

Revista Clío América | ISSN: 1909-941X | Vol. 10 | No. 20 | Julio - Diciembre de 2016 | 126 - 138

DOI: <http://dx.doi.org/10.21676/23897848.1872>

El emprendimiento en la Fundación Universitaria Tecnológico COMFENALCO 2006-2015

The entrepreneurship in the Foundation University Technological COMFENALCO 2006-2015

Resumen: El propósito de este trabajo es realizar un análisis a las empresas creadas por egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contable de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco (Futco) en la ciudad de Cartagena, al igual que las fuentes de financiación utilizadas. La muestra estudiada fueron 20 emprendimientos. La recopilación de la información se efectuó a través de la aplicación de entrevistas y encuestas. De las 25 empresas creadas gracias al Programa de Emprendimiento de la Futco, el 80% corresponden a egresados de la Facultad Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. El 40% fueron constituidas como Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS). En lo relacionado con las actividades económicas, el 30% corresponden a comercio al por mayor y menor. El 85% de las iniciativas empresariales materializadas se realizaron por oportunidad. El 75% de los emprendedores estudiados manifestó la inexistencia de apoyo por parte de la institución. Igualmente, a los emprendedores se les preguntó desde cuándo concretaron sus iniciativas empresariales y respondieron que en el 55% después de egresados. Con respecto a la financiación, el 85% de los emprendedores estudiados empezaron sus actividades empresariales con recursos propios.

Palabras clave: Emprendimiento, Emprendedores, Financiación, Mipyme, Universidad.

JEL: A230

Abstract: The purpose of this paper is to analyze companies created by graduates of the Faculty of Economics, Management and Accounting Sciences University Foundation Technology Comfenalco (Futco) in the city of Cartagena, as well as the funding sources used. The sample were 20 enterprises. The collection of information was carried out through the application of interviews and surveys. Of the 25 companies created thanks to the Entrepreneurship Program Futco 80% are graduates of the Faculty Economics, Management and Accounting. 40% were incorporated as Simplified Corporations (SAS). In relation to economic activities, 30% are wholesale and retail. 85% of the realized business initiatives were made by chance. 75% of entrepreneurs surveyed said the lack of support from the institution. Similarly, entrepreneurs were asked from when materialize their business initiatives and responded to in 55% after graduates. With regard to funding, 85% of surveyed entrepreneurs started their business activities with its own resources.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneur, Financing, Mipyme University.

Álvaro Argemiro Álvarez-Sampayo

Msc. En Desarrollo Empresarial, Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Cartagena, Colombia.
Email: alalsa54@yahoo.es

Jaime Eduardo González-Díaz

Msc. En Desarrollo Empresarial, Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Cartagena, Colombia.
Email: jegd02@yahoo.com

Luis Vergara-Gómez

Msc. En Desarrollo Empresarial, Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, Cartagena, Colombia.
Email: lvergarag@tecnocomfnalco.edu.co

Tipología:

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Fecha de Recibido:

Mayo 03 de 2016

Fecha de Aceptación:

Octubre 04 de 2016

Para citar este artículo:

Álvarez, S. A., González, D. J., & Vergara, G. L. (2016). El emprendimiento en la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco 2006-2015, Clío América, 10 (20), pp. 126 - 138

Introducción

Pese a que las pequeñas y medianas empresas constituyen hoy en día un eslabón importante de la actividad económica del país persisten muchas dificultades que afectan a estas:

las restricciones al crédito, las dificultades en la identificación y acceso a la tecnología adecuada, la formalización y absorción de nuevas tecnologías, las limitaciones técnicas y competitivas que imponen las escalas de producción, la deficiente infraestructura física, la falta de asociatividad empresarial, la carencia de directivos con capacidad gerencial y pensamiento estratégico y la dificultad de cimentar la articulación del sector con la gran empresa y con los sistemas de compras estatales (Hernández, A. Marulanda, C. López, M. 2014. p. 112).

La Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco es una institución de educación superior ubicada en la ciudad de Cartagena de Indias (Colombia), “que concibe la educación como un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de manera integral en los campos de la ciencia, la técnica, la tecnología, las humanidades, el arte y la filosofía” (Estatuto Docente. 2003. P. 4). Desde hace más de una década, el Tecnológico Comfenalco ha venido desarrollando el fomento emprendedor a partir de diferentes acciones en la cual participan los estudiantes con el apoyo de los docentes en el desarrollo de sus proyectos de emprendimiento e iniciativas empresariales.

En el Proyecto Institucional de la cultura de innovación y emprendimiento, el Tecnológico Comfenalco adapta la definición de IESE Business School la cual dice que “innovar es llevar nuevas ideas a la realidad, con un impacto significativo en el contexto”. Igualmente, asume la definición de emprendimiento de la Ley 1014 o Ley de fomento al emprendimiento, quien define al emprendimiento como “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo

equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad (Vilá y Muñoz-Nájar, 2007).

Smith, Lovera y González (2008) señalan que el factor emprendedor estaba en todas las acciones humanas y su propósito era identificar las oportunidades que existían en el mercado. Este concepto es el común denominador que se hace visible en todos los innovadores y emprendedores y está representado por una serie de comportamientos en los que se refleja entre otros, la motivación, creatividad del individuo a la hora de identificar oportunidades, crear valor a partir de ideas, para crear nuevos proyectos que impacten su entorno, asumiendo riesgos, atraído por la realización personal, el deseo de divertirse, soñar y tener pasión por su iniciativa. Es posible que estas capacidades sean innatas en muchos de nuestros estudiantes, pero yacen dormidas bajo la incertidumbre, esperando ser potencializadas en el desarrollo de su aprendizaje.

