

LIBRO DE PONENCIAS

VI ENCUENTRO DE INVESTIGACIÓN
Y EXTENSIÓN DE LA ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL
TECNOLÓGICO DE COSTA RICA (AE 2017)

XVIII ENCUENTRO INTERNACIONAL
DE LA RED MOTIVA

ISBN: 978-9930-541-17-3



TEC

Tecnológico
de Costa Rica

COMITÉ ORGANIZADOR**Dra. Paola Vega Castillo**

Vicerrectora de Investigación y Extensión del Tecnológico de Costa Rica.

Dr. Alejandro Masis Arce

Director • Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

Dr. José Martínez Villavicencio

Director • Centro de Investigación en Administración, Economía y Gestión Tecnológica (CIADEG-TEC), Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

Dr. Juan Carlos Leiva

Director • Revista Tec Empresarial, Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

MET. Ronald Brenes Sánchez

Profesor • Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

Licda. Mariela Martínez Chacón.

Asistente administrativa, CIADEG-TEC, Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

COMITÉ ACADÉMICO**Dr. José Martínez Villavicencio**

Director. Centro de Investigación en Administración, Economía y Gestión Tecnológica (CIADEG-TEC), Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

Dr. Juan Carlos Leiva

Director. Revista Tec Empresarial, Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

Dra. Grettel Brenes Leiva

Profesora. Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica.

Dra. Silvia Morales Gualdrón

Profesora. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.

Dr. Francisco Puig

Profesor. Universidad de Valencia, España.



Tecnológico de Costa Rica. Escuela de Administración de Empresas.

Cartago, Costa Rica • Teléfonos: (506) 2550-9052

Apartado postal: 159-7050 Cartago CR

Correo Electrónico: revistaa@tec.ac.cr

TEC | Tecnológico de Costa Rica

EDITORES DEL LIBRO DE MEMORIAS

Juan Carlos Leiva y José Martínez Villavicencio

FORMA DE CITACIÓN SUGERIDA

Autor. (Año). Título del trabajo. En Leiva y Martínez-Villavicencio (Eds), Trabajo presentado en el VI Encuentro de Investigación y Extensión de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica y XVIII Encuentro Internacional de la Red MOTIVA, Costa Rica 2017. (Páginas). San José, Escuela de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica.

Ejemplo:

Barilaro, L. (2017). La cultura organizacional como condicionante en decisiones estratégicas: casos de emprendimientos en la ciudad de Mar del Plata, Argentina. En: Leiva y Martínez-Villavicencio (Eds). Trabajo presentado en el VI Encuentro de Investigación y Extensión de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica y XVIII Encuentro Internacional de la Red MOTIVA, Costa Rica 2017. (Páginas 7-12). San José, Escuela de Administración de Empresas, Tecnológico de Costa Rica.

Una producción de:

Medios de Promoción S.A. Tel.: 2272-5384 • 2272-9384
contacto@racsa.co.cr • www.mediosdepromocion.com

Diseño y Diagramación: *Kreativa Design* / Carolina Gómez Varela
Tel.: 8312-6735 • karogv@gmail.com



PONENCIAS

TRABAJOS COMPLETOS

- 6** LA CULTURA ORGANIZACIONAL COMO CONDICIONANTE EN DECISIONES ESTRATÉGICAS: CASOS DE EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA, ARGENTINA
Luciana Barilaro
- 12** CONOCIMIENTO FINANCIERO Y ECONÓMICO ENTRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA UTEC DE EL SALVADOR Y LA PUCPR DE PUERTO RICO
Modesta Fidelina Corado / Roberto Filánder Rivas / Ronald Hernández Maldonado
- 20** EL PROFESOR UNIVERSITARIO COMO PARTICIPANTE ACTIVO EN LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y EL SURGIMIENTO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN LA SOCIEDAD
Eva María de Lourdes Loaiza Massuh / Silvia Salinas Falquez / Pedro Huacón Cruz
- 26** LAS SPIN-OFF: TIPOS Y SUPERVIVENCIA
José Vicente Pascual Ivars / José Manuel Comeche Martínez
- 32** ANÁLISIS DE LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN IBAGUÉ – TOLIMA, COLOMBIA
Juan Fernando Reinoso Lastra / Luis Fernando Serna Hernández
- 44** ANÁLISIS DEL APOORTE DEL SUBSISTEMA FINANCIERO AL DESARROLLO EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ, TOLIMA, COLOMBIA
Juan Fernando Reinoso Lastra / José Alejandro Vera Calderón / Janeth González Rubio
- 52** EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR Y SU DESEMPEÑO: PROPUESTA DE ANÁLISIS AL SECTOR BIOTECNOLÓGICO DE COLOMBIA
Luis Fernando Serna / Francisco Puig
- 62** DIAGNÓSTICO DE LAS MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYME) EN EL DEPARTAMENTO DE CHONTALES DURANTE EL PERIODO 2013-2017
Jenny del Socorro Villanueva / Martha Adilia Ocon Moreno

