, de esfuerzo eso es propio de cada persona y lamentablemente no existe mucho de eso, siempre hay una cultura de depender de alguien, depender de algo, del gobierno, de una empresa”. **Docente Cesar León Quillas-Asignatura Gestión**

Financiera y Presupuesto

“Yo considero que hay muchos estudiantes dentro del curso que ya tienen la formación profesional, ya vienen con un criterio de formación de empresas, necesitan es una guía para poder que esos resultados se den , hay estudiantes que si necesitan adquirir la competencia de montar empresa, muchos estudiantes en clase preguntan cómo se construye una empresa, yo creo que unas personas vienen innatas para formar empresas y otras que la van adquiriendo con el transcurrir de su carrera para adquirir la competencia a que se va a dedicar”. **Docente Juan Carlos Ricardo Ladino-Asignatura Legislación Comercial II**

“Para el tema de emprendimiento hay que fomentar tres cosas: fomentar el tema del emprendimiento, fomentar la observación, es decir, uno no puede ser emprendedor sin darse cuenta que pasa alrededor, el tema de la creatividad fomentarla desde chicos” **Docente Victor Hugo Viveros-Asignatura Planeación social**

Fuente: Elaboración propia

6.1 Análisis de las mallas de lectura

Para el análisis de las entrevistas realizadas a los docentes de la Universidad del Valle sede Tuluá en el período académico Agosto-Diciembre de 2013, se utilizó como técnica las malla de lectura, tomando para el análisis 7 ideas fuerza:

- Con respecto a la Importancia de incentivar en los estudiantes el emprendimiento se puede concluir que este aspecto contribuye al desarrollo económico y social de nuestra región, mejorando la calidad de vida de las personas involucradas en estos nuevos emprendimientos.
- Dentro de los factores que Inciden para la creación de empresa de los egresados se pueden clasificar en factores internos y externos que de acuerdo a la percepción de los docentes dentro de los Factores internos, es decir desde el individuo se pueden encontrar: las características que posee, el deseo de ser independiente, el empuje, la curiosidad, las competencias, la historia de su vida y su familia y con respecto a los factores externos se pueden encontrar: La falta de empleo en el entorno, empleo no bien remunerado para los profesionales, además de la estructura curricular que tiene la Universidad no esta enfocada hacia la formación empresarial para poder aplicarlas a las necesidades del sector productivo, así las políticas de estado que incentivan el emprendimiento.
- Dentro de las estrategias pedagógicas utilizadas en las asignaturas para motivar a la creación de empresas La mayoría de los docentes confirman su disposición de querer sensibilizar y motivar a los estudiantes en este

proceso, incentivando la creatividad e innovación hacia la generación de proyectos empresariales, dándoles a conocer el contexto económico local, nacional e internacional, el trabajo en equipo, dentro de estas estrategias pedagógicas utilizan el diseño de mapas conceptuales, lecturas sobre emprendimiento, estudio de casos empresariales exitosos y fracasos de empresarios. Sin embargo, estos procesos son muy superficiales en algunas asignaturas, debido a que el objetivo de estas asignaturas no está enfocado a desarrollar competencias empresariales, el curso no va encaminado completamente hacia este objetivo. Específicamente, en las asignaturas de los programas académicos de Trabajo social e Ingeniería de sistemas, debido a que sólo se orientan asignaturas propias de cada área de conocimiento.

- Con respecto a la orientación de las asignaturas respecto a la creación de empresas los docentes Motivan a los estudiantes a tener la capacidad de análisis y evaluación del entorno para identificar oportunidades de negocio y de esta manera evaluar proyectos empresariales que se complementan con las demás asignaturas que no están relacionadas dentro del tema de emprendimiento.
- De las estrategias que la universidad fomenta para el emprendimiento los docentes opinan que La Universidad del Valle sede Tuluá tiene la oficina CEDES que a pesar de que hay una unidad de emprendimiento y una oficina de Extensión y proyección social, dentro de la cual se encuentra la oficina de egresados, no existe un semillero empresarial. La Universidad del Valle Sede Tuluá debe tener en cuenta los contextos y las garantías que posibiliten o no la creación de empresas por parte de los estudiantes o egresados de la universidad. Además la Universidad no brinda competencias en el tema de creación de empresas se queda en la generación de conocimiento y no se enfatiza en la productividad, en el emprendimiento y en la creación de empresa.
- Dentro de la Orientación sobre la obtención de recursos económicos para la creación de empresas: Algunos de los docentes y profesionales encargados de esta área en la Universidad del Valle sede Tuluá brindan información sobre el Fondo Emprender como acceder a estos recursos dando orientación a los estudiantes sobre las convocatorias y requisitos que se necesitan para financiar sus propuestas. Es importante, tener en cuenta las características del emprendedor para gestionar recursos económicos y sociales, para dar sostenibilidad y crecimiento a una idea de negocio, es

importante que la Sede Tuluá genere relación y alianzas con las empresas de la región que permitan financiar las ideas de negocio de estudiantes y egresados de la Universidad del Valle sede Tuluá.

- Dentro de las cualidades y capacidades que debe desarrollar un emprendedor los docentes manifiestan que dentro de las cualidades que debe poseer un emprendedor son: la responsabilidad, la perseverancia, el compromiso, la creatividad y dentro de las capacidades de los emprendedores la Universidad puede desarrollar en el proceso de formación: innovación, habilidades de gestión, promoción y organización en el medio comercial, adaptabilidad al entorno comercial y generación de redes de apoyo para competir en el mercado.

7. CONSULTA A LOS ACTORES: ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUA

Este capítulo es un insumo para el cumplimiento del objetivo número 4. “Examinar los rasgos, habilidades y motivaciones que predisponen a los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá a iniciar y desarrollar empresas”. Para el desarrollo del mismo, se encuestaron a 205 estudiantes de pregrado de la Universidad del Valle sede Tuluá de los programas académicos: Administración de empresas, Contaduría pública, Ingeniería de sistemas, Tecnología en sistemas de información, Tecnología de alimentos y Trabajo social. Debido a que estos se encuentran en proceso de formación y es importante conocer la percepción que tienen con respecto al conocimiento que se les imparte, y si este los incentiva a crear empresa, además de identificar su interés por el emprendimiento y la creación de empresa, ya que el estudiante en un futuro será un egresado de la Universidad del Valle sede Tuluá y posible emprendedor.

En este sentido, para la construcción de las encuestas, se analizó la malla curricular de cada Programa Académico mencionado anteriormente, con el objetivo de identificar aquellas asignaturas que tienen relación alguna con emprendimiento, financiación, presupuesto, creatividad e innovación, mercadeo, entre otras, que tuvieran relación con la creación de empresa. Seleccionando aquellas, que estuvieran programas en la sede Tuluá para el período académico Agosto-Diciembre 2013, con el objetivo de encuestar a los estudiantes que matriculados en cada una de las asignaturas. Posteriormente, para llevar a cabo las encuestas se utilizó la herramienta que posee Gmail de cuestionarios, y se aplicó a los estudiantes de las asignaturas descritas en la Tabla No 36: Legislación laboral, liderazgo empresarial, creación de nuevos productos, gestión financiera, legislación comercial II, análisis económico de inversiones, organización y administración de empresas, iniciación de nuevas empresas.

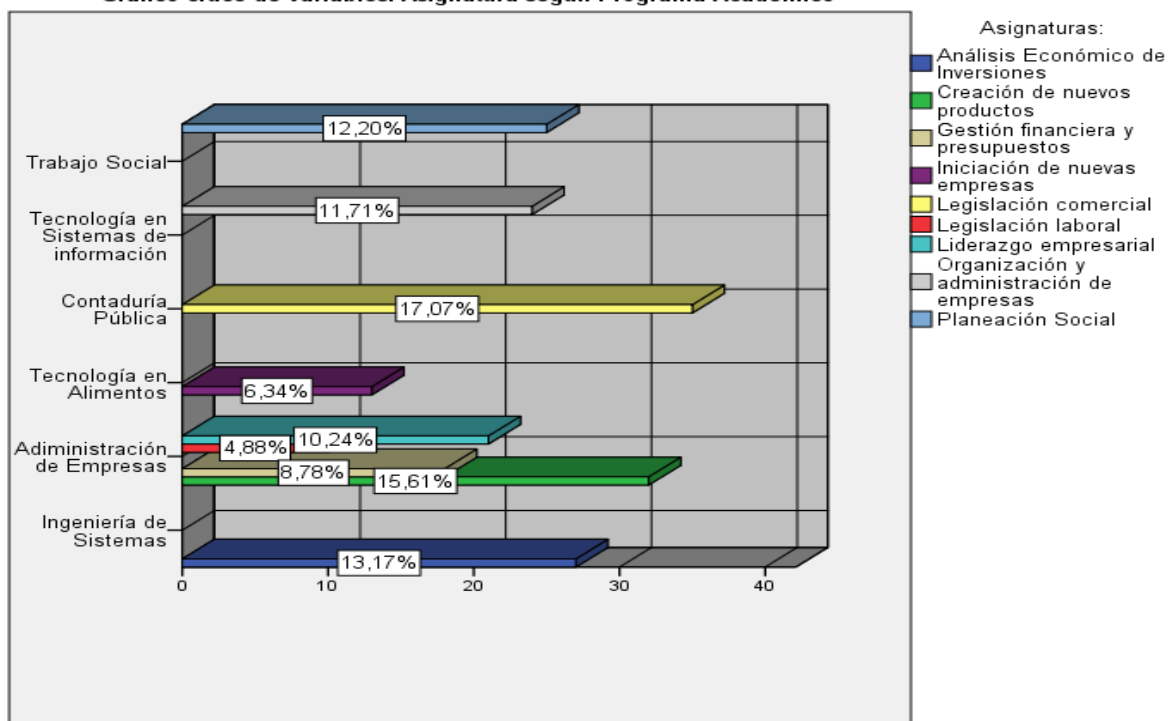
Tabla 33. Asignaturas seleccionadas para la encuesta

Programa Académico	Administración de empresas	Contaduría Pública	Ingeniería de Sistemas	Trabajo Social	Tecnología en Sistemas de Información	Tecnología en Alimentos
Asignaturas	Legislación laboral, Liderazgo empresarial, Creación de nuevos productos, Gestión Financiera y Presupuesto	Legislación Comercial II	Análisis Económico de Inversiones	Planeación social	Organización y administración de empresas.	Iniciación de nuevas empresas

Fuente: Elaboración propia

En la Universidad del Valle sede Tuluá se realizaron 205 encuestas a estudiantes de pregrado que estaban cursando asignaturas que estaban programadas en el periodo Agosto-Diciembre 2013, enfocadas en apoyar o fomentar el emprendimiento, las cuales están ubicadas según el programa académico al que pertenecen, de la siguiente manera:

Gráfico 23. Gráfico cruce de variables: Asignatura según Programa Académico



En primer lugar, el programa académico de Ingeniería de sistemas con la asignatura Análisis Económico de Inversiones en donde se encuentra el 13,2% de los encuestados; en segundo lugar, Administración de empresas con un porcentaje del 39,1% distribuido en las asignaturas: liderazgo empresarial 10,2%, legislación laboral 4,9%, Gestión financiera y presupuesto 8,8% y Creación de nuevos productos 15,6%; en tercer lugar, Tecnología en Alimentos con un 6,3% de encuestados en la asignatura Iniciación de nuevas empresas; en cuarto lugar, Contaduría Pública con 17,1% en legislación comercial; en quinto lugar, Tecnología en Sistemas de Información con 11,7% que pertenecen a la asignatura organización y administración empresarial y por último, Trabajo Social con 12,2% en la asignatura de planeación social.

Tabla 34. Distribución de encuestados según asignatura

Asignatura	Frecuencia	Porcentaje
Inversiones	27	13,2
Creación de nuevos productos	32	15,6
Gestión financiera y presupuestos	18	8,8
Iniciación de nuevas empresas	13	6,3
Legislación comercial	35	17,1
Legislación laboral	10	4,9
Liderazgo empresarial	21	10,2
Organización y administración de empresas	24	11,7
Planeación Social	25	12,2
Total	205	100,0

Grafico 24. Gráfico: Asignaturas a las que pertenecen los estudiantes encuestados

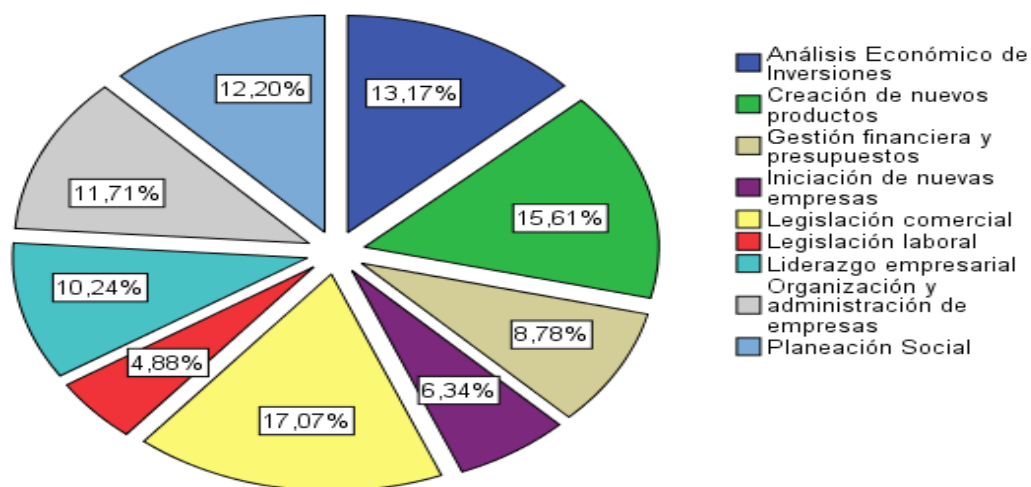
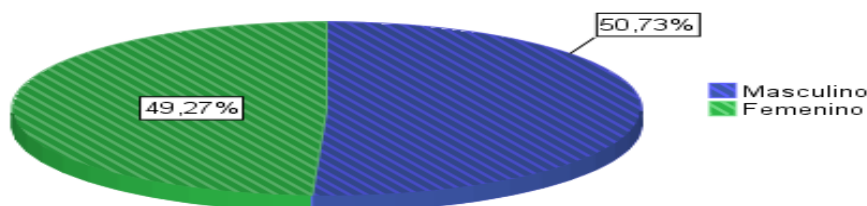


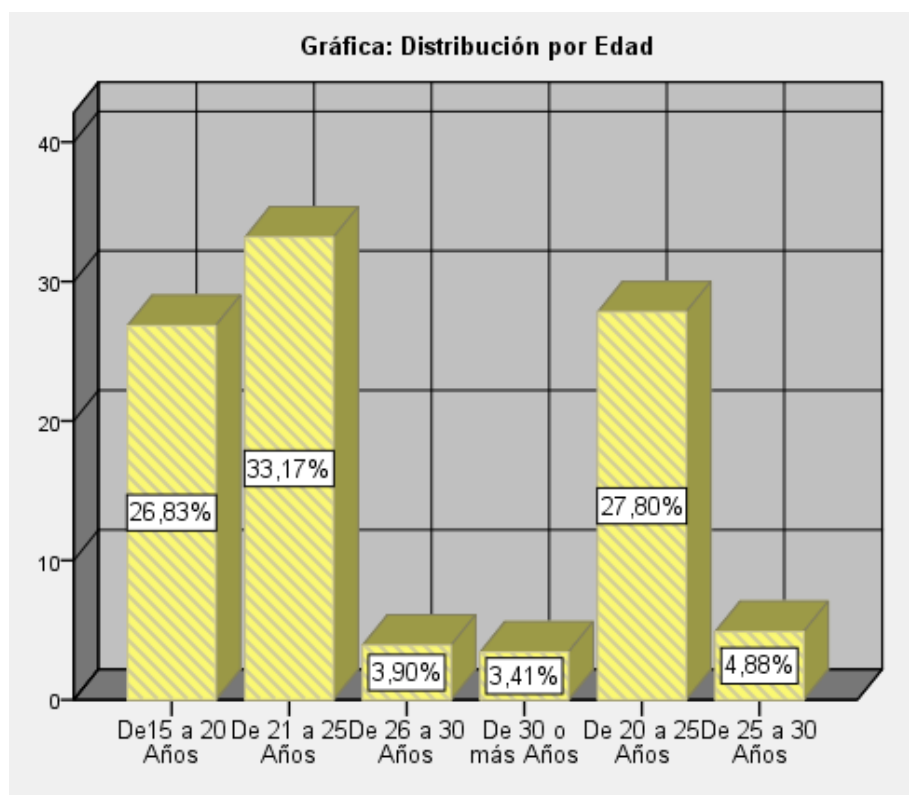
Grafico 25. Gráfica: Distribución por Género



Ahora bien, de las 205 encuestas realizadas a los estudiantes se identificó que se tiene mayor representatividad en el género masculino con un porcentaje de 50,7 (son 104 estudiantes hombres) y con menor medida el género femenino con un 49,3% (101 estudiantes mujeres). Aunque los datos muestran que la diferencia entre porcentajes es mínima, se puede decir que en las asignaturas que se enfocan a la temática de emprendimiento se tiene un poco más presencia de los estudiantes con género masculino a comparación de los estudiantes de género femenino.

Tabla 35. Rango de edad de los encuestados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 20 Años	55	26,8
De 21 a 25 Años	68	33,2
De 26 a 30 Años	8	3,9
De 30 o más Años	7	3,4
De 20 a 25 Años	57	27,8
De 25 a 30 Años	10	4,9
Total	205	100,0



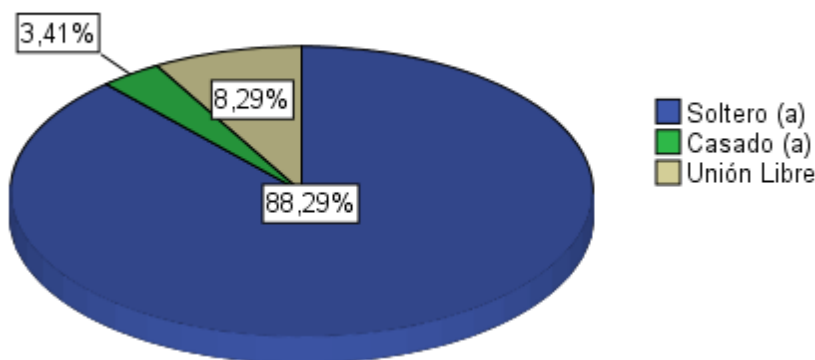
En el rango de edad de los estudiantes se encontró que están enfocados principalmente entre los 21 a 25 años de edad con un porcentaje del 33,2%, seguido del 27,8 % de los encuestados que están entre los 20 a 25 años de edad y del 26,8% que se encuentra entre los 15 a 20 años de edad. Por otro lado, los menores porcentajes se encuentran entre los siguientes rangos de edades: De 25 a 30 años de edad con un porcentaje del 4,9%; de 26 a 30 años de edad con 3,9% y el 3,4% de los encuestados que tienen 30 o más años de edad. Ver gráfica N°2.

Es así como se cuenta con una población joven en donde los datos indican según Boletín de prensa del Dane del 20 de mayo del 2013 que los estudiantes encuestados están en la edad promedio de la población económicamente activa del país, lo cual quiere decir que están en la edad estipulada para laborar, pues según la legislación Colombiana del código sustantivo del trabajo cuentan con la capacidad legal de incorporarse al mercado de trabajo.

Tabla 36. Estado civil de los encuestados

Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero (a)	181	88,3
Casado (a)	7	3,4
Unión Libre	17	8,3
Total	205	100,0

Gráfico: Distribución por Estado Civil

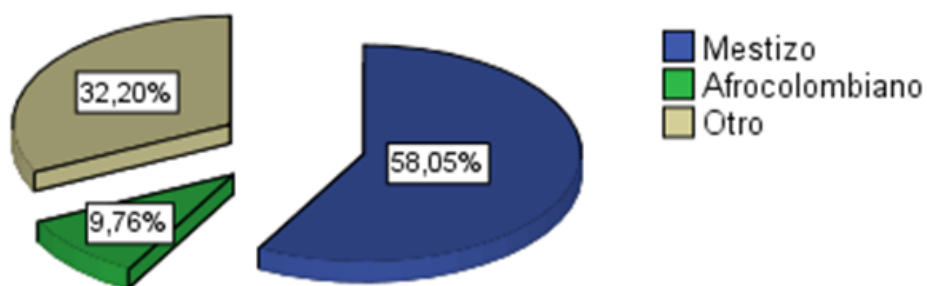


Por otro lado, se identificó que más de la mitad de los encuestados son solteros(as) con 88,3%, seguido del 8,3% que se encuentran en unión libre y en menor medida el 3,4% que están casados (as). De estos datos se puede decir que en su mayoría los estudiantes no han conformado un hogar en comparación con los porcentajes que indican lo contrario.

Tabla 37. Reconocimiento Étnico de los encuestados

Etnia	Frecuencia	Porcentaje
Mestizo	119	58,0
Afrocolombiano	20	9,8
Otro	66	32,2
Total	205	100,0

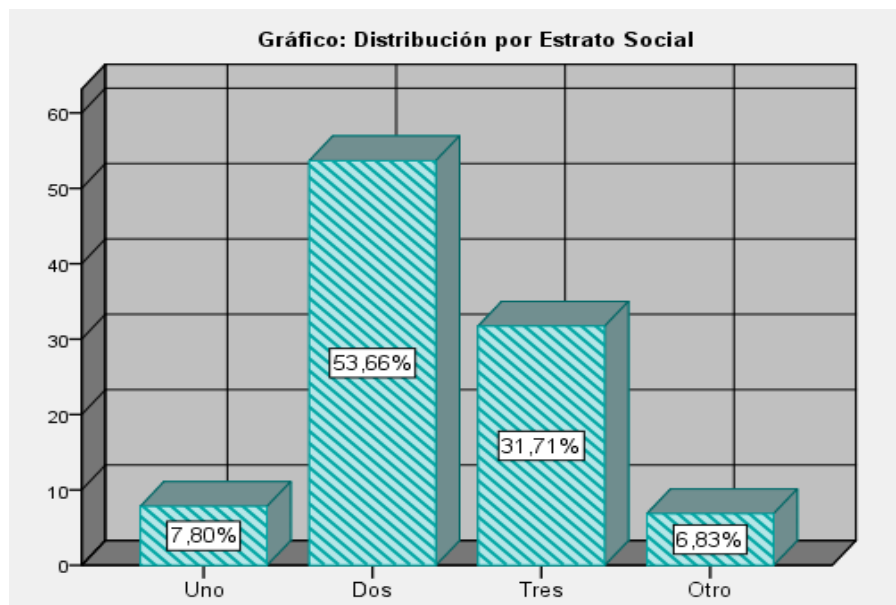
Gráfico: Distribución por Etnia



En la categoría de etnia se encontró que los estudiantes se consideran en su mayoría mestizos con un porcentaje de 58,0%, y un porcentaje mínimo de 9,8% Afrocolombianos, es relevante decir que el 32,2% presenta otra etnia a estas mencionadas.

Tabla 38. Estrato social de los encuestados

Estrato Social	Frecuencia	Porcentaje
Uno	16	7,8
Dos	110	53,7
Tres	65	31,7
Otro	14	6,8
Total	205	100,0

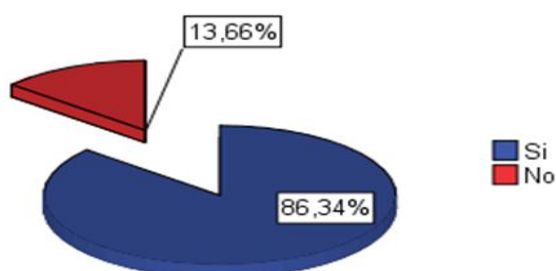


Por otra parte, un poco más de la mitad de los encuestados están en estrato 2 con un porcentaje de 53,7%, seguido del 31,7% en estrato socioeconómico tres; por otro lado, menos de la mitad de la población se encuentran en estrato 1 con un porcentaje del 7,8% y el 6,8% se encuentra en otro estrato. De estos datos se puede decir que las viviendas de los estudiantes están ubicadas en su mayoría en estrato socioeconómico de nivel 2, lo que indica que sus ingresos económicos son bajos sin embargo el 31% está en nivel 3 lo que indica más estabilidad económica según los estándares de Dane en el país.

Tabla 39. Consideraciones de tener empresa de los encuestados

En algún momento de su vida ha considerado tener empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	177	86,3
No	28	13,7
Total	205	100,0

Gráfico: En algún momento de su vida considero tener empresa

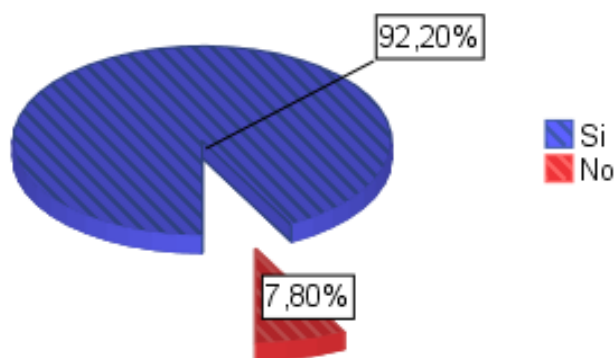


En cuanto a la respuesta del enunciado: “en algún momento de su vida considero tener empresa”; se identificó que más de la mitad de los encuestados si pensaron en tener una empresa con un porcentaje del 86,34%. De este aspecto se puede decir que este porcentaje presento una iniciativa empresarial que comienza con una idea o un pensamiento de crear o construir una empresa, lo cual es un buen indicador en el sentido que se puede considerar como posibles emprendedores que tienen en sus mentes ideas de negocios, lo contrario al otro porcentaje 13,66% quienes respondieron que en ningún momento de sus vidas pensaron tener una empresa.

Tabla 40. La asignatura permite desarrollar competencias de adaptación al entorno empresarial de su profesión.

El curso de la profesión desarrolla competencias para la adaptabilidad en el entorno empresarial	Frecuencia	Porcentaje
Si	189	92,2
No	16	7,8
Total	205	100,0

Gráfica: El curso de la profesión desarrolla habilidades para la adaptabilidad en el entorno empresarial

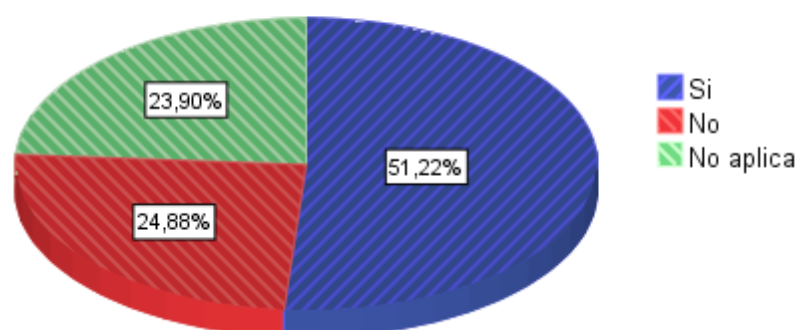


Ahora bien, se pasa hablar sobre la utilidad de los cursos en materia de la temática central de la investigación que hace referencia al emprendimiento de los estudiantes en donde se analiza que el 92,2% considera que el curso les permite desarrollar habilidades para adaptarse a un entorno empresarial y el 7,8% piensa lo contrario; lo cual indica que la mayoría de los cursos tienen componentes que facilitan el estar en un entorno empresarial, es decir que los fortalecen con conocimientos teóricos, metodológicos, con técnicas, con estrategias pedagógicas que les permite desarrollar competencias para estar en un entorno laboral

Tabla 41. Interés en tratar la temática de emprendimiento en los cursos

Le gustaría tratar la temática de Emprendimiento en el curso	Frecuencia	Porcentaje
Si	105	51,2
No	51	24,9
No aplica	49	23,9
Total	205	100,0

Gráfico: Consideración sobre tratar la temática de Emprendimiento



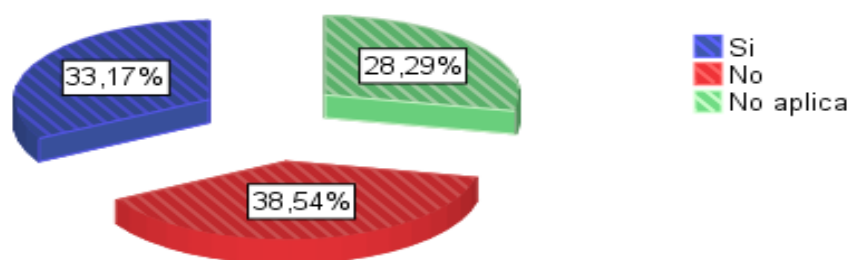
En cuanto al enunciado: “le gustaría tratar la temática de emprendimiento en el curso”; más de la mitad los estudiantes encuestados respondieron que si deseaban tener presente la temática en el curso con un porcentaje del 51,2%, por el contrario el 24,9% no tenía interés en recibir esta temática, el cual es un porcentaje mismo en comparación con el anterior, lo cual es coherente con los resultados mencionados en la gráfica que corresponde a la tabla N° 43, en donde

se identificó que un gran porcentaje de encuestados ya había pensado en crear empresa, por lo tanto se puede decir que los estudiantes tienen expectativas y cierta inclinación en poseer conocimientos sobre la temática de investigación.

Tabla 42. Interés en tratar el tema de fuentes de financiación en el curso.

Le gustaría tratar la temática de Fuentes de financiación en el curso	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	33,2
No	79	38,5
No aplica	58	28,3
Total	205	100,0

Gráfica: Consideración sobre tratar la temática de Fuentes de financiación

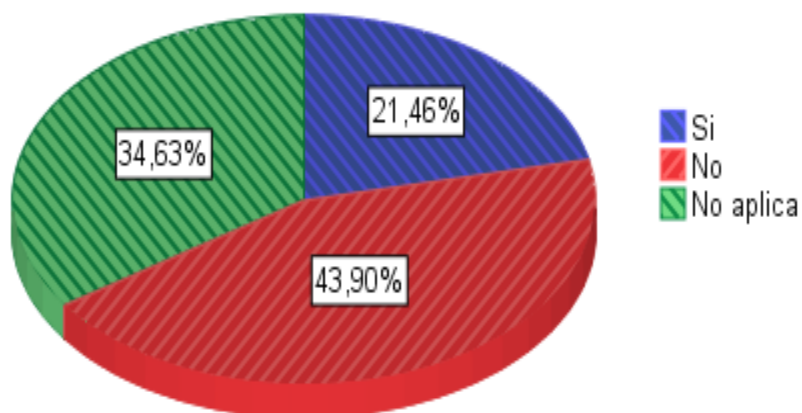


En cuanto a que los estudiantes deseen recibir la temática de fuentes de financiación sólo el 33,2% afirman que desean recibirla siendo un porcentaje un poco mayoritario el que no les gustaría recibirla con un 38,5%

Tabla 43. Interés por tratar la temática de legalización de empresas por parte de los estudiantes

Le gustaría tratar la temática de Legalización de las empresas	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	21,5
No	90	43,9
No aplica	71	34,6
Total	205	100,0

Gráfico: Consideración sobre tratar la temática de Legalización de las empresas

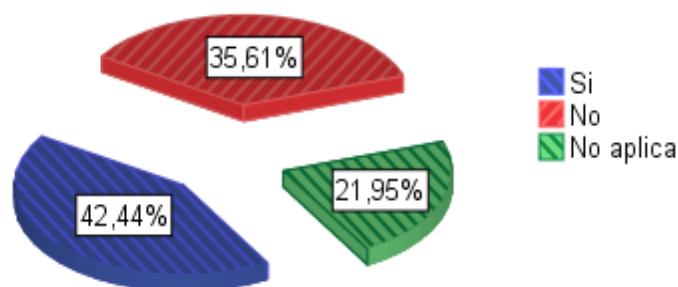


En cuanto a la afirmación por parte de los estudiantes al querer que en su curso se trabajen temas de legalización de empresa solo un 21,5% respondieron afirmativamente y un 43,9% respondieron que no desean tratar esta temática siendo este el porcentaje mayoritario de respuesta para los encuestados.