Con respecto a la enseñanza de emprendimiento, el modelo del Tecnológico se sustenta en las concepciones de Freire (2008), el cual se basa en las capacidades que el emprendedor puede adquirir y no en las capacidades innatas de la llamada mentalidad emprendedora. Es decir:

El ser humano posee un área donde se desarrollan capacidades innatas inmodificables y un área donde se desarrollan capacidades modificables, y en la intersección de estas se encuentra el área gris de lo tal vez modificable, en el cual se encuentra el denominado espíritu empresarial. (p. 9)

Bajo ese mismo enfoque, la Institución asume el propósito misional de desarrollar una cultura de innovación y emprendimiento que pueda permear positivamente a toda la comunidad académica. Para ello se hace mención de los conceptos de cultura de Baskerville (2005). Así la mentalidad o capacidad innovadora y emprendedora puede adquirirse en forma de competencias y es su responsabilidad la de facilitar la adquisición de estas en cualesquiera de los escenarios académicos donde participa el estudiante.

Por todo lo anterior, la institución define su concepto de cultura de innovación y emprendimiento como el conjunto de comportamientos, definidos, valorados, aceptados y transmitidos socialmente en nuestra comunidad académica, orientados a reconocer oportunidades a través de nuevas ideas, crear valor en torno a estas, para que solucionen problemas y satisfagan necesidades del contexto y explotar los resultados que se deriven de ello, que se expresan a través de los valores institucionales, normas, actitudes, hábitos, y procesos cognitivos, en su quehacer diario y se incorporan en él, a través del desarrollo de competencias.

Esta investigación describe cómo ha sido el proceso de la cultura emprendimiento desarrollada en la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de Cartagena en el periodo 2006-2015; también tiene como objetivo describir las iniciativas empresariales que fueron materializadas por parte de los egresados de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco¹ de Cartagena en el periodo 2006-2015 y da a conocer las fuentes de financiación empleadas en su inicio y en su operación comercial. De igual forma, se detallan de qué tamaño son las iniciativas empresariales concretadas y en qué sector económico de encuentran; lo mismo de qué manera fueron constituida legalmente; y los empleos generados.

Metodología

Para el presente estudio se adoptó un diseño de investigación no experimental, pues sólo se pretende relacionar los emprendimientos concretados en la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de Cartagena Futco y las fuentes de financiación empleadas para su inicio y operación, no se van a manipular ni a controlar variables. Igualmente, el diseño será longitudinal, pues el propósito es describir los proyectos de negocios concretados por los emprendedores de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de la Ciudad de Cartagena en el período 2006-2015 y las fuentes de financiación que apalancaron la implementación y desarrollo de los mismos. De otro lado el enfoque de la in-

vestigación es mixto o integrado; ya que manejan técnicas cuantitativas (encuestas) y cualitativas (entrevistas).

La presente investigación tiene carácter descriptivo en vista de que analiza el emprendimiento desarrollado en la Futco, al igual que las fuentes de financiación utilizadas para ejecutar las iniciativas empresariales y detallar las fuentes financieras existentes –Públicas y Privadas que apoyan el emprendimiento.

La población que se estudió está representada por los egresados emprendedores de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, los cuales concretaron sus iniciativas empresariales en el período de estudio. El número total de emprendedores existentes en los registros no oficiales de los coordinadores de emprendimiento de la Facultad y del centro institucional de emprendimiento son de 25 emprendedores. Se tomó una muestra de 20 emprendedores, cuyo criterio de selección fue no probabilístico por conveniencia. Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron la encuesta y la entrevista. El procesamiento de la información se realizó de la siguiente forma: Análisis estadístico para procesar las encuestas para este trabajo se utilizó como apoyo la hoja de Excel debidamente tabulada. Igualmente, para la entrevista se aplicó análisis de contenido.

Del documento *“Proyecto Institucional de la cultura de innovación y emprendimiento”* elaborado por el Centro de emprendimiento de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco de Cartagena (Jiménez, 2014), se extrae y se dan a conocer los referentes teóricos que se mencionan a continuación, sobre los cuales la Institución se apoya para desarrollar la cultura del emprendimiento e innovación.

La innovación y el emprendimiento ha sido recientemente, en las sociedades occidentales, una de las mayores fuentes de generación de riqueza, lo cual evita la dependencia de los recursos naturales que poco valor agregado aporta al desarrollo de un país. La construcción teórica de esta disciplina tiene referentes que en su conjunto han desarrollado la base fundamental del ejercicio de estos conceptos. En primera instancia referenciamos entre los difer-

1. Caja de Compensación Familiar de Fenalco-Andi.

entes significados de innovación el concepto del diccionario de la Real Academia Española (citado por Bueno y Morcillo, 2003), que define innovar como “mudar o alterar las cosas introduciendo novedades”.

En el ámbito de la economía de la empresa, se han efectuado múltiples definiciones; diversos autores dentro de sus artículos retoman algunas definiciones entre las que se puede destacar que “la innovación es el proceso mediante el cual, a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad, se desarrolla un producto, técnica servicio útil” (Escorsa y Valls, 2003), o que innovación “es el conjunto de actividades, inscritas en un determinado período de tiempo y lugar, que conducen a la introducción con éxito en el mercado, por primera vez, de una idea en forma de nuevos o mejores productos, servicios o técnicas de gestión y organización” (Escorsa y Valls, 2003).

Al final de varios procesos de análisis de referentes teóricos internacionales y el acompañamiento de la empresa Alias Group, se llegó a la conclusión de que, como punto de partida el Tecnológico Comfenalco adopta la definición de IESE Business School, planteada por Vilá y Muñoz-Nájar (citado por Jiménez, 2014), la cual dice que “*Innovar es llevar nuevas ideas a la realidad, con un impacto significativo en el contexto*”.

