

✓ DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES DE CALI

RODRIGO VARELA VILLEGAS, Ph.d.

*Director Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial,
Universidad Icesi. Cali - Colombia*

JORGE ENRIQUE JIMÉNEZ PRIETO, M.Sc

*Director de Investigación y Desarrollo, Centro de Desarrollo
del Espíritu Empresarial. Universidad Icesi. Cali - Colombia*

RESUMEN

Este proyecto de investigación tiene como objetivo evaluar, en la ciudad de Cali, la incidencia que han tenido los programas académicos universitarios en la decisión de sus egresados de convertirse en empresarios y/o de generar nuevos proyectos al interior de las organizaciones para las cuales trabajan. Los resultados de esta investigación permitirán formular recomendaciones concretas para que los programas académicos cumplan efectivamente con su misión de formar profesionales con Espíritu Empresarial.

Este proyecto permitirá también desarrollar una metodología de evaluación de este tipo de programas y los resultados obtenidos servirán como punto de referencia para dichas evaluaciones.

Específicamente el proyecto abarca los siguientes programas académi-

cos: Administración de Empresas e Ingeniería de Sistemas de la Universidad Icesi, Administración de Empresas e Ingeniería Industrial de la Universidad del Valle, Administración de Empresas e Ingeniería Industrial de la Universidad Javeriana Seccional Cali.

Este artículo muestra los resultados obtenidos en la primera etapa de este proyecto, que consistió en un sondeo telefónico con una muestra de 500 egresados de la Universidad Icesi. El sondeo dio como resultado que el 9% de los Ingenieros de Sistemas, el 14% de los Administradores de Empresas del programa diurno y el 23% de los Administradores de Empresas del programa nocturno se dedican totalmente a la actividad empresarial. Además, un 3% de los Ingenieros de Sistemas, un 6% de los Administradores de Empresas del programa diurno y un 7% de los Administradores de Empresas del programa noc-

turno son simultáneamente empleados y empresarios.

1. ANTECEDENTES

Desde su fundación, la Universidad Icesi planteó como uno de sus objetivos la formación de líderes empresariales que contribuyan al desarrollo social y económico de nuestro país. En 1985 se creó el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial del ICESI (CDEE), con el propósito fundamental de: *Motivar y formar a la comunidad en el área de influencia de la Universidad, en el desarrollo de una acción creativa que permita la formación de nuevas organizaciones.* Para ello se inició una acción educativa específica con todos los estudiantes de pre-grado, orientada a generar en ellos una cultura empresarial.

Durante 1991 el CDEE realizó una investigación titulada «Situación ocupacional de los egresados del ICESI» en la cual se analizaron diversos aspectos del desarrollo profesional de los egresados y se obtuvo una primera percepción de su actividad empresarial. Se lograron contactar 116 personas y se encontró que el 26% de los egresados de Administración diurno y el 29% de Administración nocturno habían desarrollado hasta el momento algún tipo de actividad empresarial independiente. Para los egresados de Ingeniería de Sistemas la proporción fue de un 7%.

En 1992 se realizó una nueva investigación titulada «Investigación Longitudinal de los ex alumnos del ICESI», en la cual se contactaron 184 egresados de los 468 que habían obtenido su título antes de agosto de 1990.

Los resultados de esta nueva investigación permitieron confirmar los resultados de la investigación ante-

rior en cuanto a la proporción de egresados involucrados en la actividad empresarial. Sin embargo, ambas investigaciones presentaron una característica en común: una tasa de respuesta relativamente baja. Es decir, que de la población total de egresados que comprendían ambas investigaciones, un número muy bajo de éstos fue localizado y entrevistado.

Por otro lado, dentro de un proceso de auto-evaluación institucional, la Universidad Icesi considera que es importante hacer un seguimiento periódico sobre el desempeño profesional de sus egresados, particularmente de aquellos que han optado por la actividad empresarial.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. El proceso de creación de empresas

El proceso de formación de empresas se puede sistematizar en los siguientes cinco elementos básicos:

- Desarrollo del concepto (Variable Motivacional)
- Desplazamiento del nuevo empresario (Variable Situacional).
- Disposición a actuar por el nuevo empresario (Variable Psicológica Individual).
- Noción de credibilidad en el evento (Variable Socio-Psicológica y Cultural).
- Disponibilidad de recursos (Variable Económica).

Observamos fácilmente que cada una de ellas es sujeto de desarrollo, de formación y entrenamiento.

El empresario entonces tiene dos percepciones básicas para su desarrollo; la de conveniencia y la de factibilidad.

La primera es una expresión de valores individuales, de convicciones y de creencias. La segunda es menos emocional y es una medida del proyecto, formada por conocimiento de la actividad, de los recursos y de la forma de llevarlo a cabo. Estos dos hechos nos indican que educativamente podemos formar empresarios, pues uno de los propósitos de la educación es el de formación y en ellos están implícitos la creación, refuerzo o negación de ciertos valores y actitudes.