Tabla 44. Interés en tratar la temática de evolución financiera según los encuestados.

Le gustaría tratar la temática de Evaluación financiera de ideas de negocio en el curso	Frecuencia	Porcentaje
Si	87	42,4
No	73	35,6
No aplica	45	22,0
Total	205	100,0

Gráfica: Consideración sobre tratar la temática de Evaluación financiera de ideas de negocio

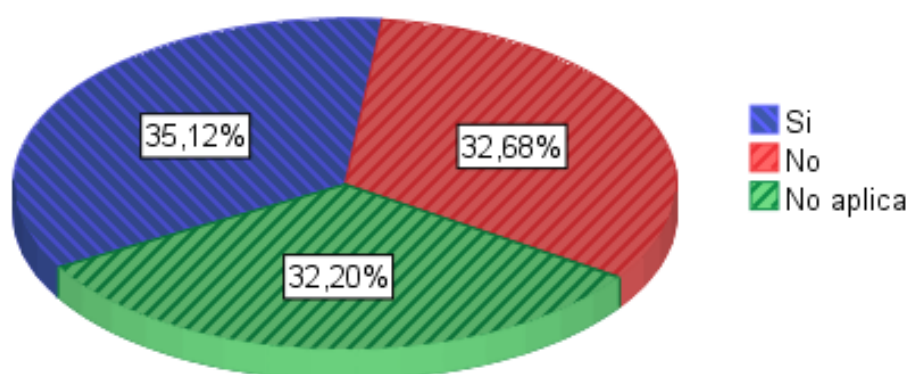


Para esta gráfica la mayoría de los encuestados desean tratar la temática de evaluación financiera con un porcentaje de 42,4%, y solo un 35,6% afirman no querer tratar este aspecto.

Tabla 45. Interés de trabajar la temática de liderazgo entre los estudiantes encuestados

Le gustaría tratar la temática de Liderazgo empresarial	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	35,1
No	67	32,7
No aplica	66	32,2
Total	205	100,0

Gráfico: Consideración sobre tratar la temática de Liderazgo empresarial



En cuanto a la importancia de tratar los temas de liderazgo en el curso los estudiantes respondieron que si les gustaría con un 35, 1% no muy lejos este porcentaje de los estudiantes que no desean recibir una profundización en este aspecto con un 32,7%.

De este modo teniendo en cuenta el análisis de estas cinco variables sobre el gusto de tratar focalizada una temática específica en el tema de generar empresa, el porcentaje mayoritario fue 51,2% para el tema de emprendimiento, evidenciando que los estudiantes están más enfocados en cómo se manifiesta el emprendimiento en el ámbito de creación de empresa como herramienta fundamental para llevar a cabo algún proyecto de la misma.

7.1 GRÁFICAS Y TABLAS SEGÚN LA ESPECIFICIDAD DE LA ASIGNATURA.

En las siguientes graficas se puede indagar en la especificidad de cada asignatura el impacto y herramientas que permiten adquirir competencias a los estudiantes para desenvolverse adecuadamente en el proceso de creación de empresas.

Tabla 46. La asignatura de Análisis Económico de Inversiones brinda las herramientas para formular ideas o proyectos que permitan la creación de empresa

Considera que la asignatura de Análisis Económico de Inversiones le brinda herramientas para formular proyectos o ideas de negocios y decidir crear empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	48,1
No	14	51,9
Total	27	100,0

De acuerdo a las consideraciones de los estudiantes en su mayoría la asignatura de Análisis Económico de Inversiones no brinda las herramientas para formular proyectos o ideas de negocio para la creación de empresa, con un porcentaje de 51,9% y solo el 48,1% considera que esta si brinda las herramientas. No se presenta entonces una disparidad entre ambos resultados pues no hay una diferencia significativa entre uno u otro lo que los posiciona casi entre el nivel medio de las opiniones.

Tabla 47. La asignatura de Análisis Económico de Inversiones brinda herramientas para buscar recursos en un proyecto de inversiones

Considera que la asignatura de Análisis Económico de Inversiones le da las herramientas para buscar recursos que le permitan apoyar un proyecto de inversiones	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	59,3
No	11	40,7
Total	27	100,0

De acuerdo a las consideraciones de los encuestados con respecto a si la asignatura brinda las herramientas necesarias para que las personas busquen recursos que le permitan apoyar un proyecto de inversiones la mayoría con un porcentaje de 59,3% afirman que esta asignatura les proporciona este aspecto y solo un 40,7% de los encuestados manifiestan no recibir este tipo de herramientas.

Tabla 48. Consideraciones de los encuestados en la Asignatura Creación de Nuevos Productos sobre el proceso de innovación incentiva la creación de empresa.

Considera que el proceso de creatividad e innovación incentiva la creación de empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	30	93,8
No	2	6,3
Total	32	100,0

Para los encuestados la creatividad e innovación incentivan la creación de empresa afirman el 93,8 % siendo casi la totalidad de los encuestados que están de acuerdo con este proceso y solo un 6,3 manifiesta inconformidad con respecto a este.

Tabla 49. La asignatura de Creación de Nuevos Productos le brinda herramientas suficientes para enfrentarse a un proceso de creación de empresas a los encuestados.

La asignatura de Creación de Nuevos Productos le brinda herramientas suficientes para enfrentarse a un proceso de creación de empresas	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	71,9
No	9	28,1
Total	32	100,0

Con un porcentaje de 71,9% los encuestados afirman que la asignatura de creación de nuevos productos brinda las herramientas necesarias para la creación de empresa y solo un 28,1% no están conformes con el contenido de este proceso.

Tabla 50. Consideraciones de la asignatura Gestión Financiera para incentivar la creación de empresa

Considera que la asignatura de Gestión Financiera incentiva a la creación de empresa.	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	66,7
No	6	33,3
Total	18	100,0

En esta tabla se puede identificar que el 66,7 % de los encuestados en esta asignatura afirman que la asignatura los incentiva a la creación de empresas y un 33,3% no se encuentra de acuerdo con esta postura, de este modo es importante revisar qué pasa con el 33% o que otros aspectos motivan a los estudiantes a crear empresa.

Tabla 51. Consideraciones sobre la asignatura de Gestión Financiera para herramientas que le permitan buscar recursos y orientar en el momento de crear empresa

considera que la asignatura de Gestión Financiera le brinda herramientas para buscar recursos que le permitan orientarlo en el momento en que usted decide crear empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	94,4
No	1	5,6
Total	18	100,0

Con casi la totalidad de las personas encuestadas en un 94,4% afirman que la asignatura brinda las herramientas para buscar recursos que le permitan a las personas crear empresa, evidenciándose que los alumnos reconocen los diferentes procesos en los cuales se puede ser independiente y generar sus propios ingresos, aunque un 5,6 % no están de acuerdo con el procesos de la asignatura que les permita sentirse a gusto con esta premisa.

Tabla 52. Consideraciones sobre la asignatura Iniciación de Nuevas Empresas en tanto el liderazgo, la innovación y la creatividad son elementos que deben estar presentes en un proceso de creación de empresas

Considera que el liderazgo, la innovación y la creatividad son elementos que deben estar presentes en un proceso de creación de empresas	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	92,3
No	1	7,7
Total	13	100,0

La mayoría de las personas encuestadas consideran que la premisa de que el liderazgo, la innovación y la creatividad son elementos que deben estar presentes en un proceso de creación de empresas con un 92,3% pues se reconoce la importancia de estar innovando producto para estar inmersos en el mercado a la hora de crear empresa, pero solo el 7,7% identifican que este no es lo único que se debe tener en cuenta para crear una empresa.

Tabla 53. Consideraciones sobre las herramientas brindadas por la asignatura Iniciación de Nuevas Empresas para la creación de las mismas.

Considera que la asignatura de Iniciación de Nuevas Empresas brinda herramientas para crear nuevas empresas.	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	92,3
No	1	7,7
Total	13	100,0

De igual forma la mayoría está de acuerdo con que el curso de Iniciación de Nuevas Empresas brinda los elementos y herramientas necesarias para que los estudiantes se piensen un proyecto o inicien una empresa con un porcentaje de 92,3% y solo una minoría manifiestan no estar acordes con estos elementos con un porcentaje de 7,7%.

Tabla 54. Consideraciones sobre la orientación de la asignatura Legislación Laboral para la creación de nuevas empresas

Considera que la asignatura Legislación Laboral orienta en el proceso de construcción de una sociedad legalmente constituida	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	97,1
No	1	2,9
Total	35	100,0

Con un porcentaje de 97,1 de los encuestados afirman que la asignatura propicia espacios de orientación en la comprensión de la importancia para la legalidad tanto de una empresa como del pago de sus trabajadores y solo un 2,9% manifiestan no estar de acuerdo con esta premisa.

Tabla 55. Consideración sobre la asignatura de Legislación Laboral orienta procesos para la construcción de una sociedad legalmente constituida

Usted considera que este curso le permite desarrollar competencias de adaptación al entorno empresarial desde su profesión	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80,0
No	2	20,0
Total	10	100,0

Con casi la totalidad del porcentaje de los encuestados consideran que la signatura, brinda la orientación necesaria para la creación de empresas en ámbito laboral con 91,4% de conformidad y solo un 8,6% manifiestan lo contrario.

Tabla 56. En Administración de Empresas la asignatura Legislación Laboral permite desarrollar competencias de adaptación al entorno empresarial

Considera que la asignatura Legislación Laboral le brinda herramientas que orienten en el proceso de creación de empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	91,4
No	3	8,6
Total	35	100,0

En la asignatura Legislación laboral del Programa Académico Administración de Empresas de la Universidad del Valle se encuestó a 10 estudiantes, de los cuales el 80% contestaron que este curso si les permite durante su proceso desarrollar competencias de adaptación al entorno empresarial mientras que un 20% opina todo lo contrario.

Tabla 57. La asignatura Legislación Laboral brinda herramientas para enfrentar la vida laboral como empleador

Usted considera que este curso le brinda herramientas para enfrentarse a la vida laboral como empleador	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80,0
No	2	20,0
Total	10	100,0

Lo anterior, es congruente ya que se identifica en la siguiente tabla que el 80% de los estudiantes consideran que la asignatura Legislación laboral les brinda herramientas para enfrentar una vida laboral como empleador mientras que el 20% no está de acuerdo está afirmación.

Tabla 58. La asignatura Liderazgo empresarial les brinda herramientas a los estudiantes para identificarse como líderes y decidir crear empresa

Usted considera que este curso le brinda herramientas para identificarse como líder y decidir crear empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	81,0
No	4	19,0
Total	21	100,0

En cuanto a la asignatura liderazgo empresarial se encuestó a 21 estudiantes de la profesión Administración de Empresas, se encontró que el 81% afirman el hecho de sentir que el curso les ha brindado herramientas para identificarse como líderes y además los ayuda a decidir crear empresa y por el contrario el 19% no consideran este hecho en sus vidas.

Tabla 59. La asignatura Liderazgo empresarial les permite a los estudiantes desarrollar competencias para su quehacer como futuros Administradores de Empresas.

Usted considera que este curso le permite desarrollar competencias empresariales para su quehacer como futuro administrador de empresas	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	95,2
No	1	4,8
Total	21	100,0

Con respecto a considerar si el curso les permite desarrollar competencias empresariales para su futura profesión como Administradores de empresas la mayor parte de los estudiantes el 95,2% piensa que es cierto sin embargo solo el 4,8% que representa en frecuencia a solo un estudiante opina lo contrario.

Tabla 60. La asignatura Organización y Administración de Empresas les brinda herramientas a los estudiantes para analizar diversos tipos de organizaciones y pensar en crear empresa

Usted considera que este curso le brinda herramientas para analizar diversos tipos de organizaciones y pensar en crear empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	66,7
No	8	33,3
Total	24	100,0

Por otra parte, en la asignatura Organización y Administración de Empresas se encuestó a 24 estudiantes de los cuales el 66,7% dice que el curso les ha brindado herramientas para analizar diversos tipos de organizaciones, así como también les ha permitido pensar en crear empresa, por el contrario el 33,3% piensa lo contrario de esto.

Tabla 61. La teoría de la motivación brindada por la asignatura Organización y Administración de Empresas orienta a los estudiantes a identificar sus motivaciones y los ayuda a visionarse como empresarios.

Usted considera que el tema de teoría de la motivación lo orienta para identificar sus propias motivaciones y visionarse como un empresario (a)	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	41,7
No	14	58,3
Total	24	100,0

Pese a lo anterior, el 58.3% los estudiantes opinan que el tema de teoría de la motivación en la asignatura no los orienta realmente para identificar sus propias motivaciones y visionarse como un empresario (a) y el 41, 7% piensa lo contrario.

Tabla 62. La asignatura Planeación Social brinda herramientas a los estudiantes para identificar las necesidades de las organizaciones sociales y pensar en crear empresa

Usted considera que este curso le ha brindado herramientas para identificar necesidades en las organizaciones sociales y pensar en crear empresa?	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	60,0
No	10	40,0
Total	25	100,0

En la asignatura planeación social se encuestaron 25 estudiantes de Trabajo Social en donde se encontró que el 60% afirma que el curso les ha brindado herramientas para identificar las necesidades en las organizaciones y además los hace pensar en crear empresa y el 40% no está de acuerdo con la afirmación.

Tabla 63. La asignatura Planeación Social orienta a los estudiantes en el proceso de formulación de proyectos sociales que pueden finalmente derivar en la creación de empresas.

Usted considera que este curso lo orienta en el proceso de formulación de proyectos sociales que finalmente puedan derivar en la creación de empresa	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	76,0
No	6	24,0
Total	25	100,0

De las encuestas realizadas a este curso también se identificó que el 76% considera que la asignatura de Planeación Social los ha orientado en el proceso de formulación de proyectos sociales de los cuales pueden en derivar la creación de empresas sin embargo el 24% piensa lo contrario de esta afirmación.

7.2 GRAFICAS Y TABLAS EN CRUCE DE VARIABLES

En este aspecto se tendrán en cuenta la comparación entre variables para identificar la influencia o afectación de una sobre la otra por sus características dependiendo del género, la edad, el estrato socioeconómico, el enfoque de la carrera y preferencias en general de los encuestados con respecto a su formación y el enfoque de creación de empresas en la Universidad del Valle sede Tuluá.

Tabla 64. Cruce de variable, consideración de tener empresa según el género de los encuestados

Género	En algún momento de su vida considero tener empresa		Total
	Si	No	
Masculino	89	15	104
	43,4%	7,3%	50,7%
Femenino	88	13	101
	42,9%	6,3%	49,3%
Total	177	28	205
	86,3%	13,7%	100,0%

Se realizó el cruce de variables entre el género y el enunciado “en algún momento de su vida considero tener empresa”, en la cual se encontró que el género masculino es quien presenta mayor porcentaje (7,3%) en cuanto al no pensar en ningún momento de su vida en crear empresa mientras que el género femenino presenta un porcentaje menor de 6,3%, sin embargo se identificó que el género masculino es quien presenta mayor porcentaje en cuanto a los estudiantes que si pensaron en crear empresa con un 43,4% y las mujeres en menor porcentaje de 42,9%; pero esta diferencia no es alta pues, se puede decir que tanto hombres como mujeres se encuentran en término medio a la hora de considerar tener empresa. Distribuyendo los porcentajes casi equitativos.

Tabla 65. Cruce de variables, consideración de tener empresa según el estrato socioeconómico del encuestado.

Estrato Social	En algún momento de su vida considero tener empresa		Total
	Si	No	
Uno	13	3	16
	6,3%	1,5%	7,8%
Dos	89	21	110
	43,4%	10,2%	53,7%
Tres	63	2	65
	30,7%	1,0%	31,7%
Otro	12	2	14
	5,9%	1,0%	6,8%
Total	177	28	205
	86,3%	13,7%	100,0%

Se hizo el cruce de variables entre el estrato socio económico y el enunciado “algún momento de su vida considero tener empresa” para identificar si existe alguna relación entre estos aspecto de lo cual se encontró que la mitad de la población que pensó en crear empresa se encuentra en estrato dos con un porcentaje del 43,4% seguido del estrato tres con 30,7% mientras que los que nunca pensaron en poseer una empresa se encuentran ubicadas sus viviendas en estrato dos con un porcentaje del 10,2% y en estrato uno con un porcentaje del 1,5%. De lo mencionado se puede decir que no existe una relación congruente entre los datos sin embargo donde se identifica que hay mayor iniciativa empresarial es en los estratos dos y tres que son los niveles socioeconómicos que representan en su mayoría a los estudiantes encuestados.

Tabla 66. Cruce de variables, consideración de tener en presa según al estado civil de los encuestados

Estado Civil	En algún momento de su vida considero tener empresa		Total
	Si	No	
Soltero (a)	155	26	181
	75,6%	12,7%	88,3%
Casado (a)	7	0	7
	3,4%	0,0%	3,4%
Unión Libre	15	2	17
	7,3%	1,0%	8,3%
Total	177	28	205
	86,3%	13,7%	100,0%

En cuanto al cruce de variables entre el estado civil de los encuestados y la respuesta al enunciado “en algún momento de su vida considero tener empresa” se encontró que el 75,6% de los estudiantes solteros (as) si pensaron en crear empresa seguido de los de unión libre con 7,3% y los casados(as) con 3,4%, por otro lado, los estudiantes que no pensaron en esta posibilidad presentan los siguientes porcentajes: los solteros(as) con 12,7% y unión libre con 1,0%.

De estos datos se puede identificar dos aspectos relevantes, en primer lugar la población solteros(as) presenta mayor porcentaje con respecto al pensar en crear empresa, esto puede deberse a que la mayoría de las personas que acceden a la universidad no han adquirido algún compromiso conyugal, lo cual les posibilita el pensarse un proyecto de vida diferente al de una familia ya conformada; sin embargo, se encontró como segundo aspecto relevante lo contrario a esta hipótesis pues los estudiantes que se encontraban en la población en estado civil casados(as) en su totalidad todos desearon en algún momento de su vida crear empresa lo cual se puede ser que no es un delimitante para susciten ideas de negocio.

Tabla 67. Cruce de variables consideración de tener empresa según la etnia

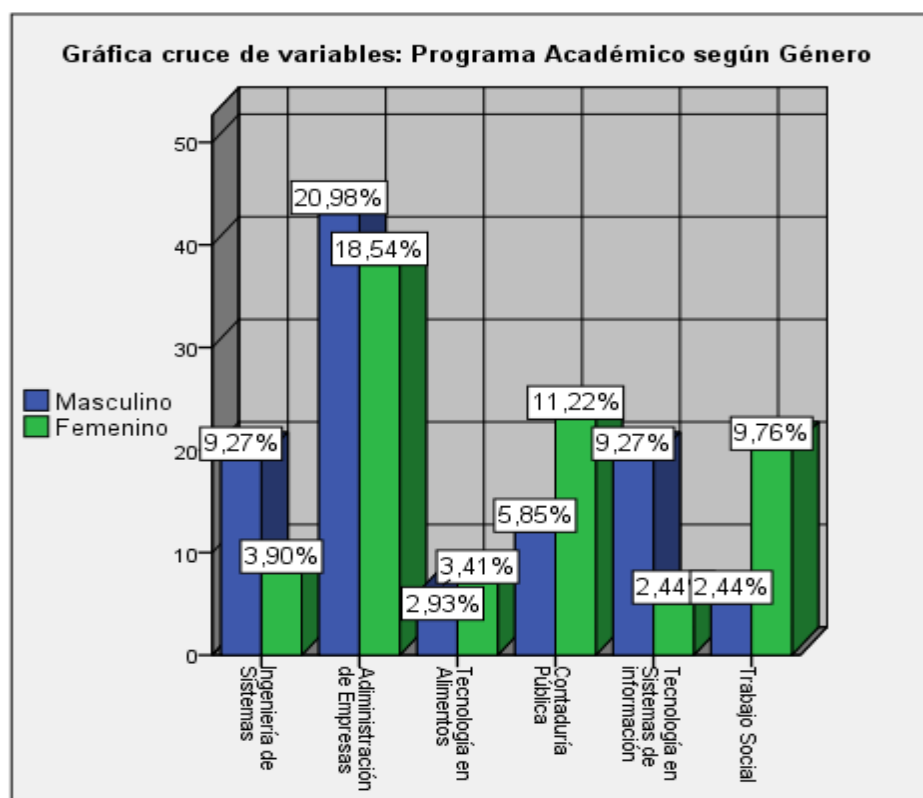
Etnia	En algún momento de su vida considero tener empresa		Total
	Si	No	
Mestizo	103	16	119
	50,2%	7,8%	58,0%
Afrocolombiano	20	0	20
	9,8%	0,0%	9,8%
Otro	54	12	66
	26,3%	5,9%	32,2%
Total	177	28	205
	86,3%	13,7%	100,0%

Según la gráfica la mayoría de las personas que ha pensado tener empresa analizando con la etnia podemos decir que, la mayoría de los que piensan en construir empresa son mestizos con una frecuencia de 103 personas y un porcentaje 50,2%. Pero sólo 20 personas equivalentes a un 9,8% de los encuestados afrocolombianos afirman intención de crear empresa.

Esto puede deberse a que en su mayoría los encuestados son mestizos y los afrocolombianos se presentan en minoría. Por otro lado hay que tener en cuenta el contexto social y de inclusión ya que las oportunidades y posibilidades para la comunidad afro de generar empresa o recursos de inversión son bajas en nuestro País, este aspecto puede no generar motivación en las comunidades étnicas en tanto generadoras de empresas.

Tabla 68. Cruce de variables, Género según profesión o programa académico que estudia

Profesión	Género		Total
	Masculino	Femenino	
Ingeniería de Sistemas	19	8	27
	9,3%	3,9%	13,2%
Administración de Empresas	43	38	81
	21,0%	18,5%	39,5%
Tecnología en Alimentos	6	7	13
	2,9%	3,4%	6,3%
Contaduría Pública	12	23	35
	5,9%	11,2%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	19	5	24
	9,3%	2,4%	11,7%
Trabajo Social	5	20	25
	2,4%	9,8%	12,2%
Total	104	101	205
	50,7%	49,3%	100,0%



En cuanto al género según el programa académico se encontró los siguientes porcentajes para el género masculino: 21,0% en administración de empresas; 9,3% tanto para ingeniería en sistemas como en tecnología en sistemas de información, seguido de contaduría pública con 5,9%, y por último, en donde existe menos porcentaje tecnología en alimentos con 2,9% y trabajo social con 2,4%. por otro lado, en el género femenino entre los mayores porcentajes esta la profesión administración de empresas con 18,5%, contaduría pública con 11,2%y trabajo social con 9,8%, con respecto a los menores porcentajes se encuentra ingeniería de sistemas con 3,9%, tecnología en alimentos con 3,4%y tecnología en sistemas de información con 2,4%.

Al realizar una comparación entre el género que mayor prevalece en los programas académicos se identificó que sobresale el género femenino por encima del masculino en: Contaduría Pública, Trabajo Social y Tecnología en alimentos, mientras que por el contrario predomina el género masculino en Administración de Empresas, Ingeniería de Sistemas y Tecnología en Sistemas de Información.

Tabla 69. Cruce de variables, consideración de tener empresa según la asignatura vista por los estudiantes.

Asignatura	En algún momento de su vida considero tener empresa		Total
	Si	No	
Análisis Económico de Inversiones	26	1	27
	12,7%	0,5%	13,2%
Creación de nuevos productos	28	4	32
	13,7%	2,0%	15,6%
Gestión financiera y presupuestos	16	2	18
	7,8%	1,0%	8,8%
Iniciación de nuevas empresas	7	6	13
	3,4%	2,9%	6,3%
Legislación comercial	31	4	35
	15,1%	2,0%	17,1%
Legislación laboral	10	0	10
	4,9%	0,0%	4,9%
Liderazgo empresarial	20	1	21
	9,8%	0,5%	10,2%
Organización y administración de empresas	19	5	24
	9,3%	2,4%	11,7%
Planeación Social	20	5	25
	9,8%	2,4%	12,2%
Total	177	28	205
	86,3%	13,7%	100,0%

Para esta gráfica la mayoría de los encuestados dependiendo del número de encuestados por curso respondieron afirmativamente en cuanto a si alguna vez han pensado en la creación de empresa siendo el porcentaje más alto para este el 15,1% equivalentes a todos los estudiantes del curso de Legislación Comercial encuestados; seguido de los estudiantes de Creación de Nuevos Productos con un 13,7% pues la innovación y la creatividad fomentan la intención de generar recursos propios. Del mismo modo la asignatura Análisis Económico de Inversiones presenta un porcentaje de 12,7% de los estudiantes que han considerado tener empresa. Siendo estos valores los tres más altos en tanto comparación entre asignaturas y deseos de creación de empresa.

Cabe resaltar la importancia de las demás asignaturas en la frecuencia por número de personas encuestadas la mayoría afirmaron que han pensado en crear empresa. Por otro lado solo un porcentaje minoritario de las personas encuestadas no han pensado en ningún momento generar empresa con una frecuencia de 6 personas que no han pensado en generar empresa siendo el 2,9% porcentaje mayoritario en respuesta negativa de todos los encuestados.

Tabla 70. Cruce de variables, profesión que estudia según la edad del encuestado

Profesión	Edad						Total
	De 15 a 20 Años	De 21 a 25 Años	De 26 a 30 Años	De 30 o más Años	De 20 a 25 Años	De 25 a 30 Años	
Ingeniería de Sistemas	3	20	4	0	0	0	27
	1,5%	9,8%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	13,2%
Administración de Empresas	12	39	3	6	16	5	81
	5,9%	19,0%	1,5%	2,9%	7,8%	2,4%	39,5%
Tecnología en Alimentos	3	9	1	0	0	0	13
	1,5%	4,4%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	6,3%
Contaduría Pública	20	0	0	1	12	2	35
	9,8%	0,0%	0,0%	0,5%	5,9%	1,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	9	0	0	0	14	1	24
	4,4%	0,0%	0,0%	0,0%	6,8%	0,5%	11,7%
Trabajo Social	8	0	0	0	15	2	25
	3,9%	0,0%	0,0%	0,0%	7,3%	1,0%	12,2%
Total	55	68	8	7	57	10	205
	26,8%	33,2%	3,9%	3,4%	27,8%	4,9%	100,0%

En el cruce de variables entre la edad de los estudiantes encuestados y el programa académico al que pertenecen se encontró lo siguiente: En primer lugar, ingeniería en Sistemas el 9,8% están en un rango de edad entre los 21 a 25 Años y en menor porcentaje un 1,5% entre los 15 a 20 Años; en segundo lugar, Administración de empresas el 19,0% en la edad de 21 a 25 Años y el 1,5% entre los 26 a 30 Años de edad.

En tercer lugar, Tecnología en Alimentos con 4,4% en edad de 21 a 25 Años y el 0,5% entre los 26 a 30 Años; como cuarto lugar, Contaduría Pública con 9,8% en edad de 15 a 20 Años y con 0,5% de 30 o más Años; en quinto lugar, Tecnología en Sistemas de información con 6,8% en edad de 20 a 25 Años y 0,5% ubicado entre los 25 a 30 Años, y como última profesión, Trabajo Social con 7,3% entre los 20 a 25 Años y con 1,0% en edad de 25 a 30 Años.

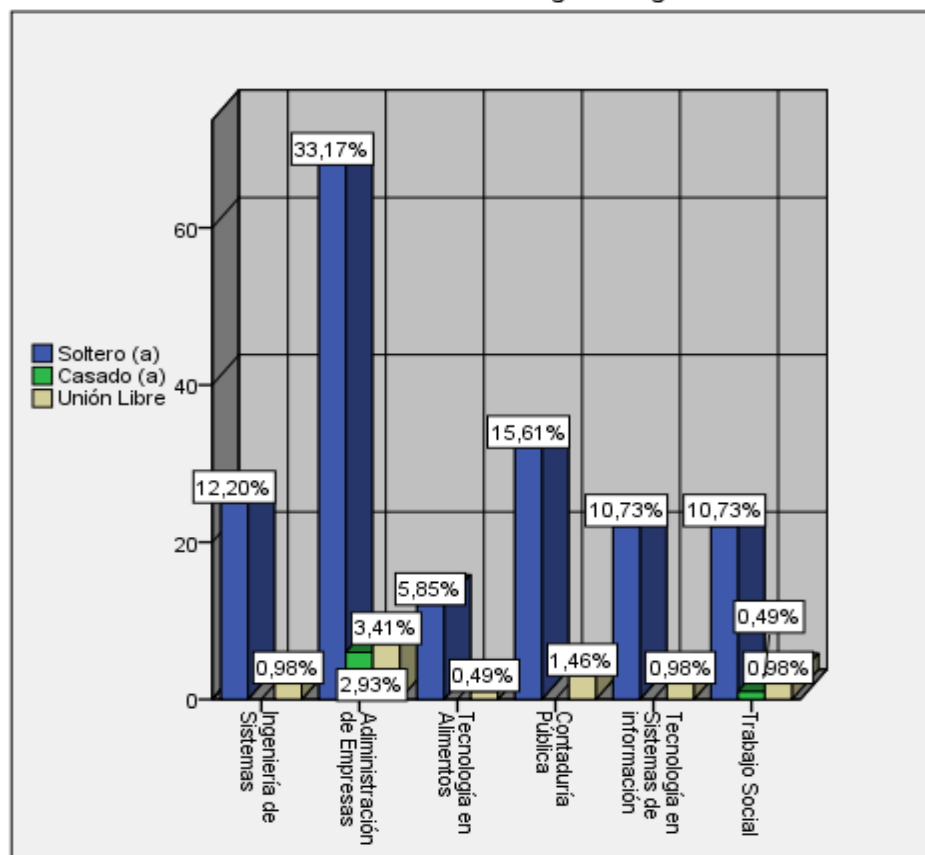
De los datos mencionados, se puede decir que el mayor porcentaje de estudiantes se ubican en edad de 21 a 25 años de edad en donde se encuentran las carreras: ingeniería en sistemas, Administración de Empresas y Tecnología en Alimentos; seguido de Tecnología en Sistemas de información y Trabajo Social que tienen su población en mayor medida entre los 20 a 25 Años de edad.