De la misma manera, existen diferentes aproximaciones al concepto de emprendimiento, las cuales datan del siglo XVIII a partir del concepto *entrepreneur* planteado por Cantillon, quien lo define como “*agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto*”. Así mismo, esta temática fue tratada por diferentes economistas clásicos, como Smith, Say, Mill, Marshall, Schumpeter, Hayek, entre otros. El emprendimiento desde la economía de acuerdo a Schumpeter es que el emprendedor se centra en la creación: Crea el desequilibrio; calcula la ventaja (ganancia) de su “nueva combinación” nuevo producto/proceso; crea nuevas alternativas que amenazan la viabilidad de muchos productos/procesos existentes.

Entre las versiones más recientes está la planteada por la Ley 1014 o Ley de fomento al emprendimiento

expedida por el Congreso de Colombia, que define el emprendimiento *como* “Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad” (Ministerio de Comercio, Industria y Tecnología, 2006).

Si bien los conceptos de innovación y emprendimiento han logrado desarrollar independientemente un acervo teórico representativo, para la construcción de esta competencia genérica es importante referenciar las corrientes de pensamiento que definen y conciben el desarrollo de la innovación y el emprendimiento como un proceso complementario y compartido.

En ese sentido, Smith, Lovera y González (2008), de alguna forma comparten la concepción teórica clásica de Schumpeter que relaciona la innovación y el emprendimiento percibe al emprendedor como una persona extraordinaria que promueve innovaciones para revolucionar los patrones de producción que a su vez generan la prosperidad de la economía, este ejercicio lleno de incertidumbres requería de capacidades técnicas, experiencia y el desarrollo de una gran intuición y estrategia, que estaban presentes en una fracción de la población.

En igual sentido el Manual de Oslo (2006) esboza la importancia de los trabajos de Schumpeter en las teorías de la innovación y emprendimiento, al plantear que el desarrollo económico está influenciado por la innovación, a través de un proceso de “destrucción creativa”, donde las tecnologías nuevas reemplazan a las antiguas.

Para la Escuela austriaca liderada por Mises, Hayek y Kizner a diferencia de Schumpeter, consideraban que el factor emprendedor estaba en todas las acciones humanas y su propósito era identificar las oportunidades que existían en el mercado. Se ha logrado establecer que tanto en la innovación como en el emprendimiento moderno coexisten ambas corrientes (Schumpeter-Escuela austriaca) y son necesarias para la generación de riqueza, para ello se debe tejer

el espíritu innovador y emprendedor a lo largo de la sociedad (Smith, Lovera y González, 2008).

Este concepto es el común denominador que se hace visible en todos los innovadores y emprendedores y está representado por una serie de comportamientos en los que se refleja entre otros, la motivación, creatividad del individuo a la hora de identificar oportunidades, crear valor a partir de ideas, para crear nuevos proyectos que impacten su entorno, asumiendo riesgos, atraído por la realización personal, el deseo de divertirse, soñar y tener pasión por su iniciativa. Es posible que estas capacidades sean innatas en muchos de nuestros estudiantes, pero yacen dormidas bajo la incertidumbre, esperando ser potencializadas en el desarrollo de su aprendizaje.

Esa capacidad en los individuos ha sido motivo de muchos estudios de cómo algunos interpretan la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado en las oportunidades más que en los recursos, mientras que otros plantean que el emprendimiento requiere de tres pilares básicos: El mercado, los recursos y los emprendedores; estos últimos tienen la posibilidad de adquirir la capacidad emprendedora a través de procesos formativos a lo largo del tiempo y su motivación para emprender independientemente de su formación puede darse en cualquier momento de la vida (Castillo, 1999).

Sin embargo, es McClelland quien relaciona la capacidad de emprender con la creatividad a través de su teoría de la motivación basada en tres grupos principales: Logro, afiliación y poder; consideró que el proceso de emprender estaba sujeto a unas características adquiribles de la personalidad. Así mismo, otros estudios plantean que la creatividad necesaria en la innovación, depende de la motivación intrínseca de los individuos (Murillo, 2009).

Esta visión de comprender la innovación y el emprendimiento a través de capacidades adquiribles nos lleva a la necesidad de incorporar el enfoque de competencias, en el que la innovación y el emprendimiento son procesos informacionales y experienciales, donde los conocimientos son adquiridos, procesados y transferibles, visión esta compartida por varios estudiosos (Bueno y Morcillo, 2003).

Con respecto a la enseñanza de emprendimiento, este se sustenta en El modelo de Timmons (Freire, 2008), este modelo se basa en las capacidades que el emprendedor puede adquirir y no en las capacidades innatas de la llamada mentalidad emprendedora. Concepción retomada por Freire, el cual plantea que: “El ser humano posee un área donde se desarrollan capacidades innatas inmodificables y un área donde se desarrollan capacidades modificables, y en la intersección de estas se encuentra el área gris de lo tal vez modificable, en el cual se encuentra el denominado espíritu empresarial” (p. 9).

En ese mismo sentido, es importante comprender que las organizaciones pueden transferir a través de la cultura corporativa estos procesos de innovación y emprendimiento como lo sugieren Bueno y Morcillo (2003). Bajo ese mismo enfoque debemos precisar los referentes teóricos del concepto de cultura, dado que para la Institución el propósito misional es desarrollar una cultura de innovación y emprendimiento que pueda permear positivamente a toda la comunidad académica.

Para ello se hace mención de los conceptos de cultura presentados por Jiménez (2011), quien señala:

Aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre. (p. 3)

Baskerville (2005, p. 30) igualmente plantea, “La cultura puede definirse como un conjunto de comportamientos estándar, transmitidos socialmente, que se expresan a través de valores, normas, actitudes, hábitos, procesos cognitivos, interpretación de símbolos, ideas y reacciones”.