2.2. Concepto de educación empresarial

La idea básica detrás de una educación empresarial es el poder producir en el largo plazo más y mejores empresarios de los que en el pasado han aparecido en Colombia sin el esfuerzo ni el influjo del sistema educativo. El objetivo tiene que ser que estos nuevos empresarios, beneficiarios de una educación, aprendan cuándo, cómo, dónde, con quién y con qué empezar sus nuevos negocios: cómo proseguir sus carreras empresariales y cómo maximizar sus objetivos empresariales, no sólo para su beneficio personal sino también para el resto de la sociedad.

La idea de la educación empresarial es poder brindar al ser humano las capacidades y habilidades necesarias para que sea un factor de desarrollo económico y social, para que esté capacitado como empresario capaz de superar sus limitaciones y las del país y de hacer una contribución efectiva a nuestro desarrollo; empresario innovador, independiente, creador, líder, original, arriesgado, visionario que logra satisfacer sus metas personales por su propia acción.

La educación empresarial es un período de aprendizaje que le da a cada individuo una preparación general que le abre sus metas a ciertas cosas, pero sobre todo le da al individuo una manera particular de ser, de hacer, de comportarse.

La educación empresarial tiene que mantener la idea de que el centro de su acción es la persona en toda su extensión y que luego, y como segunda finalidad, está el qué hacer. Educación empresarial es trabajar sobre actitud, es ayudar a los educandos a definir su papel, sus acciones, a crear su trabajo, a crear su vida.

La educación empresarial es un proceso que permite desarrollar una cultura empresarial, potenciar una actitud empresarial que puede o no devenir en el nacimiento de una empresa con finalidad económica, pero que sí debe proveer un conjunto de valores personales que lleve al ser humano a un compromiso innovador y trascendente.

La idea básica tras una educación empresarial es producir en el mediano y largo plazo una generación de nuevos empresarios mejor entrenados e informados acerca de:

- a) Cuándo, cómo, dónde, con quién, con qué empezar un nuevo negocio.
- b) Cómo seguir una carrera empresarial.
- c) Cómo maximizar sus objetivos personales en forma equilibrada con las necesidades de su sociedad.
- d) Cómo desarrollar una cultura empresarial.

- e) Cómo promover los cambios requeridos para facilitar y estimular a los nuevos empresarios y a las nuevas empresas.

2.3. Características empresariales

El empresario ha sido estudiado desde hace muchos años, y todos los pensadores empresariales han producido perfiles y/o listas de cualidades, y/o atributos, y/o conocimientos, y/o habilidades, y/o motivaciones, etc., y con el correr de los años se han ido sistematizando y se ha pasado de las posiciones conceptuales a información empírica de cubrimiento mundial. Los últimos 30 años de renacimiento empresarial han enriquecido el conocimiento del empresario como persona. Desde las investigaciones del Hornaday en los comienzos de 1970 hasta las investigaciones más recientes realizadas por diferentes investigadores académicos, firmas consultoras, etc., han tratado de producir un perfil empresarial. Los resultados básicos de dichos trabajos están resumidos en la Tabla 1.

2.4. El proceso empresarial

Karl Vesper identifica cinco ingredientes básicos para que un negocio tenga probabilidad de éxito:

1. Conocimiento técnico.
2. Oportunidad de negocio.
3. Contactos personales.
4. Recursos.
5. Clientes con pedidos.

Toda educación empresarial tiene que trabajar con estos elementos y desarrollarlos adecuadamente, pero no aisladamente sino en relación con las características empresariales y con las características del ambiente.

**TABLA I
CARACTERÍSTICAS
BÁSICAS
DEL EMPRESARIO**

- Necesidad de logro.
- Necesidad de independencia/autonomía.
- Liderazgo/capacidad fuerte de persuasión.
- Toma de iniciativa.
- Honestidad/integridad/confiabilidad.
- Atraídos por retos no por riesgos/corren riesgos moderados.
- Centro de control interno/confianza en sí mismo/Noción de suficiencia de sus capacidades.
- Orientación hacia metas específicas.
- Compromiso total/determinación/perseverancia.
- Tolerancia de: incertidumbre, ambigüedad y presiones.
- Buenas relaciones con empleados y con medio ambiente.
- Nivel energético muy alto.
- Capacidad de trabajo muy alta.
- Creatividad/Imaginación/Innovación.
- Conocimiento del negocio/Experiencias.
- Capacidad de solución de problemas.

Es de esperarse que al final de su educación el estudiante tenga bases y ojalá haya circulado realmente por las tres etapas básicas:

- a) Deseo de cambiar su trayectoria de vida.
- b) Noción de conveniencia de la carrera empresarial.
- c) Noción de factibilidad real de su empresa.

