

**XX CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE  
ESPÍRITU EMPRESARIAL  
UNIVERSIDAD ICESI  
2009**

**ANÁLISIS LONGITUDINAL DE LA ACTIVIDAD  
EMPRESARIAL DE LOS GRADUADOS DE ICESI EN EL  
PERÍODO 1984-1999.**

**RODRIGO VARELA VILLEGAS<sup>1</sup>**

Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial,  
Universidad Icesi

**ANA CAROLINA MARTINEZ ROMERO<sup>2</sup>**

Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial,  
Universidad Icesi

**ALBA TATIANA PEÑA<sup>3</sup>**

Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial,  
Universidad Icesi

---

<sup>1</sup> Rodrigo Varela Villegas, Ph.D. en Ingeniería Química. Director del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial. Calle 18 #122-135. Cali/Colombia. Tel: 57-2-3212002. E- mail: [rvarela@icesi.edu.co](mailto:rvarela@icesi.edu.co)

<sup>2</sup> Ana Carolina Martinez Romero, Ms en Economía Industrial con énfasis en PyMEs . Directora de Recursos Educativos CDEE-Universidad Icesi. 18 #122-135. Cali/Colombia. Tel: 57-2-3212002. E- mail: [acmarti@icesi.edu.co](mailto:acmarti@icesi.edu.co)

<sup>3</sup> Alba Tatiana Peña, Ingeniera Telemática. Investigadora Joven CDEE-Universidad Icesi. 18 #122-135. Cali/Colombia. Tel: 57-2-3212002. E- mail: [atpena@icesi.edu.co](mailto:atpena@icesi.edu.co)

## RESUMEN

El Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi inició en el 2005 una investigación orientada a realizar una nueva medición de la actividad empresarial e intraempresarial en los egresados que obtuvieron sus títulos universitarios de pregrado entre 1984-1999. Adicionalmente se buscaba conocer la incidencia que han tenido las actividades académicas el Centro en la decisión que han tomado los egresados de ser empresari@s, e identificar nuevas áreas de apoyo que sean necesarias para lograr que mas estudiantes llegen a ser empresarios.

En la primera etapa se diseñó un breve cuestionario con el fin de identificar la actividad actual de los 2504 ex alumn@s graduad@s en el período de estudio y se clasificaron en: empresari@s, emplead@s, empresari@s y empleads@, y trabajador@s independientes. Para ello, se utilizaron dos mecanismos: un cuestionario que se envió a través de Internet y un proceso de telemarketing con una empresa independiente y especializada. El resultado de esta recolección fue de 670 encuestas.

En la segunda etapa, se diseñó un cuestionario detallado que se aplicó a través de entrevistas personales a 68 de los empresars identificados en la primera etapa.

**PALABRAS CLAVE:** Educación Empresarial, empresari@s, intraempresarios, actividad empresarial

## ABSTRACT

The Center for Entrepreneurship Development of the Universidad Icesi started in 2005 a new measurement of the entrepreneurial and intrapreneurial activities done by their alumni, who got their undergraduate degrees between 1984-1999. The Center also wanted to know the incidence it has had in the decision to become entrepreneurs and also identify new areas of support that may be required for the students.

In the first stage two approaches were used: an internet questionnaire and a telemarketing company to approach the 2504 alumni graduated in the study period to get answers to a short questionnaire that will allow to split the alumni in: Entrepreneurs, Employees, Entrepreneurs and employees, independent workers. A valid sample of 670 questionnaires was obtained.

The second one was a detailed questionnaire that was applied in person to 68 entrepreneurs identified in the first stage.

**KEY WORDS:** Entrepreneurship Education, Entrepreneur, Intrapreneur, business.

## 1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Icesi fue fundada en 1979 por los principales líderes empresariales del Valle del Cauca, con el propósito de contribuir al desarrollo de la región, formando a los nuevos líderes empresariales que Colombia necesita, teniendo en cuenta los principios básicos de: sistema de libre empresa, el espíritu empresarial, la democracia, la responsabilidad social, la ética y la justicia.

El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) fue creado el 1 de enero de 1985, como una unidad académica de la universidad, con la misión de forjar una nueva cultura empresarial a través de los procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial. Esta cultura debe estar llena de innovación y responsabilidad social, y debe convertirse en el motor de desarrollo en todos sus planes y procedimientos. Los principales objetivos del Centro son: proporcionar los conocimientos, las actitudes, los valores, la cultura y el sistema de apoyo para ayudar a los estudiantes en el proceso de convertirse en empresari@s y/o intraempresari@s.

El propósito fundamental del CDEE es motivar y formar, a través de actividades educativas a los miembros de la comunidad, bajo su área de influencia, en el desarrollo de acciones innovadoras y creativas que les permitan llegar a ser durante toda su vida: l@s creador@s de nuevas y competitivas organizaciones, l@s dirigentes de las empresas existentes, l@s creador@s de riqueza, empleo productivo, bienestar personal, profesional y social.

A través de procesos educativos especiales en el área de Espíritu Empresarial, el CDEE se ha comprometido a proporcionar aprendizaje, motivación, desarrollo y un ambiente de apoyo, que mejorarán considerablemente la convicción y la disposición de los miembros de la comunidad para actuar, hacia el aumento de nuevas organizaciones

competitivas y a la preservación y el crecimiento de las existentes, ya sean privadas o públicas, con fines de lucro o sin fines de lucro y en cualquier sector de la economía.

Las áreas de creación, apropiación y difusión del conocimiento en el que trabaja el CDEE son: el desarrollo del espíritu y la cultura empresarial, la creación de empresas, la formación de líderes empresariales, la educación empresarial, la gestión de las empresas familiares y la gestión de Pequeñas y Medianas Empresas (PYME).

Personas creativas e innovadoras, capaces de superar las limitaciones que se presentan, de identificar y aprovechar las oportunidades independientemente del volumen de sus propios recursos materiales, dispuestos a transformar sus ideas en acciones, capaces de alimentar la economía, la actividad empresarial y la calidad de vida. Estas personas son los líderes de empresas que el CDEE pretende formar.

En 1991 - 1992 varios proyectos de investigación se llevaron a cabo para averiguar el efecto de la educación empresarial en l@s ex alumn@s de la Universidad Icesi. En 1998, el CDEE en asocio con la Fundación Corona, realizaron un proyecto que permitiría una evaluación detallada de las actividades empresariales de l@s ex alumn@s de tres universidades de Cali (Universidad Icesi, Universidad Javeriana, Universidad del Valle), enfocada en los programas de Administración de Empresas, Ingeniería Industrial e Ingeniería Sistemas. Así, se obtuvo información de los estudiantes de 6 programas de pregrado, (1 Administración de Empresas (programa diurno), 2 Administración de Empresas (programa nocturno), 2 de Ingeniería Industrial y 1 Ingeniería de Sistemas), durante el período de 1984 a 1993.

En 2005, se diseñó un nuevo estudio para medir la actividad empresarial de l@s ex alumn@s, pero esta investigación sólo se realiza a l@s egresad@s de Icesi que obtuvieron sus títulos en el periodo 1984-1999, con el fin de asegurar que ellos al menos, cumplieran con 5 años de ser egresados. Se hicieron algunos ajustes a los cuestionarios anteriores, pero el objetivo principal de la investigación se mantuvo en términos de medir el desarrollo de las actividades empresariales realizadas por l@s ex alumn@s, ya sea en un proyecto 100 % empresarial, o siendo empresari@ y emplead@ a la misma vez, o siendo empresari@ dentro de una empresa familiar. Además de la medición de las actividades empresariales o intraempresariales realizado por l@s

alumn@s, el Centro quería saber la incidencia que ha tenido en la decisión de convertirse en empresari@s, así como identificar nuevas áreas de apoyo que serían necesarios para estimular y apoyar a los estudiantes y egresad@s en sus propósitos empresariales.