En esa misma línea de pensamiento, para la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco la mentalidad o capacidad innovadora y emprendedora puede adquirirse en forma de competencias y es su responsabilidad la de facilitar la adquisición de estas

en cualesquiera de los escenarios académicos donde participa el estudiante, por ello se hace necesario definir una competencia genérica de innovación y emprendimiento que sirva como referente institucional en el proceso de construcción de una cultura de innovación y emprendimiento.

Considerando los referentes teóricos sobre las capacidades innovadoras y emprendedoras y el concepto de cultura, la institución define su concepto de cultura de innovación y emprendimiento. Se define la cultura de innovación y emprendimiento de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco como un conjunto de comportamientos, definidos, valorados, aceptados y transmitidos socialmente en nuestra comunidad académica, orientados a reconocer oportunidades a través de nuevas ideas, crear valor en torno a estas, para que solucionen problemas y satisfagan necesidades del contexto y explotar los resultados que se deriven de ello, que se expresan a través de los valores institucionales, normas, actitudes, hábitos, y procesos cognitivos, en su quehacer diario y se incorporan en él, a través del desarrollo de competencias.

Modelo de emprendimiento de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco

El Centro de innovación y emprendimiento Institucional de la Fundación Universitaria

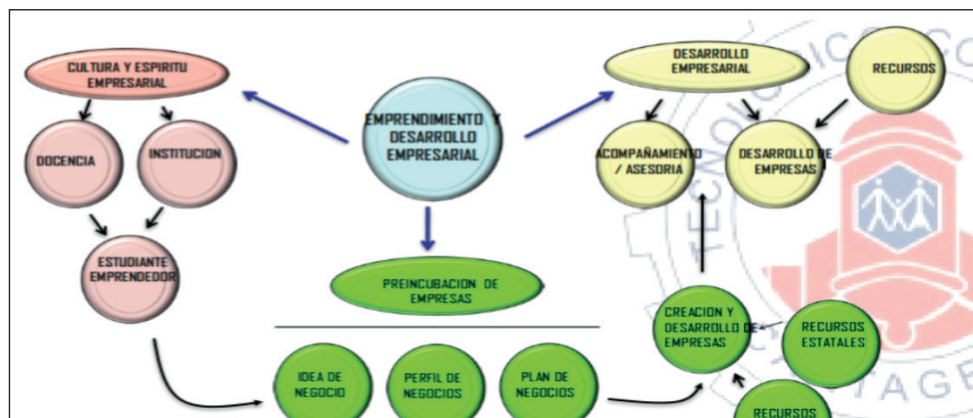
Tecnológico Comfenalco, se ha desarrollado el Modelo Conceptual de emprendimiento y los diferentes ejes que lo integran y ha considerado que su modelo de innovación y emprendimiento se desarrolla bajo los siguientes preceptos (Mouthon, Blanquiceth y Del Rio, 2011).

- El estudiante-emprendedor: es el eje fundamental del proceso y nuestra responsabilidad como institución de educación superior es la de facilitar la adquisición de las habilidades y competencias necesarias para la creación de empresas, y por ende, la generación de riqueza.
- La innovación en el desarrollo de nuevos productos y/o nuevos procesos, y la creación de valor agregado como elemento diferenciador para ideas o proyectos existentes. Estos serán los conceptos que guiarán la generación de riqueza en el proceso que iniciarán los emprendedores asociados a esta unidad de innovación y emprendimiento.
- La unidad de innovación y emprendimiento de la Fundación: Es la que hará énfasis en fortalecer los procesos académicos y empresariales, y las competencias y habilidades para identificar y gestionar las oportunidades de negocios más que en los recursos.

En la figura 1, se sintetizan los elementos que integran el modelo conceptual del emprendimiento en la Institución.

Figura 1.

Modelo conceptual del emprendimiento de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco



Fuente: Coordinación Institucional de Emprendimiento FUTCO a partir de los elementos teóricos planteados por: BID, 2004; Ley 1014 del 26 de enero de 2006.

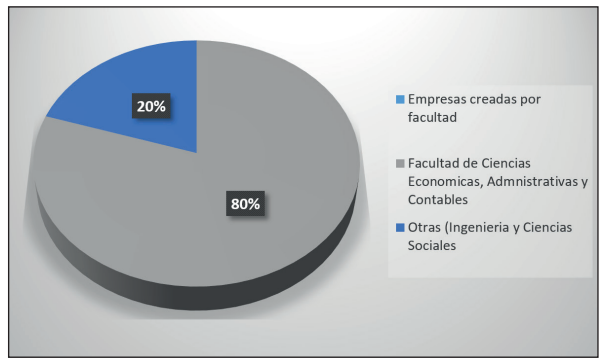
Resultados

Desde el año 2006 al 2015 en promedio anual se presentan 80 iniciativas empresariales por parte de los estudiantes a los diferentes estamentos de la Futco (docentes, directivos y administrativos) al igual que invitados de otras instituciones. Estos son asesorados por los coordinadores de emprendimiento de cada uno de los programas académicos de la Fundación y direccionados por la coordinación institucional de emprendimiento. Anterior al año 2011 eran liderados los procesos por los docentes responsables de las asignaturas de fundamentos de mercado, apoyados por el resto de los docentes del sexto semestre de cada programa.

Es importante resaltar que estas iniciativas empresariales presentadas, hacen parte del proceso de investigación formativa enmarcada en el proyecto de aula al interior de cada programa, que se desarrolla en los últimos semestres de los programas tecnológicos; al igual que las resultantes de los planes de negocios de los programas profesionales.

Figura 2.

Gráficos Empresas creadas por facultad



Fuente. Elaborada por los autores.