PONENCIAS

TRABAJOS EN RESUMEN

- 85** ESTUDIO DE CASOS: UNA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA, EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS INTEGRADORAS Y EMPRENDEDORAS
Fabiola Andrea Argandoña Gómez / María Cecilia Persico Jiménez / Ana María Visic Matulic / Jacqueline Ivonne Bouffanais
- 86** UN MODELO PARA LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA A EMPRENDIMIENTOS RURALES
Luis Carlos G. Cantón Castillo / Magaly Iuit González / Jorge Santiago Santos Flores
- 87** ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA
José Manuel Comeche Martínez / Ramón Torcal i Tomás
- 88** EL BIG FIVE Y SU IMPLICACIÓN EN LA NEGOCIACIÓN: UN ESTUDIO INTERDISCIPLINARIO DE ECONOMÍA EXPERIMENTAL
Gustavo Cubillo Salas / María del Carmen Saorín-Iborra / Guillermo Mateu. Doctor Ivannia Murillo Guadamuz
- 89** CAPITAL HUMANO Y FACTORES SOCIOLÓGICOS COMO DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO
Eugenia Ferreto / Esteban Lafuente / Juan Carlos Leiva
- 90** EL EMPRENDIMIENTO DE BASE TECNOLÓGICA: DEL DESEO A LA REALIDAD
María Eugenia Gómez Zuluaga
- 91** DESERCIÓN DE PRIMER AÑO: ¿CÓMO IDENTIFICAR POSIBLES DESERTORES DE CARRERAS UNIVERSITARIAS?
María Catalina Maluk Abusleme / Ignacio Miranda Gómez
- 92** FACTORES QUE INCIDEN EN LOS PROCESOS DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN: LA BIOTECNOLOGÍA EN COSTA RICA
José Martínez Villavicencio / Margie Faith Vargas
- 93** FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO, BENEFICIOS DE RENDIMIENTO Y DE INNOVACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DIGITAL DE LAS MIPYMES EXPORTADORAS COSTARRICENSES
Ivonne Vásquez Esquivel

A man and a woman in business attire are looking at a tablet together. The man is on the left, wearing glasses and a dark suit jacket over a light blue shirt and tie. The woman is on the right, wearing a dark top and a light-colored jacket. They are both smiling and looking at the tablet. The background is a soft, out-of-focus office setting.

PONENCIAS

**TRABAJOS
COMPLETOS**

LA CULTURA ORGANIZACIONAL COMO CONDICIONANTE EN DECISIONES ESTRATÉGICAS

CASOS DE EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE MAR DEL PLATA, ARGENTINA

RESUMEN

Diversos autores analizan y caracterizan la cultura de las organizaciones así como numerosa bibliografía e investigaciones desarrollan el proceso de toma de decisiones. Con una mirada integradora de la cultura como condicionante de la conducta del tomador de decisiones este documento presenta una propuesta de trabajo que utilizará un enfoque que resulta novedoso por ser cualitativo, cuya técnicas de recolección de datos se basan en entrevistas semi estructuradas. Se espera que los resultados contribuyan al reconocimiento de los condicionantes de la cultura organizacional que influyen en la conducta del tomador de decisiones, permitiendo fortalecer los condicionantes considerados positivos, mejorando los resultados del proceso de implementación de las decisiones y fomentar, así, el desarrollo organizacional potenciando las capacidades de los tomadores de decisiones y mejorando su evolución dentro de la organización.