Los objetivos específicos de la investigación fueron:

- a) Medir la proporción de empresari@s y/o intraempresari@s por cada programa según género.
- b) Caracterizar la actividad de l@s empresari@s.
- c) Identificar las experiencias educativas, que en su opinión eran significativas para convertirse en empresari@s y establecer sus propias empresas.
- d) Recibir los comentarios de los antiguos alumn@s que permita a la Universidad y al CDEE mejorar sus actividades de educación empresarial y proporcionar un mejor apoyo no sólo para l@s estudiantes actuales, sino también a l@s ex alumn@s.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2.1 PREGUNTAS BÁSICAS**

Se formularon seis preguntas básicas para cumplir con los objetivos de investigación:

- a) ¿Cuál es la proporción de alumn@s, que han iniciado empresa propia? ¿En qué condiciones? ¿Cuáles son sus características?
- b) ¿Qué otras actividades han realizado que puedan considerarse como actividades empresariales?
- c) ¿Qué beneficios fueron derivados de la formación recibida y de las actividades extracurriculares relacionadas con el espíritu empresarial?
- d) ¿Qué aspecto fue fundamental para su proceso empresarial durante la formación en la Universidad?
- e) ¿En qué aspectos debe el CDEE, o unidades afines en la universidad, mejorar sus actividades para ayudar a l@s alumn@s y ex alumn@s a convertirse en empresari@s?

### **2.2 METODOLOGÍA GENERAL**

La investigación se realizó en dos etapas: En la primera, se usaron dos métodos para abordar l@s 2504 ex alumn@s graduados en el período de estudio (1984-1999):

un cuestionario de Internet y una empresa de telemarketing, para obtener respuestas a un cuestionario breve que permitiría dividir a l@s alumn@s en cuatro categorías diferentes: empresari@s, emplead@s, empresari@s y emplead@s, trabajador@s independientes. En el caso de l@s emplead@s, se les pregunta sobre los proyectos intraempresariales desarrollados y sobre los proyectos empresariales realizados en años anteriores. De este proceso de recolección de información se obtuvo un total de 670 cuestionarios debidamente contestados.

En la segunda fase, se aplicó un cuestionario detallado, mediante entrevistas personales a l@s empresari@s identificados en la primera etapa, con el fin de caracterizar sus empresas y obtener información adicional acerca de las nuevas actividades de apoyo que el CDEE podría hacer. De este se obtuvieron un total de 68 cuestionarios debidamente contestados.

### **2.3 DISEÑO DE LA MUESTRA**

La población se define como todos l@s alumn@s que han obtenido sus títulos en el período comprendido entre enero de 1984 y diciembre de 1999. Una vez que la población total se definió, se comenzó a buscar correos electrónicos, teléfonos y direcciones de l@s egresados para contactarlos personalmente en el desarrollo de la investigación. Esta fue una de las principales dificultades de la investigación ya que las bases de datos de l@s egresados no estaban actualizadas y muchos se encontraban fuera del alcance.

Para la primera etapa, varios procedimientos fueron seguidos: inicialmente, el cuestionario se envió por correo electrónico a todos los ex alumn@s que tenían correo electrónico, tratando de conseguir la mayor cantidad de respuestas posibles de l@s egresad@s que viven en otros países o en otras ciudades. En paralelo, se contrató a una empresa de telemarketing para llevar a cabo una encuesta telefónica para l@s egresad@s a l@s cuales no se les había podido llegar por correo electrónico. Más tarde, la encuesta telefónica se aplicó también a ex alumn@s que tenían un correo electrónico, pero no habían respondido el cuestionario.

A través de los diferentes mecanismos: directorios profesionales, referencias directa entre l@s alumn@s, antigu@s empleador@s, información de los padres, el

grupo de egresad@s de Icesi; se desarrollaron nuevos directorios que cubrían la mayor cantidad de egresad@s de cada clase que se graduó en cada uno de los dos programas de pregrado: Administración de Empresas(AE) y de Ingeniería de Sistemas (IS). Como se muestra en la Tabla # 1, de un total de 2504 egresad@s, el 85.1% de ellos (2131) son del programa de AE y el 14.9% de ellos (373) son del programa de IS.

En la primera etapa de la investigación fue posible obtener un total de 670 cuestionarios debidamente contestados, que cubren el 26.76% del universo total. Como se muestra en la Tabla # 1, la muestra fue de 26.79% para l@s egresad@s de AE y 26.54% para l@s egresad@s de IE.

**TABLA # 1**  
**MUESTRA PARA LA PRIMERA ETAPA DE INVESTIGACIÓN**

<b>PROGRAMA</b>	<b>Total Egresad@s</b>	<b>Composición de egresad@s (Porcentaje)</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>Composición de la muestra (Porcentaje)</b>	<b>Representatividad de la muestra (Porcentaje)</b>
Administración de Empresas (AE)	2.131	85.10	571	85.22	26.79
Ingeniería de Sistemas (IS)	373	14.90	99	14.78	26.54
<b>TOTAL</b>	<b>2.504</b>	<b>100</b>	<b>670</b>	<b>100</b>	<b>26.76</b>

En la Tabla # 2, se incluye la composición de la muestra y la población según género y programa.

**TABLA # 2**  
**MUESTRA PARA LA PRIMERA ETAPA DE INVESTIGACIÓN SEGÚN GÉNERO**

<b>PROGRAMA</b>	<b>Total Hombres</b>	<b>Total Mujeres</b>	<b>Tamaño de la muestra Hombres</b>	<b>Tamaño de la muestra Mujeres</b>	<b>Rep. de la muestra Hombres (porcentaje)</b>	<b>Rep. de la muestra mujeres (porcentaje)</b>
Administración de Empresas	938	1.193	276	295	29.42	24.73
Ingeniería de Sistemas	151	222	57	42	37.75	18.92
<b>TOTAL</b>	<b>1.089</b>	<b>1.415</b>	<b>333</b>	<b>337</b>	<b>30.58</b>	<b>23.82</b>

Durante la segunda etapa de la investigación, se encontraron muchas dificultades para conseguir entrevistas personales con los egresados. Sólo se lograron 68 cuestionarios validos en esta segunda etapa, y ellos representan un 23.37% del total de empresari@s identificados en la primera etapa.

**TABLA # 3**  
**MUESTRA PARA LA SEGUNDA FASE**

<b>PROGRAMA</b>	<b>Total Empresarios</b>	<b>Tamaño de la muestra</b>	<b>Representatividad de la muestra (Porcentaje)</b>
Administración de empresas	261	62	23.75
Ingeniería de sistemas	30	6	20.00
<b>TOTAL</b>	<b>291</b>	<b>68</b>	<b>23.37</b>

## 2.4 PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Toda la información recogida se colocó en medios magnéticos utilizando Excel. Se realizó la codificación de la información y se cruzó la información mediante la utilización de filtros.