Por otro lado, las edades que tienen menor porcentaje se ubican entre los 26 a 30 Años en Administración de Empresas y Tecnología en Alimentos, al igual que el rango de edad de 25 a 30 Años en Tecnología en Sistemas de información y Trabajo Social. De este último aspecto, es de señalar que es relevante tener en cuenta que la edad es un factor indispensable en su mayoría para determinar los procesos de educación en una persona, ya que se encontró que es muy mínima el porcentaje de personas encuestadas entre los 25 a 30 años encuestados.

Tabla 71. Cruce de variables, Estado Civil según Profesión que estudia.

Profesión	Estado Civil			Total
	Soltero (a)	Casado (a)	Unión Libre	
Ingeniería de Sistemas	25	0	2	27
	12,2%	0,0%	1,0%	13,2%
Administración de Empresas	68	6	7	81
	33,2%	2,9%	3,4%	39,5%
Tecnología en Alimentos	12	0	1	13
	5,9%	0,0%	0,5%	6,3%
Contaduría Pública	32	0	3	35
	15,6%	0,0%	1,5%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	22	0	2	24
	10,7%	0,0%	1,0%	11,7%
Trabajo Social	22	1	2	25
	10,7%	0,5%	1,0%	12,2%
Total	181	7	17	205
	88,3%	3,4%	8,3%	100,0%

Gráfico de variables: Estado Civil según Programa Académico

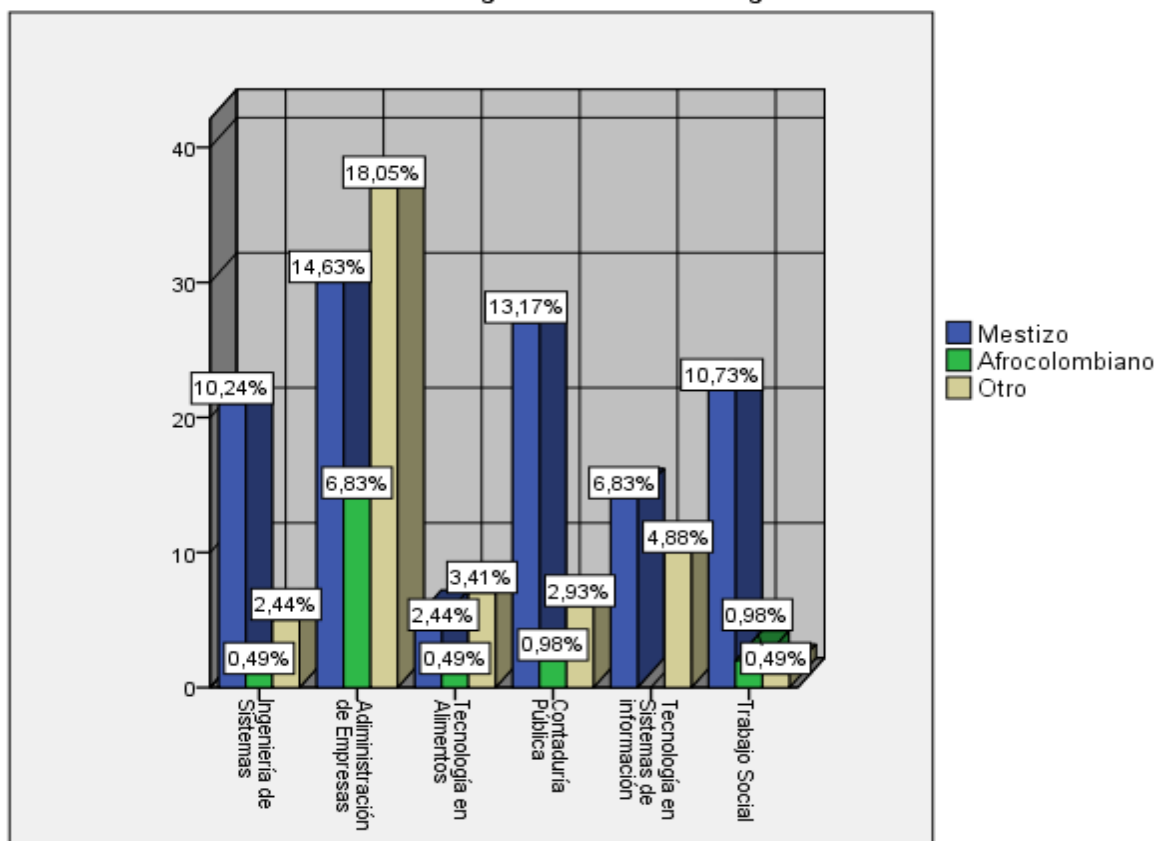


Del estado civil por programa académico se encontró que los estudiantes encuestados solteros(as) se concentran en: Administración de Empresas con 33,2% siendo este un porcentaje mayoritario; seguido de Contaduría Pública con 15,6%, Ingeniería en Sistemas con 12,2% y tanto Tecnología en Sistemas como Trabajo Social con 10,7%, seguido de Tecnología en Alimentos con 5,9% como porcentaje minoritario; en donde los porcentajes mayoritarios entre los encuestados se centran en la categoría soltero en comparación por programa y por los demás estados civiles, esto se debe a que los estudiantes se encuentran en etapas dedicadas a su estudio más que al ámbito familiar y de pareja. De este modo el programa que manifiesta tener personas con estado civil Casado(a) en porcentaje de 2,9% es el de Administración de Empresas y para la categoría de unión libre el mismo programa de Administración de Empresas lleva la batuta con un porcentaje de 3,4 en comparación con los demás programas que presentan porcentajes casi nulos en estas categorías. De lo anterior, se puede destacar dos aspectos relevantes: El primero hace referencia al hecho de ser la carrera administración de empresas en donde se recoge entre los programas académicos el mayor número de porcentajes en los estados civiles de los encuestados: Soltero, Casado y Unión Libre; como segundo aspecto que las carreras Administración de Empresas y Trabajo Social son los únicos programas en los cuales se centra los estudiantes casados(as) encuestados.

Tabla 72. Cruce de variables, profesión que estudia según la etnia.

Profesión	Etnia			Total
	Mestizo	Afrocolombiano	Otro	
Ingeniería de Sistemas	21	1	5	27
	10,2%	0,5%	2,4%	13,2%
Administración de Empresas	30	14	37	81
	14,6%	6,8%	18,0%	39,5%
Tecnología en Alimentos	5	1	7	13
	2,4%	0,5%	3,4%	6,3%
Contaduría Pública	27	2	6	35
	13,2%	1,0%	2,9%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	14	0	10	24
	6,8%	0,0%	4,9%	11,7%
Trabajo Social	22	2	1	25
	10,7%	1,0%	0,5%	12,2%
Total	119	20	66	205
	58,0%	9,8%	32,2%	100,0%

Gráfico cruce de variables: Programa Académico según Etnia

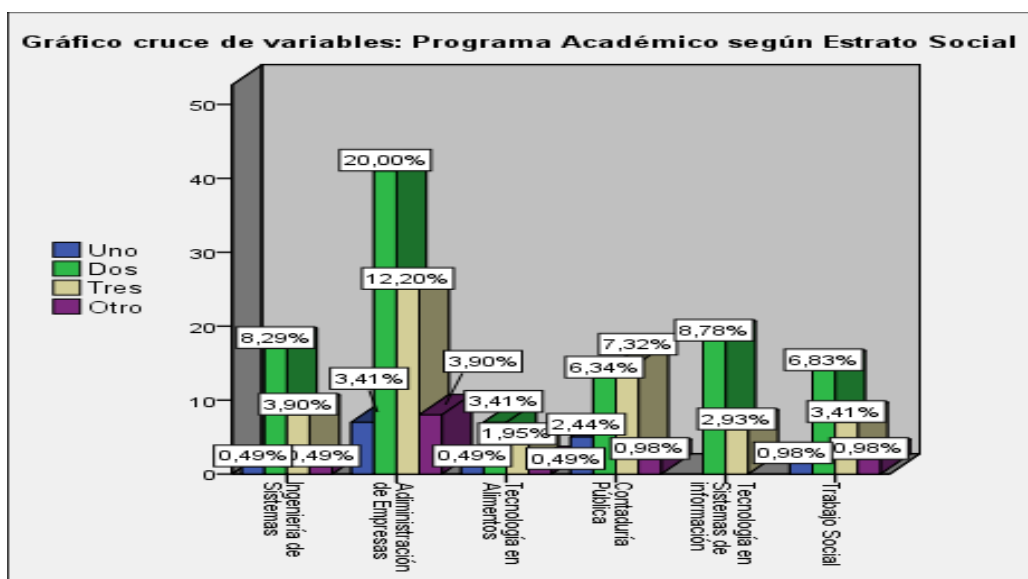


En cuanto al reconocimiento étnico por parte de los estudiantes, la mayoría se ubican en mestizos (58,0%) siendo el porcentaje mayoritario en la carrera de Administración de empresas con 14,6%, de igual manera en esta se encuentra ubicado el mayor porcentaje en reconocimiento de los estudiantes encuestados como afrocolombianos con un 6,8%. En menor porcentaje la población que se considera mestizos se encuentra en Tecnología en Alimentos con 2,4% y en cuanto a los estudiantes que en menor medida se consideran afrocolombianos están ubicados en Ingeniería de Sistemas y Tecnología en Alimentos con un porcentaje de 0,5%.

De los datos se puede decir que en las profesiones a nivel general el reconocimiento étnico como Afrocolombiano es mínimo en comparación con la población mestiza que se encuentra en la universidad, este factor está relacionado con las características poblacionales de la ciudad, pues las raíces no son muy identificadas en tanto mezcla de todas las regiones y se resalta que la minoría de la población es afro descendiente.

Tabla 73. Cruce de variables profesión que estudia según estrato social.

Profesión que estudia	Estrato Social				Total
	Uno	Dos	Tres	Otro	
Ingeniería de Sistemas	1	17	8	1	27
	0,5%	8,3%	3,9%	0,5%	13,2%
Administración de Empresas	7	41	25	8	81
	3,4%	20,0%	12,2%	3,9%	39,5%
Tecnología en Alimentos	1	7	4	1	13
	0,5%	3,4%	2,0%	0,5%	6,3%
Contaduría Pública	5	13	15	2	35
	2,4%	6,3%	7,3%	1,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	0	18	6	0	24
	0,0%	8,8%	2,9%	0,0%	11,7%
Trabajo Social	2	14	7	2	25
	1,0%	6,8%	3,4%	1,0%	12,2%
Total	16	110	65	14	205
	7,8%	53,7%	31,7%	6,8%	100,0%



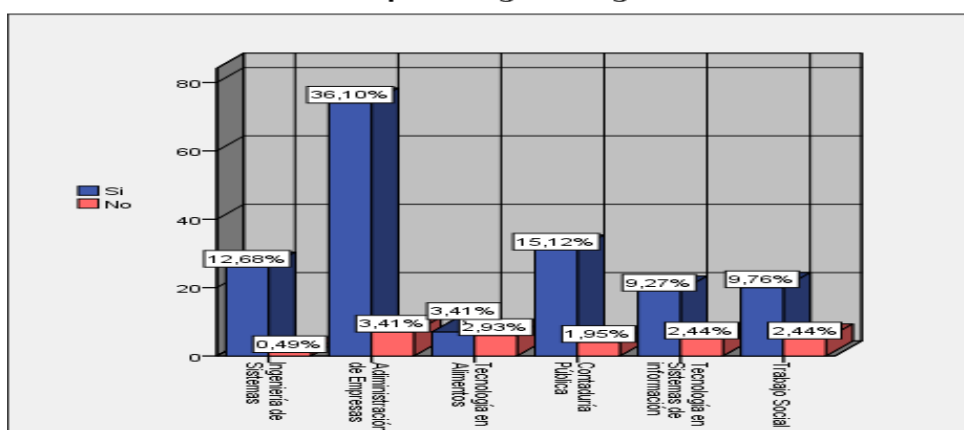
En cuanto al identificar el estrato socio económico por profesión que estudia, se encuentra que la mayoría de los encuestados se encuentran ubicados en el estrato dos; en los que el programa de Administración de Empresas presenta la mayoría con un porcentaje de 20% presentando una frecuencia de 41 personas; en cuanto al menor porcentaje en este estrato se encuentra los estudiantes de

Tecnología en Alimentos con un porcentaje de 3,4%; pero a diferencia de los demás programas Contaduría Pública presenta el mayor porcentaje en el estrato económico tres con 7,3% y una frecuencia de 15 personas por el total de personas encuestadas en este programa; para los demás programas sólo se encuentra un porcentaje muy bajo en el estrato tres siendo el programa de Tecnología en alimentos que muestra el menor porcentaje con 2% en frecuencia de 4 personas encuestadas como representatividad de las demás carreras.

Tabla 74. Cruce de variables consideración de tener empresa según profesión que estudia

Profesión que estudia	En algún momento de su vida considero tener empresa		Total
	Si	No	
Ingeniería de Sistemas	26	1	27
	12,7%	0,5%	13,2%
Administración de Empresas	74	7	81
	36,1%	3,4%	39,5%
Tecnología en Alimentos	7	6	13
	3,4%	2,9%	6,3%
Contaduría Pública	31	4	35
	15,1%	2,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	19	5	24
	9,3%	2,4%	11,7%
Trabajo Social	20	5	25
	9,8%	2,4%	12,2%
Total	177	28	205
	86,3%	13,7%	100,0%

Gráfico cruce de variables: En algún momento de su vida considero tener empresa según Programa Académico



Por otro lado, se identificó en los programas académicos que los estudiantes encuestados que en algún momento de sus vidas consideraron sí o no tener empresas se encuentran ubicados principalmente en Administración de Empresas con 36,1%y 3,4%respectivamente; sin embargo también se encontró los siguientes porcentajes en los encuestados que consideraban tener empresa: Contaduría Pública con 15,1%e Ingeniería en Sistemas con 12,7%, en cuanto a los que no consideraron nunca tener empresa en el programa académico Tecnología en Alimentos se tiene un porcentaje de 2,9%y tanto para Tecnología en Sistemas de Información y Trabajo Social un porcentaje de 2,4%.

De esto se puede decir que las profesiones que consideran crear empresas se encuentran en los programas donde se incentiva con mayor frecuencia sobre esta temática del emprendimiento empresarial puesto que se pudo analizar que en Tecnología en Alimentos y Trabajo Social que son carreras que solo presentan una asignatura frente al emprendimiento se tiene menor porcentaje por parte de los estudiantes en pensar crear empresa mientras que en programas académicos que abarcan mayores asignaturas como lo es la administración de empresas se visibiliza un porcentaje significativo a comparación de estos dos programas.

Tabla 75. Cruce de variables interés por tratar el tema de emprendimiento según programa académico.

Profesión que estudia	Le gustaría tratar la temática de Emprendimiento en el curso			Total
	Si	No	No aplica	
Ingeniería de Sistemas	21	0	6	27
	10,2%	0,0%	2,9%	13,2%
Administración de Empresas	32	14	35	81
	15,6%	6,8%	17,1%	39,5%
Tecnología en Alimentos	5	0	8	13
	2,4%	0,0%	3,9%	6,3%
Contaduría Pública	13	22	0	35
	6,3%	10,7%	0,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	16	8	0	24
	7,8%	3,9%	0,0%	11,7%
Trabajo Social	18	7	0	25
	8,8%	3,4%	0,0%	12,2%
Total	105	51	49	205
	51,2%	24,9%	23,9%	100,0%

La mayoría de los encuestados por programa académicos respondieron que les gustaría tratarla temática de emprendimiento en sus cursos teniendo un porcentaje y una frecuencia representativa para cada programa; de este modo el programa de Administración de Empresas con un porcentaje de 15,6% y 32 personas encuestadas respectivamente se sitúa como el programa representativo de mayor porcentaje de aceptación a tratar la temática de emprendimiento.

Por otro lado el programa de Contaduría no les gustaría enfocarse en esta temática con un porcentaje de 10,7% y una frecuencia de 22 personas encuestadas representativamente para la no aceptación de esta.

Tabla 76. Cruce de variables Interés en tratar la temática de fuentes de financiación por programa académico

Programa académico	Le gustaría tratar la temática de Fuentes de financiación en el curso			Total
	Si	No	No aplica	
Ingeniería de Sistemas	16	0	11	27
	7,8%	0,0%	5,4%	13,2%
Administración de Empresas	19	23	39	81
	9,3%	11,2%	19,0%	39,5%
Tecnología en Alimentos	4	1	8	13
	2,0%	0,5%	3,9%	6,3%
Contaduría Pública	9	26	0	35
	4,4%	12,7%	0,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	10	14	0	24
	4,9%	6,8%	0,0%	11,7%
Trabajo Social	10	15	0	25
	4,9%	7,3%	0,0%	12,2%
Total	68	79	58	205
	33,2%	38,5%	28,3%	100,0%

Ahora bien, haciendo una comparación entre los resultados de los estudiantes que presentan mayor interesados en tratar temáticas de fuentes de financiación frente a los que no tienen esa motivación, se encontró que los programas que presentan interés son: Administración de Empresas con 9,3% e Ingeniería de Sistemas con 7,8%, son profesiones que tienen asignaturas que inciten el emprendimiento empresarial pero desean tener contenido sobre las fuentes de financiación de proyectos que ayuden a materializar sus ideas de negocios, por lo tanto se desea el profundizar en ese aspecto, sin embargo se encontró que los programas que

presentan mayor porcentaje en no tener interés en tocar temas acerca de fuentes de financiación son: Administración de Empresas con 11,2% y Contaduría Pública con 12,7%, de lo cual se puede suponer que como son temas que ya son de conocimiento no presentan interés en fortalecer este aspecto.

Tabla 77. Cruce de variables, interés en tratar legalización de empresa según programas académicos

Programas Académicos	Le gustaría tratar la temática de Legalización de las empresas en el curso			Total
	Si	No	No aplica	
Ingeniería de Sistemas	8	0	19	27
	3,9%	0,0%	9,3%	13,2%
Administración de Empresas	11	27	43	81
	5,4%	13,2%	21,0%	39,5%
Tecnología en Alimentos	4	0	9	13
	2,0%	0,0%	4,4%	6,3%
Contaduría Pública	11	24	0	35
	5,4%	11,7%	0,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	6	18	0	24
	2,9%	8,8%	0,0%	11,7%
Trabajo Social	4	21	0	25
	2,0%	10,2%	0,0%	12,2%
Total	44	90	71	205
	21,5%	43,9%	34,6%	100,0%

En cuanto a la preferencia de profundizar en el tema de legalización de empresas, la mayoría de la población encuestada no prefiere este enfoque con un porcentaje de 43,9% del total de la población encuestada, siendo el programa de programa de Administración de Empresas representativo por el porcentaje mayoritario de 13,2% por los demás programas académicos que manifiestan no desear tratar esta temática. Por otro lado solo un porcentaje mínimo entre los programas de Ingeniería de Sistemas, Alimentos, Contaduría, Tecnología en Sistemas y Trabajo Social de 3,9%; 2%; 5,4 %; 2,9% y 2% respectivamente solo desean la profundización en esta temática.

Tabla 78. Cruce de variables, deseo de profundizar en la temática de Evaluación Financiera según la profesión.

Profesión	Le gustaría tratar la temática de Evaluación financiera de ideas de negocio en el curso			Total
	Si	No	No aplica	
Ingeniería de Sistemas	17	0	10	27
	8,3%	0,0%	4,9%	13,2%
Administración de Empresas	38	20	23	81
	18,5%	9,8%	11,2%	39,5%
Tecnología en Alimentos	1	0	12	13
	0,5%	0,0%	5,9%	6,3%
Contaduría Pública	18	17	0	35
	8,8%	8,3%	0,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	4	20	0	24
	2,0%	9,8%	0,0%	11,7%
Trabajo Social	9	16	0	25
	4,4%	7,8%	0,0%	12,2%
Total	87	73	45	205
	42,4%	35,6%	22,0%	100,0%

Por otra parte, al realizar una comparación sobre los estudiantes que les gustaría o no tratar temáticas sobre la evaluación financiera de ideas de negocio se encontró que en mayor medida los que si desean abordar este tema es el programa académico Administración de empresas con un porcentaje de 18,5%, mientras que por el contrario los estudiantes que no presentaban ningún interés se ubican en: Tecnología en Sistemas de Información 9,8%y Trabajo Social 7,8%, por lo tanto, es relevante decir que este aspecto es debido al enfoque u orientación del programa académico puesto que Administración de empresas es un programa donde se debe conocer las fortalezas y debilidades de una empresa pues es aquí donde radica el sentido de la profesión. En cuanto a la contaduría pública se encontró un equilibrio entre las dos opciones de respuesta ya que el 8,8% de los estudiantes les gustaría tratar la temática de Evaluación financiera de ideas de negocio en el curso mientras que el 8,3% opina lo contrario.

Tabla 79. Cruce de variables, profesión que estudia según interés en tratar la temática de liderazgo empresarial por asignatura.

Profesión que estudia	Le gustaría tratar la temática de Liderazgo empresarial			Total
	Si	No	No aplica	
Ingeniería de Sistemas	0	0	27	27
	0,0%	0,0%	13,2%	13,2%
Administración de Empresas	26	21	34	81
	12,7%	10,2%	16,6%	39,5%
Tecnología en Alimentos	8	0	5	13
	3,9%	0,0%	2,4%	6,3%
Contaduría Pública	10	25	0	35
	4,9%	12,2%	0,0%	17,1%
Tecnología en Sistemas de información	16	8	0	24
	7,8%	3,9%	0,0%	11,7%
Trabajo Social	12	13	0	25
	5,9%	6,3%	0,0%	12,2%
Total	72	67	66	205
	35,1%	32,7%	32,2%	100,0%

De acuerdo a la identificación de preferencia por la profundización en liderazgo empresarial, los porcentajes se encuentran distribuidos sin mucha diferencia en la preferencia por la temática de liderazgo empresarial, pero encontrando diferencias por profesiones en las cuales para el programa de Ingeniería en Sistemas ninguno manifiesta interés por este enfoque; para el programa de Administración se presenta que la mayoría de los encuestados si les interesa este enfoque con un porcentaje de 12,7% y una frecuencia de 26 encuestados y el 10,2% de los encuestados con una frecuencia de 21 personas no desea este enfoque, evidenciándose el porcentaje casi equitativo. Para el programa de

Tecnología en Alimentos solo 8 personas manifestaron estar de acuerdo con profundizar en este enfoque equivalente a un 3,9%. En cuanto al programa de Contaduría Pública solo el 4,9% manifiesta interés en esta temática, pero sopesa más el desinterés de los encuestados de este programa con un 12,2%. Para el programa de Trabajo Social el porcentaje se encuentra no muy disparejo pues el 5,9% de los encuestados manifiestan interés por esta temática, mientras que el 6,3% no se encuentra interesado con un porcentaje mayoritario pero que no demuestra diferencias.

7.1 ANÁLISIS DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS ESTUDIANTES

De las encuestas realizadas a los estudiantes de la Universidad del Valle sede Tuluá de los programas académicos Administración de empresas, contaduría pública, ingeniería de sistemas, trabajo social, tecnología en sistemas de información se puede inferir que: El 92.2% de los encuestados manifiesta que las asignaturas: Legislación laboral, liderazgo empresarial, creación de nuevos productos, gestión financiera y presupuesto, legislación comercial II, análisis económico de inversiones, planeación social, organización y administración de empresas, iniciación de nuevas empresas, incentiva el desarrollo de habilidades para la adaptabilidad al entorno empresarial.

Así mismo, el 51.2% muestra interés en el tema de emprendimiento, el 33,2% en fuentes de financiación, el 21,5% en el tema de legalización de empresas, el 42,4% en evaluación financiera de ideas de negocio y finalmente, el 35,1% muestra interés en el tema de liderazgo empresarial. Estos resultados reflejan la importancia de fomentar la temática de emprendimiento de manera transversal a la formación académica, no sólo en el Programa de Administración de empresas, sino en los demás programas académicos, como una línea transversal durante su formación académica, con asignaturas que motiven y despierten el interés de los estudiantes por la creación de empresa. En este sentido, el Programa de Contaduría Pública con la asignatura Legislación comercial, junto con la asignatura Creación de Nuevos productos perteneciente al programa de Administración de Empresas, son las que más brindan herramientas para que los estudiantes desarrollen habilidades que les permita adaptarse al entorno empresarial y ser competitivos en el mercado laboral actual.

Un aspecto a resaltar es que, del total de los encuestados con respecto al deseo de crear empresa en algún momento de su vida, el mayor porcentaje está representado con los estudiantes del programa de Administración de Empresas con un 31.6%, en segundo lugar Contaduría Pública con el 15.1%, en tercer lugar programa de Ingeniería de Sistemas con 12.7%, en cuarto lugar Trabajo Social con un 9.8%, en un quinto lugar el programa de Tecnología de Sistemas de información con un 9.3% y por último, se encuentra el programa de Tecnología en Alimentos con 3.4%. De lo cual se puede decir, que los programas académicos que tienen fundamentado como parte de su estructura curricular el fomento del emprendimiento, se encuentran, Administración de Empresas y contaduría pública, y esto se ve reflejado en el porcentaje de estudiantes que desean crear empresa, ya que una gran parte de los cursos que se les imparten durante su proceso de formación van encaminados a este objetivo, tales como: Creatividad e

innovación, liderazgo, investigación de mercadeo, creación de nuevos productos, gestión financiera y creatividad empresarial. Siendo importante que los demás programas académicos objeto de esta encuesta, involucren asignaturas como estas que incentiven el emprendimiento y la creación de empresa.

Finalmente, se puede decir, el género masculino muestra mayor interés con respecto al emprendimiento comparado con el género femenino, así mismo, un mayor porcentaje de solteros, lo cual, implica que probablemente género masculino asume más riesgos y de esta manera emprende sus ideas de negocio. Siendo un factor importante a tener presente, para incentivar en Programas académicos donde la mayoría de estudiantes son de género masculino, tales como Ingeniería de Sistemas, Tecnología en Sistemas de Información y Tecnología en Electrónica, ya que estos programas no involucren como parte de su formación asignaturas que promuevan la creación de empresa.

8. CASOS DEMOSTRATIVOS EGRESADOS UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE TULUÁ

Este capítulo responde a los objetivos 3 y 4 relacionados con las cualidades, rasgos, habilidades y motivaciones que predisponen a los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá a iniciar y desarrollar empresa. Para el desarrollo del mismo, se definieron seis criterios de selección con el fin de escoger los egresados emprendedores y construir los casos demostrativos. En la siguiente tabla se muestran los criterios definidos:

Tabla 80. Criterios de selección de egresados emprendedores

1. Egresado de la Universidad del Valle sede Tuluá entre el año 2000 a 2013.
2. La empresa debe estar radicada en Tuluá y su zona de influencia.
3. La actividad económica desarrollada de estar relacionada con su formación académica.
4. Debe generar empleo
5. La empresa debe estar vigente.
6. Se debe haber enfrentado al fracaso y perseverar con su idea de negocio.

Elaboración propia (2013)

Con respecto a lo anterior se procedió a revisar la base de datos actualizada de los egresados, suministrada por la oficina de Egresados que pertenece a la Coordinación de Proyección y Extensión Social de la Sede Tuluá, la cual anualmente realiza un Encuentro de Egresados, donde realiza la actualización de estos datos. En esta base de datos se encontraron 35 registros de egresados empresarios, posteriormente se procedió a realizar el contacto telefónico con estos egresados validando los criterios de selección definidos anteriormente, seleccionando finalmente 10 egresados empresarios, con los cuales se procedió a realizar una entrevista en profundidad, con el objetivo de ilustrar los casos demostrativos de egresados emprendedores de la Universidad del Valle Sede Tuluá, identificando los factores que motivaron la creación de empresa del egresado. Para el desarrollo de estos casos demostrativos se tomó como referente, el Esquema Analítico para adelantar estudios de historia de empresarios (EAHE) definido por Carlos Dávila (2012), del cual se tomaron 3 categorías para el análisis y construcción de los casos demostrativos: Conducta económica, perfil socioeconómico, mentalidad y estilo de vida.

Tabla 81. Categoría: Conducta económica del empresario

Acumulación de capital
Alerta a las oportunidades
Cálculo racional
Manejo del riesgo
Manejo de la incertidumbre
Diversificación de inversiones
Innovación
Gestión de la tecnología
Asociación de capitales
Manejo del crédito
Desempeño de funciones productivas, improductivas y destructivas
Destino de los excedentes
Gestión organización rutinaria

Fuente: Empresariado en Colombia (2012). Pág. 61

Tabla 82. Categoría: Perfil Socioeconómico del empresario

Lugar de nacimiento
Nacionalidad
Clase social de los padres
Estatus social de los padres
Familia empresarial
Movilidad social intergeneracional
Incorporación y socialización en la actividad empresarial
Afiliación religiosa y su papel en la vida del empresario
Características distintivas de su personalidad
Movilidad geográfica
Educación
Redes sociales relacionadas con su educación

Fuente: Empresariado en Colombia (2012). Pág. 66

Tabla 83 Categoría: Mentalidad y estilo de vida

Papel de los negocios dentro de su vida: Diligencia, dedicación al trabajo, exclusión del ocio.
Ahorro, frugalidad, exclusión del despilfarro.
Prudencia, moderación
Patrones de consumo (Lujo/ austeridad). “Modas en consumo”
Trabajo manual / Disposición hacia la técnica o “Trabajo de escritorio”
Papel, manejo y economía del tiempo (“El tiempo es oro”)
Uso del tiempo libre (Hobbies, deportes)
Patrones de casamiento y parentesco (Relación con los negocios)
Papel de redes sociales en su cotidianidad y negocios (Familia, parentesco, clubes sociales amistades, grupos regionales, étnicos, religiosos, profesionales, deportivos, artísticos)
Cosmopolitismo / Parroquialismo (Viajes, visión internacional, imitación / Admiración, patrones internacionales de vida)

Fuente: Empresariado en Colombia (2012). Pág. 81

En la siguiente tabla, se muestra el listado de los diez egresados emprendedores seleccionados para la elaboración de los casos demostrativos con su respectiva formación profesional:

Tabla 84. Egresados emprendedores Universidad del Valle Sede Tuluá

EGRESADO	PROFESIÓN
Ricardo Mejía García	Tecnólogo en Electrónica y Tecnólogo en Sistemas
José Julián Ángulo Hernández	Administrador de empresas
Mariela Segura Sánchez	Administradora de empresas
Fabián David Pérez Muñoz	Tecnólogo en Electrónica
Walter Rolando Gálvez Rendón	Tecnólogo en Electrónica
Martha Viviana Tejada Gallego	Administradora de empresas
Carolina Restrepo Franco	Administradora de empresas
Diana Constanza Marmolejo Castaño	Administradora de empresas
Yilmar Álzate Rodríguez	Tecnólogo en Sistemas
Hernán Darío Chaparro Ramos	Tecnólogo en Sistemas

Fuente: Elaboración propia

A continuación se ilustran los casos demostrativos de diez egresados emprendedores de la Universidad del Valle Sede Tuluá, considerando aspectos familiares, religiosos, personales y de su entorno que en algún momento de sus vidas incentivaron o potenciaron el deseo de ser emprendedores y no empleados.