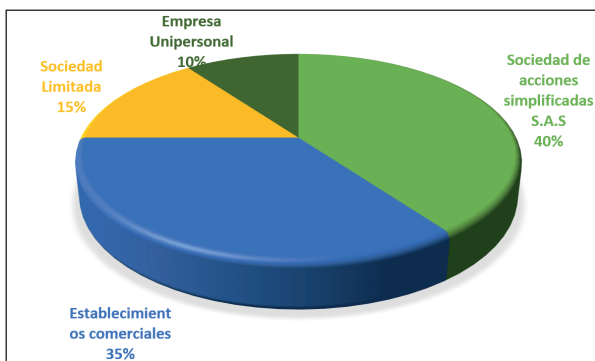
Como muestra la figura 1. Hasta el año del 2015, se han concretado oficialmente y de acuerdo al listado suministrado por Centro de Emprendimiento Institucional de la Futco, 25 empresas creadas por los hoy egresados, de las cuales el 80% corresponden a los egresados de la Facultad Ciencias Económicas,

Administrativas y Contables y el 20% a las demás Facultades (Ingeniería y Ciencias Sociales).

Como se observa de acuerdo al tipo de sociedad, ocho empresas (40%) fueron constituidas como sociedades anónimas simplificadas (SAS); el 35% representado en siete empresas fueron constituidos como establecimientos comerciales; el 15% como sociedades de responsabilidad limitada y el 10% como empresas unipersonales representado en dos empresas.

Figura 3.

Tipo de sociedad



Fuente. Elaborada por los autores.

En lo relacionado con las actividades económicas, el 30% (6 empresas) corresponden a comercio al por mayor y menor; el 15% (3 empresas) son de alojamiento y restaurante; un 15% son de información y comunicaciones; el 10% (2 empresas) son de construcción y un porcentaje similar corresponden a saneamiento ambiental y el 20% restante corresponden a: transporte y almacenamiento y comercialización, minas y canteras, actividades artísticas-deportivas y atención de salud.

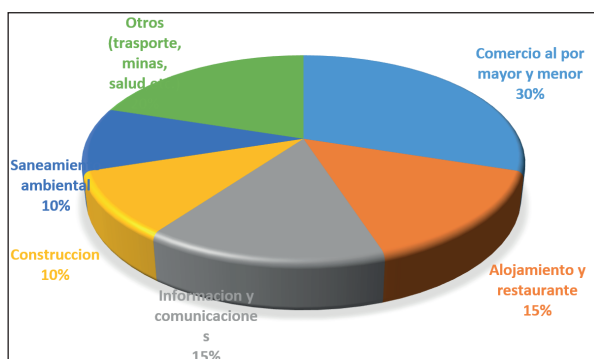
Es importante resaltar que de acuerdo a la actividad económica mencionada y relacionándola con las apuestas productivas del Departamento de Bolívar, como lo son: Industria Petroquímica-Plástica, Turismo, Logística para el Comercio, Agroindustria, y Diseño, reparación y construcción Naviera. Solo el 30% de los emprendimientos analizados se ajusta a

estas actividades productivas. De estas se destacan tres restaurantes, dos de construcción y una de transporte y almacenamiento.

En cuanto a si los emprendimientos fueron por oportunidad o por necesidad, los encuestados señalaron que el 85% de las iniciativas empresariales materializadas se realizaron por oportunidad; mientras que el 15% se materializaron por necesidad. En el 55% de los casos los emprendedores son de género masculino y 45% de género femenino. El promedio de existencia de las empresas es de 5.1 años y el promedio de edad de los emprendedores es de 34 años.

Figura 4.

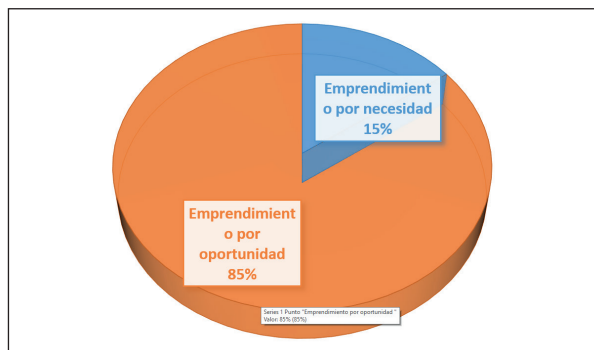
Actividades económicas



Fuente. Elaborada por los autores.

Figura 5.

Actividades económicas



Fuente. Elaborada por los autores.

Por otra parte, el 10% de los emprendedores son egresados de los programas de Contaduría Pública y Contabilidad Sistematizada, el 5% a la especialización de gerencia de proyectos y el 85% de los programas de Administración de Empresas y Tecnologías en gestión. De este último porcentaje los egresados de Tecnología en Gestión Financiera corresponden al 55%; mientras que los egresados de Tecnología en Gestión de Negocios Internacionales son el 10%; los egresados de Tecnología en Gestión de Mercadeo equivalen al 15% y el 5% del currículo integrado de Administración de Empresas.

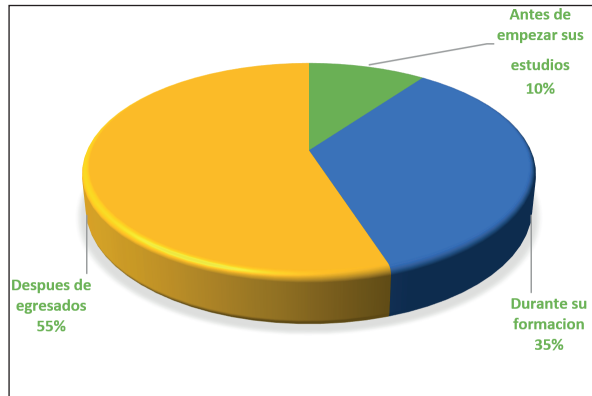
Es importante destacar que el promedio del capital inicial de los 20 emprendimientos estudiados es del orden de los \$14 millones de pesos; mientras que el promedio total de los activos al año 2015 son de \$ 148 millones; mostrando un crecimiento anual promedio global del 59,29%. El promedio de empleados por empresas es de seis trabajadores. En cuanto al tamaño de las empresas el 90% son micros y el 10% son pequeñas.