PALABRAS CLAVE: *Decisiones, emprendimientos, cultura, condicionantes*

Luciana Barilaro

lucianabarilaro@hotmail.com

Profesora adjunta de
Funciones organizacionales
y de Creación de empresas
en la Facultad de Ciencias
Económicas y Sociales de la
Universidad Nacional de Mar
del Plata, Argentina

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

La cultura de las organizaciones ha sido un tema analizado y caracterizado por numerosos autores con diversas definiciones y conceptos, pero escasamente relacionada con los emprendimientos nacientes. También el proceso de toma de decisiones es objeto de estudio de numerosos autores e investigaciones.

Según Pavesi (1991), las decisiones estratégicas son aquellas caracterizadas por un bajo nivel de estructuración (no están predefinidas) y que involucran cuestiones que comprometen el éxito en el largo plazo. Se espera que

los impactos de estas decisiones afecten sustancialmente los resultados de la gestión de los emprendimientos. Debido a la importancia de las decisiones estratégicas, porque tienen gran trascendencia a largo plazo, involucran gran cantidad de recursos y definen objetivos y lineamientos, cuyo impacto (positivo o negativo) generarán en los resultados de la gestión de los emprendimientos es que se presenta como punto central en la disciplina de la Administración, conocer la dinámica compleja del proceso de toma de decisiones para poder diseñar posteriormente intervenciones efectivas para la mejora de la gestión de dichos emprendimientos. Si podemos detectar cuales son ►►

► los condicionantes culturales que afectan positivamente la toma de decisiones estratégicas en los emprendimientos podremos mejorar las aptitudes de los tomadores de decisiones de los emprendimientos.

Se espera que los resultados contribuyan al reconocimiento de los condicionantes que influyen en la conducta del tomador de decisiones, permitiendo fortalecer los condicionantes considerados positivos, mejorando los resultados del proceso de implementación de las decisiones y fomentar, así, el desarrollo organizacional potenciando las capacidades de los tomadores de decisiones y mejorando su evolución dentro de los emprendimientos.

FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

El proceso decisorio y las decisiones estratégicas

Respecto del concepto general del proceso decisorio, el argentino Pedro Pavesi, plantea que decidir es “realizar un proceso mental, deliberado, voluntario, sistemático, a través del ejercicio del raciocinio, con la finalidad de elegir un curso de acción, entre un conjunto de cursos de acción alternativos” (Pavesi, 1991).

Uno de los máximos exponentes en el tema del proceso de decisión es Herbert Simon, ganador del Nobel en Economía en 1978 por la contribución de su trabajo para la racionalización del proceso decisorio en las organizaciones. El proceso decisorio se inicia con la percepción por parte del sujeto decisor de que el universo decisorio no adoptará un comportamiento que considera deseable (oportunidad) fijando un conjunto de objetivos (traducción material del estado-objetivo futuro) (etapa de inteligencia). En una etapa siguiente (etapa de revisión), realiza un esfuerzo intelectual por evocar (limitadamente) un conjunto de alternativas que, según cree, le permitirían alcanzar los objetivos propuestos. Tal evocación incluye una proyección (limitada) de los resultados o consecuencias asociados a cada alternativa. Del conjunto de alternativas percibidas como disponibles, el modelo sugiere que, en la siguiente etapa (etapa de elección) el decisor seleccionará la alternativa preferida de acuerdo a un conjunto de valores. La etapa final (etapa

de revisión), consistirá en una evaluación de las decisiones adoptadas en virtud de la contribución de los resultados obtenidos en asocio a los objetivos decisorios planteados con anticipación (Simon, 1980)

No obstante, y adhiriendo al llamado Enfoque Descriptivo de la decisión (Pavesi, 1991), se considera adecuado incorporar a sus etapas el compromiso con la *acción* (traducción material de la elección). Coherente con lo anterior es el pensamiento de Drucker (2002), quien conceptualiza a la decisión como un proceso compuesto por seis (6) etapas: **1)** Clasificar el problema, **2)** Definir el problema, **3)** Plantear las condiciones que tiene que satisfacer la respuesta al problema, **4)** Decidir sobre lo que es *correcto*, en lugar de sobre lo que es *aceptable*, con objeto de cumplir las condiciones de campo (¿Qué es lo que satisficará totalmente a las condiciones antes de que se consideren los compromisos, adaptaciones y concesiones necesarias para hacer la decisión aceptable?), **5)** Incluir dentro de la decisión las acciones que hay que llevar a cabo, **6)** Establecer el control (*feedback*) que comprueba la validez y la eficacia de la decisión en relación con el estado actual de los hechos.