Ricardo Mejía García

Nació en Tuluá Valle, el 5 de Noviembre de 1972, a sus 41 años, es dueño de la empresa de desarrollo tecnológico IDDAE, líder en el mercado de la aplicación radial Onair Studio para emisoras de las ciudades de Tuluá Cali, Manizales, Armenia y Popayán.

Se encuentra Ricardo pensativo, porque no le ha ido bien en el estudio y podría salir definitivamente de la universidad.

Ricardo siempre ha vivido con sus padres, ellos son de origen campesino, especialmente su madre; ella es la tercera entre sus doce hermanos, por su arraigo campesino tenía que encargarse de las labores de la casa, ayudar en la crianza de los menores y solo estudio hasta quinto de primaria.

El padre de Ricardo tuvo la posibilidad de vivir en la ciudad pero esto no le garantizó lograr un nivel básico de estudio ya que sus abuelos cuando su padre estaba infante, tenían una vida viajera, trasladándose de la ciudad al campo constantemente impidiendo al padre de Ricardo culminar su segundo grado de primaria.

Como recuerdo grato de su padre Ricardo tiene que el no haber estudiado, nunca fue un impedimento para aprender, ya que su padre cuando Ricardo era un niño se sentaba a leer libros en el corredor de la casa de inquilinato donde vivían para no molestar a sus hijos o a su esposa con la luz, devorándose metafóricamente los libros toda la noche tomando café, así fue como su padre se cultivó y aprendió muchas cosas de la vida que luego se las transmitió a Ricardo, siendo hoy por hoy de utilidad para su vida.

El padre de Ricardo fue el que siempre estuvo vinculado laboralmente. Cuando los padres de Ricardo se casaron, su padre era de profesión panadero y tenía una experiencia ya de 16 años en este oficio y trabajó unos cuatro años más después del nacimiento de Ricardo; luego cambio de oficio y se vinculó con el trabajo de la madera, resultando ser ebanista, por 15 años laboró como persona dependiente de una empresa, pero después logró

independizarse y con su propio negocio trabajo 10 años más. Pero para la percepción de Ricardo, su padre fue más un trabajador dependiente de un sueldo fijado por una empresa.

La madre de Ricardo fue ama de casa, llamada la empresaria del hogar por él mismo, pues para Ricardo su madre fue una buena administradora, ya que el padre de Ricardo no ganaba mucho dinero pero su madre sabía hacer rendir ese dinero, ella ahorraba y a eso le debe el poder tener las cosas básicas de un hogar.

Su madre una mujer audaz para administrar los ingresos de su esposo también, mostraba la capacidad de ahorrar dinero en tanto que se esforzaba buscando una actividad como lavar ropa a las señoras que requerían sus servicios, también recuerda Ricardo que su madre llegó a coser diferentes prendas como modista, lo cual todas estas actividades la llevó a ir recogiendo capital el cual prestaba y se cobraba una ganancia. Ricardo lleva grabado como aprendizaje el sacar una utilidad de algún negocio y a tomar riesgos gracias a su madre; a ella fue a la primera persona que observó sacar ganancia de algo, mientras recuerda de su padre nunca haber realizado este tipo de negocios porque se mostraba temeroso al perder su dinero.

Ricardo decide continuar en la universidad a pesar de los obstáculos para poder obtener el título de Ingeniero en sistemas, sin pensar que ese no es el único inconveniente que se le presentará.

Ricardo es el primero de dos hijos, la otra es su hermana a la cual le lleva 4 años de diferencia, aunque tiene un hermano mayor fruto de un matrimonio que tuvo su padre once años atrás del nacimiento de Ricardo.

Los padres de Ricardo por ser campesinos tienen una creencia católica fuerte, sin embargo, su padre le decía que no se creyera las cosas completamente, más bien buscara observar y planteara críticas según la convicción del comprobar buscando que Ricardo analizara las circunstancias; la madre de Ricardo por otro lado ha sido muy creyente y sagradamente cada ocho días se dirige a la iglesia del barrio. Pero a pesar de las creencias nunca obligaron a Ricardo o a su hermana a inclinarse por alguna, no obstante Ricardo recuerda haber tenido un acercamiento religioso cuando era pequeño y vivía en la casa de inquilinato, donde llegaban personas de la religión mormona a impartir sus sermones y proyectar películas, lo que para los niños del inquilinato era muy agradable pues no tenían la posibilidad de ver alguna película en otro lugar. A pesar del proceso religioso en el cual Ricardo se pudo

formar considera no ser creyente, vive la vida y forja cada paso que da en su camino, indica con tristeza el proceso de la muerte, considera a pesar de lo vivido que todo termina cuando fallecemos, perdiendo esfuerzos y luchas cuando llegamos al fin de nuestra existencia.

Una mañana cuando Ricardo se levanta a jugar como todos los días con sus amiguitos se encuentra con que ellos no estaban, entonces muy perspicaz e inquieto por el conocimiento intenta buscar la respuesta, pero sus compañeros de juego han iniciado una nueva aventura, que es la escuela, a él nadie le avisó. Cuando al medio día regresan sus amiguito le cuentan que se encuentran en un lugar llamado kínder lleno de juego y de fantasías, al cual Ricardo insiste a sus padres para ir a ese lugar. Así fue, como en el año setenta y ocho, con seis años de edad Ricardo inicia su nuevo proceso de vida escolar en la escuela San José de la ciudad de Tuluá. A esa etapa Ricardo ya sabía leer, distinguía las vocales, los números y algo de escritura, gracias a que su padre le enseñó con anticipación este proceso, estando más adelante que sus compañeros la maestra a mitad de año lo promueve a grado primero. Cuando inicia su segundo grado lo cambian a la escuela José Joaquín Jaramillo en donde le fue mal, no entendía las matemáticas, esto desmotivó a Ricardo en el estudio y prefería no llegar a clase desviando

su camino hacia juegos entretenidos lo que hace a Ricardo perder el año, repitiendo entonces su segundo grado. Por falta de docente Ricardo no pudo continuar ese año con su segundo de primaria, al cabo de un año ya vivían en una casa dejando el inquilinato. Con una nueva escuela Ricardo pudo empezar nuevamente sus estudios.

Con la familia por parte de la madre, Ricardo tenía más afinidad y cercanía, recordando que tenía dos tíos los cuales compraban dulces para surtir en tiendas, situación que aprovechaba Ricardo cuando estaba en vacaciones de la escuela para ayudar a repartir dulces a sus tíos; amarraba una caja de dulces a su bicicleta e iba ofreciendo de tienda en tienda los productos teniendo su primera experiencia de comercialización de productos a sus 10 años.

Del mismo modo, con su tío Uriel cuando la situación económica estaba apretada se iban a recoger a los cultivos de millo las matas que la maquina agrícola no agarraba para ir a vender este grano y así ganar un dinero extra. Para Ricardo en su grato recuerdo, su tío Uriel era como un socio a la hora de repartir el dinero de las ganancias de este negocio.

En unas vacaciones Ricardo se levantó a jugar con sus compañeros de cuadra pero se encontró con la sorpresa de que no estaban, cuando sus amigos en la noche regresan le

cuentan que estaban vendiendo sahumerio porque era semana santa, de este modo Ricardo entusiasmado le dice a sus padres el deseo quiere ir a vender sahumerio; muy temprano se levanta al otro día y va donde el señor que fabrica el producto para que le dote de su mercancía y así vender estos productos. Siendo esta una experiencia grata a sus 11 años de edad.

Siempre en vacaciones, Ricardo con orgullo recuerda que laboraba y que hasta llegó a trabajar recogiendo algodón, estos trabajos siempre eran un goce para Ricardo porque lo hacía en compañía de sus amigos y algunos familiares, este trabajo no era obligación para ayudar a sostener a su familia si no, una posibilidad de tener dinero para comprarse lo que él deseaba.

Al terminar los estudios de primaria, Ricardo ya no quería estudiar más por las presiones y madrugadas que implica esto, pero su madre en tanto mediadora hace una especie de trato con Ricardo para entrar a estudiar al colegio Industrial de la ciudad de Tuluá hasta el grado noveno, y así este aprendiera algún saber Técnico de acuerdo al enfoque del colegio para que Ricardo ya en cuarto de bachillerato si era su decisión, pudiera trabajar.

Mientras se resuelve la situación académica de Ricardo sus compañeros de clase lo invitan a crear la empresa Web Site para

incursionar en el mercado de los sistemas en la ciudad de Tuluá.

El padre de Ricardo buscaba que este desde pequeño aprendiera cosas nuevas, la electricidad y los aparatos electrónicos no eran la excepción, su padre realizó un técnico en Radio de la National School de los Ángeles California por correspondencia lo que le dio conocimientos en electricidad y aparatos electrónicos consiguiendo sus respectivas herramientas, le enseñaba a manejar y a construir aparatos con motor a Ricardo; esto sirvió de motivación para que el muchacho se enfatizara en el taller de Mecánica Industrial de su colegio, estudio que le posibilitó a su socio y a Ricardo tener un conocimiento práctico para aplicar en sus negocios actualmente.

De esta forma Ricardo termina sus estudios de bachillerato con mucho entusiasmo, pero con una gran inquietud sin saber que ponerse a hacer ya culminados sus estudios básicos. Dinero no había para pagar la Universidad y difícilmente sus padres lograron que Ricardo terminara el bachillerato.

Como referente familiar que haya tenido empresa a nivel profesional para Ricardo fue su primo Gerardo que es Cirujano estético y el cual tiene una empresa de estética. Cuando Ricardo sale del colegio en el año 91, Gerardo le ofrece trabajar en Cali en una empresa donde es

médico laboral, pero mientras sale la vacante en dicha empresa Ricardo se va a Cali a laborar en otra empresa donde se especializan en arreglar radios, allí vive con su hermano mayor y pone en práctica los conocimientos que su padre le ha enseñado sobre electricidad y electrónica; aunque le pagan bien para Ricardo se convierte en un trabajo monótono y solo trabaja cuatro meses hasta que sale la vacante en la empresa *Multi Partes* donde su primo le había comentado inicialmente. Fabricando piezas metálicas en tornos a gran escala pues era una industria grande; después del tiempo de estar laborando en esta empresa, Ricardo se sintió desesperado por la monotonía del trabajo aunque el sueldo era un poco más de 65.190 pesos en el año 92, mucho para una persona que laboraba en esa época, pero Ricardo no se sentía completamente a gusto desempeñando esta labor todo el tiempo.

Pasa el tiempo y para una semana santa la empresa les da la posibilidad a los empleados de adelantar los días hábiles de trabajo para que todos tuvieran unas vacaciones; en este tiempo Ricardo viaja a la ciudad de Tuluá donde sus padres y se reencuentra con los compañeros de colegio, en esas reuniones vieron en el periódico local las inscripciones abiertas en la Universidad del Valle de la ciudad, las

carreras de Ingeniería en Sistemas e Ingeniería Industrial, de esto mientras recuerda Ricardo el análisis que realizó sobre la Ingeniería de Sistemas y como resultado para él fue *“la carrera del futuro”* aunque nunca hubiera tocado un computador, decide inscribirse e inicia su carrera finalizando el año 92, pasa su renuncia en Multi-Partes pero sin antes haberse ya contactado con otra empresa de mantenimiento y construcción de infraestructura, La empresa Levapan allí trabaja por turnos hasta que empieza la Universidad.

La empresa no da los frutos que los cinco muchachos piensan y por cuestiones académicas deciden regresar a la universidad para culminar sus estudios.

Ricardo hasta su segundo semestre de universidad se pregunta si esa era la carrera que él quería, esta le costaba a sus padres también a pesar de que Ricardo trabajaba para pagarse la universidad esto no alcanzaba, reflexionando constantemente para no perder tiempo y dinero con algo que no le gustara. Al final Ricardo deja la incertidumbre y se dedica a estudiar, ya en el año 95 cuando iba a iniciar su sexto semestre, la universidad por inconvenientes se ve en la obligación de trasladar a los estudiantes a la Universidad que está ubicada en la ciudad de Cali.

De este modo Ricardo retorna a Cali y se encuentra con una universidad más amplia, con otra perspectiva a la que traía de la misma universidad más pequeña vista siempre como una familia, allá no era así, entonces empieza el proceso de acoplamiento a la nueva ciudadela universitaria; de esta forma en el año 97 se le presenta dificultades académicas, Ricardo ha perdido una materia e incurre en segundo bajo rendimiento, lo que significa para él, una amenaza de expulsión total de la carrera, puesto que Ricardo había perdido algunas materias en Univalle Tuluá, no obstante por cuestiones administrativas de traslado pudo tener un reingreso y seguir estudiando en la universidad.

Mientras se encontraba en este proceso académico de la universidad cuatro compañeros de Ricardo lo invitaron a formar una empresa; puesto que en la ciudad de Tuluá estaba surgiendo el internet; instalaciones, y configuración del internet, desarrollo de páginas web; era el trabajo en bruto que los jóvenes estudiantes iban a realizar, pero cometieron el error de legalizar la empresa *Web site* y pagar un arrendo costoso en el centro de la ciudad, aun así comenzaron a trabajar y a tener clientela quien los llamaba para algún trabajo de configuración que era poco porque la configuración de internet se hacía por vía telefónica y ese servicio lo prestaba Telecom, las páginas web

no se dieron, entonces tuvieron la posibilidad de hacer una aplicación en el programa Access pero nada salió como se esperaba, no se pudo realizar lo que el cliente necesitaba, ya que era más complicado el proceso y en última los compañeros de trabajo de Ricardo lo dejaron solo, la empresa permaneció en funcionamiento ocho meses, los jóvenes aun debían terminar sus carreras y la exigencia de la universidad no les permitió avanzar con la empresa.

Ricardo desea haberse graduado ya de Ingeniero de Sistemas como sus demás compañeros. Pero, el paro del 98 aplazó su estadía en la ciudad de Cali. Además, estar lejos de su familia es difícil y se siente desorientado. De este modo toma una decisión radical.

En el primer semestre del año 98 la universidad entra en un paro académico nacional por la crisis económica y laboral que estaba atravesando el país, además de los pocos recursos que llegaban a las Universidades pública. Esto lleva a que Ricardo abandone la Universidad y como frase dicha por él ***“me baje del barco”***, vivía en una ciudad lejana de sus padres lo que implicaba gastos de sostenimiento, sumando las dificultades de atrasos académicos y para ese tiempo Ricardo ya debía haberse graduado.

Entonces llega a la ciudad de Tuluá, pero contemplando la posibilidad de

no desligarse de la vida universitaria y se matricula en el programa de Tecnología en sistemas, homologando gran cantidad de materias lo que le posibilita graduarse como Tecnólogo en Sistemas en el año 99. Pero en su paso por estos dos semestres que le faltaban para obtener su título, Ricardo logró ver dos materias propias de la carrera de Tecnología en Electrónica, área con la cual tenía gran afinidad, por los conocimientos que su padrea de maneja muy básica le había impartido. En este programa, cursó cuatro semestres, en donde trabajaba en el día como monitor de las salas de sistemas de la universidad y en la noche desarrollaba sus labores académicas. Para obtener finalmente el título de Tecnólogo en Electrónica en el 2001; en el paso por la universidad a Ricardo que tenía contacto con la Doctora Yolanda Domínguez Directora encargada de la Universidad, esta le presenta la posibilidad de acompañar al docente Edgar Gómez como asistente de docencia, ya que el docente había sido operado de sus cuerdas vocales; debido a las habilidades de Ricardo al manejar adecuadamente la enseñanza de algoritmos, esto, le posibilita ser docente por siete años. A la par Ricardo trabajó como docente en la Universidad Central del Valle en donde pondría a funcionar su negocio más tarde en el complejo sistemático de ParqueSoft, que es una fundación constituida por la Univalle, Uceva, Alcaldía de Tuluá,

Cámara de Comercio y emprendedores para el fomento del desarrollo de las Tic en el municipio de Tuluá.

Cuando Ricardo culmina sus dos carreras se da cuenta de las posibilidades de crear e innovar en aspectos sistemáticos y electrónicos; en ese momento conoce a Walter quien es excelente electrónico y comienzan a trabajar juntos, pero a diferencia de Ricardo, Walter fue un poco más pausado al realizar o tomar decisiones de los negocios, con este nuevo compañero de trabajo lograron desarrollar el proyecto de alarmas para motos, pero por costos de fabricación y manejo administrativo ese proyecto lo dejaron a un lado y empezaron una sociedad verbal sin impedimento para que cada uno tuviera su empresa de desarrollo tecnológico en ParqueSoft de la ciudad de Tuluá.

Allí empezó a funcionar en el año 2003 legalmente constituida ante los entes estatales la empresa de Ricardo llamada IDDAE (Industria del Diseño y Desarrollo de Aplicaciones Electrónicas), basado en el desarrollo de aplicativos sistemáticos, en los cuales Ricardo ha trabajado en conjunto con otras personas que tienen empresa en el complejo de ParqueSoft apoyándose de acuerdo a la especialidad de cada uno. Esto para Ricardo ha sido un buen avance logrando obtener el acompañamiento de un gran equipo Técnico para

desarrollar diferentes retos tecnológicos que llegan a su Negocio.

En el año 2007 desde IDDAE se desarrolla un aplicativo *Onair Studio*, sistema desarrollado para catalogación, programación, emisión de audio de las emisoras de radio para la ciudad de Tuluá, proyecto que impulsa el proyecto de Ricardo en el municipio y algunas ciudades como Cali, Manizales, Armenia y Popayán.

Aunque para Ricardo la monotonía de ejecutar constantemente una misma acción le ha parecido aterradora, a lo largo de su experiencia como empresario logró comprender que debe orientar su accionar empresarial en una especialidad y es así como su negocio fundamentalmente se orienta a impulsar y mejorar la aplicación para las emisoras de radio y así poder incursionar en el mercado nacional completamente.

Ricardo reconoce la fuerte competencia en el mercado de los sistemas, desde otros países como Argentina y Venezuela, que han creado otras aplicaciones que no le han permitido avanzar en el territorio nacional con su producto, pero a pesar de todo por la calidad y fácil manejo de su producto ya son más de ocho emisoras de radio que han preferido su producto y en este momento se encuentra estudiando nichos de mercado donde pueda incursionar.

Ricardo plantea, que en su paso por la Univalle aunque ha sido la universidad que le ha brindado sus conocimientos, no es quien ha impulsado su gusto por la creación de empresa. Para Ricardo esto se debe más a una experiencia personal de no querer cumplir horarios, someterse a una rutina extenuante u otros factores vivenciales permitiendo formarse como emprendedor independiente y crear su propio negocio.

Ricardo ha tenido claro no considerarse un empresario netamente, sino que se caracteriza por ser una persona independiente y creativa, con dificultades en algunos casos para ver la oportunidad de negocio, aunque ha utilizado como premisa fundamental “solucionar problemas de alguna comunidad”, a partir de aplicar sus conocimientos, esto de algún modo le ha permitido avanzar con sus negocios, ya que crear ha sido su pilar fundamental, más que los recursos económicos es la capacidad de innovar en el campo de los sistemas, lo que se necesita para crear empresa.

En el área de los sistemas, específicamente Ricardo explica que no se requiere de gran maquinaria e insumos, si no encontrar en el entorno un sistema que se pueda mejorar o crear para satisfacer una necesidad, aplicarlo y dar a conocer el producto para generar la clientela; para crear una aplicación, software y

demás elementos de sistemas solo se requiere un computador y acceso a internet.

Ricardo ha tenido como enseñanza no ver el fracaso como el término de todo lo posible, si no como un proceso del cual se aprende, y más bien dedica su tiempo a buscar alternativas de trabajo para seguir creando. Esto no lo cataloga como un hombre que no haya tenido tropiezos o que niegue sentir miedo de dar un paso más en sus negocios, por el contrario es un hombre que siente pánico para volver su desarrollo sistemático en un producto generalizado, no perder así ese aspecto de innovación característico de él, al dedicarse a una cuestión **particular** *“quizá es lo que más me ha costado”*. responde Ricardo en cuanto a su desarrollo como empresario.

Las relaciones de pareja para Ricardo, no han influenciado en la formación de empresa, pues no ha conformado un hogar que le implique responsabilidad mayor; manifiesta su disgusto para adquirir deudas, eso gracias a su madre, pues esta decía *“es mejor que los demás se endeuden con uno”*. Ricardo no derrocha el dinero y así como su madre, adquirió la habilidad de poner a funcionar sus ingresos, para recoger alguna renta cuando su trabajo se ha encontrado un poco lento.

En estos momentos Ricardo en su negocio no tiene quien lo reemplace

como el mismo lo afirma, ha trabajado solo sin algún familiar que conozca el proceso, porque en el complejo de ParqueSoft ninguno se ha vislumbrado como empresas completas, con una estructura diseñada, personal capacitado y demás aspectos requeridos en el proceso empresarial de hecho si alguno falleciera todo quedaría allí. Por ello, Ricardo tiene como meta trazada generar empleo y transmitir parte de este conocimiento. Pensó en su hermana, pero a ella no le interesa este tema.

A Ricardo con su negocio le esperan muchas metas por cumplir, de las cuales está ideando para impulsarse como una empresa líder en el mercado de aplicaciones radiales. Con esto concluye *“aún tengo mucho por hacer y debo hacerlo pronto”*.



Julián Angulo, Tulueño nacido el 1 de agosto de 1978, con 35 años de edad es propietario de la empresa La Crepería.

La Universidad del Valle para Julián fue la forjadora como empresario, a ella le debe sus primero pilare en este proceso.

Julián es nacido en la ciudad de Tuluá, estudio su primaria en el colegio Franciscanos pertenece a la iglesia católica y su secundaria la realizó en el colegio Liceo Central del Valle.

Su familia se caracterizó por ser unida, vivió con sus padres y dos hermanas; su familia económicamente fue estable, recalando Julián sus posibilidades de estudiar ampliamente.

Cuando Julián se encuentra en sus año de colegio era buen estudiante, tenía otras metas y propósitos diferentes a la de ser empresario aunque siempre le llamo la atención estudiar algo relacionado con el comercio; solo en la universidad cuando ya es adulto decide enfocarse al emprendimiento como proyecto de vida. Para Julián las materias como matemática financiera, talento humano y demás fueron fundamentales, Julián atribuye que su paso por la Universidad fue la forjadora de su vocación para ser independiente.

Julián desde muy pequeño deseo explotar la parte comercial y esta oportunidad se da en el momento que Ingresa a primer semestre de la carrera de Administración de Empresas.

Julián una mañana sin más preámbulos, toma la decisión de comercializar camisetas viajando a la ciudad de Cali para conseguir su propósito.

A Julián le gusta la parte comercial y de servicio, permitiendo esta afinidad impulsar sus ventas para sostenerse en gastos, pues estudiar en la Universidad siempre requiere dinero para invertir en los trabajos, las fotocopias, pasajes entre otros egresos. Cuando Julián comienza a traer mercancía de Cali trae entre 20 o 30 unidades de camisetas para dejarlas a crédito entre sus

compañeros y familiares. En ese momento comienza la inquietud y satisfacción de Julián el trabajar para el mismo, sin que nadie le molestara o presionara, las ganancias eran buenas, le quedaba utilidad para invertir y así disfrutaba de su tiempo libre para estudiar.

El primer trabajo formal de Julián ya avanzado en los semestres de su carrera de administrador fue en el banco Colmena como cajero, solo realizando turnos de fin de semana o de refuerzo cuando se requería entre semana. De este trabajo debe su experiencia en manejo de dinero y llevar las cuentas de forma práctica, lo que ha permitido aplicar a su empresa actual.

Poco antes de conformar su empresa Julián trabajó en la empresa Gane su Red en la parte comercial, esta es una empresa que observó la manera de ofrecer múltiples servicios a parte del chance siendo esta su principal actividad, de este modo ofrece recargas, giros, seguros entre otros, modificando el mercado. Lo que aprendió Julián para aplicar en su empresa.” *Así como le debo a la Universidad los conocimientos teóricos también agradezco a la experiencia práctica aprendida en las empresas*” afirma Julián, pues es lo que le ha permitido mantenerse en el *mercado de Tuluá*.

A pesar de todo, Julián tuvo la posibilidad de trabajar en bancos y cooperativas, pero este tipo de

trabajos no lo llenaban completamente a pesar de recibir un buen salario su mayor meta era ser independiente.

Todo este proceso hace que Julián quiera tener su propio negocio ya que observa ventajas de este como lo es el manejo de su tiempo, manejo del dinero y demás que lo inquietan a construir un proyecto empresarial.

Es así como en el año 2010 nace formalmente la empresa de Julián llamada la Crepería, actualmente lleva 3 años en el municipio de Tuluá. Cuando él toma la decisión de formar empresa, a nivel económico la ciudad se encuentra en auge lo que le facilita aún más el proceso de creación de la misma.

En principio cuando comienza el funcionamiento de la Crepería inicia en el garaje de sus padres y continua laborando en la empresa Gane su Red, así habría su negocio de Jueves a Domingo.

Iniciar una empresa afirma Julián “*dio a mi vida un giro de 180°*” en la empresa no le iba mal, cumplía horarios y tenía un sueldo acorde a sus funciones, pero nada se comparaba para Julián en tanto tener su propio negocio. Julián toma la decisión de pasar carta de renuncia a la empresa donde laboraba, pero se le presentaba muchas incertidumbres de si su negocio iba a funcionar o no.

En principio la empresa no demandaban costos altos, pues su padre no le cobraba por el garaje, el pago de la energía era mínimo, el gas para cocinar no era costoso y solo tenía un trabajador para atender el negocio se presenta el dilema de Julián de pasar a tenerlo todo en una empresa que le pagaba salud, pensión y riesgos profesionales a desconocer cuál sería su futuro pero decidió apostarle.

Actualmente el negocio va a cumplir cuatro años en el mercado; está creciendo teniendo dos locales en el 2013 bien adecuados, esta experiencia para Julián ha sido gratificante, ahora tiene una nómina de cuatro empleados y el negocio marcha a la perfección.

Él ahora es quien planifica, administra, toma las decisiones, sabe para dónde va su empresa. Lo que le causa total satisfacción.

Julián considera como característica de un emprendedor o empresario la perseverancia y tener metas son claves para el éxito de los proyectos, porque ser independiente no se le ha tornado nada fácil; especialmente comenzar una empresa, tener recursos económicos y sostenerse los primeros meses es de luchadores pues los clientes no se encuentran a la vuelta de la esquina.

Para manejar un negocio es fundamental el ahorro, ser cautelosos con los créditos, considera que es la

clave del éxito para que una empresa sea rentable y perdure en el tiempo.

Julián como toda persona se ha enfrentado al fracaso, no solo a nivel empresarial si no, a lo largo de su vida; para él, el fracaso es una posibilidad de enfrentarse, aprender de lo sucedido y seguir avanzando cuidando de no cometer el mismo error.

Para el año 2012 Julián montó una sucursal en la ciudad de Buga, pero cerró este negocio puesto que no funcionó el mercado a pesar de hacer estudios de mercadeo, identificar alternativas de mejoras al producto siendo estos resultados positivos pues la ciudad de Buga es muy parecida en el comercio a la ciudad de Tuluá. De esto Julián aprendió, ahora conoce lo que no debe hacer cuando abra un nuevo local.

Julián no tiene como referente empresarial su familia, su padre es docente. La enseñanza que pudo obtener fue trabajar en una empresa para poder pensionarse, es premisa que siguió toda la familia de Julián tanto padre, tíos y primos; pero ese estilo de vida a él no le llamó la atención y decidió ir en contra de esa misión familiar, estableciendo la diferencia lo que lo llevó a crear su propia empresa.

Ahora tiene el negocio sistematizado, para tener el control del dinero y los gastos pues, la organización es lo

primordial para saber cuánto invierte y cuánto gasta.

En estos momentos Julián desea seguir vendiendo productos de calidad, prestando un buen servicio y diversificando sus productos. Como meta a largo plazo para La Crepería, desea que su empresa crezca a tal punto de tener franquicias en varias ciudades y así tener personas que trabajen el producto como socios de inversión reconociendo la calidad del mismo producto.

La Crepería, se distingue por la calidad de producto y el buen servicio que se presta pues hasta los trabajadores de Julián han sido capacitados para una buena atención al cliente.

El éxito de una empresa no es solo sacar una silla y una mesa contesta Julián, pues siempre es importante tener en cuenta unos procesos establecidos en la empresa, como la calidad, como se hace el producto, como se atienden a los clientes, todo eso bien llevado hace que una empresa surja e ir rompiendo los obstáculos, pues no se debe cerrar el negocio a la primera dificultad ya que este no será exitoso.

Concluye Julián, *“dificultades se tienen todos los días con los empleados, con los clientes, los proveedores en fin eso es el diario vivir pero hay que tratar de solucionarlos de la mejor manera posible”*.



Mariela Segura Sánchez, dueña de la Distribuidora de Huevos El Rey. Tulueña nacida el 23 de abril.

El hogar de Mariela está conformado por sus padres, cinco hermanos y su abuela materna que en la actualidad tiene 105 años de edad.

Mariela se caracteriza por ser una mujer de plantearse metas para sí misma, que la han llevado a culminar sus estudios y emprender retos.

Los padres de Mariela son nacidos en la ciudad de Guapi Cauca. El hogar donde Mariela nació fue humilde con dificultades económicas, a pesar de que su padre trabajaba en una empresa y devengaba un buen salario, el manejo que este le daba a su dinero no era el adecuado, lo que hace que la madre de Mariela comience a trabajar vendiendo chontaduros, con este trabajo la

madre de Mariela apoyó a todos sus hijos para que estudiaran en bachillerato.

Mariela a pesar de las dificultades en las que creció con sus hermanos, recuerda con agrado su infancia, dando gracias a Dios por esto, son unidos y siempre han trabajado en equipo para salir adelante.

Mariela es egresada del Colegio Gimnasio del Pacífico, luego se vincula a laborar en el almacén el Príncipe y se retira de este para ingresar al Sena Clem de Tuluá a realizar estudios de Técnico profesional en Secretariado. Al finalizar sus estudios académicos en el Sena, ella ingresa a laborar en una empresa contratista del mismo instituto para culminar su ejercicio práctico y así obtener el título de secretaria profesional.

En el momento en que culminó el estudio Técnicos Mariela piensa en la posibilidad de continuar sus estudios profesionales y se inscribe en la Universidad del Valle Sede Tuluá.

Mariela entró a estudiar Administración de Empresas, inicio su estudios profesionales en el año 2003 y en el año 2009 obtuvo el título de Administradora de Empresas. Para este tiempo en el cual se graduó Mariela ya había iniciado en el negocio de comercialización de huevos.

La idea de tener su propio negocio la obtuvo de un docente del Sena que era administrador de empresas, le decía que la profesión de administración de empresas es polifacética causando un gran interés en esta, a tal punto de profesionalmente ser una administradora. De allí la inspiración de crear su propia empresa y el enamoramiento de su carrera, pues esta le permite trabajar en varios proyectos manifestando llena de felicidad.

En su paso por la universidad esta le brindó los conocimientos necesarios, con los que consolidó las bases de un proyecto de emprendimiento. De este modo fueron muchas las asignaturas de las cuales Mariela aprendió, lo que hoy día ha sido útil para el manejo de su empresa; la materia que realmente influyó fue emprendimiento personal.