En cuanto al apoyo recibido por la institución cinco de los emprendedores encuestados (25%) recibieron asesorías de los docentes de la Facultad de ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Dentro de estos se destaca que uno de ellos recibió un premio por participar en un concurso convocado en la institución a través de la Bolsa Concursable de Imprendere². El 75% restante manifestó la inexistencia de apoyo por parte de la institución.

Si el crecimiento anual global de los activos de las 20 empresas estudiadas es del 59,29%, se subdivide en micro y pequeñas, y se puede resaltar que el crecimiento anual promedio de las micros es del 38,28% y de las pequeñas empresas es del 40,64%. El número de empleados promedio de las micros es de 4,5 empleados y de las pequeñas de 15,5; mientras que la edad empresarial de las micros empresas es de 3,9 años el de las dos pequeñas es de 11,5 años, aclarando que estas nacieron antes que sus fundadores iniciaran sus estudios en la institución.

2. Imprendere es la oficina de emprendimiento de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco. Y la Bolsa Concursable es un fondo institucional que apoya proyectos de investigación, innovación y emprendimiento.

Figura 6.

Momento de inicio del emprendimiento

Fuente. Elaborada por los autores.

Igualmente, a los emprendedores se les preguntó desde cuándo concretaron sus iniciativas empresariales y respondieron que en el 55% después de egresados; un 10% antes de iniciar sus estudios profesionales y el 35% siendo estudiantes. El 55% (11) de los emprendedores participaron en las Expoferias³, y el 20% (4) de los 20 emprendedores han participado en cuatro eventos organizados por otras instituciones.

Igualmente se resalta, que el 15% (tres empresas) surgieron en el marco de la Expoferia. El 85% restantes son producto de experiencias laborales de los emprendedores, de negocios de familias y de otras situaciones especiales presentadas en el emprendimiento materializado. De estos los 20 emprendedores evaluados el 25% de ellos (5) ya habían montado otro tipo de negocios de los aquí relacionados y decidieron venderlos por mejores resultados esperados de los nuevos emprendimientos.

Con respecto a la financiación, el 85% de los emprendedores estudiados empezaron sus actividades empresariales con recursos propios, productos de ahorros e indemnizaciones laborales recibidas; el 25% (5 emprendedores) recibieron recursos de sus familias, dos (2) equivalentes al 10% de amigos; el 10% por créditos personales y el 5% (Un em-

prendedor) recibió recursos no reembolsables como premio en especie (Capital semilla) por parte de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco en la Bolsa Concursable Imprendere.

Mientras que para la financiación en sus operaciones los emprendedores estudiados en un 100% retuvieron utilidades y realizaron aportes adicionales para seguir creciendo; un 15% de los veinte negocios simultáneamente se apalancaron con recursos familiares y un 10% de los amigos. De igual forma un 15% de sus empresas recibieron paralelamente créditos personales; de igual forma, el 35% de los negocios en su operación recibieron créditos del sector financiero nacional.

Figura 7.

Origen del capital inicial

Fuente. Elaborada por los autores.

En la tabla 1 se puede observar un resumen de las características de los emprendedores estudiados esta muestra que en promedio la existencia de las empresas es de 5.1 años, la edad promedio de estos emprendedores es 34 años, estas empresas tuvieron un capital inicial promedio de 14 millones de pesos, los activos promedios al 2015 eran de 148 millones de pesos, en el periodo estudiado el crecimiento anual promedio ha sido del 59.9%, y en promedio cuentan con 6 trabajadores.

3. La Expoferia es el evento institucional de emprendimiento de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, el cual se realiza anualmente.

Tabla 1.

Caracterización emprendedores Futco

Caracterización emprendedores Futco	Datos
Existencia de la empresa	5.1 años
Edad promedio del emprendedor	34 años
Capital inicial promedio	14 millones de pesos
Activos promedios al 2015	148 millones de pesos
Crecimiento anual promedio	59.9%
Empleados promedio	6 trabajadores

Fuente. Elaboración propia

Estos resultados guardan estrecha consistencia con lo planteado por Matíz y Mogollon (2008), en relación con el acceso a los mercados financieros, la opinión de los expertos es que en Colombia los nuevos empresarios prácticamente tienen que depender de sus propios recursos o de los de su entorno (familia, socios, amigos), pues las otras fuentes de financiación son casi inexistentes.

Además de lo anterior, en entrevistas realizadas a los emprendedores se les preguntó que manifestaran su opinión sobre cómo ha sido, es y debe ser el respaldo del Tecnológico Comfenalco a sus egresados-estudiantes emprendedores. Las respuestas entregadas por estos fueron las siguientes:

Melbis Madera. Se le permite libremente en la Futco dar a conocer los destinos que ofrece su negocio a la comunidad académica, la invitan a reuniones y actividades relacionadas con su negocio y recibe recomendaciones sobre los destinos que promueve su empresa.

Adolfo Cantillo. En cuanto al apoyo del Tecnológico a los emprendedores se debe afianzar mucho más los diferentes tipos de apoyo, desde la formulación de los proyectos de emprendimiento, hasta su organización y gestión con un verdadero apoyo económico.