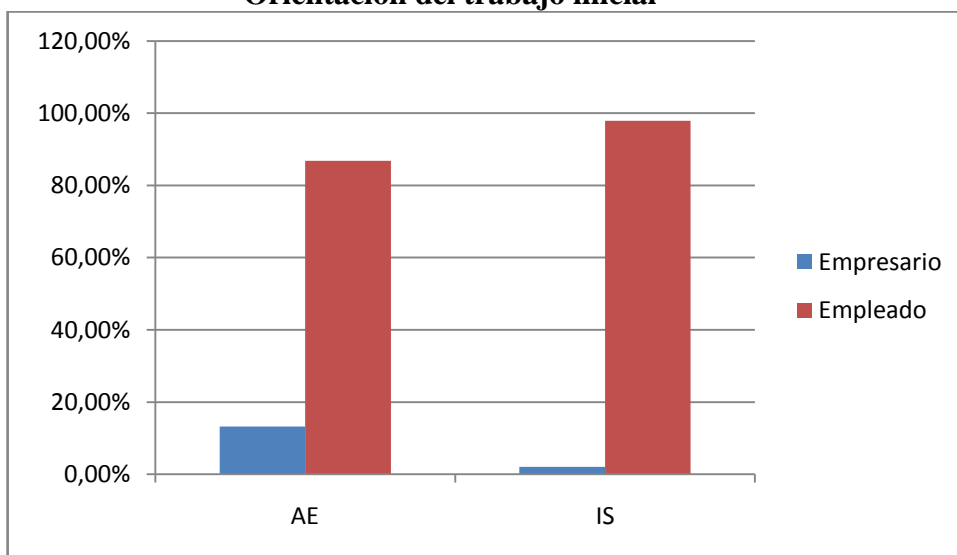
## 3. RESULTADOS

### 3.1 PRIMERA ETAPA

Los principales resultados de la primera etapa fueron:

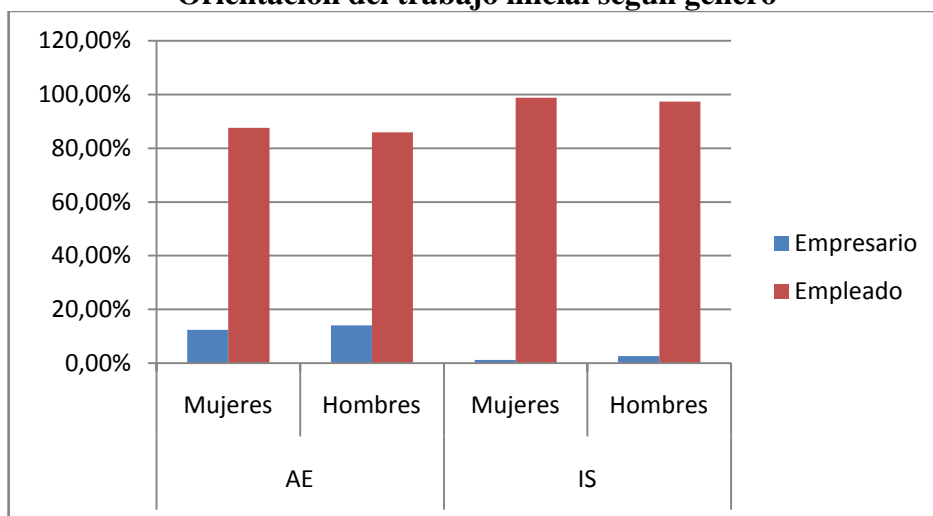
a) Como era de esperarse, cuando l@s estudiantes obtuvieron su grado y comenzaron a trabajar, la mayoría de ellos empezó su carrera profesional como emplead@s. Sin embargo, en el programa de AE, un significativo 13.19% inició su carrera profesional como empresari@, mientras que en IS solo un 2,06% lo hizo. Es interesante observar que a pesar de que ambas poblaciones (AE y IS) tomaron el curso de Creatividad Empresarial (que era obligatorio), la proporción de jóvenes que iniciaron su carrera como empresari@s fue mayor en AE que en IS. Tal vez el hecho de que el mercado de trabajo siempre ha sido más positivo para IS, en términos de oportunidades y salarios, podría ser la razón de estos resultados. La Figura # 1 muestra los resultados.

**Figura # 1**  
**Orientación del trabajo inicial**



Para esta etapa también se logró establecer la orientación de trabajo inicial según género y se encontró que el 85.93% de los hombres de AE y el 97.32% de los hombres de IS iniciaron como empleados. En el caso de mujeres los porcentajes fueron 87.63% en AE y el 98.78% en IS; como se observa en la Figura #2. Aunque las diferencias son pequeñas y parecieran poco significativas, ellas plantean una inquietud que deberá ser probada en otros estudios y que hace relación a determinar a si hay o no equilibrio en la propensión a iniciar su carrera empresarial como empresari@s entre hombres y mujeres con título universitario.

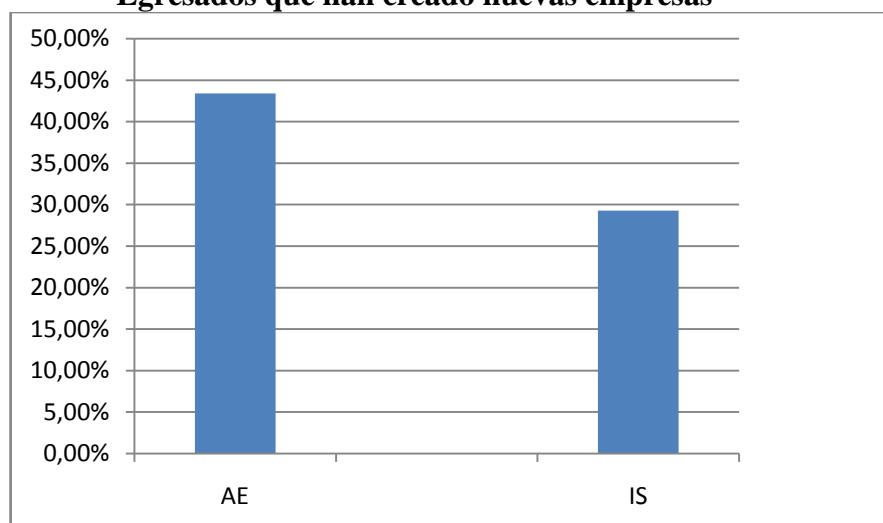
**Figura # 2**  
**Orientación del trabajo inicial según género**



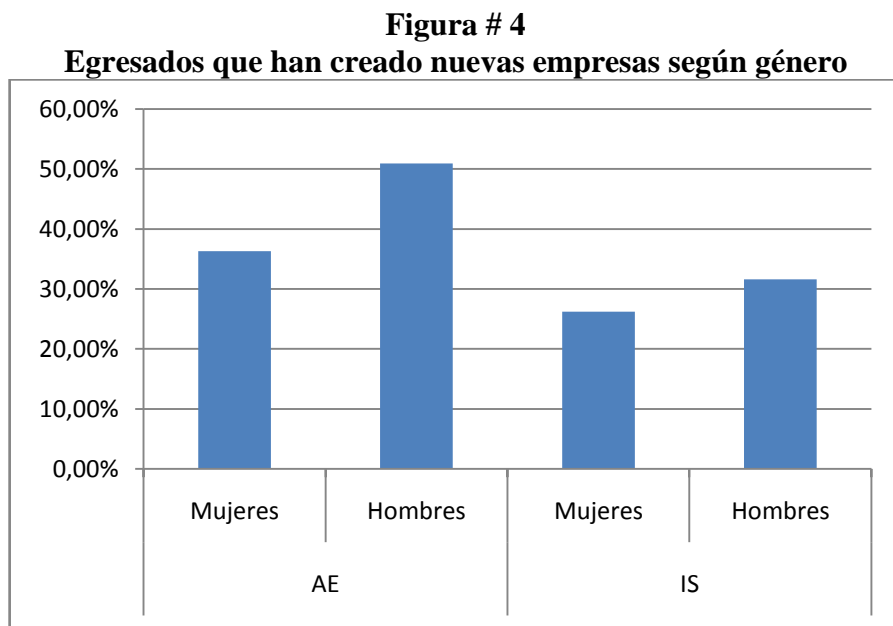
b) Uno de los principales objetivos de esta investigación consistía en medir el porcentaje de alumn@s que ha creado empresa a lo largo de su vida profesional. En este caso se aceptaba como creación cualquiera de las siguientes situaciones: una nueva empresa totalmente independiente, una nueva actividad empresarial siendo emplead@ (empresari@ corporativ@) y nuevas empresas nuevas creadas en las actividades económicas de su familia. Como se muestra en la Figura #3, el 43.49% de l@s egresad@s de AE ha creado una nueva empresa a lo largo de su desarrollo profesional, mientras que para l@s egresad@s de IS la proporción es de 29.29%. En ambos casos, las cifras son más altas que los resultados obtenidos en el estudio anterior, que cubrió el período 1984-1994, en el que las cifras fueron del 27% y 12%, respectivamente. Estos resultados son muy positivos, ya que indican que cada día que pasa, más egresados de la Universidad Icesi se convierten en empresarios y también que a lo largo de su vida profesional, la creación de empresas es una opción real de carrera.