Respecto del nivel de estructuración de las decisiones (es decir, si existe o no un modelo previo que guíe el abordaje del problema) Simon(2004) distingue dos tipos extremos que denomina: *decisiones programadas* y *no*

Cuadro 1. Tipos de decisiones

Tipos de Decisión	Técnicas de Decisión	
	Tradicional	Moderna
Programada: Rutina, decisiones repetitivas La organización desarrolla procesos específicos para manejarlas	1. Hábito 2. Rutina administrativa 3. Estructura de la organización	1. Investigación operativa 2. Procesamiento electrónico de datos
No Programada: Decisiones de política novedosas, mal estructuradas, de una sola vez Manejada por procesos generales de solución de problemas	1. Criterio, intuición y creatividad 2. Reglas empíricas 3. Selección y entrenamiento de ejecutivos	Técnicas heurísticas de solución de problemas aplicados a: a- entrenamiento de decidores humanos b- elaboración de programas heurísticos de computación

programadas, pero inmediatamente aclara que son polos opuestos de una serie continua donde se puede encontrar todos los matices a lo largo de la serie. La frecuencia recurrente en que un problema o una determinada situación de decisión se presenta lleva comúnmente a la elaboración de un procedimiento o programa de rutina para resolverlo, generando así una decisión *programada*. Por el contrario, una decisión es *no programada* es aquella que resulte novedosa e inusualmente importante en sí misma. No hay un procedimiento preestablecido, ningún método preciso porque no ha surgido con anterioridad. Esta investigación, por lo tanto, se enfocará exclusivamente en el análisis de decisiones no programadas y con menor nivel de estructuración.

Para poder caracterizar las decisiones no programadas a los fines operacionales de este estudio, se seguirá el enfoque planteado por Simon (20014), quien señala que para distinguir estos tipos de decisiones se utilizan diferentes técnicas para manejarlas y las resume en cuadro 1.

Con el objetivo de complementar el enfoque de Simon, se propone tomar también lo presentado por Pavesi (1991) quien realiza un aporte que clasifica el nivel de estructura de una situación de decisión, facilitando abordar su estudio con una metodología diferente pero incluyendo, el factor de nivel de la organización, como anticipante del contenido estratégico o no de la decisión (altamente relacionado con el nivel donde se genera la misma), resumido en el cuadro 2.

Decisiones estratégicas

“Las decisiones estratégicas constituyen elecciones no rutinarias, que involucran el empleo de recursos significativos de las organizaciones, implican la participación de varios niveles y funciones al interior de las instituciones,

tienen un impacto de largo alcance y pueden conducir al éxito o fracaso de las empresas” (Rodríguez Ponce y otros 2009)

Es decir que la unidad de análisis son decisiones que:

- Involucran una cantidad importante de recursos económicos
- Proyectan efectos de largo plazo
- Involucran diferentes funciones organizacionales
- Generan alto impacto interno y externo.

La racionalidad de las decisiones

El proceso decisorio dista mucho de ser perfecto y la alternativa elegida de ser óptima. Más bien, la elección constituye la materialización de la *racionalidad* del sujeto decisor en un momento específico del tiempo. Según Simon (1980) “la racionalidad se ocupa de la elección de alternativas preferidas de actividad de acuerdo a un sistema de valores cuyas consecuencias de comportamiento pueden ser valoradas.” Tradicionalmente, el denominado modelo de la racionalidad objetiva suponía que el sujeto era capaz de adaptar su comportamiento a un modelo integrado por:

- a) Una visión panorámica de las alternativas de comportamiento disponibles;
- b) La consideración del complejo total de consecuencias que seguirá a cada elección;
- c) La elección de una entre toda la serie de alternativas.