Encontrándose listo para tomar la decisión de iniciar hoy u otro día su empresa y/o a vivir una vida profesional basada en oportunidades, con orientación de trabajo y no de empleo, con una conducta personal de empresario y no de burócrata, con pasión por sus metas y objetivos.

2.5. Carrera empresarial

La decisión de crear una empresa significa, por lo general, dar un giro importante en la trayectoria de vida de las personas.

Según Schein (1978), cualquier planeación de carrera debe considerar la interacción de trabajo, familia y vida personal, y una buena teoría de carrera empresarial debería contener:

1. Una teoría de selección de carrera.
2. Una teoría de socialización de carrera.
3. Una teoría de orientación de carrera.
4. Una teoría de progreso de carrera.

De acuerdo con ello analizaremos a continuación el proceso empresarial desde una perspectiva de *carrera empresarial*, desarrollando estos cuatro elementos.

2.5.1. Antecedentes que influyen en la selección de carrera

Hay tres factores que parecen influir la decisión de llegar a ser empresario:

2.5.1.1. Factores individuales

Históricamente se ha dado gran importancia en el proceso de selección de la carrera empresarial a algunos rasgos de personalidad, tales como necesidad de control, necesidad de logro, habilidad para tomar riesgos, tolerar ambigüedad, etc.

Sin embargo, investigaciones recientes han notado que los factores individuales por los cuales una persona llega a ser empresaria no están sólo relacionados con rasgos de personalidad sino también con otros factores como el «ancla de carrera» (Schein, 1990), procesos de aprendizaje técnico y aprendizaje social (Robinson, Stimpson, Huefner & Hunt, 1991; Shaver & Scott, 1991).

Una definición «vulgar» del concepto muy técnico de «ancho de carrera», utilizado por Schein, podría ser el sueño o la visión que tiene cada individuo sobre su futuro no sólo profesional sino también personal.

Por otro lado, quienes investigan diferencias entre hombres y mujeres sugieren que hay diferencias significativas en la orientación y motivación entre hombres y mujeres (Brush, 1992).

2.5.1.2. Factores sociales

También parece existir una variedad de factores sociales que influyen al tomar la decisión de ser empresario (Reynolds, 1991).

- Muchos empresarios provienen de ambientes «deprimidos» (pobreza en la niñez y padres negligentes (Moore, 1964). Kets de Vries (1997) notó que los empresarios crecían en ambientes donde los temas dominantes eran la deserción, la muerte y la negligencia.

- Los hijos de padres empresarios parecen querer seguir esta misma carrera (Collins & Moore, 1970; Roberts & Wainer, 1968; Shapero, 1972).
- El soporte familiar tanto financiero como psicológico es otro factor bien importante en la elección de carrera (Dyer, 1992).
- Existen algunas investigaciones que consideran que la raza y la cultura pueden tener un impacto significativo al adoptar el rol de empresario (Thomas & Alderfer, 1989).
- El apoyo de la comunidad también es muy importante (Stevenson, 1987) pues será ésta la encargada de reconocer o generar el prestigio a quien es propietario de un negocio.

2.5.1.3. Factores económicos

Aldrich (1990) y Kirchoff (1991) han estudiado los factores económicos que estimulan la actividad empresarial.

- La falta de oportunidades de empleo en las organizaciones.
- Economías crecientes que crean oportunidades de negocio.
- Redes de apoyo (Aldrich & Zimmer, 1986; Birley, 1985).

2.5.2. Socialización de la carrera empresarial

No parece existir una única secuencia o patrón de experiencias que lo guíe a uno para ser empresario. En la investigación se observa la presencia de los siguientes factores:

- Experiencias de la infancia (Collins & Moore, 1964; Kets de Vries, 1977). Dalton & Holdaway (1989)

encontraron que muchos de los empresarios habían asumido responsabilidades significativas desde muy jóvenes y habían comenzado sus negocios en la juventud. Estas experiencias influyeron en su elección por ser empresarios.

- Para otros empresarios sus experiencias de trabajo y los entrenamientos pudieron influir en esta escogencia (Brockhaus & Nord, 1979, Chambers, Hart & Denison, 1998).
- Los cursos de especialización en empresarios también han sido definitivos para otros, porque les dieron la confianza que ellos necesitaban para montar un negocio.
- Las experiencias de trabajo negativas en compañías grandes (Dyer, 1992) se convierten también en factor impulsor del espíritu empresarial.
- Para otros el trabajar con un «empresario» influyó en esta decisión.