De esta muestra de egresad@s se han podido identificar un total de 291 egresad@s que han creado su empresa propia. Extrapolando las proporciones a toda la población de ex alumn@s, la estimación de los resultados sobre la creación de nuevas empresas serían las siguientes: para AE, un total de 975 alumn@s habrían creado una nueva empresa y para IS un total de 113 alumn@s lo habrían hecho.

**Figura # 3**  
**Egresados que han creado nuevas empresas**



La Figura #4 presenta las propensiones hacia la creación de empresas de l@s egresad@s según género. Se observa que la proporción de los egresados hombres, que ha creado empresa, tanto en AE como en IS ha sido superior que la de las mujeres. Lo mas grave es que como se indicó en la muestra de egresados, son mas las egresadas que los egresados. La diferencias es mas marcada en AE que en IS; y como ya se indicó debe llevarnos a realizar una investigación más profunda sobre el porqué de estas diferencias.



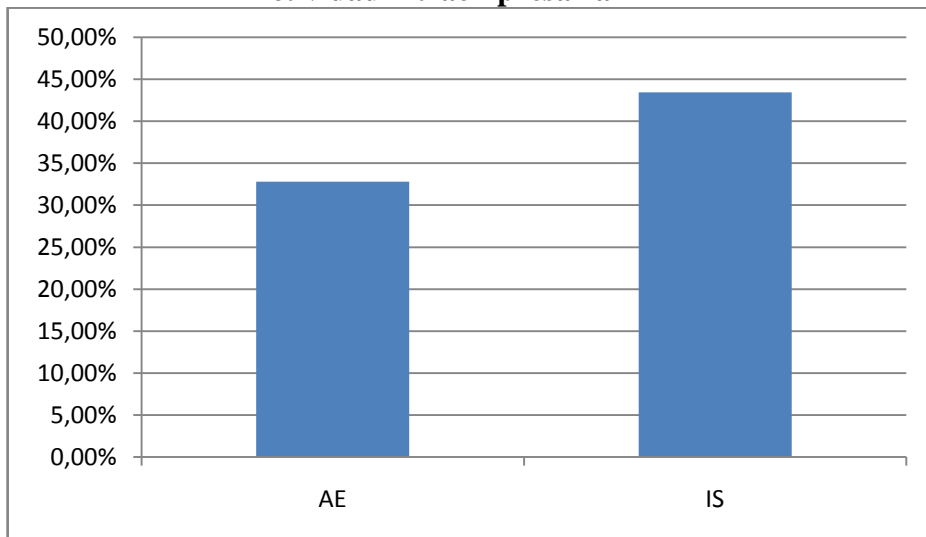
c) La tabla # 4 presenta las fechas en que fueron creadas las empresas. Es importante tener en cuenta al analizar estos datos, que al pasar los años el número de graduad@s ha aumentado considerablemente (en 1984 el número de graduad@s fue de 14 y en el 2000 fue de alrededor de 100 estudiantes) y también que muchos egresados han creado algunas de sus empresas muchos años después de la graduación. En una futura investigación se debe diseñar una escala de medición del tiempo entre graduación y creación de empresa para poder derivar indicadores y asociarlos a modelos educativos que se emplearon cuando fueron estudiantes.

**TABLA# 4**  
**Distribución de las nuevas empresas en el tiempo (en porcentaje)**

	1980-1984	1985-1989	1990-1994	1995-1999	2000-2004	2005-2007
Administración de Empresas	2.3	2.3	11.9	21.5	28.8	16.2
Ingeniería de Sistemas	0	0	13.8	13.8	27.6	20.7

d) La Figura # 5 presenta la actividad intraempresarial de nuestr@s egresad@s. De nuevo hay grandes diferencias entre los dos programas: l@s egresad@s de AE con 32.8% y l@s de IS, con 43.43%. Tal vez el hecho de que muchos de l@s IS permanece más tiempo como empleados, explica el mayor valor de la actividad intraempresarial para ellos. Este resultado combinado con el del literal b) de creación de empresas, claramente demuestra que el objetivo educativo de la Universidad se está alcanzando en muy buena forma. El objetivo de nuestro programa educativo es generar en nuestr@s alumn@s, un alto espíritu empresarial, que puede expresarse tanto en el desarrollo de nuevas empresas o en el desarrollo de las actividades intraempresariales.

**Figura # 5**  
**Actividad intraempresarial**



e) Dada la importancia que la empresa familiar tiene en nuestra economía, y que muchos de nuestr@s egresad@s están involucrados en la empresa de su familia, fue muy interesante para la investigación medir la actividad intraempresarial realizada por nuestr@s egresad@s en sus empresas familiares. En AE se encontró que un 9.95% ha tenido actividad intraempresarial familiar, mientras que en IS sólo el 3.19% ha sido intraempresario en empresa familiar. Es necesario aclarar que hay más egresad@s de AE que de IS que provienen de familias con empresa y que la proporción de los que trabajan en empresas familiares es mucho menor.

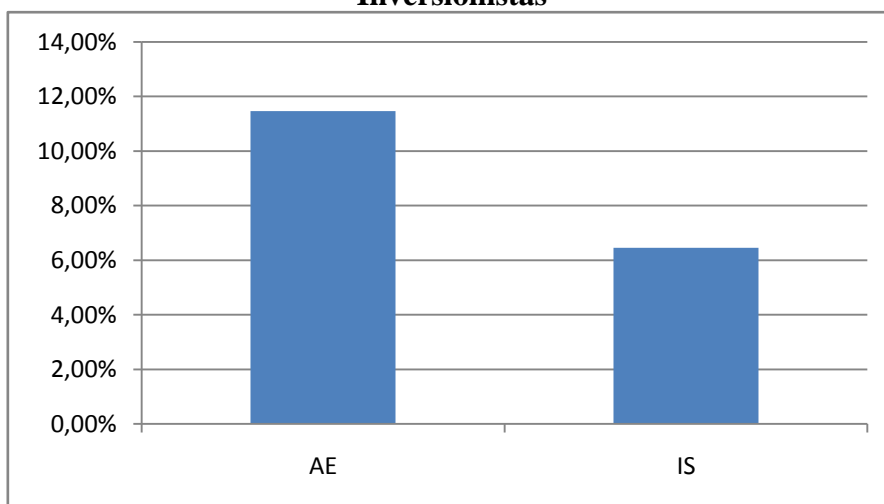
f) Otro aspecto interesante es la medición de la participación de nuestr@s egresad@s como inversionistas en nuevas empresas sin participar en la gestión o la dirección de la

empresa. En la Figura # 6 se puede observar que el 11.46% de AE y el 6.45% de IS han hecho inversiones para desarrollar nuevas empresas sin participar activamente en la gestión de las mismas.