Antonio Almanza. La Futco debe colaborar a los emprendedores con un mayor esfuerzo en una mejor formación y capacitación. Pero se destaca que la

labor docente hacia motivar el emprendimiento es altamente positiva.

Carlos Gómez. Manifiesta que la Futco debe replicar la idea que tienen con los egresados y su interés por colocarles en puestos de trabajos en las distintas empresas, pero con los emprendedores, las necesidades son otras, por ejemplo en algunas temporadas necesita o mano de obra calificada y tiene que recurrir a cámara de comercio, en un principio recibía información de la Futco, luego dejaron de hacerlo; sería muy importante recibir aspirantes de los egresados de la institución.

De igual manera, sería bueno contar con un banco de proveedores, donde uno pueda contactar si está afiliado a la institución, con ciertas garantías y precios. Plantea como ejemplo en particular, como su empresa la cual distribuye sus productos en camiones, en algunos momentos dada la alta demanda sus camiones son insuficiente, por tal motivo le toca salir a buscar transportadores ocasionales que no poseen las capacidades logística necesarias que garanticen la calidad del proceso, con consecuencias negativas en las relaciones con los clientes.

Johana Carpio. El Tecnológico Comfenalco en el proceso de formación profesional brindó las bases de cómo desarrollar un plan de negocio, desde los proyectos de aula en primer semestre hasta el plan de negocio como opción de grado, sin embargo no hemos sentido el apoyo como tal de la institución en el proceso de la puesta en marcha o acompañamiento empresarial, pues siempre hemos participado en sus ferias incluso como egresados empresarios; sin embargo ofrecimos nuestros servicios y no fuimos tenidos en cuenta a pesar de resaltar que esta empresa pertenecía a egresados de la institución, por lo tanto era necesario brindarnos un apoyo real. En conclusión, destaca la formación en la institución, pero es recomendable que brinden apoyo y acompañamiento a los egresados- empresarios, para evidenciar una relación más cercana entre estos y la institución.

Daniela Peláez. Dada la cercanía de su empresa con la sede principal de la Futco, es prudente tener una relación de carácter comercial en donde se vea un beneficio mutuo entre las partes, la institución como

ente preocupado por el apoyo a los emprendimientos de los estudiantes y los emprendedores; desde el punto de vista financiero.

Edward Díaz. La empresa ofreció sus servicios de fumigaciones para el control de plagas a la planta física del Tecnológico Comfenalco sede España, pero no se concretó la negociación en vista que la empresa no estaba afiliada al sistema de seguridad social y el ingeniero encargado de compras de la Futco suspendió la contratación del servicio, en vez de brindar un espacio para cumplir con el trámite legal de afiliación y ARL.

Gabriel Figueroa. “Durante mi experiencia en el Tecnológico fui merecedor de un premio por \$4,000,000 de pesos, con lo que pude adquirir computador y muebles de oficina; así mismo, se presentó la oportunidad de ser un proveedor directo de la Futco con la cual sigo trabajando día a día y a la cual le debo muchísimas cosas, el gran apoyo y respaldo al proyecto de empresa y la oportunidad de liderar proyectos de gran importancia con lo concerniente a procesos publicitarios y comunicacionales de la universidad. Solo sugiero mayor acompañamiento y mayores fuentes de financiación y promoción a nuevos emprendedores. Quien me apoyó en este proceso fue el director del programa de Administración de Empresas.

Julio Medrano. Este tipo de investigaciones de seguro ayudarán a incrementar las estrategias para motivar, acompañar y guiar en estos procesos que son muy enriquecedores para comunidad académica y del entorno.

Yoryis Troconis. El apoyo fundamental que recibí de la institución con mi proyecto empresarial fue ayudarme a descubrir la persona emprendedora, innovadora y motivadora que soy. Capaz de liderar cualquier proyecto sin ningún obstáculo. Sería importante recibir apoyo económico reembolsable o no reembolsable por parte de la Institución.

Liliana Mendoza. Apoyar en mayor medida los emprendimientos interesantes que surgen en las aulas de clases de forma que consigan financiación porque muchos estudiantes desconocen los mecanismos posibles de financiación de sus ideas de negocios.

Conclusión

En conclusión, de las 25 empresas creadas gracias al Programa de Emprendimiento de la Futco, el 80% corresponden a egresados de la Facultad Ciencias Económicas, Administrativas y Contables. El 40% fueron constituidas como Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS). En lo relacionado con las actividades económicas, el 30% (6 empresas) corresponden a comercio al por mayor y menor; el 15% (3 empresas) son de alojamiento y restaurante; un 15% son de información y comunicaciones; esto evidencia poca articulación con las apuestas productivas regionales.

A partir de lo anterior, se puede decir que la institución alcanza lo declarado en su proyecto educativo institucional sobre la cultura de innovación y emprendimiento, En este sentido el Tecnológico Comfenalco adapta la definición de IESE Business School la cual dice que “innovar es llevar nuevas ideas a la realidad, con un impacto significativo en el contexto” (Jiménez, 2014).

El 85% de las iniciativas empresariales materializadas se realizaron por oportunidad. Es importante destacar que el promedio del capital inicial de los 20 emprendimientos estudiados es del orden de los \$14 millones de pesos; mientras que el promedio total de los activos al año 2015 son de \$148 millones.

En este sentido, el caso de los emprendedores estudiados se ajustan a lo planteado por Smith, Lovera y González (2008), cuando señalan muy desde la visión de la Escuela austriaca, que el factor emprendedor está en todas las acciones humanas y su propósito era identificar las oportunidades que existían en el mercado. Se ha logrado establecer que tanto en la innovación como en el emprendimiento moderno coexisten ambas corrientes.