Mariela ha sido una persona que le ha gustado ganar sus propias cosas y eso lo demostraba mientras estudiaba en la universidad para ayudarse con todos los gastos que esta demandaba, lo hacía vendiendo dulces a todos sus compañeros de clase pues, siempre se había inclinado por las ventas.

Mariela se casa en el año 2003 a la edad de 28 años, ella es muy consagrada a Dios, cuando se encontraba estudiando en la Universidad, trabajó en la ferretería Duarte por tres años hasta quedar en

embarazo y por complicaciones del mismo, no continua en aquella empresa. Nace su primer hijo en el 2007, decide Mariela entonces quedarse al cuidado de su pequeño y al cabo de cinco meses, retoma su negocio de distribuidora de huevos en su propia casa.

Trabajar en algo que le produjera dinero y satisfacción lleva Mariela a iniciar su propia empresa.

Huevos el Rey ha pasado por tres periodos de gran dificultad quedando Mariela casi en la quiebra, en la primera ocasión recuerda que se dio porque no lo administraba ella misma pues su esposo en ese momento trabajaba en una empresa y Mariela en otra para subsanar todos los gastos del hogar, en ese momento pagaban a alguien para que les manejara el negocio y no lo hizo de la forma adecuada. En la segunda ocasión que el negocio decayó como aun Mariela y su esposo trabajaban en empresas diferentes pues no tenían tiempo de revisar el producido del negocio. Es la tercera vez que el negocio no funcionaba, Mariela estaba sin empleo y decidió poner a funcionar nuevamente su distribuidora, visitando clientes, ofreciendo sus huevos de tienda en tienda y al cabo de seis meses ella se dio cuenta que el negocio dejaba buenas ganancias para pagar el arrendo del local, la comida y comprar más producido.

Se dirige a su esposo una noche después de que él llega de trabajar pues este tenía experiencia en el campo de la distribución ya que laboraba en la avícola “La Armonía” y le invita a que deje la empresa donde él laboraba ante los buenos resultados del negocio ya que para Mariela el trabajar con su esposo impulsaría el negocio para que este creciera aún más; pero a la negativa de su esposo Mariela no se da por vencida y le insiste en tres ocasiones más; a pesar de que pareciera una locura su esposo decide apoyarla, comenzaron a trabajar juntos desde hace 6 años.

La empresa de Mariela está constituida legalmente desde el año 2009 como distribuidora de Huevos el Rey. Inicialmente con la distribuidora, Mariela comercializa pollo, pescado, gallina y huevos, pero este producto no era tan rentable ya que los gastos sobrepasaban los costos, por la energía y problemas de buenas instalaciones de refrigeración se perdía el producto. Decide ella quedarse solo con la distribución de huevos porque es un producto de consumo diario en la canasta familiar.

Colombia en el momento se encontraba exportando huevo y pollo a Venezuela, entonces hubo internamente en el país una escasez y costo elevado del producto. Oportunidad que se logra para montar la empresa, pues el proveedor consideraba al Mariela y su esposo

de confianza y les vendía a crédito todo el producto que necesitaran, cancelando oportunamente los créditos lo que hace de avícola “La Armonía” el principal proveedor actualmente.

La vida de Mariela antes de crear la empresa la describe con dificultad económica. Cuando estudiaba en la Universidad no tenía mucho dinero para comprar sus materiales de estudio, ella se apoyaba en sus compañeros para estudiar en conjunto, ya que una empresa no brinda la flexibilidad para estudiar y trabajar. En el momento en que Mariela entra a trabajar a la ferretería Duarte tuvo dificultades con sus docentes, pues a veces salía tarde de trabajar, cuestión que a los docentes no les agradaba. Pero con sacrificio pudo terminar la universidad y sacar su proyecto a delante.

Mariela en su empresa ha trabajado con sus hermanos, especialmente la hermana menor, que ha laborado durante 5 años hasta que viajo a otra ciudad por cuestiones de estudio, en la actualidad está vinculado el hermano de Mariela.

Huevos el rey se caracteriza por tener buenos proveedores esto garantiza la calidad del producto, pues saben distinguir buenos huevos para la venta, por eso los elige siempre lo elige su clientela a pesar de que son muchos los supermercados que tienen promociones del producto. Nuestro producto dice Mariela es

fresco, rota constantemente y las avícolas que producen nuestro mercado tienen altos estándares de calidad, posicionándola distribuidora de Mariela en el mercado Tulueño.

concluyendo Mariela *“la supero con buen servicio y calidad”*.

Hasta ahora el negocio crece y como meta a corto plazo fue tener una camioneta para la distribución, elemento que ya consiguieron facilitando a un más la distribución del producto, mejores precio a la hora de conseguirlo y sin tanta demora para surtir el negocio. Mariela con su esposo pensaron en crecer a un más pero esto les implica un pago de impuestos que hasta ahora no se encuentran en capacidad de pagar, por eso decidieron pausar este proceso para más adelante dar este gran paso. Como proyecto a futuro Mariela desea separar su negocio de la vivienda consiguiendo una bodega solo para el huevo, este proyecto esta visionado para el mes de marzo del 2014.

En estos momentos en su empresa ya incentiva a su pequeño hijo de seis años a que labore con su papa en tanto acompañarlo a las granjas y traer producto para vender, esto enseña a su hijo que el dinero y las cosas se consiguen con esfuerzo y dedicación.

En el municipio la gran dificultad que Mariela ha tenido es la competencia desleal de la distribución del huevo, ya que popularmente se piensa que vender huevo es fácil, pero no es así. Entonces esta dificultad afirma



Fabián David Pérez Muñoz, nació en Caicedonia en el año 1982 propietario junto a sus hermanos de la empresa Quality Colombia S.A. Trabajar con sus hermanos ha sido una buena experiencia pues afirma “siempre hemos sido muy unidos”.

Fabián aunque nació en la ciudad de Caicedonia, se enamoró de la ciudad de Tuluá en donde actualmente vive.

El padre de Fabián era dragoneante de la Policía Nacional y debido a sus traslados hicieron un recorrido por las ciudades y veredas de Sevilla, Andrinópolis, Salónica hasta llegar a Tuluá en donde se quedaron, pues su padre se jubila en el año 92,

Fabián es el menor de cuatro hermanos, tres hombres y una niña, a pesar de la profesión de su padre siempre han permanecido con él y su madre. Tiene un hermano mayor protector y siempre ha recibido apoyo

de sus hermanos por la unión familiar.

Desde pequeño Fabián ha sido un niño inquieto, viviendo una infancia feliz al lado de su familia; económicamente han sido estables, su padre ha sabido manejar siempre el dinero para que no les faltase nunca nada.

Por lo general toda la familia de Fabián han sido empleados, pero sus tíos paternos laboraban como administradores de fincas aunque no fueran propias, sabían manejar el producido, los empleados y demás cuestiones que esta labor demandaba. Fabián tuvo un tío también por parte de su madre que tenía un granero en las afueras de Medellín al cual visitaban, pero este acercamiento no fue relevante para Fabián ya que no representaba un modelo de emprendimiento para él.

El padre de Fabián alcanzó su grado de bachillerato lo que le permitió ser policía de profesión; la madre de Fabián solo alcanzó a culminar su primaria. Con respecto a las creencias religiosas, Fabián es católico como la mayoría de los colombianos, con todos los sacramentos al pie de la letra sonriendo afirma éste.

Cuando Fabián se encontraba a escasos 6 años de edad su familia llega a vivir a la ciudad de Tuluá; él ingresa al grado segundo de primaria en la escuela Luis Carlos Beltrán, en

donde a su docente le recuerda con agrado pues, lo motivaba en la lectura, allí estudio hasta el grado tercero. Fabián siempre ha demostrado ser buen estudiante y no reprobó ningún año. En cuarto año estudió en la escuela Guillermo E. Martínez; tuvo un choque con la nueva metodología de enseñanza, en ese grado ya era un profesor diferente para cada materia, viéndose obligado a estudiar un poco más de lo necesario. Al fin y al cabo le fue bien en su primaria.

Fabián evalúa su nivel ahora después al pasar el tiempo, y afirma necesitar un poco de refuerzo en el español pues, su caligrafía y ortografía no es la mejor.

Cuando inicia su bachillerato en el colegio Industrial, en los primeros años le dan clases de todos los talleres, como lo es fundición, eléctrica, dibujo; pero solo después de un tiempo, el estudiante tiene la posibilidad de escoger un enfoque teórico para desarrollar habilidades y competencias. A pesar de que a Fabián en sexto de bachillerato no le iba también con el dibujo Técnico, su esfuerzo y dedicación lo ubicaron en los primeros lugares resaltando con agrado vivir esa experiencia de competencia y buenas calificaciones graduándose de su bachillerato en el año 2000. Dos meses después de haberse graduado tuvo la oportunidad de trabajar en la empresa Cable Unión, configurando la fibra óptica

para la televisión y el internet durante seis meses.

El hermano Mayor de Fabián, Saúl Antonio para esa época había desarrollado un programa de facturación básico para su tesis como Ingeniero en Sistemas, lo estaba promocionando y logró venderlo a la Cacharrería JM al señor Gustavo gerente en ese tiempo de esta empresa y quien necesitaba una persona ágil para facturar, allí Fabián trabajó otros seis meses más.

En su experiencia Fabián ya sabía programar, manejar el Software FoxPro, de este modo el trabajo en la cacharrería ya se estaba acabando, diciéndole esto a su hermano Saúl, quien lo puso a laborar en un desarrollo de la empresa Centro Motos para el pago de nómina de sus trabajadores, informe de facturación, cartera, manejo de repuestos, este trabajo lo hizo Fabián con mucha dedicación y empeño durante seis meses, pero tuvo una desilusión, pues en el momento en que finalizó el desarrollo, no lo compraron si no, casi un mes después por problemas económicos entre socios de la misma empresa.

Allí encontró Fabián, su mayor pasión y para lo que es muy bueno en su profesión, el desarrollo tecnológico.

Los dos primeros hermanos de Fabián, Saúl y Juan Carlos montaron la empresa llamada Quality soft, de

soporte técnico a aplicaciones ya existentes, pues Saúl en ese tiempo era el dueño principal de la empresa que conformaron pero su hermano Juan Carlos lo apoyaba mientras Saúl trabajaba en la empresa Levapan. Como Fabián ya había terminado su trabajo en Centro Motos, su hermano Juan Carlos le dice que se encargue de nuevos clientes para el negocio dividiendo el producido de la empresa familiar por partes iguales. Allí comienza Fabián trabajando en una empresa que si bien no fue iniciativa propia, pero como hermanos emprendedores procuraron que la misma se impulsara. Cada uno tuvo una contribución en la empresa, la de Fabián fue tener una aplicación funcionando en Centro Motos y apoyando a sus hermanos en los trabajos que resultasen.

Los jóvenes ampliaron su impacto en todo el municipio Tulueño como lo fueron compraventas, contadores reconocidos, supermercado el campesino y demás que reconocían el trabajo y las aplicaciones impulsadas por ellos. De este modo nace el producto Manager que aplica de acuerdo a las necesidades del cliente su especificidad.

En 2003 se crea un nuevo producto para el manejo de cartera el cual es desarrollado por Fabián e impulsa aún más la empresa familiar, pues en tan solo un año lograron seis clientes nuevos para la implementación de la aplicación.

De este modo a Fabián se le presentan decisiones a tomar en cuanto a su estudio en la Universidad. Juan Carlos el hermano de Fabián ya estaba finalizando Tecnología en sistemas y su hermano mayor Saúl ya era Ingeniero, pero no daban a vasto con los pedidos de los diferentes clientes, allí se ve la necesidad de que Fabián comience a estudiar.

De este modo Saúl fue quien tuvo la iniciativa para formar una empresa como tal, reconoce Fabián y desde ese momento entre los tres hermanos se han apoyado para sacar la empresa adelante. De este modo nace Quality soft en el año 1996 y se llama así hasta el 2002 a partir de este año cambia de nombre de Quality Colombia S. A. Sociedad compuesta por los tres hermanos, algunos familiares y socios inversionistas. En el tiempo en el que se crea la empresa Quality Soft surge en contexto la necesidad de tecnificar muchos procesos que se estaban dando en el Municipio como facturación, cartera y demás que posibilitaron implantar la empresa en el mercado.

Cuando se inicia la empresa familiar arrancan con la inversión de dinero del hermano mayor Saúl pues se encontraba con dinero ahorrado de la liquidación que le dieron en la empresa Levapan y los demás hermanos se apretaron en lujos y comodidades los primeros tres años

de la empresa para generar la movilidad de recursos en su inversión a primera escala, en segunda opción se realiza ya una inversión de capital cuando ya se hace una sociedad de Quality Colombia S. A en donde por dinero familiar se da la posibilidad en expansión de la empresa.

Fabián en el año 2004 a sus 19 años ingresa a estudiar en la Universidad del Valle. En la carrera de Tecnología en Electrónica por la demanda del mercado en la empresa familiar que tenía con sus hermanos, además cuando Fabián se inscribe en la Universidad a estudiar la carrera de Sistemas, ésta por cuestiones de cupo no se oferta, es así como Fabián inicia su proceso de aprendizaje universitario.

En esta carrera aprendió aspectos como circuitos, redes, montajes de antenas, investigaciones y programaciones, que le han servido a Fabián y a su empresa desde que inició la carrera hasta la actualidad para resolver dificultades y posicionar a un más la micro empresa familiar.

Un factor fundamental resalta Fabián es que no hubieran logrado nada con sus hermanos si, hubiera prestado servicio militar, en este sentido Fabián fue afortunado pues en el sorteo que realizaban con los jóvenes a prestar servicio él se ganó el sorteo, de esta forma Fabián consigue su libreta sin someterse al rigor de lo que implica este servicio con el estado.

Para Fabián fue un poco complicado desarrollar la carrera de Electrónica pues, él trabajaba en el día en la empresa familiar y estudiaba en la noche, hasta que en el año 2007 recibe el título de Tecnólogo en Electrónica.

La empresa en sociedad afirma Fabián que a lo largo de su existencia **“se estira y se encoge”** pues ha pasado por cambios en los que le ha permitido impulsarse como una empresa líder en el mercado tanto Tulueño como nacional preferida por sus desarrollos y aplicaciones acertadas a la hora de solucionar problemas.

Actualmente los productos que maneja la empresa y a lo que se enfoca Fabián es al desarrollo web y desarrollo móvil, en donde se desarrolla aplicaciones de contabilidad, nómina, activos fijos, facturación, software dedicado a ISO 9000, compras ventas, dispositivos móviles arrendamientos y demás que hacen de Quality Colombia S. A una empresa en crecimiento.

También en la actualidad Quality Colombia S. A tiene un auge en las empresas de electrodomésticos como lo son Organización Wilson, Andrade, Credi Café, Electro Millonaria a nivel nacional, Agencias, Credi Gane entre otras. De este modo también se trabaja con la empresa Codensa reguladora de las empresas de apuestas como Gane su red y demás

que hacen el reconocimiento de la empresa en toda Colombia.

A pesar de que Quality Colombia S. A fuera una empresa pequeña afirma Fabián ***“lo que nos ha hecho crecer exponencialmente es la parte de los sistemas”*** pues fueron los únicos del Valle en tener la facturación móvil en Android en diferentes empresas y grandes distribuidoras de Unilever que actualmente trabajan con ellos.

La innovación ha sido otro punto importante de la empresa Quality Colombia S. A puesto que, innovar e investigar cuesta y esta es la distinción empresarial de las demás competencia ya que como sociedad trabajan de forma personalizada, desarrollando, organizando el software a las necesidades del cliente y no solo se vende un producto como tal.

Con una plante de trabajadores de 22 personas solo en el municipio de Tuluá y repartidos en agencias como pasto, Medellín, Bogotá, Cali, Armenia y Pereira lo que ha impulsado la posibilidad de empleabilidad de más del 70% de los egresados o estudiantes de Univalle, con un total de empleados de 43 personas.

En cuanto a número de clientes se establecen con más de 12.000 licencias en todos los productos ofrecidos por Quality Colombia S. A.

Para Fabián la Universidad le enseñó una parte fundamental como

lo es investigar y estudiar para aplicar en la parte laboral desarrollando competencias lo que ha posibilitado estar informado para que la empresa surja y evolucione a partir de las exigencias del mundo de los sistemas pues es volátil.

La innovación es lo que le ha permitido a Fabián y a sus hermanos ser líderes en el mercado de los soportes y los sistemas en el Municipio y a nivel Nacional.

Para Fabián las características fundamentales como emprendedor es el hecho de trabajar en la construcción de una empresa es llevar una responsabilidad en donde la inconformidad es lo que ha llevado a Fabián a buscar más, innovar y ser curioso e inquieto, hasta impulsar lo que tiene hoy día.

Fabián piensa que el ser emprendedor está en querer siempre hacer algo diferente y además de arriesgarse a hacerlo pues es así como surge Quality Colombia S. A, ya que no cualquiera toma la decisión de arriesgarse a crear una empresa.

Otro factor que influyó en la formación de empresa fue la enseñanza en el hogar ya que Fabián y sus tres hermanos siempre fueron independientes, aportaban en sus casas y se pagaban sus estudios universitarios, esa estabilidad familiar los impulsó a tomar decisiones

fundamentales para el futuro como empresarios.

Fabián actualmente es casado y tiene una hija de año y medio, la pareja para Fabián considera que fue un apoyo para seguir con el proyecto empresarial, de igual forma su trabajo para él es divertido disfrutando lo que hace cada día.

Fabián y su empresa familiar de igual forma, se ha enfrentado al fracaso en el momento en que empezaron los procesos de aplicaciones móviles ya que se instalaron al cliente dispositivos y programas que ya estaban impulsados en otros mercados y la dificultada se presenta cuando estos fallan porque el cliente compró dispositivos chinos los cuales no tenían el alcance necesario para el trabajo requerido, entonces el cliente percibió el problema como si fueran los programadores de Quality Colombia S. A , que estuvieron haciendo mal el trabajo, lo que hizo que el programa y todo lo implementado se desinstalara, pero esto para Fabián no fue el termino del trabajo puesto que se realizaron mejoras internamente en la empresa para que este tipo de inconvenientes se presentaran nuevamente convirtiéndolos en una empresa más sólida.

Fabián afirma que no es muy ordenado con el ahorro por sí mismo, pero que trabaja en procesos de inversión obligatoria para conseguir lo mínimo que es una casa, proyecto

actualmente realizado por él, pues no es amigo de los bancos aunque estos le ayudan mucho a ponerse al día con sus obligaciones.

Como metas para la empresa es consolidarse como una marca reconocida en otras ciudades donde esta no ha llegado, así como implementar los productos vía web de interconexión, ya que el mercado lo demanda para la empresa y en ese proceso están. Aunque se han dado avances del producto a nivel internacional como lo es Panamá pero, el principal nicho es ser líderes en el mercado nacional Colombiano.

Al final de todo han pensado los hermanos que la empresa quede en manos de sus hijos pues se ha manejado en un nivel administrativo la parte del software aunque en el tema de los sistemas y la innovación para Fabián y sus hermanos es complicado ahora identificar quienes son los que van a quedar con la empresa.

Para Fabián en el Municipio Tulueño es complicado hacer empresa, porque culturalmente no se valora la calidad de los productos, ni el potencial con el que se entrega pues se prefiere cosas más económicas pero con baja calidad.

“Culmina Fabián nuestra cultura está cambiando paso a paso”.



Walter Rolando Gálvez, nacido en Cartago Valle del Cauca, el trece de agosto de 1976, es el fundador de los primeros semáforos inteligentes a nivel municipal y nacional.

El pensamiento de ser su propio jefe, Walter lo tiene desde que se encontraba en el colegio.

La familia de Walter la conforman sus padres y una hermana cuatro años menor que él. Por la característica viajera de sus padres, tiene la fortuna de conocer la cultura paisa, la cultura y la cultura chocoana. Su infancia fue feliz al lado de sus padres, ellos trabajaron en el servicio postal, desde su infancia

tiene la cultura de ahorro con ellos en Diciembre se daba el gusto de comprar juguete que quería, el padre de Walter fue inquieto y ayudaba a su hijo en aprender diferentes cosas para la vida, una de ellas fue el funcionamiento mecánico de las cosas, logrando fundar un proceso de conocimiento y entendimiento que más adelante en sus estudios profesionales ayudaron a que Walter comprendiera y se inquietara por este tipo de procesos.

El ser independiente se lo debe a la enseñanza aprendida de sus padres, pues estos por reestructuración de la administración postal se quedaron sin empleo, pero Walter manifiesta que siempre fueron muy hábiles para buscar maneras independientes de críticas a partir de ideas de emprendimiento como venta de lociones, empanadas y demás que marcaron a Walter positivamente para más adelante aplicarlas en su vida.

Walter es de creencia católica, pues en su familia ésta es muy arraigada porque tiene cinco tíos religiosos dedicados a la iglesia como Sacerdotes o Monjas.

La secundaria de Walter la estudió una parte en la ciudad de Bogotá y la otra la culminó en el Instituto Técnico Carlos Sarmiento Lora de la ciudad de Tuluá. Cuando este termina su bachillerato realiza cursos básicos de técnico en sistemas, contabilidad y electrónica. Estos cursos perfilan la

decisión de entrar a la universidad del Valle sede Tuluá a estudiar Tecnología en Electrónica. Cuando termina su carrera se dirige al Ecuador para continuar sus estudios graduándose como Ingeniero de electrónica y control de la Universidad Politécnica Internacional. Por ser en algún momento director ejecutivo de Parque Soft que es una fundación constituida por la Univalle, Uceva, Alcaldía de Tuluá, Cámara de Comercio y emprendedores para el fomento del desarrollo de las Tic, tuvo la posibilidad de realizar cursos de emprendimiento fuera del país, conociendo como era los modelos de empresa y características de varios países de Suramérica y China.

Desde antes de iniciar sus estudios profesionales, Walter había identificado ya una pasión por la formación de empresas, ser independiente para idear cosas que le dieran un lucro, con este impulso ingresó a la Universidad del Valle.

Para realizar este estudio Walter a pesar de económicamente no tener las condiciones para estudiar, tuvo una especie de padrino, persona que le ayudó en sus estudios el primer semestre con el compromiso de que debía quedar becado para seguir estudiando, esto hizo que Walter siempre tuviera el mejor puesto en toda su carrera para poder estudiar.

Walter ha adquirido lo que tiene con mucho esfuerzo pues, dicho

por el mismo “los sacrificios valen la pena”

Estando en la universidad para garantizar el sostenimiento de la misma en materiales de estudio Walter, investigó y diseñó alarmas para motos, las cuales vendía a sus compañeros y diferentes personas de la universidad que le permitió trabajar de forma independiente.

El segundo trabajo de Walter fue como monitor del laboratorio de electrónica y en este espacio propicio que los docentes pagaran a Walter por diferentes arreglos a aparatos electrónicos, lo que le permitió ganar dinero extra hasta que se gradúa de la Universidad.

De igual forma, estudiando en la Universidad ganó un concurso con el Ministerio de Comercio llamado Jóvenes Emprendedores por un proyecto realizado en la Universidad donde le entregaban cien millones de pesos para crear empresa, monto que rechazó ya que en ese momento no se sintió totalmente capacitado en las competencias de manejar una empresa y pasar a esa etapa de su vida, prefirió entonces ir a estudiar al Ecuador. Pero este proceso impulsó aún más el deseo de Walter a la creación de empresa.

Estudiando en el Ecuador, por su ingenio en aparatos electrónicos una multinacional lo contrata y le dan el puesto de Gerencia Técnica en esta empresa, recuerda con orgullo el

reconocimiento de los Colombianos por su ingenio en ese País, allí tuvo la oportunidad de trabajar con personas de la cultura Estadounidense y Rusa que le permitió aprender mucho más del mercado y los servicios.

De este modo al salir de la universidad y tener experiencia como gerente en una Multinacional, Walter reflexiona sobre la experiencia de ser independiente y afirma que esto no se da por suerte nada más, si no por las capacidades, competencias, conocimientos e interacciones con personas de diferentes lugares del mundo que le permitieron conocer y desarrollar como se proyecta una empresa.

Es así que a partir de este proceso de experiencia Walter aplica en su empresa conceptos básicos como puntualidad y honestidad, así como conocimientos de negocios que le han permitido avanzar en su etapa de empresario, reconociendo estos aspectos como principal característica de un emprendedor.

Así los desarrollos técnicos le han posibilitado disfrutar su quehacer y amar su trabajo; más que tener dinero es su satisfacción personal.

La empresa que Walter inicio muchos años antes de iniciar la universidad haciendo labores de electrónica; afirma que uno de los temores de los empresarios al inicio del proceso, es a no legalizarse por los impuestos y demás tramites que demanda.

El medio de los clientes, la venta y los servicios solicitan la legalización de una empresa pues, desde el principio en el que Walter Vendía las alarmas de motos le solicitaban, factor que fue difícil para Walter comprender pero, en el año 98 se constituye legalmente la empresa.

Walter trabaja de forma independiente como prestador de servicios sin ninguna persona en nómina actualmente, puesto que cada vez que surge un proyecto busca el personal capacitado para que lo apoye un tiempo determinado en la tecnología de los semáforos ecológicos, producto principal que maneja Walter actualmente, implementándolos en diferentes ciudades y municipios del país.

Para que su empresa sea competitiva, ha innovado y evolucionado con los semáforos, pues en un inicio eran semáforos inteligentes y actualmente son semáforos ecológicos que funcionan con energía solar.

También desde su negocio asesora a empresarios en la conformación de empresas mostrando los procesos de importación, exportación y direccionamiento empresarial requerido por clientes nacionales e internacionales como de Ecuador y China.

Cuando la empresa se encuentra en funcionamiento por algún contrato allí trabaja su esposa, padre, hermana y

demás familiares que apoyan a Walter en este proceso dependiendo de su especialidad, pues su esposa es administradora, su padre es técnico en redes eléctricas y su hermana tecnóloga en contabilidad y finanzas.

Para Walter su empresa se distingue de las demás por la calidad humana de las personas con las que él trabaja. sonriendo afirma que ha fracasado unas “cincuenta veces” en diferentes cosas una de las que más recuerda es cuando estaba en el Ecuador y realizó un proyecto en donde los productos de los supermercados hablaban para que los compradores los prefirieran al pasar por las sesiones donde se encontraban, pero a pesar de que era un proyecto prometedor este proceso no se realizó a cabalidad en las peticiones de los clientes, en ese sentido, Walter deduce para el éxito de una empresa, no basta con tener un buen producto, también hay que ser un ser humano noble y tener conocimientos de como direccionar una empresa, puesto que cuando se es recién egresado de la carrera estos conocimientos prácticos aún no se han adquirido.

Walter de sus familiares ha tenido muchos modelos de emprendimientos, unos han creado empresa, otros las terminan y otros apenas están empezando. Este proceso lo ha vislumbrado siempre en su familia.

Considera Walter, que el proceso de emprendimiento y creación de empresa es la etapa más rica para un empresario, él puede contar los treinta aparatos que diseñó y nunca vendió. *“Hasta allí la siguiente etapa es seguir vendiendo y tratar de sostenerse en el mercado sacrificando muchos aspectos como compartir tiempo con los amigos, la familia y demás por los negocios”*. Afirma Walter

Ahora para Walter su proyecto es dejar bien montado el producto para que este produzca solo ya que ver su sueño cumplido le posibilita retornar pasatiempos con su familia y consigo mismo,

Para Walter es fundamental definir las metas en el tiempo correcto que le propicien acciones para poder cumplirlas, en este sentido un empresario debe de tener su proyecto de vida claro y coherente para salir a delante con todos sus propósitos tanto personales, profesionales y empresariales.

En Colombia Walter afirma que la forma de crear empresa es en la acción y la experiencia, pues no hay una escuela que le diga cómo debe hacer las cosas para más adelante no fracasar y desistir de continuar con la empresa, ya que la realidad es complicada. En conclusión para Walter *“ser empresario es ser un excelente estratega”* y estar en la jugada sobre todos los requerimientos que implica este proceso.



MARTHA VIVIANA TEJADA GALLEGO

Nació en el municipio de Andalucía del Departamento del Valle del Cauca. Hija, madre y empresaria, hoy en día lidera su empresa familiar “Eventos Sama”.

“Andalucía el pueblo de mis oportunidades” lo que piensa Martha Viviana cuando retoma en su mente los recuerdos que ha vivido en su amada tierra natal donde ha habitado siempre. En este lugar ha luchado contra situaciones difíciles como: el divorcio de sus padres, el quedar embarazada a temprana edad y la desilusión de dejar su sueño de estudiar Ingeniería Industrial; así como también ha sido el lugar de sus más grandes felicidades: el nacimiento de su primer hijo, su matrimonio, tener casa propia, ser coordinadora académica de un colegio con énfasis comercial y crear su empresa.

En esta tierra de agricultores y de gente trabajadora se desenvuelve la historia de vida de una emprendedora que tomó las oportunidades que le ofreció este lugar para hacer su sueño realidad *“ser feliz con su familia”*. Martha Viviana Tejada Gallego ha vivido y recorrido las calles de Andalucía desde su niñez, adolescencia y adultez, aquí aprendió y creció como hija, madre, nuera, profesional y empresaria. *“Para mi Andalucía es el punto donde me dejó Dios y ahí me está levantando”*.

En la niñez y parte de la adolescencia Martha vivía con su madre y sus hermanos, sus padres se divorciaron cuando empezó la adolescencia, tanto su madre y su padre quien es campesino aportaban económicamente al hogar; ella estudió primaria y secundaria en instituciones educativas públicas, se graduó de bachiller comercial pues el colegio tenía este enfoque, además mientras estudiaba el grado 10 y 11 viajaba constantemente al municipio de Tuluá al instituto Discenter's en donde empezó a llenarse de conocimientos con respecto a las partes y funciones que conforman las empresas.

Al graduarse, ingresó a estudiar Ingeniería Industrial en la Universidad Central del Valle (UCEVA) lo cual decidió dejar pues a los diecisiete años quedó en embarazo de su primer hijo, salió de su hogar y se fue a vivir con su actual esposo, en aquel entonces vivían enseguida de la

casa de su suegra hasta lograr independizarse y comprar su propia casa; el primer empleo que tuvo fue a los dieciocho años en Coopetrans Tuluá como secretaria de gerencia en donde solo contaba con el respaldo de haber salido de un colegio con énfasis en lo comercial, allí sus funciones fueron atender llamadas, manejar archivos y computadores, en aquel empleo ganaba \$500.000 y duro cerca de tres años por su segundo embarazo.

Al salir de trabajar su esposo la convenció de entrar a estudiar de nuevo y aunque su deseo en un principio era estudiar Ingeniería Industrial en la Universidad Central del Valle (UCEVA) tuvo que optar por estudiar en una universidad con menos costos económicos y con horarios nocturnos por sus responsabilidades en el hogar, así fue como decidió entrar a la Universidad del Valle del municipio de Tuluá a estudiar lo que más le llamaba la atención que fue Administración de Empresas; profesión de la cual logro graduarse con honores. Además ha realizado diversos cursos, capacitaciones y diplomados. Actualmente sigue capacitándose pues está realizando un diplomado en emprendimiento.