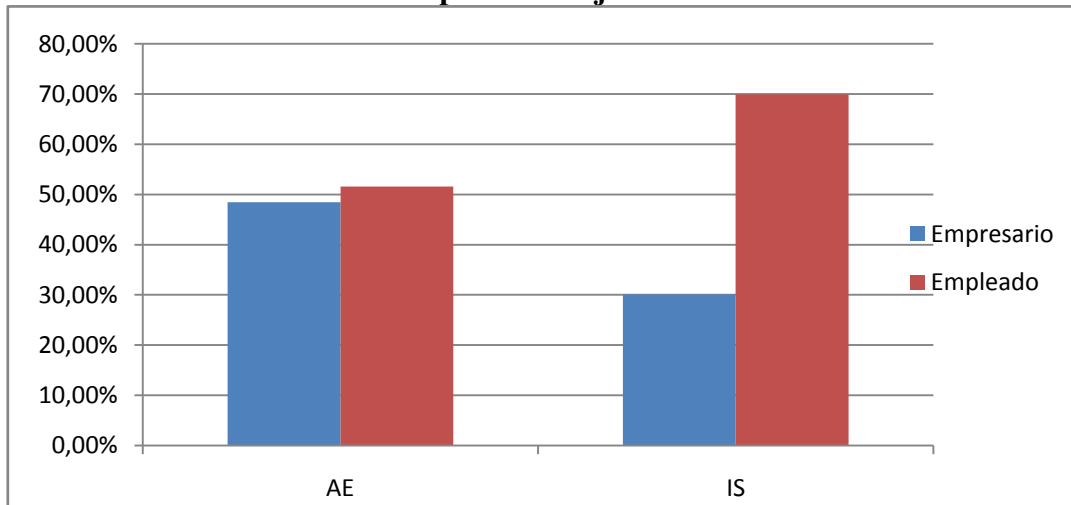
g) Cuando se analiza la opción de ser al mismo tiempo emplead@ y empresari@, se encontró que el 21.99% de los egresad@s de AE y el 14.74% de l@s egresad@s de IS lo han sido en algún período de su vida profesional. Vale la pena mencionar que el proceso educativo que promueve el CDEE en la Universidad Icesi, proporciona un estímulo hacia esta alternativa, si no pueden seguir inicialmente al 100% el camino empresarial. Se espera que después de que la nueva empresa obtenga buenos resultados, el (la) empresari@ deje de ser emplead@ y se involucre totalmente en su empresa.

h) La última pregunta de la primera etapa de la investigación está relacionada con la identificación de la situación actual de trabajo de l@s egresad@s. Como se indica en la Figura # 7, la proporción de egresad@s que trabajan 100% como emplead@s en empresas que no eran propias, ha disminuido considerablemente con respecto a la situación que se dió inmediatamente después de la graduación. Por ejemplo, en AE que el 86.81% habían sido emplead@s al graduarse hoy dicha proporción es del 51.58%, y en IS baja de 97.94% a 69.90%. Estos resultados son muy importantes porque confirman el principio básico que la Universidad Icesi ha venido promoviendo: formar empresarios para su vida profesional, sin forzar a los estudiantes a ser empresarios apenas terminan su proceso educativo en la Universidad.

**Figura # 6**  
**Inversionistas**

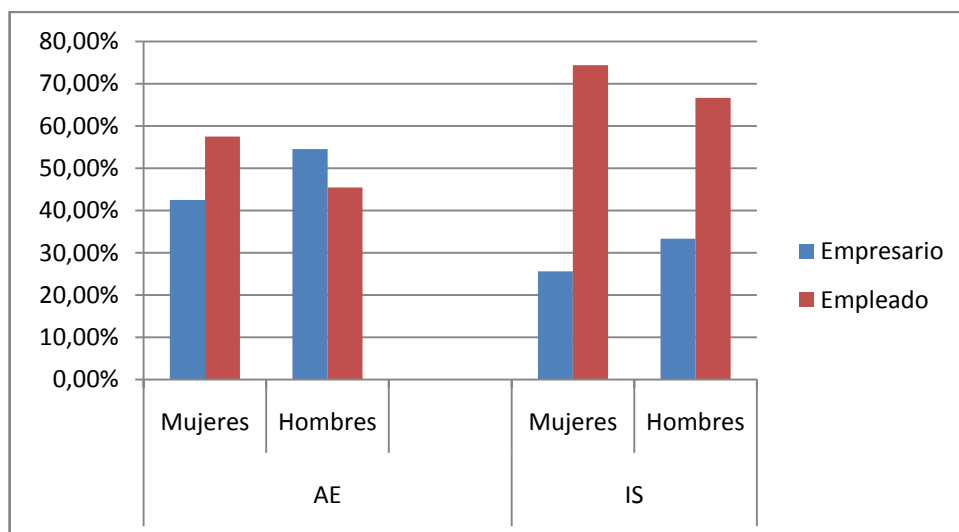


**Figura# 7**  
**Campo de trabajo actual**



En la Figura #8 podemos observar la actividad que actualmente desempeñan l@s egresad@s según género. Aquí se ve que todavía hay diferencias en la proporción de exalumnos y exalumnas que son empresari@s y que dicha diferencia esta a favor de los hombres, lo cual vuelve a plantear la gran inquietud de la equidad de género en el área empresarial.

**Figura # 8**  
**Campo de trabajo actual según género**



### 3.2 SEGUNDA ETAPA

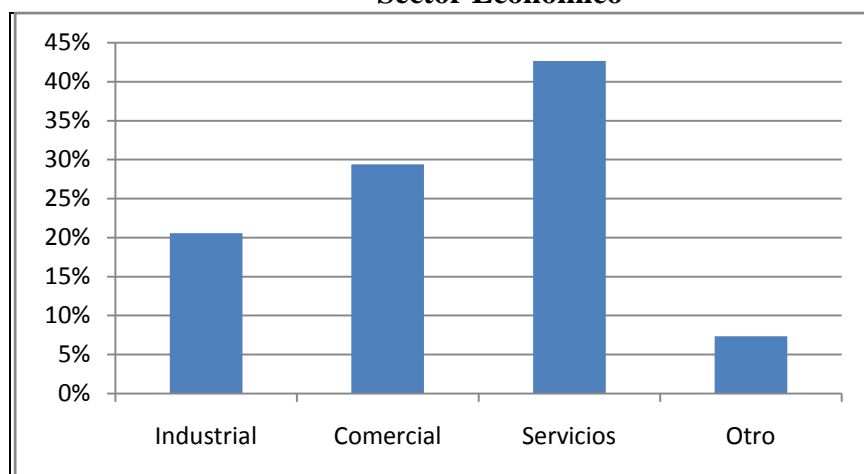
En la segunda etapa todas las entrevistas se realizaron a los empresarios activos. Los principales resultados fueron:

a) A pesar de que todos ellos están directamente involucrados en su empresa cuando se les preguntó acerca de cómo se perciben a sí mismos respecto a la actividad en la empresa, es interesante saber que el 74 % considera que su función principal es ser propietario-gerente, el 22 % considera que su papel principal es ser propietario y sólo el 4 % considera que su papel principal es ser gerente.

b) La Figura # 9 presenta el sector económico en el que se encuentran sus empresas. El sector de servicios es el que tiene mayor participación con el 43%, seguido por el comercial con el 29% y el industrial con el 21%. Teniendo en cuenta el contexto académico de los egresados y la tendencia general en los sectores económicos, estas cifras son consideradas como normales para la situación económica de Colombia.

c) El 85% de los empresarios consideran que es básico para fomentar la creación de nuevas empresas, la formación y capacitación sobre todas las fases que se dan al crear una empresa. Esto es muy importante para el CDEE, porque confirma la eficacia de todo el esfuerzo que se ha hecho a través de los años para promover el proceso de generación de ideas, la creatividad y la innovación, la orientación al cambio y el modelo de transformación.