2.5.3. Orientación de la carrera

Una de las dificultades para entender la orientación personal de los «empresarios» radica en que ellos mismos no se consideran como tales (Duffy & Stevenson, 1984). Ellos se ven a sí mismos como promotores, minoristas, ingenieros que apenas comienzan un negocio. Se sienten más orientados hacia una carrera ocupacional que hacia una carrera empresarial (Van Maneen y Barley, 1984).

Es necesario entender el impacto de las primeras experiencias de socialización empresarial para poder entender cómo ellos podrán aceptar o adoptar diferentes roles empresariales. Goffee y Scase (1985) estudiaron

mujeres empresarias y describen cómo su «orientación» (¿valores?) a la carrera tuvo un profundo impacto: su carrera dependía de cómo ellas asumían sus roles en relación con sus familias y sus trabajos. Para ellas primero estaba su familia que el trabajo.

2.5.4. Progreso en la carrera

El progreso de la carrera empresarial, desde el comienzo hasta el éxito, no ha sido estudiado. Ser empresario incluye muchos roles; propietario, esposo/esposa, papá o mamá, líder comunitario, gerente, etc. Dependiendo de qué tanto el empresario haya progresado en su carrera, deberá adoptar diferentes roles como resultado del cambio en sus familias, sus negocios y sus vidas personales.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivo general

Establecer el efecto que han tenido en el desarrollo del Espíritu Empresarial de sus egresados los siguientes programas universitarios:

- Administración de Empresas e Ingeniería de Sistemas de la Universidad Icesi.
- Administración de Empresas e Ingeniería Industrial de la Universidad del Valle.
- Administración de Empresas e Ingeniería Industrial de la Universidad Javeriana Seccional Cali.

3.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la proporción de egresados de estos programas que han tomado la decisión de realizar actividades empresariales indepen-

dientes o han contribuido a la formación de nuevas organizaciones dentro de las empresas en las cuales laboran.

- b) Determinar los tipos y dimensiones de la actividad empresarial independiente de estos egresados: sector de actividad económica, tipo de sociedad, participación del egresado en la inversión, nivel de inversión, empleos generados y duración o antigüedad de la empresa.
- c) Evaluar las características empresariales de los egresados y determinar si la formación recibida por estas personas tuvo una incidencia positiva en la decisión de convertirse en empresarios.
- d) Recibir de los egresados una retroalimentación que permita mejorar los procesos de formación en el área de Espíritu Empresarial.
- e) Detectar los campos en que las universidades podrían dar un apoyo continuado a sus egresados en sus proyectos de creación de nuevas empresas.
- f) Conocer el desarrollo de la Carrera Empresarial de un grupo de profesionales empresarios, que nos permita la elaboración de «Perfiles de Carrera Empresarial» y un banco de casos que pueda ser utilizado con fines docentes.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

4.1. Preguntas a resolver

De acuerdo con lo planteado en el objetivo general y en los objetivos específicos de esta investigación, se

pretende dar respuesta a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué proporción de los egresados ha puesto en marcha actividades empresariales independientes? ¿En qué cantidad? ¿En qué condiciones y cuáles son las características de esas actividades?
2. ¿Qué otro tipo de actividades han realizado que responden al propósito fundamental de «formación de nuevas organizaciones, que además de contribuir a resolver el problema de desempleo den a las personas que las organizan un sentido de realización profesional»?
3. ¿Qué beneficios han percibido durante su actividad personal y profesional, derivados de su formación basada en los conceptos y valores del Espíritu Empresarial?
4. ¿En qué aspectos y con qué intensidad consideran los egresados de la Universidad que la formación recibida en su institución ha contribuido a su proceso empresarial? ¿En que aspectos pueden seguir colaborando el CDEE u otras instituciones y cómo?
5. ¿A qué atribuye el resto de egresados el no haber iniciado negocios propios? ¿Qué consideran ellos que le faltó a la formación recibida en su universidad en ese sentido? ¿Qué podría hacer su universidad para ayudarles a crear sus propios negocios?

4.2. Técnicas de recolección y organización de la información

Para el logro de los objetivos especí-

ficos *a* y *b* se diseñó un cuestionario breve y se contrataron, para su aplicación, los servicios de una empresa de Telemercadeo.

Para cumplir con los objetivos específicos *c*, *d* y *e* se aplicará el cuestionario KAI (Kirton Adaptation and Innovation) y el Cuestionario de Características Empresariales de la Universidad de Washington.

Para cumplir con el objetivo *f* se realizarán entrevistas en profundidad, dirigidas por un psicólogo con experiencia en el área de planeación de carrera empresarial. Para esta actividad se diseñarán guías de entrevista, basadas en los resultados obtenidos en las etapas anteriores.

4.3. Diseño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra de este proyecto se definió como población a los egresados de cada uno de los planes de pregrado ofrecidos por la Universidad Icesi, desde el primer semestre de 1984 hasta el segundo semestre de 1993.