Cuando salió de la Universidad fue difícil para ella encontrar trabajo y *“en una de esas oportunidades que la da a uno la vida”* Martha se le acercaron para pedirle que hiciera unos

desayunos, ella y sus suegra se juntaron para hacer este primer trabajo de muchos otros que vinieron pues las personas les atrajo mucho la manera como cocinaban y les pedían que prepararan comidas para otro tipo de celebración, fue de esta manera como se creó la micro empresa que ya no solo vendía desayuno sino todo tipo de comidas para celebraciones especiales.

Situaciones difíciles como ver a su madre trabajar arduamente ha sido motivo de orgullo e inspiración para que Martha en su vida siempre luchara por salir adelante, este aprendizaje hizo que no se diera por vencida cuando tuvo su primer hijo a los 17 años de edad antes bien este nuevo acontecimiento en su vida le dio fuerza para iniciar su propia empresa con ayuda de su emprendedora suegra y los conocimientos adquiridos durante su paso por la universidad.

Uno de los momentos que marcaron la vida de Martha para crear su propia empresa fue su niñez, pues aquí fue donde tuvo que ver trabajar arduamente a su madre para sostener económicamente el hogar; su mamá trabajaba todo el tiempo casi que sin descanso desde las cuatro de la mañana hasta las ocho de la noche, ver toda esa dedicación, entrega, compromiso y lucha es lo que la ha inspirado desde pequeña y lo que cambio su juventud pues esto le enseñó a tener otra perspectiva de la vida no quedándose frenada ante

ninguna dificultad sino antes bien seguir siempre en marcha, *“A mi mamá le gustaba mucho trabajar duro, trabajar independiente y ver toda esa capacidad y ver que le tocaba a uno salir adelante como fuera de ciertas formas”*.

Las enseñanzas que le brindo su madre de esforzarse y luchar para salir adelante, la aplico en su vida cuando se enteró que iba a ser madre adolescente, aspecto que tuvo mayor influencia a la hora de crear su empresa pues la situación de desempleo y los empleos precarios en los cuales ella y su esposo se encontraban no les daba para sostener a su familia, a medida que pasaba el tiempo los gastos económicos iban aumentando: matrícula del colegio, ropa, alimentación, servicios públicos, entre otros gastos necesarios en el hogar, por lo tanto, se vio la necesidad de emprender métodos alternativos de generar recursos

“Quede con dos hijos en mi adolescencia, no había empleo fijo, (...) mi esposo trabajaba como docente y le pagaban por horas de servicio (...) y debíamos hacer algo diferente para ayudarnos”

Por otro lado, la universidad fue para ella un paso fundamental a la hora de crear empresa pues fue allí donde se apropió de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para crear y administrar su empresa familiar, lo cual resalta como lo más significativo del aprendizaje en la Universidad del Valle, en donde

agradece profundamente los conocimientos brindados en la parte financiera pues es lo que más le ha servido no solo para su empresa sino para su vida laboral en general.

Cómo último factor importante para crear su empresa fue el tener a su alrededor parientes emprendedores con sus empresas conformadas principalmente su compañera de cocina en eventos Sama, su suegra, quien al quedar desempleada cuando fue directora de la Cooperativa Financiera Avancemos en Andalucía por quiebre de la misma, se fue de vacaciones a Huila el lugar natal de su esposo en donde se interesó y enamoro por el proceso de elaboración de los quesillos huilenses hasta tal punto de comprar la forma y devolverse para su municipio y crear lo que hoy después de diecisiete años sigue en pie que es la empresa de quesillos huilenses rellenos de dulces de guayaba artesanal más apetecidos por el comercio.

Es así como, lo vivido con su madre, con su suegra, en la Universidad, su embarazo a temprana edad, el desempleo y el aumento de gastos en el hogar fueron factores que no solo hicieron que cambiara la perspectiva de Martha frente a la vida sino que le ayudaron a fortalecerse como emprendedora y empresaria pues logro conformar su empresa frente a las dificultades que estaba enfrentando.

“y cuando uno ya se enfrenta a responder por una familia, nosotros dos adolescentes mi esposo y yo, bueno él trabajaba y yo decía Tengo que hacer algo y comenzó a darse esa oportunidad del proceso de comenzar a hacer comida, comenzar a hacer desayunos y nos gustó y vimos que era bueno, que era económico, que daba ganancia y como que todas esas cosas motivaban para seguir y fuera de eso darse la oportunidad de entrar a la Universidad”.

Crear su propia empresa no solo la ayuda a salir de dificultades sino que también la ha unido más a su familia pues ahora comparte más tiempo con su esposo, hijos, suegra, suegro, cuñada y demás familiares que han juntado fuerzas para progresar en el sueño de Martha de ser empresaria y han aprendido juntos en el camino.

La empresa inicio con la oportunidad de vender desayunos Martha trabajaba en ese entonces sola pero al ver que ya no eran solamente desayunos sino que los clientes deseaban comidas especiales para matrimonios, cumpleaños y diferentes celebraciones que tenían pedidos de 100 o más platos, ella se unió con su suegra quien le enseñó recetas de comidas y le ayudo a prepararlas para los eventos en ese tiempo contrataban regularmente a dos meseros que eran vecinos conocidos del pueblo, sin embargo su esposo y el esposo de su cuñada empezaron a ver los frutos del trabajo que tenían de su microempresa y se interesaron del proceso y les pidieron unirse también diciéndoles: *“entonces si van a*

pagar por fuera entonces páguenos a nosotros”

De este modo se unieron ellos, el esposo de su suegra y su cuñada, la familia comenzó a unirse cada vez más, compraron uniformes y se dividieron tareas pero siempre apoyándose unos a otros. Además el crear esta empresa les permite generar empleo pues dependiendo de lo grande del evento se contrata personal para decorar o ser meseros.

La empresa lleva en funcionamiento hace aproximadamente tres años y aunque no está legalizada su acogida en el municipio ha sido gratificante ya que al no existir en este lugar una empresa que atienda eventos hace que se tenga mayor clientela, *“En el municipio no hay quien atienda este tipo de eventos (...) En Tuluá si hay pero es costoso y cobran transporte”*; aspecto que ha sido fundamental para que la empresa tenga ganancias.

Por otro lado, la empresa de Martha se caracteriza por trabajar con el dinero que tenga la gente para su evento pues ellos saben que aunque las personas de clase media y alta celebran fechas especiales son conscientes que sus recursos no son muchos por lo que se acomoda el evento a lo que dispongan los clientes. *“Hay gente que me dice: Yo tengo 500.000 peso para los 15 de mi hija y no tengo más, ayúdeme a hacer algo, qué hago”*

Además de adaptarse los eventos según los recursos del cliente,

también se cuenta con un buen servicio: se trata con amabilidad a las personas en el evento, en las comidas que se sirven se da una gran cantidad en cada plato para que la gente este contenta, un día antes del evento se invita al cliente para que deguste la comida y exponga su opinión sobre el plato, el día del evento se regalan bocadillos a los clientes, se utiliza un uniforme conforme al color de vestimenta del evento y se cumple totalmente lo acordado en el contrato *“Tratamos de ser correctos si sobran 10 platos se informa al cliente”*

Por otra parte, las dificultades que presentan es que no han podido hacer alianzas porque la competencia es muy cerrada, por lo tanto deben alquilar todos los materiales de logística necesarios en los eventos, sin embargo han creado estrategias para esta dificultad obteniendo los recursos 50% al principio y 50% el día de la entrega de esta manera pueden comprar o negociar el pago con los proveedores para que den plazo en este.

El crear empresa para Martha le ha permitido ver un paralelo entre “Mi vida con y sin empresa” para saber cómo quiere proyectarse en su futuro si siendo esclavizada en un empleo o ser libre y autónoma como empresaria.

Cuando Martha no tenía su empresa su vida giraba en torno a cumplir su rol como ama de casa y empleada

pues tenía que hacerse cargo de sus hijos y su hogar sin dejar de ir a trabajar, cumplir órdenes y horarios estrictos de su empleo, lo cual la agotaba y limitaba en tener espacios libres para dedicarse a sí misma y a su vida en pareja, mientras que cuando decidió crear su empresa pudo experimentar otro tipo de roles en su vida ya que esto le permitió salir y ver otras oportunidades, tomar sus propias decisiones, exponer su creatividad, conocer talentos ocultos de sí misma, tener tiempo libre, ser más independiente y ayudar a demás personas generando empleo.

“Cuando uno empieza a trabajar en la empresa de uno es bonito ver que tú te puedes ganar un dinero en una tarde y ya te queda mucho más tiempo libre y ver también la intención de que uno puede ayudar a otro pues cuando yo iba a atender un evento mis hijos se quedaban donde alguien que yo le pagaba, entonces yo estaba ayudando a otro, es como esa visión de que uno de empleado totalmente es como menos ayuda, es imposibilitado de cualquier cosa, en el caso de Coopetrans uno no puede pensar, lo que uno piensa no sirve”

Es gratificante para Martha las experiencias que puedes tener en una vida con empresa por eso desea seguir con esa Meta de independizarse y poder hacer sus sueños realidad en especial hacer todo lo posible para “ser feliz con su familia”.



CAROLINA RESTREPO FRANCO

Administradora de empresas, estudios en emprendimiento y fortalecimiento empresarial. Propietaria de la Ferretería DICO. Secretaria y tesorera de la única sociedad de ferreteros que existe en el municipio de Tuluá; en su tiempo libre le gusta compartir con su hija, salir a dar paseos, ir al cine, hacer ejercicio entre otras actividades.

El deseo de crear empresa para Carolina Restrepo nace desde su infancia, al perder a sus padres a los seis años de edad tuvo que vivir con sus abuelos quienes formaron la vida de esta mujer y la visionaron como empresaria. La tienda que sus abuelos manejan fue la escuela que tuvo Carolina para fundar sus cimientos en el mundo empresarial aquí gano

habilidades y capacidades para fortalecerse como líder.

Nació el 2 de julio de 1984 en la ciudad de Bogotá, tenía dos años cuando llegó a Tuluá y desde esa edad ha habitado siempre en este municipio, sus padres fallecieron a sus 6 años de edad, así fue como ella y su hermano mayor se fueron a vivir con sus abuelos paternos, quienes tenían un nivel educativo de primaria completa y tenían como sustento económico una tienda, como creencia religiosa su familia pertenece a la religión católica.

A pesar del fallecimiento de sus padres la niñez de Carolina se caracterizó por ser muy alegre y tranquila desde los siete años de edad, en su familia la empezaron a involucrar en el negocio familiar, allí ella aprendió a manejar cuentas lo cual le ayudó bastante a la hora de ingresar al colegio ya que por su experiencia, en la clase de matemáticas sus calificaciones eran superiores a los demás compañeros. Además sus abuelos fueron los que le inculcaron desde pequeña el estar siempre dispuesta a ayudar, colaborando en la tienda y en los oficios del hogar.

Ingresó al colegio a los 5 años de edad, estudió desde primero a quinto de primaria en la institución educativa María Antonia Ruiz; su abuela quien se esforzó más para que su nieta tuviera una buena educación, emprendió un negocio de arepas y

con las ganancias que obtenía brindo a Carolina la posibilidad de estudiar la secundaria en la Escuela Mercantil una institución privada caracterizada por tener una de las mejores formaciones educativas en el municipio; en primaria y secundaria su rendimiento académico estaba en el nivel de calificación promedio de la escuela. *“No era la mejor pero tampoco la mala, era juiciosa, estaba en el promedio”.*

Desde pequeña siempre le ha gustado tener dinero extra para sus gastos personales fue así como empezó a trabajar cuando estaba iniciando el grado decimo, ella decidió ayudar laborando en el asadero Pollos “Ponpin” negocio de su tío paterno, los días sábados en las tardes y domingo toda la jornada, sus funciones eran recibir domicilios, llevar las cuentas y atender las mesas. Al salir del colegio trabajaba en este negocio tiempo completo, desde el año 2001 hasta el 2005 cuando cumplió sus 18 años de edad.

El deseo de crear empresa que emergió en la infancia de Carolina, la persiguió en su vida de casada llevándola a entrar a la Universidad del Valle a perseguir sus sueños estudiando Administración de Empresas, aquí encontró los conocimientos que complementaron su experiencia en el ámbito empresarial hasta tal punto de poder crear junto con su esposo su propia empresa.

En el año 2005 se casó dedicándose solamente a las labores del hogar sin embargo el deseo de crear su propia empresa la llevo a decidir estudiar Administración de empresas en la Universidad del Valle *“Yo sabía que quería estudiar administración de empresas por lo que viví en mi infancia”*, tenía en su mente clara la idea de no querer trabajar para nadie teniendo su propio negocio; entro a estudiar en la jornada de la noche pues trabajaba para cubrir los gastos de matrícula de su carrera aunque siempre conto con el apoyo económico de sus abuelos.

La universidad para Carolina no fue un factor que la impulso en un principio a crear su propia empresa por el contrario el tener ese deseo desde pequeña de tener algo propio fue lo que la motivo para conseguir los conocimientos necesarios para crear su empresa, por ello decidió estudiar Administración de empresas, es decir que la Universidad del Valle impulsó su idea de negocio, pero sí, brindo los conocimientos básicos necesarios para la creación de empresa, sin embargo no la motivaron para crear empresa, pues los cursos que ella vio se centraban más en teoría que en aspectos prácticos y de emprendimiento. *“la universidad no influyo en mi decisión pero si aportó los conocimientos para hacer todo lo que tengo ahora en mi empresa”*

En la universidad consiguió un trabajo de medio tiempo en la Editorial Santilla ganado un mínimo, allí era auxiliar administrativa manejaba el personal, los asesores y la parte de la oficina, ella laboro en este lugar durante dos años, pues le aburrió la inestabilidad laboral a la que se estaba sometiendo, el contrato era de diez meses, y debía esperar dos meses a iniciar un nuevo contrato. Además, por este tiempo quedo embarazada, por lo que se decidió a buscar una estabilidad económica para ayudar en su hogar.

Después de verse embarazada suspendió la carrera en la universidad durante dos años, en un año y medio se dedicó a cuidar de su hija y al negocio de cabinas que poseía su esposo, el cual vendieron frente a una oportunidad que se les presento. El resto de tiempo inicio junto con su esposo un nuevo negocio de ferretería, el cual compraron con los ahorros de la venta del negocio de las cabinas y asociándose con un amigo, de esta manera se cumplió el sueño de Carolina de tener su propia empresa y el sueño de su esposo de tener un negocio orientado a su saber cómo constructor.

Un factor relevante para decidir crear empresa fue el hecho de estar rodeada por empresarios desde la niñez ya que todos sus familiares paternos poseían un negocio ya sea una tienda, un puesto de verduras, entre otros. *“Mi abuela tuvo nueve*

hijos de esos ninguno es empleado todos tienen negocios de tiendas, verduras” inclusive su padre cuando estaba vivo tenía un negocio de ventas de verduras al por mayor, es decir que siempre ha estado sumergida en el ámbito comercial lo cual la llevo a tener el sueño de montar su propio negocio. Otro factor fue el tener a su esposo y a su hijo porque se convirtieron en un motor para buscar la estabilidad económica creando su propia empresa *“el mayor motor es mi familia”*, buscar la felicidad de sus seres queridos mejorando la calidad de vida de su hogar.

Al estar el negocio estable es decir que se pudiera sostener por sí solo, su esposo la convenció y apoyo para que volviera y terminara su carrera en Administración de Empresa, para ella fue difícil porque hubo cambio de pensum, sus compañeros iban más adelantados; sin embargo no se rindió y consiguió graduarse.

El fallecimiento de su esposo fue un gran impacto para Carolina; sin embargo siguió luchando hasta el final para preservar el sueño que tenía con su esposo logrando tener autonomía en su empresa Ferretería Dico como única jefe y además siendo actualmente una líder potencial en el grupo de ferreteros del pacífico.

En Diciembre del 2009 su esposo tuvo un accidente y falleció en este, lo cual fue un impacto grande en la vida

de Carolina, pues además de quedar viuda, era ahora madre cabeza de familia, sin embargo esto no le impidió seguir luchando por conseguir el sueño de tener su propia empresa, ella hizo un préstamo en el banco y ofreció al socio que tenían en la ferretería comprar la parte que poseía de la empresa, el aceptó y ella queda como única dueña legítima de la ferretería Dico.

En el año 2011 la Cámara de Comercio citó a todas las ferreterías de Tuluá para dar unas capacitaciones sensibilizándolos sobre el cooperativismo, fue en ese espacio donde surgió la idea de tener una asociación de ferreterías, ella se convirtió en una de las líderes de esa idea, se reunían semanalmente en la juntas de acción comunal del barrio Victoria para hacer realidad ese sueño y fue así como se creó la asociación de ferreteros iniciando con 25 ferreterías, allí empezaron a trabajar pero al principio por ser una asociación sin ánimo de lucro no ganaban dinero y ellos querían lucro y por eso se decidió emprender la idea de generar una sociedad.

De esos 25, solo 20 le apostaron al proyecto porque había que tener una inversión inicial de \$50.000.000, fue un monto que se reunió entre todos, en octubre del año 2012 se creó legalmente el grupo de ferreteros del pacífico. La creación de esta sociedad permitió recibir más ganancias a las pequeñas ferreterías

de la sociedad, pues al vender directamente a las fábricas se distribuía empleo entre todos los asociados. Actualmente ella es la secretaria de la junta directiva y la tesorera de la agrupación de ferreteros del pacífico.

Ferretería Dico es una empresa que Carolina ha liderado desde el 2009, la cual se caracteriza principalmente por la familiaridad con la que se trata el cliente haciéndolo sentir cómodo y parte de la familia.

Su empresa inicio el 7 de julio del 2009, actualmente está legalizada por ser asociada del grupo de ferreteros del pacífico, su empresa también está registrada en la Dian y en la Cámara de Comercio, tiene dos empleados uno es de tiempo completo y el otro es de medio tiempo el cual se encarga de los domicilios.

La empresa se identifica por poseer un buen servicio, si no tienen algo que solicita el cliente tratan por todos los medios conseguirlo, además se caracteriza por la familiaridad en que se trata a los clientes, Carolina se aprende los nombre de sus clientes más frecuentes y los atiende amablemente como si fueran parte de su familia, otro aspecto que le gusta a sus clientes, es el no cobrar por los servicios a domicilios y entregar inmediatamente los encargos que se les realiza, otro valor agregado de la empresa es el calcular los gastos de los clientes ya que se les informa

cuánto se les costó la obra que hicieron dependiendo de los materiales que compraron; como último que caracteriza la ferretería Dico es alquilar herramientas pequeñas para la construcción.

Carolina en su empresa la caracterizan por su emprendimiento, su carisma, su amabilidad y formalidad con la que atiende a sus clientes

Carolina se caracteriza en su empresa por su carisma, formalidad, por buscar soluciones rápidas y eficaces a las personas que vienen con sus necesidades e inquietudes sobre los materiales que deben utilizar para la construcción de sus obras. Además ella es muy solicitada por sus clientes, gracias a las habilidades que tiene como comerciante las cuales le fueron enseñadas desde pequeña.

Las metas que ha logrado son satisfactorias para ella; sin embargo sigue poniéndose metas y trazándose caminos para recorrer, ahora desea estar más tiempo con su hija y enseñarle más sobre ser una empresaria así como sus abuelos ayudaron a formar su espíritu del emprendimiento.

Carolina piensa dejar su negocio a su única hija a quien ha formado adecuadamente para ello, pues aunque tiene 8 años ya le ayuda a facturar, verifica sumas, devolver dinero entre otras funciones.

Otra meta que tiene es poder adquirir el local de la ferretería porque no es un lugar propio *“lo que tengo planeado es comprarla y modificarla y construir las mejoras para que se vea como una empresa”*

Tuluá es el municipio en donde Carolina ha logrado alcanzar su sueño de crear empresa por eso considera que aunque se presenten dificultades en el entorno se puede salir adelante si hay esfuerzo.

Carolina considera que el proceso de crear una empresa es muy fácil y que lo difícil es sostener ese negocio por la parte tributaria de pagar impuestos. En Tuluá por ejemplo le quieren aumentar la tarifa volviendo su empresa a estrato comercial para de esta manera ganar más dinero las empresas de servicios públicos del municipio, lo cual perjudica sus ganancias; por otra parte se encuentra la seguridad pues se está viendo actualmente muchos negocios extorsionados sin embargo para ella el proceso de crear empresa como tal no es difícil lo que se presenta es el poder mantener la empresa pues *“Hay mucha competencia pero para todo hay mercado”*.



DIANA CONSTANZA MARMOLEJO

Administradora de empresas y creadora de Mano Gráfica.

Diana considera que su padrastro y su madre fueron quienes más motivaron e inspiraron el que ella sea hoy en día una empresaria pues ellos le enseñaron a dar lo mejor de sí siempre en lo que deseaba emprender.

Nació el 21 de Junio de 1987 en Roldanillo Valle, sin embargo desde los dos años y medio vive en el municipio de Tuluá, lo cual fue ocasionado por la ruptura matrimonial entre sus padres en donde su madre se fue a cuidar de los abuelos maternos y a vivir en este municipio con su hija. Por lo tanto todas sus experiencias las ha vivido en este lugar, es así como su hogar era conformado por su madre, su abuelo y abuela materna. La separación hizo que viera a su padre y familiares paternos por periodos de tiempos lo

que no permitió que se desarrollara una relación tan cercana entre ellos.

A los cinco años de edad su madre consiguió una nueva pareja con la cual vivió en unión libre, es actualmente el padrastro de Diana y fue quien para ella ocupó esa figura paterna que le faltaba, apoyándola en todo momento que lo necesitó. La niñez para ella fue uno de los momentos más especial en su vida pues aquí experimentó su ficción por el fútbol, que es y será siempre su pasión. Además en este momento logró compartir recuerdos inolvidables con sus amigos, pese a esto entre los 10 a 11 años de edad tuvo que separarse de sus amigos pues estaban continuamente trasladándose de casa ya que buscaban una ubicación que beneficiara tanto el nuevo negocio de su madre (una cacharrería) y también la distancia del colegio en el que ella estudiaba.

Su madre estudió hasta sexto de bachillerato, era activa laboralmente, siendo gerente en almacenes pero su compañero sentimental podía cubrir económicamente los gastos del hogar, y por ello, decidieron que debía dejar su trabajo y dedicarse a la formación educativa de su hija y a los oficios del hogar. Su padrastro no tuvo ningún nivel académico solo contaba con la experiencia de su trabajo como ganadero independiente pues además de administrar diferentes haciendas tenía un negocio

propio de comercio de ganado, este trabajo le permitió a Diana y a su nuevo hogar visitar diferentes lugares como: Santa Marta, Guajira, Cesar, Valledupar, Caquetá, Tolima, Antioquia entre otros. Además en estos viajes Diana pudo conocer y aprender funciones en el ámbito de la ganadería como: vacunar, castrar entre otros aprendizajes.

Después de un tiempo su familia tuvo una crisis económica ya que el negocio de su padrastro decayó, en la sociedad se está produciendo lactosa a nivel industrial y en cantidades alarmantes, lo cual hizo que el comercio disminuyera, su madre al ver esta situación decidió apoyar económicamente a la familia así que vendió su vehículo una moto y con el dinero que le dejó esta venta, montó su propia microempresa, quien comenzó con una vitrina, una docena de medias, una docena de pantalones y una docena de busos y un algo de cacharro; poco a poco el negocio se fue acreditando y sosteniendo por sí mismo dejando ganancias cada vez mayores, lo cual han dejado en funcionamiento como un posible respaldo para un futuro inesperado.

Los tres primeros años de primaria, los estudió en la institución educativa Jesús de Praga, de cuarto a sexto grado en el Rafael Pombo y de séptimo a once grado en el Colegio San Francisco, del cual se graduó como bachiller en énfasis micro

empresarial, allí pudo elaborar un stand de muestra empresarial como producto final de sus estudios, por su buen rendimiento académico el colegio le ofreció una beca para estudiar contaduría en la Universidad Central del Valle (UCEVA), sin embargo ella decidió no aceptarla, ya que no iba con su perfil profesional, pues su deseo al salir era enfocarse en lo que tenía habilidad que era para Ingeniería química y bacteriología, alcanzo a participar en las inscripciones en la Universidad del Valle en el municipio de Cali y fue admitida en el programa de Ingeniería Química, sin embargo decidió no viajar pues el ser hija única y tener tan solo 16 años de edad era una situación difícil de asumir tanto para ella como para su familia.

Así fue como empezaron a buscar posibilidades a nivel local y decidió estudiar en la Universidad del Valle Administración de empresas, teniendo en cuenta primero que tenía conocimientos sobre empresas ya que se había graduado de un colegio con énfasis comercial; además porque su madre tenía una microempresa en funcionamiento y podía aportar a que esta mejorara. Trabajó en una fábrica de estampado los seis meses que espero al entrar a la universidad, ingresando a la profesión de Administración de empresas en el año 2005, pese a que los costos de la primera matrícula eran elevados (\$1'600.000) por ser egresada de un colegio privado, pudo

conseguir el dinero para el primer semestre y los siguientes semestres Diana logro conseguir estímulos académicos por sus buenas notas, lo cual disminuyo el precio de la matrícula y así pudieron sostener su carrera hasta terminarla.

Aunque su padrastro la apoyaba con sus estudios siempre antepónía el hecho de ser independiente económicamente creando una empresa que ayude en las situaciones difíciles, Él fue quien motivo a Diana, en todo momento para que fuera una empresaria, inclusive en su graduación como universitaria le obsequió \$1'500.000 para que decidiera en que invertirlos.

Con el regalo que recibió compró una mercancía junto a su madre que incluyeron en el negocio de la papelería, esto sirvió para sostener el negocio y además para enfrentar otra crisis económica pues su padrastro después de sufrir un infarto no pudo volver a ejercer su actividad laboral en la ganadería ya que para esta se necesitaba de mucho esfuerzo físico, fue de esta manera que empezaron a depender económicamente del negocio de su madre.

En su vida, Diana vivió como universitaria, empleada y empresaria y siempre dio lo mejor de sí en cada situación enfrentada tanto en el fracaso y el éxito, de lo cual obtuvo grandes aprendizajes para crear su empresa.

Antes de graduarse de la Universidad empezó a trabajar allí como monitora en marzo del 2006 hasta diciembre del mismo año, en el mes de abril del 2007 trabajó bajo con contrato por medio tiempo y en agosto del mismo año, pasó a ocupar el cargo de Auxiliar de tesorería hasta el año 2009, al que finalmente decidió renunciar, debido a que la carga laboral creció y todavía no había terminado su trabajo de grado.

Los ahorros que tenía y la liquidación de su trabajo le permitieron comprar su primer negocio, Diana se unió con una amiga del área de Tecnología en Sistemas para la compra de unas cabinas telefónicas, en Diciembre del 2009 ella tomó el riesgo de trabajar como empresaria a pesar de que el negocio que estaba en su mejor momento.

Ella y su asociada empezaron a desarrollar estrategias para mejorar el negocio, involucrando no sólo el servicio de internet, sino además, servicio de minutos, recargas e impresiones; además como su madre tenía un negocio de papelerías ingresaron estos materiales para la venta, también dulcería e hicieron una alianza con un amigo de Diana que tenía conocimiento en reparación de teléfonos móviles. Otra estrategia que utilizaron fue incrementar la publicidad visual de los servicios que contaba su negocio y tener presente siempre ofrecer una buena atención a sus clientes, fue así como las ventas

que eran de \$5000 pesos diarios pasaron a 180 o 200.000 diarios.

A pesar de que el negocio era estable y generaba buenas ganancias económicas decidieron venderlo en diciembre del 2010 pues su socia entra de nuevo a su trabajo anterior; lo vendieron acreditado con la buena imagen que tenía el negocio el cual vendieron en 7'000.000 millones de pesos. Diana también había recibido una propuesta de trabajo, así fue como el 17 agosto del 2010 entro a laborar como coordinadora administrativa en la Universidad del Valle gracias a todos sus años de experiencia.

Diana se ha caracterizado siempre por llevar la planificación de su vida anticipándose ante las situaciones que se le presentaran, fue así como ya había comprado su propio apartamento con sus ahorros y comenzó su nueva vida de forma independiente; no todo fue color de rosa, ya que al enfrentar a su madre hizo que tuviera muchos problemas familiares pese a esto nunca se rindió y siguió construyendo su vida tomando sus propias decisiones. En junio del 2011 Diana se gradúa como Administradora de Empresas.

Hasta diciembre del 2012 trabajo como Coordinación Administrativa de la Universidad del Valle, pues entro en una crisis existencial su trabajo la absorbía completamente no tenía tiempo para su pareja, su familia y para sí misma, esta situación fue un

factor que influyó de manera determinante para que ella decidiera crear su propia empresa. Diana, tenía que tomar una decisión de cómo quería su vida, si esclavizada en un trabajo en donde no tenía tiempo para disfrutar con su familiar, o ser independiente y administrar su propio tiempo.

Además el tener el apoyo de su familia y pareja, la motivo en arriesgarse a tomar la decisión de formar su propia empresa fue así como en Enero del 2013 monto una constructora que le sirvió de experiencia como emprendedora, ya que a pesar de todos sus esfuerzos la empresa quebró, para ella como mujer fue complicado entrar al mundo de la construcción por ser un ámbito donde es predominante la presencia del género masculino. Sin embargo, ella aprendió de esta experiencia y con esta consiguió sus cimientos para iniciar una vez más la formación de una empresa “Uno se da cuenta que los grandes emprendedores han fracasado y esto fortalece ese espíritu de emprendimiento que tienen”.

Con un millón de pesos que tenía ahorrado decidió invertir en un negocio de mercadeo en red, el cual le dejo como experiencia avanzar de manera profunda en la parte de emprendimiento. *“El negocio de mercadeo en red tiene un sistema formativo de manejar finanzas personales no de la manera en que enseñan en la universidad que te dicen hay que llevar una contabilidad pero no*

te dicen vos como administrador cómo aprendes a manejar ese dinero eso no te lo enseñan en la universidad te enseñan es sobre finanzas en cuanto a calculo e interpretación de indicadores financieros pero no como jugar con esos aspectos financieros frente al entorno”

Esa experiencia le enseñó como administradora a manejar sus propias finanzas personales, para de esta manera llegar a administrar otras de mayor relevancia, en las capacitaciones que les brindaban se dio cuenta que tanto ella como su madre no tuvieron una buena administración en sus respectivos negocios porque no se ponían a establecer salarios, a llevar cuadros de cuentas para saber de esta manera cómo estaba su negocio realmente.

La empresa que maneja este tipo de formación y a la cual ingreso Diana es Anway, aquí ella aprendió a sacar todo ese potencial como emprendedora que poseía además pudo volverse parte de este negocio, aunque se ha distanciado un poco sigue trabajando en la parte comercial manejando su propio tiempo. “Los negocios de mercadeo te ayudan a rescatar esos sueños a luchar por los sueños, trabajar para eso.... Despertar los sueños”

En este proceso Diana empezó a reflexionar si realmente estaba haciendo lo que ella le gustaba y se dio cuenta de que no lo estaba haciendo así que empezó a buscar su

meta hizo su propio mapa de sueños sobre lo que deseaba lograr en cada ámbito de mi vida y se dio cuenta de que ella quería ser empresaria, trabajar independientemente, ser su propia jefe, eso le gustaba.