**Figura # 9**  
**Sector Económico**

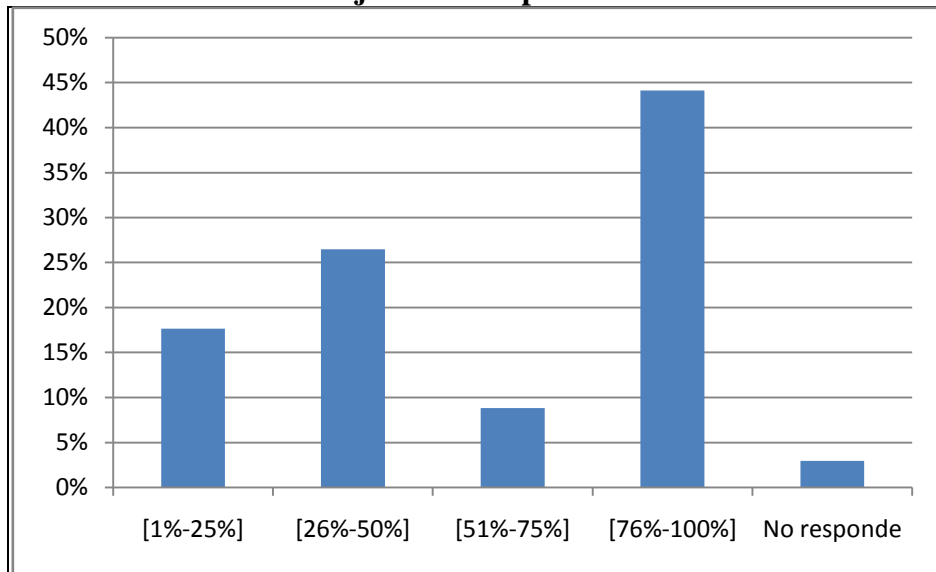


d) Al analizar el número de socios que tuvo la empresa al iniciar, las cifras muestran que el 40 % de los empresarios comenzaron solos al crear la empresa, el 35 % conformó un grupo empresarial entre 2 a 3 personas, el 24 % conformó un grupo empresarial entre 4 y 5 socios, y sólo un 1 % de las empresas se inició con más de 6 miembros. Estas cifras cambian para el momento actual, porque el 32 % de las empresas todavía tienen un único propietario, el 38 % indica que tienen entre 2 y 3 socios, el 28 % de las empresas cuenta entre 4 y 5 propietarios y tan sólo del 1 % de las empresas tienen más de 6 dueños. El CDEE tiene que desarrollar más actividades hacia la creación de redes, hacia el desarrollo de la confianza y debe fortalecer los procesos de asociación.

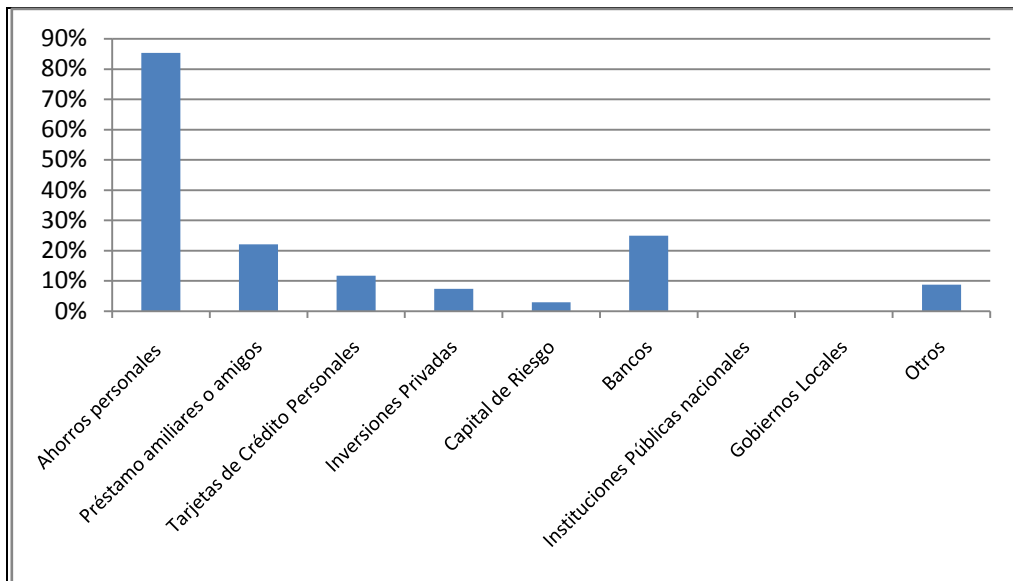
e) Una de las variables más importantes en cualquier empresa tiene que ver con la financiación inicial. Por esa razón, se formularon varias preguntas de investigación. La Figura #10 presenta el porcentaje de la participación en la inversión inicial de los graduad@s de la Universidad Icesi, cuando comenzaron. Es muy interesante observar que el 44% tenía entre 76 y 100 % de la propiedad, el 9% tenía entre el 51 y el 75% de la propiedad, el 26% tenía entre el 26 y 50% de la propiedad y el 18% tenía entre 1 y 25% de la propiedad.

f) En la mayoría de las investigaciones realizadas sobre la financiación de nuevas empresas, el ahorro personal es una fuente muy importante. En este caso, el 85 % de los egresados de Icesi utilizaron los ahorros, como fuente principal para la financiación de sus nuevas empresas. La Figura #11 muestran el pequeño rol que tiene el capital de riesgo, los inversionistas privados (ángeles) y los programas de gobierno como fuentes de financiación para las nuevas empresas. El sector financiero tiene un papel importante no sólo a través de préstamos, sino también a través del sistema de tarjeta de crédito. Esta es una de las áreas en las que hay mucho trabajo por hacer en Colombia, para aumentar el rol que cumple el gobierno como fuente de financiación de las nuevas empresas y también el desarrollo de los otros actores de la financiación como: capital de riesgo, los de capital semilla y los inversionistas ángeles. El CDEE tendrá que trabajar fuertemente en la identificación de nuevas fuentes reales de financiación para indicárselas a sus estudiantes y egresados.