Una de las hipótesis que se buscan demostrar con esta investigación es que mientras más tiempo de graduado tenga una persona hay mayor probabilidad de que se haya dedicado a trabajar en forma independiente, teniendo en cuenta un hecho importante que es la incidencia que ha tenido el programa en el cual se graduó, para generar una actitud o tendencia a ser independiente.

Con base en lo anterior se decidió tomar cada programa como poblaciones independientes, determinando así tres tamaños diferentes de muestra, una para el plan A, otra para el plan B y otra para el plan C. Posteriormente

te se distribuyeron las muestras de forma proporcional al porcentaje de egresados en períodos de dos años, comparado con el total de egresados de cada plan. El período que se tomó para distribuir la población de cada plan fue de dos años, en el supuesto de que en este período se marca un cambio generacional respecto al pensamiento y la actitud.

La decisión de trabajar cada plan como una población independiente se debe a dos circunstancias:

- a) Se buscaba estratificar por años y programa, lo cual generaba una serie de pequeños estratos, sobre los cuales no existía información de la proporción de egresados independientes.
- b) Es permitido que los estratos sean desiguales, pero dado que se busca mirar la relación de antigüedad con su tendencia a ser empresario para poder compararlo con otros programas, esto no podría ser posible en ciertos casos, ya que no existen egresados de ciertos programas en ciertos períodos dado que empezaron después. Esto implicaría dejar en ciertos momentos parte del marco muestral excluido.

El sistema probabilístico utilizado para determinar el tamaño de muestra fue el **Método Aleatorio Simple**, dadas las condiciones ya establecidas de las poblaciones con que se iba a trabajar, de las cuales se tiene un listado completo y se puede hacer una selección de elementos y entrevistas de forma fácil. Además, se conocía por estudios previos la proporción de personas independientes en cada programa. La Tabla 2 presenta la conformación de la muestra.

5. RESULTADOS

5.1. Situación laboral actual de los egresados

La primera pregunta en la investigación tenía como objetivo conocer la situación laboral actual de los egresados de la Universidad Icesi. La Tabla 3 muestra los resultados obtenidos. Se observa que entre los egresados de la Universidad el 9% de los Ingenieros de Sistemas, el 14% de los Administradores de Empresas del programa diurno y el 23% de los Administradores de Empresas del programa nocturno se dedican totalmente a su actividad empresarial. También se puede notar que algunos de los egresados se desempeñan como empleados y empresarios; si a los datos anteriores se les suma esta proporción, se obtienen tasas del 12%, 20% y 30% respectivamente.

Estos resultados son altamente satisfactorios por varias razones:

Primero, porque al compararlos con los estudios realizados por la Universidad Javeriana (Tabla 4) se observa que sólo en el caso de los Ingenieros de Sistemas la proporción de empresarios es inferior, y si se mira el total de egresados, se puede tener en cuenta que en la Universidad Icesi hay un 16% de egresados que dedican todo su tiempo a ser empresarios mientras que en la Universidad Javeriana sólo es el 11%.

Segundo, porque a pesar de que el número de egresados de la Universidad ha ido en aumento cada año, la proporción del total de egresados que son actualmente empresarios aumentó con relación a la investigación rea-

TABLA 2
DISTRIBUCION DE LAS MUESTRAS SEGÚN PERÍODOS

Períodos	Número de egresados			Porcentaje $W_i=N_i/N$			Tamaño de la muestra $n_i=W_i*n$		
	Plan A	Plan B	Plan C	Plan A	Plan B	Plan C	Plan A	Plan B	Plan C
841-842	17								
851-852	22	7							
Total	39	7	0	0.091	0.014	0	16	3	0
861-862	44	14							
871-872	41	43							
Total	85	57	0	0.198	0.117	0	35	23	0
881-882	48	46	10						
891-892	37	47	48						
Total	85	93	58	0.198	0.19	0.248	35	37	33
901-902	43	64	48						
911-912	53	83	55						
Total	96	147	103	0.224	0.301	0.44	40	58	58
921-922	68	71	35						
931-932	56	114	38						
Total	124	185	73	0.289	0.378	0.312	51	73	41
Total	429	489	234						

Total de encuestas a realizar según plan

Plan A	n =	175
Plan B	n =	192
Plan C	n =	130

lizada en 1992 (Investigación Longitudinal de los Egresados de la Universidad Icesi), la cual cobijaba únicamente los egresados desde 1984 hasta el año 1990 (un total de 468), mientras que esta investigación incluye los egresados desde 1984 hasta 1993 (un total de 1.152).

Esto demuestra que a pesar del crecimiento de la Universidad ésta no

ha perdido la capacidad de impartir «Educación Empresarial» a sus estudiantes.