Así fue cómo inicio la empresa Mano Grafica su negocio actual, se asoció con un gran amigo que había trabajado con ella en la constructora y decidieron hacer algo con lo que sabían y les gustaba hacer. En su empresa vende papelería, impresiones, ofrecen servicios de diseño gráfico, impresiones, transcripción de textos, Fax, argollados, organizar trabajos escritos, impresión fotográfica, grabación de CD, impresión sobre CD, en alianza con una empresa se está haciendo impresión tipográficas: volantes, afiches, folletos, entre otras. Esta es una empresa grande y constituida en Tuluá.

Diana es una empresaria que se caracteriza por su dinamismo, entrega y confianza en todo lo que emprende, además es una persona que le encanta explorar y tomar riesgos.

Diana se caracteriza principalmente por ser dinámica, le gusta el cambio y el movimiento lo cual es importante para un negocio ya que necesita de estrategias de innovación para mantenerse estable. “Mi personalidad es una personalidad exploradora, aventurera, yo soy como una

esponjita de todo lo que veo quiero aprender de eso”.

Además es arriesgada sin importarle que exista posibilidad de fracaso, ella siempre piensa en su meta, también es una persona segura en sí misma tiene confianza de sus habilidades; esa personalidad y esa forma de asumir el riesgo y el ideal que tiene forman el conjunto de aspectos que la representan como empresaria.

Su empresa “Mano Gráfica” se caracteriza por su buen servicio al cliente, utiliza las redes sociales para que sus clientes puedan acceder fácilmente a solicitar sus pedidos o los trabajos que necesiten.

En la empresa se da un buen servicio al cliente, aquí se valora a las personas que se atienden, Diana les brinda además comodidades en cuanto a lo que necesitan: *“Tienen mi correo electrónico, el Facebook y el teléfono ejemplo, para enviar lo que se debe imprimir y luego lo reclaman, esto facilita el no estar movilizándose, les ahorra tiempo”.*

El entorno presente al momento de conformar la empresa se caracterizaba por los movimientos políticos, la situación de narcotráfico, los para-políticos, los escándalos de ex congresistas y el proceso de paz.

“Viendo todos esos cambios que hay en el país y viendo los malos representantes, uno siempre espera los

cambios de afuera, pero nosotros debemos ser generadores de cambio, nosotros no tenemos por qué ir a buscar empleo nosotros debemos ser generadores de empleo (...) Por qué Colombia está con tan altos índices de desempleo, es porque la gente sale es con la mentalidad de encontrar empleo, ¡No! sabiendo que hay posibilidades de emprendimientos, se debe ser un generador, un motor de la economía para que la economía se movilice”.

Los problemas económicos, políticos y sociales lo que venden a la gente es la idea de capacitarnos para ser empleados, Diana piensa que la crisis está en todas partes y que uno debe decidir si esta te afecta o no. *“Yo deje de ver noticias cuando empecé con esto del emprendimiento por que uno se empieza a contaminarse de pensamientos negativos”.*

Además considera importante que la universidad debe abrirse a tener gente que no solo se base en la teoría, docentes que inciten el emprendimiento en los estudiantes así como también unirse a eventos multiculturales, llevar a los estudiantes a las ruedas de negocios, eventos de crecimiento entre otros ámbitos en donde se promueva el pensar en ser empleadores como una forma de generar recursos.

La Universidad del Valle fue para Diana un lugar donde obtuvo conocimientos relevantes, sin embargo en ningún momento sintió que se le motivara para que

emprendiera su sueño de crear empresa.

Diana considera que: *“En realidad la universidad no te da el mensaje como debe ser, académicamente no me impacto para decir voy a crear empresa”*. Ella piensa que desde su experiencia se dio cuenta que los docentes no incentivan a crear empresa sino que forman a los estudiantes y les exigen para que sean unos empleados de calidad, no orientando a ser empresarios ni al emprendimiento.

Solo recuerda dos docentes que estuvieron en la parte empresarial entre esas la Docente María dolores Villada en la materia suposición de bienes y servicios, quien le enseñó a ver la realidad de las empresas, llevándola a ella y a sus compañeros a hacer visitas a empresas. Y el otro profesor que no recuerda su nombre solo que dictaba la asignatura gerencia de mercadeo, quien se caracterizaba por trabajar dando asesoría en mercadeo y en las clases le enseñaban a como asesorar *“nos decía muchachos no tienen que quedarse en trabajar en una empresa sino que deben ofrece su Portafolio de servicios como su propia empresa”*.

Diana se ha trazado seguir creando diferentes negocios y además ampliar la empresa que actualmente formó, además quiere seguir capacitándose para poder crecer como empresaria.

Diana quiere tener diferentes líneas de negocios, está trabajando con el Sena elaborando un proyecto de reciclaje sobre Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos ya que le gusta lo ecológico y lo innovador. *“A mí me gusta ayudar a la gente y lo que quiero hacer es algo que les facilite a la gente solucionar problemas”*. De esta manera tiene como meta crear otra empresa en la que pueda unir la parte ecológico y empresarial.

Quiere seguir con su proceso de educación enfocando hacia la parte de escuelas de negocios por lo que quiere capacitarse con Robert Toru Kiyosaki, quien es un empresario, inversionista, escritor, conferencista que motiva a la gente empresaria, ella quiere capacitarse para seguir manejando negocios y ampliarlos.

A nivel sentimental mantener estable y nutrir cada vez su relación, desea poder tener hijos más adelante. Le gustaría también crear una fundación para ayudar a la gente y como su pasión es el deporte le encantaría más adelante formar un equipo de futbol.



YILMAR ALZATE RODRIGUEZ

Tecnólogo en sistemas de la Universidad del Valle, creador de la empresa Webcloster. Le gusta pasar su tiempo libre en su computador, va al gimnasio, Juega futbol con sus amigos, sale a trotar por las mañanas, le dedica el mayor de su tiempo a su hijo de 5 meses, para él su familia es su motor para sacar su empresa adelante.

A Yilmar le ha gustado siempre el diseño gráfico, dibujar fue siempre su pasión aunque en un principio solo se interesaba por el baile y sus amigos con el tiempo empezaron a estudiar y a escoger que caminos tomar para alcanzar su sueño de ser independiente.

Nació en Tuluá el 17 de junio de 1987 en el hospital tomas Uribe, siempre

ha vivido en Tuluá, su niñez fue normal y muy tranquila, desde pequeño siempre fue muy imperativo, su familia está conformada por su padre quien termino su nivel educativo hasta séptimo de bachiller, su madre quien solo termino primaria y su hermana quien es ahora administradora de empresas, sus creencias religiosas vienen de la iglesia católica.

La situación económica en su familia, siempre ha sido buena y estable pues su padre inicialmente trabajaba como empleado, desde los 17 años pero cuando nacieron sus hijos empezó a ahorrar y con eso le ofreció a su jefe comprar el negocio, él acepto y lo compró, desde ese día ya son 27 años desde que su padre posee el negocio de calzado en el centro, lo cual ha posibilitado que su familia tenga una buena calidad de vida y nunca les falte nada.

Yilmar en sus estudios no fue tan dedicado, ya que se caracterizaba por ser más bien imperativo, en su infancia su personalidad ya que le gustaba hacer varias cosas a la vez. *“Me gusta hacer muchas cosas al tiempo no sé si es un defecto o una habilidad”*. Presentaba llamados de atención principalmente por no cumplir con sus deberes. Estudió su primaria en la institución educativa San francisco de Asis, el bachillerato, lo estudió un colegio Público, debido a dificultades económicas en su casa, así fue como ingresó al Instituto

Industrial, allí perdía algunas materias pero nunca perdió ningún año.

En esa institución se enfocó en Taller de Diseño Industrial Publicitario pues le gustaba lo gráfico *“me gusta la parte gráfica siempre me ha gustado dibujar, los colores, lo gráfico.... Me incliné por la parte de diseño”*. Después de salir del colegio su padre lo motivó a estudiar, aunque Yilmar estaba en plena adolescencia con 17 años, decidió hacerle caso a su padre y empezó a estudiar en la universidad del Valle en el año 2005 Tecnología en Sistemas.

Ingresó a la universidad con la mentalidad de que todo era muy fácil pero se dio cuenta que era totalmente diferente *“vi que era difícil, No entendí nada de matemáticas porque no le había puesto cuidado en el colegio, no entendía sobre programación y muchas cosas nuevas que no conocía”* el llegar a la universidad fue un gran impacto para Yilmar pues al perder varias materias en el tercer semestre incurrió en su primer bajo rendimiento, con temor y desasosiego decidió retirarse de la Universidad para trabajar y ganar dinero. *“me voy a dedicar a otra cosa yo lo que quiero es trabajar en ese tiempo estaba con la mentalidad de tener dinero para salir con mis amigos”*

Al tener ya su primera experiencia laboral, antes de salir del colegio, trabajando como un auxiliar publicitario en Comfandi, en donde le pagaban un salario mínimo con

contrato de aprendizaje y por poco tiempo; además le ayudaba a su padre en el almacén, sin remuneración económica, con esas experiencias decidió salir a buscar trabajo, encontrando empleo en una cacharrería ubicada en centro de Tuluá, allí trabajó dos años ganando un salario mínimo, a él le gusto el primer año su trabajo pero al ser tan imperactivo la rutina lo aburrió, perdió el interés y decidió renunciar el empleo.

Después se interesó en estudiar, así fue como ingresó en el año 2009 al Sena a capacitarse en ganadería, a Yilmar siempre le había gustado el campo y pues en ese lugar se motivó en seguir estudiando, habló con sus padres y estos lo apoyaron económicamente para su reingreso a la Universidad; sin embargo debía ayudar trabajando los fines de semana en el negocio de su padre.

Los interés de Yilmar se centraban en estudiar Ingeniería Mecatrónica, sin embargo, en Tuluá no se ofertaba este programa, por lo cual decidió inscribirse en alguna carrera relacionada con este campo, así que retomó sus estudios de Tecnología en Sistemas, esta vez con la mentalidad de querer hacer las cosas bien, empezó en el 2009 en jornada nocturna, esta vez sus calificaciones fueron altas, obtuvo estímulos académicos durante tres semestre y después de la mitad de la carrera empezó a bajar el nivel académico,

se puso a reflexionar sobre su futuro, decidió que no era importante para él ser el mejor en sus estudios sino que lo que realmente necesitaba era empezar a trabajar pero no para alguien sino por su propia cuenta.

En ese momento se dedica a investigar sobre lo que le gustaba, la robótica y electrónica, en segundo semestre cuando cursó la asignatura Introducción a tecnología informática, le gusto el tema de páginas web, desarrollo web, la programación en web y empieza a estudiar más a fondo lo que es programación y las bases de datos y empieza a trabajar en esa área, ofreciendo estos servicios, fue así como su primer cliente, un amigo de su padre que necesitaba una página web, contrató sus servicios, y se dio cuenta de que era una buena forma de ganar dinero. Este fue su primer trabajo como independiente.

A Yilmar no le gusto seguir trabajando como empleado, porque era hacer lo que le decían; seguir órdenes y reglas. Por ello, decidió buscar otras alternativas para generar ingresos y ganar dinero, siempre ha querido hacer lo que le gusta, hacer sus propias ideas realidad, y no hacer, sólo lo que le impongan. Haciendo este paralelo de su vida como empleado y como trabajador independiente decidió crear su empresa unipersonal. Se graduó en el 2011, y quería seguir estudiando así que decidió ingresar al Programa

de Ingeniería de Sistemas, en el que se encuentra actualmente.

Creo su empresa WebCloster con el fin de ser independiente, tomar sus propias decisiones y manejar su tiempo; la empresa se caracteriza por dar un buen servicio y se desarrolla un sitio web como el cliente lo necesite.

En el mes de Agosto del año 2013 formó una sociedad con un amigo tecnólogo en sistemas para crear su actual empresa Desarrollo WebCloster, la empresa se encarga de desarrollo de páginas web para empresas pequeñas, medianas y grandes empresas con precios asequibles a todos los negocios. “Le damos la posibilidad de pagar un sitio web (...) Se ajusta al presupuesto que tiene las empresas se les ofrece un producto de calidad”

La empresa ofrece un desarrollo web de alto nivel y los clientes quedan satisfechos, se le explica el desarrollo realizado, cómo se ha hizo, además se les ofrece nuevos productos a buenos precios, se da puntualidad en la entrega de trabajos. La empresa sale a buscar a sus clientes y se centra en sus necesidades específicas. En este momento tienen dos clientes: Publicidad Darío ubicada en Tuluá y Una empresa de creación de uniformes en Cali.

Yilmar es una persona que no le tiene miedo a fracasar, le gusta tomar riesgos, estas son una de

sus características como empresario.

No tiene temor al fracaso, le gusta tomar riesgos, trata de prever los pro y los contra de las situaciones que se presenten, decide tomar la decisión de crear empresa. Además, es una persona, con mucha facilidad para establecer una conversación, fácilmente llegar a los clientes, motivarlos y vender sus servicios.

Como empresario Yilmar también vivió el fracaso cuando por primera vez inicio creando un negocio de ventas de espacios publicitarios.

Al estar en la universidad en el año 2006 hizo una sociedad con un amigo, donde creó una página web en la cual vendía espacios publicitarios, esa página fue hackeada, Yilmar y su socio, perdieron por completo el control de su negocio lo cual hizo que este fracasara, sin embargo siguió adelante en sus estudios y teniendo siempre el deseo de ser independiente creando su propia empresa.

Pese a sus fracasos Yilmar siguió con su sueño de ser empresario y todas las situaciones que se le presentaron lo fueron formando y motivando para seguir esa Meta.

Los factores que para Yilmar le ayudaron a crear su propia empresa tienen que ver con todas esas situaciones por las que tuvo que

pasar: Tener familiares empresarios, trabajar con su padre en el negocio familiar, haber tenido esas dificultades académicas en la universidad, trabajar como empleado, la experiencia de trabajar siendo independiente y manejar su tiempo, la necesidad de estudiar y trabajar al mismo tiempo, hacer realidad tus propias ideas, entre otras situaciones que vivió para poder crear empresa sin embargo el considera que lo más fundamental fue su familia, el tener ahora un hijo de cinco meses es el motor que lo impulsa día a día a continuar con el sueño de mantener su empresa y progresar en ella para así brindar un mejor futuro a su familia.

La Universidad del Valle fue quien le brindo sus pilares en conocimientos teóricos sin embargo no motivo la iniciativa de Yilmar para crear empresa.

En los conocimientos que adquirió Yilmar en la universidad, encontró una forma de sustento económico pero él piensa que le falta a la universidad incentivar el emprendimiento, pues a pesar de que infunde la capacidad de investigación, el emprendimiento para los egresados que tienen empresas se ve más bien en esas experiencias personales de cada uno que lo llevan a decidirse en formar empresa.

Yilmar tiene como metas poder ampliar su negocio y además seguir un proyecto nuevo sobre

crear una guía comercial para el municipio de Tuluá.

Yilmar tiene como planes a corto plazo, desarrollar una guía comercial para Tuluá (tuluaguía.com) en alianza con el locutor de RCN Carlos Alberto Serna, allí piensa vender espacios publicitarios, directorios telefónicos de lo que más les gusta a los Tuluenses. Actualmente, Yilmar tiene un negocio familiar de venta de películas hace ya siete meses, lo que pretende es poder ampliar este negocio así como también su empresa Webcloster, la cual busca que tenga un mayor reconocimiento y progreso.

“Tuluá es perfecta para crear empresa” esto es lo que piensa Yilmar sobre el poder conformar empresa en esta ciudad.

Considera que Tuluá es perfecta para crear empresa, pues además de tenerle cariño a su ciudad, piensa que al ser una ciudad pequeña y comercial es un buen lugar para crear empresa; sin embargo sabe que hay inseguridad y en todo lugar se presenta y Tuluá no es la excepción.



ernán tuvo una niñez difícil al quedarse sin su padre sin embargo su madre fue quien lo ayudo en todo momento y lo apoyo para seguir adelante, él admira totalmente a su mamá y es su inspiración para seguir esforzandose.

Nacio en Sevilla Valle el dia 11 septiembre de 1981, vivia en una finca de aquel lugar a los seis años se pasó a vivir a la parte urbana del municipio, a los siete años de edad su padre fue asesinado, pasó a vivir con su madre y su hermano menor a la ciudad de Tuluá.

Su situación económica en la niñez fue bastante difícil para su familia pues quedó huérfano de padre y solamente quedo con su hermano menor y su madre, sin embargo su madre quien tan solo contaba con nivel de estudio de secundaria

completa, pudo sacarlos adelante dando el estudio a sus hijos trabajando como empleada de servicio en casas de familias.

Hernán en este municipio entro a estudiar su primaria en la escuela del Sindicato del Ingenio San Carlos luego paso su secundaria en el colegio Industrial allí se especializo en electricidad industrial para posteriormente estudiar en la Universidad del Valle la carrera de Tecnología en sistemas y Administración de Empresas. A nivel académico siempre se caracterizó por ser un buen estudiante.

La vida laboral de Hernán inicio desde su bachillerato, las experiencias que tuvo en sus diferentes trabajos lo fortalecieron no solamente en su vocación como Tecnólogo de Sistemas y Administrador de Empresas sino también para centrarse en ser empresario.

Su primer empleo como tal fue cuando termino su bachillerato en el año 2000 trabajando en una vidriería con materiales de vidrios y aluminio, a los 15 días de trabajo aprendió a cortar vidrios, cargar láminas de vidrios a instalar vidrios en los baños a ser garajes todo en aluminio y vidrio, en ese lugar se quedó durante seis meses. Después cuando inicio su vida como universitario se le presento la oportunidad de concursar en una convocatoria para trabajar en la universidad del Valle, lo aceptaron

y trabajo durante cuatro años, allí Hernán tuvo un aprendizaje significativo para su vida laboral y personal.

Posteriormente inicio en un empleo en telefónica en Asocomunitel, allí era técnico de instalador de banda anchas y telefonía, después ocupo en ese mismo lugar un cargo como almacenista, se retiró de trabajar porque se cruzaba con el tiempo de su estudio y empezó a laboral de manera independiente arreglando primero computadores, luego redes completas, sistemas de información, hacia instalación, mantenimiento, soporte y servicio técnico, también como administrador de empresas empezó a brindar asesoría a pequeñas empresas.

A pesar de que nunca contó con familiares empresarios creó su propia empresa, y decidió apostarle a independizarse y formar su propia empresa, así fue como terminando la carrera se encontró con un compañero que necesitaba sistemas de vigilancia y empezó a trabajarle a él en esa función y en ese empleo afirmó su decisión de tener su empresa *“Las ventajas de ser independiente es manejar el tiempo y tener mis propios ingresos”*.

La idea de crear empresa para Hernán inicio prácticamente cuando estaba en el colegio industrial porque fue ahí donde experimentó ver empresas reales en funcionamiento, en esa institución los llevaban a hacer

prácticas en diferentes empresas. Aspecto de su vida que ingreso en su mente la idea de formar una empresa. *“Yo algún día tengo que crear eso para prestar un mejor servicio”*

Además, cuando entro a trabajar en la universidad, identificó que había un mercado grande de clientes potenciales que requerían soluciones prontas que necesitaban información sobre Manejo de equipos o software, por lo tanto inició realizando mantenimientos y soporte de computadoras porque lo vio como una alternativa económica.

Al iniciar ha visto cómo ha crecido su proyecto de crear empresa pues ahora no es él solo, sino que puede contratar personal para sus labores.

Inicialmente era solo y después de un año empezó a hacer contratos con empresas, trabajaba con dos electricistas dependiendo del trabajo para lo cual lo contrataban. Desde el 6 de junio del 2010 está en funcionamiento su empresa por el momento no tiene familiares laborando allí.

Su empresa tiene como valor agregado, la disponibilidad en tiempo que se tiene para llevar a cabo el trabajo ya que para aumentar su economía en el comercio él trabaja de domingo a domingo, estando disponible las 24 horas, todos los días de la semana. Aparte del conocimiento sabe manejar las

relaciones humanas pues considera que ese cliente es una persona que se vuelve como un amigo, la empresa hace soportes y asesoría por internet.

Es importante decir que su trabajo ha crecido por el voz a voz ya que sus nuevos contratos se generan a partir de las recomendaciones de sus clientes los cuales mantienen satisfechos y dan buena fe de lo que hace en su empresa.

Hernán se caracteriza por ser un buen profesional y empresario, buscando siempre la satisfacción de las necesidades que tengan sus clientes.

Hernán tiene una buena formación académica en cuanto al conocimiento sobre su quehacer profesional, además cuenta con la habilidad de comprender y atender eficazmente las necesidades, brinda servicios de soporte técnico a las empresas y se centra en buscar alternativas de solución de problemas que posean las empresas.

Su vida antes y después de crear empresa ha sido un paralelo significativo para potencializar aún más su deseo de establecer empresa.

Hernán cuando era solamente empleado tenía una vida llena de obligaciones con poco tiempo para dedicar a su familia, se mantenía trabajando y estudiando, solo dormía tres horas y se enfermaba de estrés.

Después de que se independizó fue difícil al principio pero ganó estabilidad emocional y está más tranquilo, además ve más a su mamá y su hermano.

La crisis económica y por ende de empleo que existió en el entorno de Hernán no impidió que siguiera adelante con su proyecto empresarial.

En su entorno había crisis económica, estaban a punto de firmar el TLC y el nivel de manejo de empleados era muy bajo no se quería contratar, aspecto que lo llevó a decidir por optar en ser independiente.

Su paso por la Universidad del Valle lo ayudó a formarse como profesional, sin embargo no lo motivó en la creación de su empresa.

Hernán considera que el paso por la universidad no lo motivó a crear empresa sino que esta fue una vía para llenarse de conocimiento para hacer realidad su idea de negocio, es decir que si fue un factor que ayudó en la creación de su propia empresa sin embargo no fue el lugar que motivó a su emprendimiento empresarial. *Lo que hice aquí en la universidad fue formalizar y buscar las herramientas para poder llevar a cabo la idea que yo ya tenía para montar mi propio negocio”.*

Por otro lado, las metas que tiene Hernán es hacer una maestría en

ciencia de informática forense y desea poder ir a una ciudad más grande para hacer su empresa más amplia

Hernán considera que en el municipio de Tuluá y a nivel del Valle del Cauca es fácil crear empresa, la dificultad para él es la competencia desleal, la

violencia debido a las drogas, pues en ocasiones no le pagaban o simplemente le daban dinero ilegal

8.1 Hallazgos de los casos demostrativos de acuerdo la teoría del emprendimiento

Se elaboraron tablas para el análisis con cada una de las teorías de los autores que han estudiado el emprendimiento y que se encuentran referenciados en el marco teórico se clasificaron las teorías de: Albert Shapero, David Mc Clelland, Jeffrey Timmons, Alan Gibb y Rodrigo Varela.

De cada una de estas teorías se tuvo en cuenta resaltar los elementos más importantes como en la Teoría de Albert Shapero los elementos más importantes son: Autonomía, toma de riesgos, deseabilidad, factibilidad, toma de iniciativa, acumulación de recursos y administración.

Los elementos que se tomaron en cuenta de la Teoría de McClellandson: Necesidad de afiliación, poder y logro. De La teoría de Jeffrey Timmons los elementos son: Líder, oportunidad y recursos. De la teoría de Alan Gibb los elementos son: Motivación y determinación, idea y mercado, recursos, habilidades y del Modelo de Rodrigo Varela las etapas que se tomaron en cuenta son: Gusto, oportunidad, decisión, plan de empresa, recursos, gestión.

Para evidenciar con cada teoría cuales elementos incidieron en la creación de empresa de los egresados entrevistados, después de identificar estos elementos se analiza con cada uno de los egresados y cada elemento de las teorías de cada uno de los autores para que finalmente se concluye qué elementos son los que predominan en cada egresado, cuales son de manera general y cuáles de manera particular.

Tabla 85. Teoría de Albert Shapero

Egresados	Teoría de Albert Shapero						
	Autonomía	Toma de Riesgos	Deseabilidad	Factibilidad	Toma de Iniciativa	Acumulación de recursos	Administración
Jose Julián Ángulo Hernández	X	X	X		X	X	X
Mariela Segura Sánchez	X	X	X	X	X	X	X
Walter Rolando Gálvez Rendón	X		X	X	X	X	X
Hernán Darío Chaparro Ramos	X	X	X		X		X
Martha Viviana Tejada Gallego	X		X	X	X		X
Carolina Restrepo Franco	X		X		X	X	X
Yilmar Alzate Rodríguez	X		X	X	X		X
Fabián David Pérez Muñoz	X	X	X	X	X	X	X
Diana Constanza Marmolejo Castaño	X	X	X	X	X		X
Ricardo Mejía García	X	X	X		X		X

Fuente: Adaptado de la teoría de Shapero

Analizando la teoría de Albert Shapero, de acuerdo a las cinco características que este autor define y que marcan el “*evento empresarial*”, por el cual una persona decide cambiar su trayectoria vital y pasar a formar parte del grupo de empresarios con lo evidenciado en los casos demostrativos de los 10 egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá, se concluye que la Administradora de Empresas Mariela Segura Sánchez y el Tecnólogo en Electrónica Fabián David Pérez Muñoz presentan las características de toma de iniciativa, acumulación de recursos, administración, autonomía relativa y toma de riesgos, por las que finalmente pasan a ser parte del grupo de empresarios del Municipio de Tuluá.

De acuerdo a las fuerzas para el cambio de trayectoria vital de Shapero citado por Varela (2010:171-172), las que se evidenciaron en los egresados mencionados anteriormente fueron:

Impulsos positivos: Conocimiento de una empresa que le produce entusiasmo, apoyo de un mentor que lo orienta a la vida empresarial, invitación de una persona a asociarse en el desarrollo de su idea. Debido a que en su vida se presentaron personas que los orientaron y de cierta manera los encaminaron hacia la vida empresarial; en el caso de Mariela Segura fue un profesor del SENA donde ella estudió y en el caso de Fabián David fue su hermano mayor, quien los orientó por el desarrollo de software, y por este motivo él decidió estudiar Tecnología en electrónica para abarcar el mercado de desarrollo móvil que no se contemplaba en la empresa inicialmente.

Impulsos Negativos: Aburrimiento en la actividad que está realizando, poca satisfacción con lo que realiza, rebeldía frente a las reglas vigentes. Para el caso de Mariela Segura en su vida se evidenciaron estos tres impulsos negativos e influyeron en su decisión de creación de empresa, para el caso de Fabian David Muñoz sólo se presentó la rebeldía frente a las reglas vigentes.

Tabla 86. Teoría de David McClelland

Egresados	Teoría de David McClelland		
	Necesidad de Afiliación	Necesidad de Logro	Necesidad de Poder
Jose Julian Ángulo Hernández	X	X	
Mariela Segura Sánchez	X	X	
Walter Rolando Gálvez Rendón	X	X	
Hernán Darío Chaparro Ramos		X	
Martha Viviana Tejada Gallego	X	X	
Carolina Restrepo Franco		X	
Yilmar Alzate Rodríguez		X	X
Fabián David Pérez Muñoz	X	X	X
Diana Constanza Marmolejo Castaño		X	X
Ricardo Mejía García		X	X

Fuente: Adaptado de la teoría de McClelland

Analizando la teoría de David McClelland sobre las motivaciones al logro, poder y afiliación y comparándola con las motivaciones de los Diez egresados, se concluye que para el 50% de los egresados entrevistados la familia ha sido una motivación importante en su decisión de crear empresa es decir; que en Jose Julian Ángulo Hernández, Mariela Segura Sánchez, Walter Rolando Gálvez Rendón, Martha Viviana Tejada Gallego y Fabián David Pérez Muñoz, se presenta fuertemente la necesidad de afiliación.

Para Fabián David Pérez Muñoz, Diana Constanza Marmolejo Castaño, Yilmar Alzate Rodríguez y Ricardo Mejía García, se evidencia la necesidad de poder debido a que son personas que no están de acuerdo con las estructuras de poder y de ser liderados, ellos manifiestan su deseo de ser autónomos en su labor empresarial. Por otra parte para todos los egresados se presenta la necesidad del Logro ya que es su deseo realizar bien su trabajo y ser los mejores en lo que hacen. Les gusta establecerse metas y logros moderados y tomar riesgos calculados. Ya que McClelland citado por Varela (2010:174) afirma que:

..... Esta característica los hace afines al proceso empresarial, pues el empresario siempre está en la posición de tomar riesgos calculados, de determinar qué tan fácil es llevar a cabo una decisión identificando metas más y más elevadas pero alcanzables. Aman los retos que se alcanzan con algo de dificultad, aunque se quejen por ellos. Les gusta sobreponerse a dificultades, pues esas acciones son las que les producen satisfacción a su necesidad del logro.

Finalmente, se puede evidenciar que sólo Fabián David Pérez Muñoz cumple con los elementos de la teoría de McClelland sobre las motivaciones humanas y las relaciones de estas con el crecimiento económico.

Tabla 87. Teoría de Jeffrey Timmons

Egresados	Teoría de Jeffrey Timmons		
	Líder	Oportunidad	Recursos
Jose Julian Ángulo Hernández		X	x
Mariela Segura Sánchez	x	X	x
Walter Rolando Gálvez Rendón		X	x
Hernán Darío Chaparro Ramos		X	x
Martha Viviana Tejada Gallego		X	x
Carolina Restrepo Franco			
Yilmar Alzate Rodríguez			
Fabián David Pérez Muñoz	x	X	x
Diana Constanza Marmolejo Castaño			
Ricardo Mejía García			

Fuente: Adaptado de la teoría de Timmons

Analizando la teoría de Jeffrey Timmons se evidencia que Mariela Segura y Fabián David Pérez Muñoz se enmarcan dentro de su concepto de empresario líder, debido a que estos son empresarios que han creado la cultura, dirigen y actúan y tiene la habilidad de atraer a los miembros del equipo empresarial y de esta manera construir una gran fortaleza para la empresa. Con respecto al elemento de oportunidad empresarial se evidencia que el 60% de los egresados poseen esa primera gran habilidad que según Timmons citado en Varela (2010:184) es la de “ser capaz de identificar rápidamente si la idea tiene potencial de éxito empresarial y decidir cuánto tiempo y esfuerzo invertir”. Y es lo que hoy en día ha permitido posicionar su empresa en el municipio de Tuluá.

Por otra parte, con respecto al elemento de los recursos se evidencia que el 60% de los entrevistados han utilizado eficientemente los recursos maximizando sus utilidades y conservando su capital.