En cuanto al apoyo recibido por la institución, cinco de los emprendedores encuestados (25%) recibieron asesorías de los docentes de la Facultad de ciencias Económicas, Administrativas y Contables. Dentro de estos se destaca que uno de ellos recibió un premio por participar en un concurso convocado en la institución a través de la Bolsa Concursable de Imprendere. El 75% restante manifestó la inexistencia

tencia de apoyo por parte de la institución. Esto evidencia que la institución hace un trabajo importante en la creación de la cultura emprendedora en sus estudiantes, pero se podrían hacer más esfuerzos en la materialización de ideas de negocios de estos.

Igualmente, a los emprendedores se les preguntó desde cuándo concretaron sus iniciativas empresariales y respondieron que en el 55% después de egresados; este mismo porcentaje participaron en las Expoferias; igualmente se resalta, que el 15% de las empresas estudiadas surgieron en el marco de esta. Lo cual muestra un efecto positivo del Programa de Emprendimiento en la formación de una cultura emprendedora, aunque se deben aumentar los esfuerzos en los apoyos financieros.

Con respecto a la financiación, el 85% de los emprendedores estudiados empezaron sus actividades empresariales con recursos propios, productos de ahorros e indemnizaciones laborales recibidas. Estos resultados guardan estrecha consistencia con lo planteado en el informe de GEM Colombia (2006), "En relación con el acceso a los mercados financieros, la opinión de los expertos es que en Colombia los nuevos empresarios prácticamente tienen que depender de sus propios recursos o de los de su entorno (familia, socios, amigos), pues las otras fuentes de financiación son casi inexistentes".

Por todo lo anterior, se puede señalar que el Centro de innovación y emprendimiento Institucional de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco, está teniendo unos logros importantes con la implementación del modelo de emprendimiento, sobre todo en el eje del estudiante-emprendedor, considerado el eje fundamental del proceso y responsabilidad como institución de educación superior que procura facilitar la adquisición de las habilidades y competencias necesarias para la creación de empresas, y por ende, la generación de riqueza.

Sin embargo, se deben hacer un mayor fortalecimiento de la Unidad de Innovación, procurando un mayor esfuerzo en los procesos académicos y empresariales, y en las habilidades para identificar y gestionar las oportunidades de negocios, y las fuentes de recursos. Para esto se sugiere hacer un

mayor énfasis en ideas que apunten a las apuestas productivas departamento de Bolívar (Industria petroquímica y plástica, turismo, logística para el comercio, agroindustria, y diseño, reparación y construcción Naviera).

Otro logro en este sentido, podría ser una mayor vinculación con la Federación Nacional de Industriales (Fenalco), y la Asociación Nacional de Industriales (Andi), organizaciones fundadoras de la institución universitaria. Esta vinculación estaría dada en dos direcciones: Por una parte, una mayor vinculación del sector empresarial con la academia, lo que podría facilitar la generación de una cultura emprendedora, al igual, que la posible gestión de capital semilla para los nuevos emprendimientos.

Referencias Bibliográficas

- Baskerville-Morley, R. (2005). *A research note: the unfinished business of culture. Accounting, Organizations and Society*, 30, 389-391.
- Bueno, E.; Morcillo, P. (2003). *Cultura e Innovación: la conexión perfecta*. Revista Madrid, No. 15.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. En: Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Santiago, Chile: Intec Chile.
- Escorsa, P., Valls, J. (2003). *Tecnología e innovación en la Empresa*. Segunda Edición. México. Alfaomega.
- Freire, A. (2008). *Pasión por emprender, de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires. Grupo Editorial Norma.
- Hernández, A. Marulanda, C. López, M. (2014). *Análisis de capacidades de gestión del conocimiento para la competitividad de pymes en Colombia*. Información tecnológica, 25(2), 111-122. Tomado de: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642014000200013>. Recuperado 21-09-2016.
- Jiménez, E. (2011). *Ambientes Culturales Que Enfrentan Las Empresas*. Contribuciones a la Economía. Tomado de: <http://www.eumed.net/ce/2011a/eoj.htm>. Recuperado 21-07- 2016.
- Jiménez, P. (2014). *Proyecto Institucional de la Cultura de Innovación y Emprendimiento. Competencia Genérica Institucional de Innovación y Emprendimiento*. Cartagena. Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco.
- Ley 1014 de 2006. *Ley de fomento a la cultura del emprendimiento*. República de Colombia.
- Manual de Oslo (2006). *Guía para la recogida e interpretación de los datos sobre innovación*. Tercera Edición.

El emprendimiento en la Fundación Universitaria Tecnológico COMFENALCO 2006-2015

- Matíz B, Francisco Javier; Mogollón Cuevas, Yida (2008). *La cadena de financiación: Una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento*. Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 63, mayo-agosto, pp. 59-72 Universidad EAN Bogotá, Colombia.
- Mouthon, P., Blanquicett, O. & Del Rio, A. (2011). *Perfil emprendedor de los estudiantes de los programas tecnológicos de Administración de la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco*. Revista Gestión. Volumen 6 (Número 2) p 30-37.
- Murillo, G. (2009). *Conocimiento e innovación en los procesos de transformación organizacional: el caso de las organizaciones bancarias en Colombia*. Estudios Gerenciales, 25(112), 71-100. Tomado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232009000300005&lng=en&tlng=es. Recuperado 21-07- 2016.
- Smith, H. Lovera, M. González, F. (2008). *Innovación tecnológica en la organización empresarial: un análisis desde la teoría biológica evolucionista*. Multiciencias, Vol. 8, Nº 1, 2008 (p28 - 37) ISSN 1317-2255.
- Vilá, J., & Muñoz-Nájar, J. (2007). *El sistema de innovación: Competencias organizativas y directivas para innovar*. IESE Business School, Universidad de Navarra, Vol. 07, No. 19, pp. 1-11.