Si se tiene en cuenta que las actividades del CDEE se han incrementado de manera considerable durante los últimos años, se puede esperar que la proporción de egresados empresarios siga en aumento.

TABLA 3
ACTIVIDAD DE EGRESADOS DE UNIVERSIDAD ICESI

Universidad Icesi	Ing. de Sistemas		Admón. diurno		Admón. nocturno		Total	
	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
Empresario	13	9	25	14	41	23	79	16
Empleado	117	86	129	70	107	60	353	70
Empresario-empleado	4	3	12	6	13	7	29	6
Desempleado	3	2	19	10	17	10	39	8
Total	137	100	185	100	178	100	500	100

TABLA 4
ACTIVIDAD DE EGRESADOS DE UNIVERSIDAD JAVERIANA

Universidad Javeriana	Ing. Industriales	
	Cantidad	(%)
Empresario	23	11
Empleado	160	77
Empresario-empleado	21	10
Desempleado	4	2
Total	208	100

Fuente: Fajardo, S.L. & López V.A. (1991), «Perfil profesional del Ingeniero Industrial Javeriano».

Creemos que las diferencias entre las proporciones de cada uno de los planes (con un nivel de significancia del 95%) se debe a lo siguiente:

Los Administradores de Empresas del nocturno tienen un desarrollo de carrera empresarial diferente del de los Administradores de Empresas del diurno. Sus promedios de edad son superiores en el momento de llevar a

cabo sus estudios, poseen experiencias previas y recursos que les dan la posibilidad de convertirse en empresarios más rápidamente que sus colegas del diurno.

Los estudiantes del nocturno una vez terminan su curso de creatividad empresarial inician el proceso de creación de su empresa. Los del diurno salen inmediatamente a práctica y esto se convierte en un obstáculo para poner en ejecución su plan de negocio.

Se cree incluso que desde el momento de selección de los proyectos los estudiantes del nocturno tienen una convicción mayor de que sus proyectos serán puestos en práctica. De hecho es frecuente que algunos proyectos ya están en marcha antes de ser culminado el plan de negocio.

Finalmente, la Tabla 3 también nos muestra que un 10% de los egresados de Administración de Empresas diurno y nocturno manifestaron estar desempleados actualmente. Hay que aclarar que estas cifras están muy por debajo del promedio de desempleo que se presenta para la ciu-

dad de Cali (19.7%); además, esta cantidad sólo indica que estas personas no trabajan actualmente pero no que se encuentren buscando un trabajo que es la definición utilizada por el DANE para sus estadísticas de desempleo. También vale resaltar que, en nuestro medio, las cifras de desempleo profesional son muy superiores a las de desempleo general.

5.2. Experiencia empresarial

Se sabe que para convertirse en «empresario de tiempo completo» se requiere un proceso previo de experimentación y aprendizaje, por lo tanto la segunda pregunta que se incluyó tenía como objetivo conocer la proporción de los egresados de la Universidad que han realizado alguna vez actividades empresariales y las características de las mismas.

En la Tabla 5 se observa que el 23% de los Ingenieros de Sistemas, el 35% de los Administradores de Empresas del diurno y el 46% de los Administradores de Empresas del nocturno realizan o han realizado, en algún momento de sus vidas, actividades empresariales. Al hacer la diferencia con los porcentajes de la Tabla 3 se dedujo que el 11%, 15% y 16% de los egresados de los respectivos planes, aunque en el momento de haber sido entrevistados no realizaban activida-

des empresariales, sí lo han hecho en el pasado.

Estos resultados son aún más alentadores, pues demuestran que los egresados de la Universidad están llevando a cabo sus primeras experiencias en la vida empresarial y por lo tanto es de esperarse que en el futuro hagan nuevos intentos.

5.3. Número de empresas

La tercera pregunta que se hizo a los egresados de la Universidad fue para conocer el número de empresas que han tenido a lo largo de su carrera. La Tabla 6 muestra que para los tres planes la mayoría de los egresados han tenido una sola empresa, pero no es despreciable que un 7% han tenido más de una empresa.

5.4. Características de las empresas

En la encuesta realizada para la Investigación de Egresados de la Universidad Icesi se hicieron varias preguntas con el propósito de obtener una idea general sobre algunas características de las empresas desarrolladas. Se encontró (Tabla 7) que para los tres planes de estudio, alrededor del 70% de las empresas tienen un nivel de inversión relativamente bajo (menos de 30.000.000 de pesos), si se tiene en cuenta que más de la mitad

Universidad Icesi	Admón. diurno		Admón. nocturno		Ing. de Sistemas		Total	
	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
Si	64	35	81	46	31	23	176	35
No	121	65	97	54	106	77	324	65
Total	185	100	178	100	137	100	500	100