Finalmente Fabián David Pérez Muñoz se enmarca dentro de este modelo de creación de nuevas empresas, para este autor el proceso inicia con la detección de una oportunidad que el empresario sabe identificar y en el cual el líder empresarial tiene un rol importante que es orientar a la empresa haciendo frente a la incertidumbre y a la competencia del mercado, siendo la empresa Quality Colombia S.A sea una empresa desarrolladora de Software y aplicaciones Web y móviles, reconocida en el municipio de Tuluá y en otras ciudades del país

Tabla 88. Teoría de Alan Gibb

Egresados	Teoría de Alan Gibb			
	Motivación y determinación	Idea y mercado	Recursos	Habilidades
Jose Julián Ángulo Hernández	X	X	X	X
Mariela Segura Sánchez	X	X	X	X
Walter Rolando Gálvez Rendón	X	X	X	X
Hernán Darío Chaparro Ramos	X	X	X	X
Martha Viviana Tejada Gallego	X	X	X	X
Carolina Restrepo Franco	X	X	X	X
Yilmar Alzate Rodríguez	X	X	X	X
Fabián David Pérez Muñoz	X	X	X	X
Diana Constanza Marmolejo Castaño	X	X	X	X
Ricardo Mejía García	X	X	X	X

Fuente: Adaptado de la teoría de Gibb

Analizando la teoría de Alan Gibb se evidencia que el proceso de creación de empresa de los egresados entrevistados cumple con los componentes básicos de motivación y determinación, idea y mercado, recursos y habilidades. Que de acuerdo a la teoría de este autor son elementos que se presentan en el evento empresarial y que derivan en la creación de una nueva empresa.

Para el caso de todos los egresados entrevistados sus mayores motivaciones fueron el aspecto familiar, sus objetivos personales y la experiencia. Además todos realizaron un estudio de la competencia y la factibilidad de su idea, han administrado efectivamente sus recursos y poseen sus conocimientos y habilidades para desarrollar su quehacer.

Tabla 89. Modelo de Rodrigo Varela

Egresados	Modelo de Rodrigo Varela					
	Gusto	Oportunidad	Decisión	Plan de empresa	Recursos	Gestión
Jose Julian Ángulo Hernández	X	X	X		X	
Mariela Segura Sánchez	X	X	X		X	
Walter Rolando Gálvez Rendón	X	X	X	X	X	X
Hernán Darío Chaparro Ramos	X	X	X	X	X	X
Martha Viviana Tejada Gallego	X	X	X		X	
Carolina Restrepo Franco	X	X	X	X	X	X
Yilmar Alzate Rodríguez	X	X	X	X	X	X
Fabián David Pérez Muñoz	X	X	X	X	X	X
Diana Constanza Marmolejo Castaño	X	X	X	X	X	X
Ricardo Mejía García	X	X	X		X	

Fuente: Adaptado del Modelo de Varela

La etapa motivacional (gusto) la cumplen los Diez empresarios al igual que las etapas situacional (oportunidades) y la etapa de decisión (decisión), recursos y la etapa analítica (plan de empresa) la aplican el 60% de los egresados entrevistados y la etapa operativa (gestión) la cumplen el 60% de los entrevistados

La motivación se refuerza a medida que se identifican oportunidades, que se elabora el plan de empresa, que se han conseguido los recursos y la empresa despegue, hay toma de decisión en la zona de motivación, en la de selección de la oportunidad, en múltiples momentos de la elaboración del plan de empresa, con el concepto de empresa y con la motivación demostrada. Este modelo tiene que ver en forma directa en la gran decisión que las personas deben tomar para poder crear su propia empresa.

8.2 Caracterización de los factores que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá

Después de realizar un análisis de los diez casos demostrativos de los egresados que han creado empresa y comparar los hallazgos con las teorías de los autores que han estudiado el emprendimiento, se describen los factores identificados que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá, clasificándolos en factores motivacionales, cognitivos, sociales, económicos y del entorno.

En primer lugar, con respecto a los factores motivacionales, se encuentra que estos están relacionados con la necesidad del egresado de administrar su propio tiempo y dinero, ser independientes, creatividad, proactivos, perseverantes y tomar riesgos. En algunos de los casos demostrativos se evidencia que la familia es un factor que influye en la decisión de crear empresa, pero con respecto a los diez casos, este no es un factor determinante. Estos van más enfocados hacia las necesidades como individuos y a obtener lo que realmente les da tranquilidad y estabilidad laboral, familiar, emocional y económica.

En segundo lugar con respecto a los factores cognitivos, se reconoce que en los egresados emprendedores la educación ha sido un factor fundamental en el proceso de creación de empresa, ya que su quehacer está relacionado con la formación académica adquirida en su paso por la Universidad del Valle sede Tuluá, resaltando que los administradores de empresas afirman que las asignaturas que cursaron en su proceso de formación han sido de gran ayuda, porque estas les brindaron las herramientas administrativas para gerenciar su empresa, a diferencia de los tecnólogos en sistemas y tecnólogos en electrónica, quienes han adquirido estas competencias administrativas a través de su experiencia previa laboral y empresarial.

En tercer lugar con respecto a los factores sociales se evidencia que el tener un familiar emprendedor es un aspecto importante como modelo a seguir para crear su propia empresa, otro aspecto importante es una situación económica difícil por la que paso la familia en un momento dado, también en algunos casos se resalta la influencia religiosa de la familia a través de su vida.

En cuarto lugar con respecto a los factores económicos se encuentra que la acumulación de capital, es decir el ahorro, ha sido un factor fundamental para tomar la decisión de crear empresa, también destacándose que en el manejo del crédito son prudentes, es decir sólo acuden a este si es necesario, finalmente es

importante destacar que en los diez casos demostrativos los egresados emprendedores para mantenerse en el mercado y ser competitivos llevan a cabo procesos de innovación constantemente.

En quinto lugar con respecto a los factores del entorno es importante destacar que en el municipio de Tuluá y su zona de influencia, las principales vocaciones económicas son en primer lugar el comercio y en segundo lugar la prestación de servicios, evidenciándose esto, en los casos demostrativos de los egresados emprendedores, donde los administradores de empresas se enfocan en el comercio y los tecnólogos en sistemas y en electrónica en la prestación de servicios. Otro aspecto que influye en el deseo de crear empresa en los egresados es la falta oportunidades laborales relacionadas con su formación académica, el empleo no bien remunerado y el empleo informal.

9. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Después de describir los factores motivacionales, cognitivos, sociales, económicos y del entorno que inciden en el proceso de creación de empresa de los egresados de la Universidad del Valle Sede Tuluá, se propone a la Universidad una serie de programas que permitan fortalecer los factores cognitivos, económicos y del entorno, en los cuales la Universidad puede incidir a través de la formación académica y empresarial, con respecto a los factores motivacionales y sociales que son propios del individuo y su vida familiar la Universidad no puede incidir directamente en estos.

Con respecto a lo anterior, la Universidad del Valle sede Tuluá debe fortalecer el factor cognitivo a través de la generación de cambios en su estructura curricular con el fin de fomentar la educación empresarial en todos los programas académicos de pregrado. A continuación en la tabla 90, se describen los programas y proyectos que apuntan hacia el fortalecimiento del factor cognitivo.

Tabla 90. Programa para el fortalecimiento del factor cognitivo

Programa 1: Fomento de la educación empresarial en la Universidad del Valle Sede Tuluá	
Proyecto 1: Formación en competencias empresariales	
Actividades a desarrollar	Responsable (s)
Revisión de la malla curricular de los programas académicos de pregrado.	Escuelas y Facultades de los Programas Académicos de Pregrado
Definición de una línea transversal de cátedras empresariales durante todo el proceso de formación: Creatividad e innovación, liderazgo empresarial, mercado y finanzas, creación de nuevos productos y afines	Escuelas y Facultades de los Programas Académicos de Pregrado
Implementar como opción de trabajo de grado en todos los programas académicos de pregrado el desarrollo de planes de negocio que deriven en la creación de empresa.	Escuelas y Facultades de los Programas Académicos de Pregrado
Formación de docentes en competencias empresariales para que desde su quehacer orienten a los estudiantes y de respuesta a las necesidades del sector productivo de la región mediante la generación de ideas de negocio.	Dirección de la Sede Tuluá y Oficina de extensión y Proyección Social

Promoción de actividades como ferias empresariales, foros, seminarios, cursos, talleres, macro ruedas de negocio y demás actividades orientadas al fortalecimiento del emprendimiento.	Oficina de Extensión y Proyección Social y Coordinación de Centro CEDES
--	---

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, la Universidad del Valle Sede Tuluá debe fortalecer los factores económicos y del entorno, a través de talleres, seminarios y cursos enfocados en el manejo de los recursos económicos, la cultura del ahorro y fuentes de financiación públicas y privadas. Así mismo, se deben aprovechar las vocaciones económicas del municipio de Tuluá como son, el comercio y los servicios, a través de la creación de alianzas estratégicas con empresas de la región tanto públicas como privadas e instituciones de educación superior, con el fin de crear la red local de emprendimiento que apoye las iniciativas empresariales de estudiantes y egresados. A continuación en la tabla 91 se describen los programas y proyectos que apuntan hacia el fortalecimiento de los factores económicos y del entorno.

Tabla 91. Programa para el fortalecimiento de los factores económicos y del entorno

Programa 2: Fortalecimiento de la cultura empresarial en la Universidad del Valle Sede Tuluá	
Proyecto 1: Creación de redes y alianzas estratégicas con entidades que apoyen acciones de emprendimiento	
Actividades a desarrollar	Responsable
Desarrollo de acciones conjuntas entre diferentes organizaciones que permitan aprovechar las sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.	Dirección de la Universidad del Valle sede Tuluá
Creación de la red local de emprendimiento en el municipio de Tuluá en conjunto con instituciones de educación superior, entidades públicas y privadas, fundaciones, cajas de compensación, cámara de comercio, para la movilización de recursos que apoyen las iniciativas empresariales de los estudiantes y egresados.	Dirección y Oficina de Extensión y Proyección Social de la sede Tuluá
Proyecto 2: Fortalecimiento del Centro CEDES	

Actividades a desarrollar	Responsables
Fortalecimiento de las siguientes áreas de acción del centro CEDES: - Creación de empresa. - Estudio de empresas familiares en la región. - Desarrollo de competencias empresariales para el sector productivo - Observatorio de las MiPymes. - Incubadora de empresas. - Capacitación estudiantes y egresados en consultoría para la intervención y diagnóstico en MiPymes.	Coordinación del Centro CEDES
Realización de un diagnóstico de las empresas comerciales y de servicios del municipio de Tuluá para la formulación de planes de negocio, asesorías, consultorías y fortalecimiento de las empresas actuales.	Coordinación del Centro CEDES
Realización de un concurso anual que estimule la creatividad, innovación y generación de oportunidades empresariales.	Coordinación del Centro CEDES
Creación de un evento empresarial en el que los egresados emprendedores socialicen sus experiencias de éxito y fracaso en su proceso de creación de empresa.	Coordinación del Centro CEDES
Proyecto 3: Mercadeo de Las ideas de negocio de los egresados de la Universidad del Valle	
Actividades	Responsables
Ofrecimiento de servicios al sector empresarial: Asesorías, formulación de planes de negocio	Coordinación de Extensión y Proyección Social
Mercadeo de las capacidades de los profesores en la solución de los problemas empresariales de la región.	Coordinación de Extensión y Proyección Social
Mercadeo de las innovaciones desarrolladas al interior de la Universidad	Coordinación de Extensión y Proyección Social

Fuente: Elaboración propia

Los programas mencionados anteriormente son propuestas para que la Universidad del Valle Sede Tuluá aproveche los factores identificados que inciden en el proceso de creación de empresa de sus egresados y fortalezca el

emprendimiento y la educación empresarial, desarrollando como eje transversal el emprendimiento en los programas académicos de pregrado como una manera de contribuir a la formación de un egresado para promover cambios en la economía, y hacer de este un profesional autónomo preparado para asumir riesgos calculados, administrar los recursos económicos y tomar la decisión de crear empresa , de esta manera romper el paradigma del egresado Univalluno como empleado. Así mismo formar a los docentes en competencias empresariales y fortalecer el centro CEDES, porque a través de este se pueden realizar alianzas estratégicas, crear redes locales de emprendimiento y financiación convirtiéndose en un apoyo para el cumplimiento de estos programas.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de conocer la percepción de los estudiantes, docentes y los egresados de la Sede Tuluá, se evidencia que el currículo de los Programas académicos de Ingeniería de Sistemas, Tecnología en Electrónica, Tecnología en Alimentos, Tecnología en Sistemas de Información y Trabajo social no contemplan en su formación asignaturas que fomenten, incentiven u orienten a los estudiantes hacia la creación de empresa, estos son sólo enfocados a difundir el conocimiento propio del área, pero no a prepararlos para una vida laboral como empresarios, ni incentivar en los estudiantes una cultura empresarial.

De acuerdo a lo anterior, con respecto a la percepción de los docentes entrevistados, la mayoría afirmó que, aunque en algunas de las asignaturas que estos imparten no se contempla el tema de emprendimiento o la creación de empresa, estos de alguna manera generan el espacio en el aula de clase para fomentarlo. Teniendo en cuenta lo anterior, la Universidad del Valle desde cada una de sus Facultades y Escuelas podría reestructurar la malla curricular de los programas académicos de pregrado, de tal forma que se defina una línea transversal a la formación, involucrando asignaturas relacionadas con emprendimiento, tales como, creación de empresas, legalidad de las empresas, liderazgo empresarial, mercadeo y creatividad e innovación, entre otras, ya que de acuerdo a la percepción de los estudiantes encuestados la mayoría de estos, deseaba que en las asignaturas se incluyera como parte del contenido programático, temas relacionados con: Financiación de proyectos o ideas de negocio, innovación y creatividad, obtención de recursos, estudio del entorno, legalidad de las empresas, mercadeo y liderazgo empresarial. Además de incluir en los programas académicos como opción de trabajo de grado, el desarrollo de planes de negocio que deriven en la creación de empresa.

Con respecto a lo anterior es importante resaltar que al consultar a los docentes sobre las estrategias que la sede Tuluá implementa para fomentar el emprendimiento, la mayoría a excepción de los docentes de administración de empresas, desconoce el Centro CEDES y las actividades que este realiza en la Sede, por el contrario quienes conocen el centro afirman que se ejecutan actividades aisladas y que deberían hacerse de una manera integrada entre los programas académicos de pregrado que se ofertan en la actualidad. Debido a esto, es importante que la sede Tuluá fortalezca el Centro de Emprendimiento y Desarrollo de la Universidad del Valle sede Tuluá (CEDES), definiendo líneas de acción que generen propuestas de valor y respondan a las necesidades de la región y el sector productivo, con el fin de fortalecer la cultura del emprendimiento en toda la comunidad universitaria.

Por otra parte, al comparar o referenciar la Universidad del Valle frente a los programas y modelos de emprendimiento de otras instituciones de educación superior como Icesi, Sena, Ean, San Buenaventura, Universidad Libre de Cali y Universidad Javeriana, se evidencia que la Universidad del Valle aunque ha realizado trabajos relacionados con emprendimiento, esta área no está desarrollada como en estas instituciones de educación superior, las cuales son referente a nivel nacional por sus programas de emprendimiento, proyectos, fuentes de financiación, relación universidad-empresa-estado, creación de alianzas estratégicas para el apoyo de las ideas empresariales de los estudiantes y egresados.

De acuerdo a lo anterior es importante resaltar la percepción de los egresados de la Sede Tuluá que decidieron como proyecto de vida ser empresarios, aunque la mayoría manifiesta que la Universidad los ha formado muy bien y les ha brindado los conocimientos necesarios para su quehacer en la empresas que hoy en día poseen, son muy enfáticos en decir, que la Universidad no los motivó ni fomentó en ellos el espíritu empresarial, fueron otros, los factores que incidieron en su proceso de creación de empresas , dentro de los cuales se identificaron: En primer lugar, factores motivacionales, referentes a cualidades propias de cada egresado como el deseo de ser independientes, manejar su tiempo y su dinero, tomar riesgos moderados y ser su propio jefe. En segundo lugar factores cognitivos donde los egresados afirman que el conocimiento académico adquirido ha sido vital para el desarrollo de su actividad diaria, En tercer lugar dentro de los factores sociales, en la mayoría de los casos demostrativos se evidencia la existencia de un familiar emprendedor como modelo a seguir para construir su proyecto de vida, así como la religión y las situaciones económicas críticas que por algún momento pasaba la familia, incentivaron la creación de empresa; en cuarto lugar el factor económico está relacionado con la cultura del ahorro, el manejo del crédito, la capacidad de movilizar recursos evidenciándose que los egresados emprendedores de la Universidad del Valle sede Tuluá iniciaron sus empresas con recursos propios mediante el ahorro y sólo decidieron acceder al crédito cuando pensaron en el crecimiento de la empresa; en quinto lugar el factor del entorno donde se evidencia que en el municipio de Tuluá se caracteriza en mayor proporción por actividades económicas como el comercio y empresas de bienes y servicios, lo cual ha representado una oportunidad para la creación de empresa para los egresados emprendedores, otro aspecto importante a mencionar es la poca oferta laboral relacionada con su formación académica y el empleo no bien remunerado siendo aspectos relevantes que se presentan en la vida del egresado emprendedor por lo cual decide crear empresa.

Recomendaciones

- Se sugiere a la Universidad del Valle replantear la malla curricular de sus programas académicos, incluyendo asignaturas relacionadas con emprendimiento y cultura empresarial. Además de brindar como alternativa de trabajo de grado el desarrollo de planes de negocio que deriven en la creación de empresa.
- Se sugiere a la Universidad del Valle extender a la Sede Tuluá los programas y alianzas que se establezcan en el programa “Emprendedores Univalle” y la Red Regional de Emprendimiento del Valle del Cauca, con el personal idóneo y los recursos necesarios para ello.
- Se sugiere a la Universidad del Valle sede Tuluá formar a los docentes en competencias empresariales, siendo unos actores importantes para el fortalecimiento de una cultura de emprendimiento.
- Se sugiere a la Universidad del Valle Sede Tuluá trabajar de manera conjunta con el Programa “Emprendedores Univalle” de la sede principal de la universidad.
- Se sugiere a la Universidad del Valle sede Tuluá reestructurar el centro CEDES, de tal manera que se brinde apoyo las iniciativas de negocio de estudiantes y egresados de todos los programas académicos de la Sede, contando con un grupo interdisciplinario que apoye estos procesos.
- Se sugiere a la Universidad del Valle Sede Tuluá establecer alianzas estratégicas con otras instituciones de educación superior, entidades gubernamentales, sectores productivos y cámaras de comercio del municipio con el objetivo de crear proyectos y definir fuentes de financiación que permitan apoyar las ideas de negocio tanto de estudiantes como de egresados de la Sede Tuluá.
- Se sugiere a la Universidad del Valle Sede Tuluá fomentar y apoyar con los recursos necesarios la realización de encuentros académicos e investigativos relacionados con emprendimiento, conferencias, visitas empresariales, ferias empresariales, foros, macro ruedas de negocios, concursos y actividades orientadas a la promoción de una cultura empresarial que sean transversales a todos los programas académicos que se ofertan en la Sede.

11. REFERENCIAS

Ahlstrand, Bruce; Lampel, Bruce; Mintzberg, Henry: (2010). Safari a la estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico. Buenos Aires: Editorial Granica.

Betancourt Guerrero, Benjamín (2011). Entorno organizacional. Análisis y diagnóstico. Cali Colombia, Universidad del Valle: Editorial@univalle.edu.co.

Betancourt Guerrero, Benjamín (2010). Análisis sectorial y competitividad. Santiago de Cali, Colombia: Editorial POEMIA.

Betancourt Guerrero, Benjamín (2013). Serie de emprendimiento, Modulo 1: Introducción a la teoría del emprendimiento. Grupo de investigación-previsión y pensamiento estratégico. Universidad del Valle.

Betancourt Guerrero, Benjamín (2013). Benchmarking Competitivo un enfoque práctico. Facultad de ciencias de la administración. Universidad del valle.

Betancourt Guerrero, Benjamín (2013). Guía practica para planes estratégicos. Direccionamiento estratégico para grupos de investigación. Facultad de ciencias de la administración. Cali Colombia, Universidad del Valle

Betancourt B. (2012). Presentaciones guías de curso Previsión y Pensamiento Estratégico. Universidad del Valle.

Cardona, González Carolina; Rincón, Ahumada Elizabeth (2013). Planteamiento de un modelo metodológico de formación de emprendedores basado en competencias que contribuya al fortalecimiento del emprendimiento social y empresarial para la región del valle del Cauca. (Tesis de pregrado). Universidad del Valle. Tuluá.

Dávila Ladrón de Guevara, Carlos (2012). Empresariado en Colombia: Perspectiva histórica y regional. Santafé de Bogotá Colombia, Universidad de los Andes: Ediciones UniAndes.

Lerma Gonzales, Héctor Daniel (2009). Metodología de la investigación, propuesta, anteproyecto y proyecto. Cuarta edición. Santafé de Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones Ltda.

Méndez Álvarez, Carlos Eduardo (1998). Metodología, guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas. Segunda edición. Santafé de Bogotá, Colombia: D´VINNI EDITORIAL LTDA.

Mintzberg H, Ahlstrand B y Lampel J. (1998). Safari a la Estrategia: Una visita guiada por la jungla del management estratégico. Argentina: Ediciones Granica S.A.

Morales Chávez, Hollmann (1999). A puro pulso. Santafé de Bogotá, Colombia: Licencia de Editorial Printer Latinoamericana Ltda.

PÉREZ M. (1990) Guía práctica de Planeación Estratégica. Universidad del Valle, Cali Colombia.

Rizo, H.J. (1999). Apuntes para la historia regional del Valle del Cauca. Santiago de Cali, Valle del Cauca: Corporación Universitaria Autónoma de Occidente.

Universidad Del Valle (2005). El origen de la Universidad del Valle y su contexto histórico: 60 años 1945-2005. Santiago de Cali, Valle del Cauca: Universidad del Valle.

Universidad Del Valle (2010). Universidad del Valle. 65 años de excelencia. Santiago de Cali, Valle del Cauca: Programa Editorial Universidad del Valle.

Universidad Del Valle (1995). Universidad del Valle. Cincuenta años. Santiago de Cali, Valle del Cauca: Universidad del Valle.

Varela Villegas, Rodrigo (2006). Innovación empresarial: Arte y ciencia en la creación de empresas. Educación empresarial. Cali Colombia: Editorial PEARSON Educación.

ARTICULOS DE REVISTA

Gadar, Kamisan; and Yeop Yunus, Nek Kamal (2009). The influence of personality and socio-economic factors on female entrepreneurship motivations in Malaysia. International Review Of Business Research Papers, 5 (1), 149-162.

Global Entrepreneurship Monitor. (2010). GEM Colombia. 1-19. http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/541.

Luna, Vilchis Patricia; Muro, González Víctor Gabriel. El perfil del empresario y la empresa de software en Querétano. México. UAQ. 3-12.

Marín, María Elisa. (2010). Perfil emprendedor de los gerentes de las empresas lácteas del municipio Colon del estado Zulia. 120-134.

Marqués, Carla Susana; Ferreira, Joao; Rodrigues, Ricardo Gouveia; Ferreira, Maritza. (2010, 06 de abril). The contribution of the entrepreneurial petential of

university students: a SEM approach. Springer Science+Business Media, LLC. 255-278.

Páez y García (2011). Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. Artículo de la Universidad Nacional.

Rodríguez (2008). El emprendimiento en Colombia. Artículo Unilibre Cali.

Varela, Rodrigo; PhD. Jiménez, Jorge. (1986). Características de las empresarias de Cali y análisis comparativo con los empresarios de Cali. Centro de desarrollo des espíritu empresarial-ICESI-, (18), 71-79. Consultado en: http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/item/3918

Veeraraghavan, Vimala. (2009, 1ro de Enero a Marzo). Entrepreneurship and innovation. Asia-Pacific Business Review. V, (1), 14-20.

Villanueva, Javier. (2013). El crecimiento y el ciclo económico: La visión Schmpeteriana. Boletín de lecturas sociales Y económicas. UAC.FCSE, (13), 11-16.

PAGINAS WEB

Alcaldía de Tuluá. Recuperado de: <http://www.tulua.gov.co/mapas.shtml>.

Anuario Estadístico Tuluá (2010). Alcaldía Municipal de Tuluá. Recuperado de: [http://: www.alcaldiatuluá.gov.co](http://www.alcaldiatuluá.gov.co).

Autores colombianos sobre casos demostrativos en emprendimiento. Recuperado de: <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/investigaciones>.

Asociación Colombiana de Universidades. Recuperado de: <http://www.ascun.org.co>.

Betancourt Guerrero, Benjamín (2004). La capacidad emprendedora y el desarrollo de nuevas empresas. Cuadernos de administración/Universidad del Valle/Nº 32. Pp. 109-136. Recuperado de: http://cuadernosadm.univalle.edu.co/Articulos/32-Cuadernos_de_Administracion_%28Diciembre-2004%29/32-%2805%29_La_capacidad_emprendedora_y_el_desarrollo_de_nuevas_empresas_%28B._Betancourt%29.pdf.

Betancourt Guerrero, Benjamin (2004). Cuadernos de administración N° 31. Recuperado de: http://cuadernosadm.univalle.edu.co/ediciones_anteriores_cuatro.html).

Colombia aprende. La red del conocimiento. Recuperado de: <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/productos/1685/article-226969.html>

Consejo Nacional de Política Económica y Social (conpes). Recuperado de: www.dnp.gov.co/CONPES.aspx.

Dane, Boletín de prensa, Mayo de 2013 Edad promedio de estudiantes en Colombia. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/bol_inactividad_ene_13_mar13.pdf.

Educación en emprendimiento: Fortalecimiento de competencias emprendedoras en la Pontificia Universidad Javeriana Cali. Recuperado de: http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_11/SATIZABAL.pdf.

El sistema de educación superior de Colombia (CNA). Recuperado de: www.cna.gov.co/1741/article-187279.html.

Federación Nacional de Profesores Universitarios. Recuperado de: <http://www.fenalprou.org.co>

Gadar, Kamisan, y Yunus Yeop, Nek Kamal (2009). The influence of personality and socio-economic factor son female entrepreneurship motivations in Malaysia. International Review Of Business Research Papers. Vol. 5 N° 1. Pp. 149-162. Recuperado el 05 de diciembre de 2012, de www.bizresearchpapers.com/...2009.../12.%20K.

Informe Nacional sobre el desarrollo de la educación en Colombia (2001). Recuperado de: www.ibe.unesco.org/International/ICE/natrap/Colombia.pdf.

Instituciones conectadas a RENATA. Recuperado de: <http://www.renata.edu.co/index.php/instituciones-conectadas-a-renata.html>.

Instituciones de Educación Superior que fomentan el emprendimiento. Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co>.

La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos. Orientaciones generales. Recuperado de: <http://es.scribd.com/doc/152465983/Articles-307150-Archivo-PDF-Guia39>

DNP » PortalWeb » Educación Superior. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/PortalWeb/Programas/Educaci%C3%B3nyculturasaludem>

pleoypobreza/Subdirecci%C3%B3ndeEducaci%C3%B3n/Educaci%C3%B3nSuperior/tabid/284/Default.aspx.

La institución Icetex. Recuperado de: <http://www.icetex.gov.co/portal/Default.aspx?tabid=149>.

Ley de emprendimiento. Recuperado de: <http://www.mineduacion.gov.co>

Mapas de Tuluá. Recuperado de: <http://www.tulua.gov.co/mapas.shtml>.

Ministerios de Educación Nacional- MEN- <http://www.mineduacion.gov.co/1621/w3-propertyvalue-43808.html>).

Minuto de Dios- Planeación y Desarrollo. Recuperado de: http://planeacion.uniminuto.edu/index.php?option=com_content&task=view&id=179&Itemid=177).

Navarrete Alfonso. Origen y evolución de nuevas empresas de Amar V. Bhidé. Istmo Liderazgo con valores. Edición: 266 Sección: Biblioteca empresarial. Recuperado de: http://istmo.mx/2003/05/biblioteca_empresarial_origen_y_evolucion_de_nuevas_empresas_de_amar_v_bhide/.

Páez S, Diana P, y García R, Johana C (2011). Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 71, pp. 52-69. Universidad EAN. Bogotá, Colombia. Recuperado de: redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20623157005.

Página del Servicio Nacional de Aprendizaje. Recuperado de: <http://www.sena.edu.co>

Plan Sectorial de Educación 2010-2014. Recuperado de: http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-93647_archivo_pdf_plansectorial.pdf.

Política de emprendimiento. Recuperado de: http://www.competitividadantioquia.com/CRC/sites/default/files/documentos/biblioteca/politica_de_emprendimiento-_julio_2009.pdf
CIAT, Políticas en síntesis. Recuperado de: http://planipolis.iiep.unesco.org/upload/Colombia/Colombia_plan_sectorial.pdf.

Política Nacional de competitividad y productividad. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/CONPES/DocumentosConpes.aspx>.

Política Nacional de emprendimiento. Ley 1014 de 2006, Recuperado de: <https://www.mincomercio.gov.co/minindustria/publicaciones.php?id=16435>.

Problemas que afectan el proceso de crecimiento empresarial. Recuperado de: <http://www.virtual.edu.co/cursos/sedes/Manizalez>

RENATA. Recuperado de: <http://www.renata.edu.co/index.php/quienes-somos-identidad-y-objetivos-de-renata.html?start=1>.

Reseña histórica de Tuluá. Recuperado de: <http://www.valledelcauca.gov.co/publicaciones.php?id=30#Resena>.

Rodríguez Ramírez Alfonso (2008). El emprendimiento en Colombia. Universidad Libre de Cali, Colombia. Revista Entramado de la Facultad de Ciencias de la Administración, Vol. 4. Núm. 2 Julio-Diciembre 2008, pp. 20-37. Recuperado de: [http://www.unilibrecali.edu.co/entramado/images/stories/pdf_articulos/volumen4-2/El emprendimiento en Colombia vol 4 num2.pdf](http://www.unilibrecali.edu.co/entramado/images/stories/pdf_articulos/volumen4-2/El%20emprendimiento%20en%20Colombia%20vol%204%20num2.pdf).

Red Nacional Académica de Tecnología Avanzada (RENATA). Recuperado de: <http://www.renata.edu.co/index.php/quienes-somos-identidad-y-objetivos-de-renata.html>.

Sánchez, Villalobos Javier. [www.uami.wikispaces.com/la escuela empresarial](http://www.uami.wikispaces.com/la+escuela+empresarial).

Sistema de Prevención y Análisis a la Deserción en las Instituciones de Educación Superior (SPADIES). Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/w3-propertyvalue-43808.html>)

Universidad del Valle/ Cali Colombia. Sistema de Regionalización. Recuperado el 02 de Octubre de 2012. De www.univalle.edu.co/.

Universidad del Valle, sede Tuluá. Reseña histórica. Recuperado el 05 de Octubre de 2012. De orientacion.universia.net.co › Inicio › Universidades.

Universidad del Valle /Cali Colombia. Procesos Universidad del Valle. Recuperado el 01 de Abril de 2013. <http://procesos.univalle.edu.co/05-extension-y-proyeccion.html>.

Universidad del Valle, Colombia. Recuperado de: <http://www.univalle.edu.co/plandesarrollo/4-analisis-estrategico.html>).

Universidad ICESI. Recuperado de: <http://www.icesi.edu.co>.

Universidad Javeriana. Recuperado de:
http://pujportal.javeriana.edu.co/portal/page/portal/PORTAL_VERSION_2009_2010/es_inicio.

Universidad EAN. Recuperado de: <http://www.E.A.N.edu.co>

www.cna.gov.co/1741/article-187279 el sistema de educación superior en Colombia. Plan sectorial de educación 2010-2014