**Figura # 10**  
**Porcentaje de Participación inicial**



**Figura # 11**  
**Fuente inicial de financiación**



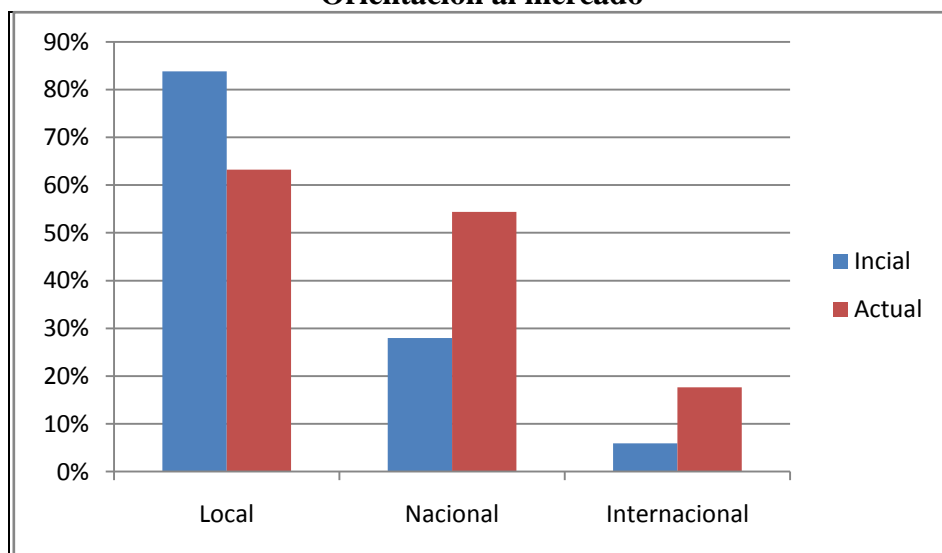
g) La Figura #12 muestra cómo la orientación de mercado de la empresa creada por los egresados Icesi ha cambiado a través de los años. Inicialmente, las empresas estaban muy orientados al mercado local (84% local, y sólo el 6% de la orientación era hacia la exportación) pero luego, las empresas han aumentado su orientación al mercado nacional (54%) y han aumentado también su orientación al mercado internacional

(18%). Esta es una tendencia muy importante, no sólo para el crecimiento de la empresa, sino para la diversificación de los mercados y claramente empieza a demostrar el éxito de ellas.

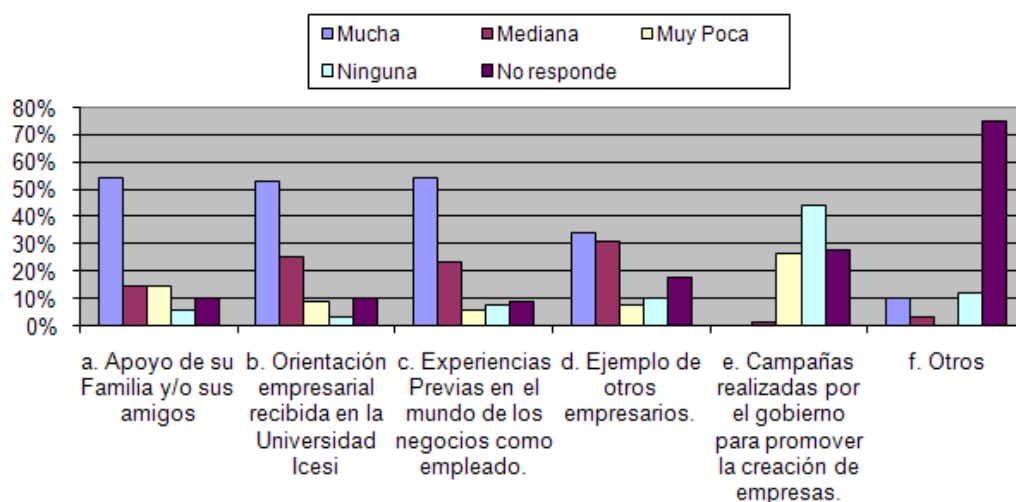
h) La Figura # 13 muestra la importancia que le dan los egresados a las diferentes variables que han influido en la decisión de convertirse en empresarios. Es muy positivo para el CDEE encontrar que sus alumn@s consideran muy importante la orientación que el Centro les brinda (53%), y lo valoran prácticamente al mismo nivel que el apoyo familiar (54%) y que las experiencias previas en el mundo de las empresas como empleado (54%). Es muy importante señalar que no le dan ninguna importancia a las actividades que realiza el gobierno para promover el espíritu empresarial, pero dan una importancia significativa a la motivación que otros empresarios les proveen.

En este tema, el CDEE tendrá que aumentar la formación en el uso de las ayudas que brinda el gobierno, que han crecido significativamente en Colombia, para lograr que nuestros estudiantes identifiquen y obtengan esos recursos.

**Figura # 12**  
**Orientación al mercado**

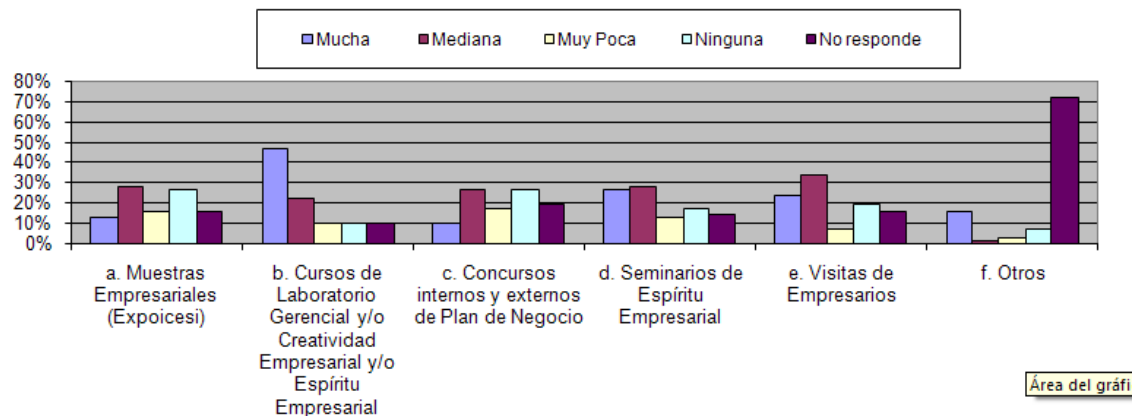


**Figura # 13**  
**Factores de Decisión**



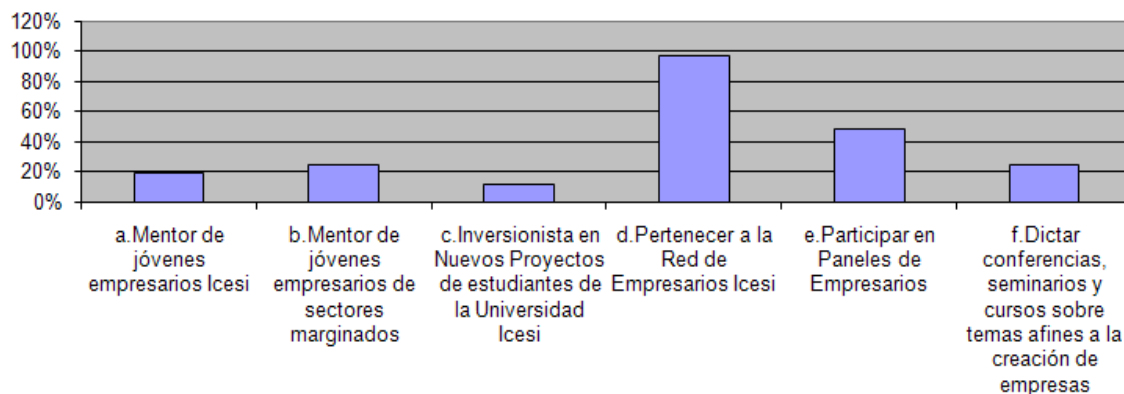
i) Uno de los puntos que fue de gran interés para los investigadores, era la medición de los posibles efectos de algunas acciones específicas que el CDEE ha implementado a través de los años. Como se indica en la Figura #14, los cursos de creación de empresas que han sido curso obligatorio, fueron considerados como de alta importancia en el 47% de los egresados y de importancia alta/media en el 76 %. Los seminarios de espíritu empresarial, que son actividades extracurriculares tiene un reconocimiento significativo por los egresados, casi al mismo nivel que las visitas y presentaciones realizadas por los empresarios que fueron a las clases o los seminarios o los Congresos. Es sorprendente que ExpoIcesi (Feria Empresarial) no tuviera un reconocimiento tan alto y que la participación en los concurso de planes de empresa tampoco lo tuviera. El CDEE tendrá que trabajar muy duro para desarrollar nuevas estrategias para los próximos ExpoIcesi y para los concursos de ideas y/o planes de empresas, de tal manera que las experiencias de aprendizaje que ellas brindan sean de gran utilidad para la vida empresarial de los estudiantes de Icesi.