Respuesta	Admón. diurno		Admón. nocturno		Ing. de Sistemas		Total	
	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
0	121	66	95	54	106	78	322	65
1	52	28	60	34	28	20	140	28
2	6	3	14	8	2	1	22	4
3	6	3	7	4	1	1	14	3
Total	185	100	176	100	137	100	498	100

Respuesta	Admón. diurno		Admón. nocturno		Ing. de Sistemas		Total	
	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
100.000 - 30 millones	46	72	58	73	22	72	126	72
30 - 60 millones	4	6	9	11	5	16	18	10
60 - 100 millones	4	6	6	7	2	6	12	7
100 - 300 millones	3	5	2	2	0	0	5	3
Más de 300 millones	2	3	2	2	1	3	5	3
NS/NR	5	8	4	5	1	3	10	6
Total	64	100	81	100	31	100	176	100

de los empresarios poseen como mínimo un 50% de las empresas. Esta cifra es difícil de interpretar, pues se podría creer que al responder la pregunta los entrevistados pensaron en la inversión inicial que hicieron en la empresa, lo cual no mostraría los datos que se querían encontrar. Se considera por lo tanto que los resultados de esta pregunta no son útiles para la investigación y que por lo tanto la pregunta que se debe hacer en el segundo trabajo de campo será el valor de los activos de la empresa a la fecha.

Otras preguntas que pueden ser el mejor indicador de la dimensión de las empresas creadas son las relacionadas con el volumen de ventas. Se observa en la Tabla 8 que un alto porcentaje de las empresas (36%) sobrepasó el año pasado los \$50 millones en ventas y que de ellas un 14% vendió más de \$500 millones. Por otro lado se tiene también que un buen porcentaje de las empresas tiene un cubrimiento nacional (26%) o internacional (6%) (Tabla 9).

La mayoría de las empresas creadas por los egresados pertenecen al sec-

TABLA 8 VENTAS DE LA EMPRESA								
	Admón. diurno		Admón. nocturno		Ing. de Sistemas		Total	
Respuesta	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
Menos de 50 millones	28	44	40	49	20	65	88	50
50 - 150 millones	6	9	10	12	5	16	21	12
150 - 500 millones	7	11	9	11	1	3	17	10
Más de 500 millones	7	11	15	19	3	10	25	14
NS/NR	16	25	7	9	2	6	25	14
Total	64	100	81	100	31	100	176	100

TABLA 9 ZONAS QUE CUBRE LA EMPRESA								
	Admón. diurno		Admón. nocturno		Ing. de Sistemas		Total	
Respuesta	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
Local	43	67	50	62	25	81	118	67
Nacional	16	25	26	32	4	13	46	26
Internacional	5	8	4	5	2	6	11	6
Total	64	100	80	100	31	100	175	100

TABLA 10 SECTOR ECONOMICO DE LA ACTIVIDAD								
	Admón. diurno		Admón. nocturno		Ing. de Sistemas		Total	
Respuesta	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
Comercio	31	49	27	33	12	39	70	40
Industria	11	17	21	26	4	13	36	20
Servicios	22	34	32	41	15	48	69	39
NS/NR	0	0	1	1	0	0	1	1
Total	64	100	81	100	31	100	176	100

tor del comercio (Tabla 10), un porcentaje importante al sector servicios y como es de esperarse una menor proporción al sector industrial.

5.5. Relación familiar

Finalmente se quiso indagar sobre la existencia de relaciones familiares entre los egresados creadores de

empresas y sus socios. Efectivamente, se encontró que un 49% de los egresados tienen vínculos familiares con los socios de sus empresas (Tabla 11).

5.6. Análisis longitudinal

Uno de los objetivos de esta investigación era determinar si a medida que transcurren los años de haber terminado sus estudios, una mayor proporción de los egresados se convierte en empresario.

Al elaborar las correlaciones de los datos en la Tabla 12 se encontraron las siguientes correlaciones entre el número de años de egresados y la proporción de empresarios:

Admón. diurno $r=0.045714286$

Admón. nocturno $r=0.788448471$

Ing. de Sistemas $r=0.428571429$

Como se puede apreciar, únicamente para el caso de los egresados de Administración nocturno se puede afirmar que se cumple la hipótesis. Se considera que sería necesario tener más datos para sacar conclusiones más contundentes al respecto.

6. CONCLUSIONES

De la primera etapa de la investigación se concluye que la población de egresados de la Universidad Icesi conforma hoy en día un núcleo em-

TABLA 11
RELACION FAMILIAR CON LOS SOCIOS

Respuesta	Admón. diurno		Admón. nocturno		Ing. de Sistemas		Total	
	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
Sí tiene	31	48	40	50	15	48	86	49
No tiene	33	52	40	50	16	52	89	51
Total	64	100	81	100	31	100	176	100

TABLA 12
EVOLUCION DEL NUMERO DE EMPRESARIOS

Grupo	Admón. de Empresas A		Admón. de Empresas B		Ing. de Sistemas	
	Frec.	(%)	Frec.	(%)	Frec.	(%)
84-85	3	18	0	0		
86-87	4	11	9	38		
88-89	7	19	8	23	3	9
90-91	2	5	10	24	4	7
92-93	9	17	14	18	6	13
	25	14	41	23	13	9

presarial de gran importancia para la región. Si se extrapola la proporción de egresados de nuestra muestra que son empresarios actualmente, se podría afirmar que por lo menos unos 350 egresados de esta Universidad son actualmente empresarios y que otros 150 ya han tenido por lo menos una primera experiencia de tipo empresarial independiente.

Los niveles de ventas, el número de empleos creados y la cobertura nacional e internacional, en algunos casos, muestran también que las empresas creadas están contribuyendo de manera considerable al desarrollo socio-económico de la región.

También se demuestra con esta investigación que la mayoría de los nuevos negocios que se crean están conformados por dos o más socios y que en un número considerable de casos éstos tienen un carácter familiar, lo cual hace ver el imperativo de que los temas de empresa familiares y de conformación de equipos empresariales reciban una especial atención en la formación de los futuros profesionales.

En los aspectos metodológicos, los resultados de esta primera etapa indican que es necesario indagar más profundamente en el concepto de carrera empresarial, pues es importante el número de empresarios que al mismo tiempo siguen siendo empleados.

También sería interesante indagar en profundidad qué ha sucedido con aquellas personas que en algún momento desarrollaron actividades empresariales independientes y hoy no lo hacen. ¿Forma parte esto de su carrera? ¿Fue un fracaso? Si fue así, ¿qué tipo de apoyos hacen falta? ¿Qué errores se cometieron y cómo se po-

dría capitalizar esta experiencia en la futura formación de empresarios? Indudablemente quedan muchos interrogantes de interés que deben ser resueltos en las etapas posteriores de esta investigación.

AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen a las estudiantes en práctica: Erika Xibille Aristizábal y Elsa María Infante Cruz, por su invaluable contribución para la realización de esta investigación. Igualmente agradecen a los profesores investigadores María Isabel Velasco de Lloreda, por la contribución a la elaboración del marco teórico sobre plan de carrera, así como al profesor Carlos Hernán Fajardo por la asesoría en los aspectos estadísticos.

Los autores agradecen también a la Fundación Corona el aporte financiero que ha hecho posible la realización de esta investigación.

7. BIBLIOGRAFIA

ALDRICH, H.E. (1990). *Using an ecological perspective to study organizational founding rates*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (3), 7-24.

ALDRICH, H.E., & ZIMMER, C. (1986) *Entrepreneurship through social networks*. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The arte and science of entrepreneurship*, pp. 3-23. Cambridge, MA: Ballinger.

BIRLEY, S. (1985). *The role of networks in the entrepreneurial process*. In J.A. Hornaday, E.B. Shils, J.A. Timmons, & K.H. Vesper (Eds.), *Frontiers of*

- entrepreneurship research, pp. 180-191. Wellesley, MA: Babson College.
- BONNET, L. & JIMÉNEZ, J.E., *Situación Ocupacional de Egresados del ICESI*. Cali, octubre de 1991.
- BROCKHAUS, R.H. (1981). *The Psychology of the Entrepreneur*. Proceedings of the 1981. Conference on Entrepreneurship Education. Baylor University, 1981. pp. 22-34.
- BROCKHAUS, E. & NORD, W.R. (1979). *An exploration of factors affecting the entrepreneurial decision: Personal characteristics vs. environmental conditions*. Proceedings of the National Academy of Management, 364-386.
- BROCKHAUS, R.H. & HORWITZ, P.S. (1986) *The psychology of the entrepreneur*. In Sexton, D.L., & Smilor, R. (Eds.), *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge, Ballinger.
- BRUSH, C. (1992). *Research on women business owners; Past trends, a new perspective and future directions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 16 (4), 5-30.
- CHAMBERS, B.R. HART, S.L. & DENISON, D.R. (1988). *Founding team experience and new firm performance*. In. B.A. Kirchoff, W. A. Long, E.W. Wetzel, Jr. (Eds.). *Frontiers of entrepreneurship research*, pp. 106-118. Wellesley, MA: Babson College.
- COLLINGS, O.F. & MOORE, D.G. (1964). *The enterprising man*. East Lansing: Michigan State University.
- COLLINS, O.F., & MOORE, D.G. (1970). *The organization makers*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- DALTON, G.W., & HOLDAWAY, F. (1989). *Preliminary findings - Entrepreneur study*. Working paper. Brigham Young University. Department of Organizational Behavior. ☀