**Figura # 14**  
**Factores de formación**



j) La Figura # 15 muestra las actividades en las que los egresados les gustaría ayudar al CDEE para apoyar su misión y en especial para ayudar a los estudiantes de la Universidad Icesi para que se conviertan en empresari@s. El CDEE tiene que desarrollar nuevos planes para permitir que los ex alumn@s puedan ayudar a nuestros estudiantes en el proceso de desarrollo de competencias empresariales.

**Figura # 15**  
**Actividades de Apoyo**



#### 4. CONCLUSIONES

a) Existen diferencias significativas en los porcentajes de los egresados empresarios de cada programa de la universidad, lo que indica que las carreras han tenido diferentes orientaciones. Aunque estos resultados han sido muy consistentes a lo largo de las diferentes mediciones que se han realizado, ellos deberían llamar la atención al director del programa de IS y del CDEE con el fin de considerar nuevas formas que permitan

mejorar las actividades empresariales de estos profesionales. En el programa de AE se realizó hace unos cinco años un cambio curricular muy significativo en el ámbito del espíritu empresarial, cuando el modelo educativo basado en competencias empresariales se puso en marcha, con cinco cursos obligatorios y oportunidades en la práctica y el proyecto de grado final en el desarrollo de nuevas empresas. El efecto de estos cambios se podrán medir tal vez en la medición de 2014, pero el diseño curricular ha estado mostrando algunos resultados muy fructíferos a lo largo de su aplicación.

Es necesario recordar que el espíritu empresarial es un evento multivariado y en el influyen muchas otras variables, además de la formación, que originan que las personas decidan ser o no empresarios, pero es importante hacer el análisis de las diferencias formativas.

b) Es evidente que la opción de la crear empresa es muy importante para los egresados, y por esto, muchos de ellos lo hicieron. Por lo tanto, es vital que las universidades de América Latina que aún no incluyen en sus programas la orientación empresarial, empiecen a proporcionar a sus estudiantes las herramientas necesarias para trabajar a lo largo de su carrera profesional.

c) Los cursos de Creatividad Empresarial, Espíritu Empresarial, Plan de Empresa, etc, y las actividades extracurriculares que el CDEE realiza son factores que han influido en la decisión de los egresados respecto a iniciar la empresa y que ésta sea exitosa. Este hecho realmente valida el esfuerzo realizado por la Universidad Icesi al apoyar los programas del CDEE.

d) Es necesario desarrollar más esfuerzos en varias áreas para aumentar la proporción de los empresarios, como: los servicios financieros, un contacto más estrecho entre los estudiantes y los empresarios, mejoras en el desarrollo de oportunidades de la empresa, asesoramiento en el desarrollo del plan de empresa y la puesta en marcha, el desarrollo de redes empresariales, la oferta de consultoría en los diferentes temas que la nueva empresa pueda requerir.

El CDEE ha promovido en el último año, dos iniciativas para tratar de resolver algunas debilidades mencionadas anteriormente: a) el Start-Upcafé, que es un lugar muy especial que se ha adecuado para que los nuevos empresarios potenciales, desarrollen

sus oportunidades de empresa, sus prototipos, sus planes de empresa, sus relaciones comerciales, e inicien su nueva empresa. Se estableció en marzo de 2008 y actualmente cuenta con alrededor de 112 estudiantes que tratan de desarrollar sus proyectos. El Start-Upcafé cuenta con un espacio físico, computadores, un centro de información, asesores y consultores.

b) la Red de Empresarios de Icesi (RedE), que se estableció en el 2009 y está empezando a realizar proyectos para integrar y ayudar a todos los empresarios de la Universidad Icesi en el desarrollo de sus empresas, generando alianzas para nuevas empresas, creando conexiones, y oportunidades de inversión y también brindando apoyo para los estudiantes de la Universidad Icesi que pertenecen al Start-Upcafé.

e) El apoyo de la familia y de los amigos es un factor muy importante en la decisión de convertirse en empresarios, lo cual indica la necesidad de adoptar medidas más intensivas en la gestión de empresas familiares, en el desarrollo empresarial de las familias y en el desarrollo de redes con otros grupos de interés que podrían ser importante para los empresarios de la Icesi. Una nueva línea de investigación sobre desarrollo de familias empresarias acaba de empezar.

f) Es importante reforzar el papel de los cursos de espíritu empresarial en todos los programas académicos. El CDEE debe crear nuevas estrategias para mejorar el desarrollo de las competencias empresariales entre sus estudiantes, como: nuevos diseños académicos, nuevas metodologías (Concursos de oportunidades y planes de empresa, mediante e-learning, cursos basados en competencias empresariales, espíritu empresarial para empresas de base tecnológica, webinars etc) que deben aplicarse y evaluarse su validez en el logro de los objetivos empresariales.

g) Es muy importante desarrollar algunas actividades que permitan crear alianzas con el sector financiero en Colombia, para facilitar el acceso de nuestros estudiantes a los recursos requeridos para iniciar su empresa.

h) Nuevos elementos deben ser considerados en el trabajo diario del CDEE para prestar apoyo a los estudiantes. Inicialmente el CDEE está planeando desarrollar un grupo de

asesores (profesores, alumn@s, asesores profesionales) asociados al Start-Upcafé con el fin de prestar los servicios que estos estudiantes demanden.

i) El desarrollo de mejores sistemas de apoyo para preparar mejor a los alumnos para participar en los concursos de Plan de Empresa, debe ser uno de los grandes objetivos con el fin de que ellos tengan acceso a los aprendizajes, redes y financiación que estas experiencias tienen.

j) Es necesario, generar un contacto más cercano y una mayor cooperación con los programas gubernamentales que promueva el espíritu empresarial, porque los estudiantes y los egresados no están utilizando el sistema de apoyo que el gobierno colombiano brinda. Hace diez años esto no era tan importante, pero ahora si lo es.

k) El CDEE debe comenzar un nuevo proceso de medición para incluir a los egresados desde 1984 hasta 2004, el cual será muy interesante pues ya incluirá egresados de programas diferentes a AE e IS.

l) Sería interesante que otras universidades y programas en América Latina realizaran estas mediciones para tener cifras comparativas, y generar ideas mas claras sobre como incrementar los índices de creación y de cómo lograr acelerar dichos procesos y además generar empresas más competitivas.

## **5. BIBLIOGRAFÍA**

- Varela R., Jimenez J.E., (2001) “The effect of Entrepreneurship Education in the Universities of Cali”, Proceeding 2001 Babson/Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Frontiers of Entrepreneurship Research 2001, Jonkoping, Sweden.
- Varela R., Jimenez J.E (2001) “El Espíritu Empresarial en tres Universidades de Cali”, Informe final de Investigación, Universidad Icesi, Cali.
- Varela R., (2008) “Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas”, Pearson Educación Latinoamericana, Bogotá.

- Varela R., (2003) “La Cultura Empresarial como Estrategia de Desarrollo para América Latina”, en Veciana J.M. “Creación de Empresas Entrepreneurship” Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Varela R, Martinez A.C, (2009), “Effectiveness of an entrepreneurial education program” LII ICSB World Conference, Seoul, Korea.