Sin embargo, Simon plantea los siguientes límites humanos para la racionalidad objetiva: **a)** la racionalidad exige un conocimiento y una anticipación completa de las consecuencias que seguirán a cada elección. En

realidad el conocimiento de las consecuencias es siempre fragmentario.

b) dado que estas consecuencias pertenecen al futuro sólo es posible anticipar de manera imperfecta los valores que tomarán.

c) la racionalidad exige una elección ➤

Cuadro 2. Nivel de estructura de una situación de decisión

Mundo	Estructura	Nivel Organizacional	Incertidumbre	Lenguaje	Operación	Relación con el decisor	Apertura
Dócil	Estructurado (alta)	Operación	Certeza Riesgo (cuasi-certeza)	Matemático	Cálculo	Independiente	Cerrado
Esquivo	Estructurable Semi Estructurado (Baja)	Administración	Incertidumbre Ambigüedad	Verbal	Búsqueda	Interdependencia	Semi-Abierto
Rebelde	No estructurado (nula o casi)	Dirección Estrategia	Hiperincertidumbre	Vocabulario	Inversión	Dependiente	Abierto

- » entre todos los posibles comportamientos alternativos en cambio en el comportamiento real sólo se nos ocurren unas pocas de estas posibles alternativas.

Dado que el sistema de valores aplicado al momento de evaluar y seleccionar alternativas de decisiones puede responder a diversas naturalezas es que Simon propone describirlo adjuntando un adverbio a la palabra “racionalidad”. Por ejemplo si se aplicará un sistema de valores orientado a los fines organizacionales se estaría hablando de una decisión “organizacionalmente racional” (Simon, 1980)

Al momento de estudiar procesos decisorios, es fundamental analizar la racionalidad aplicada por los sujetos como un componente más de esta dinámica; así también, los factores que pueden llegar a influenciar la selección del tipo de racionalidad aplicada.

Algunos condicionantes del proceso decisorio

- 1. Condicionantes individuales:** se debe a la manera en la que interaccionan tres grandes componentes. En primera instancia, las características biológicas y estructurales que tiene el cerebro humano. En segundo lugar, la dinámica con la que se dan en la mente de los sujetos los distintos procesos emotivos, cognitivos y conductuales. Finalmente, podría mencionarse la incidencia que la personalidad del individuo tiene sobre los procesos anteriores.
- 2. Condicionantes grupales:** En ciertos momentos la organización impone que algunas decisiones sean tomadas en forma colectiva. En otras ocasiones es el propio decisor el que toma la iniciativa de apoyarse en el grupo porque considera que esto facilitará la resolución del caso. Así, y aun cuando la mente humana exhibe una complejidad notable, la problemática asociada a la decisión se torna más compleja al pasar del nivel de análisis individual al grupal. En este nivel ya no consideramos al decisor como un sujeto individual sino como un sujeto colectivo. La decisión grupal excede a la simple agregación de los procesos particulares de decisión de los miembros que conforman el grupo, pues emergen en aquellas dinámicas propias que deben ser examinadas.
- 3. Condicionantes organizacionales:** Todo proceso decisorio, sea éste individual o colectivo, puede verse potencialmente condicionado por un conjunto de variables propias del sistema organizacional que contribuyen achi-

cando los grados de libertad del decisor. Entre aquellas, es posible mencionar la cultura organizacional, la estrategia, la estructura organizacional y la dinámica de poder.

Este estudio se enfocará en la cultura organizacional ampliar más este párrafo para que el lector tenga un enlace natural entre el tema anterior y el que sigue. Aquí se puede indicar que la literatura ha estudiado los cuatro condicionantes y otros más por lo que en este estudio se ha considerado la cultura organizacional, es importante justificar teóricamente brevemente la escogencia de este condicionante organizacional.

Cultura organizacional

Remite a un conjunto supuestos y creencias básicos de una organización que condicionan y orientan las conductas al interior de la misma (Schein, 1988); es una suma de valores, mitos, héroes y símbolos que ha llegado a representar algo muy importante para las personas que trabajan en ella. Es un sistema de reglas informales que explica con detalle cómo el personal debe comportarse la mayor parte del tiempo (Deal & Kennedy, 1985). Sus principales funciones son definir los límites, es decir, establecer distinciones entre una organización y otra; transmitir la identidad a sus integrantes; facilitar generación de un compromiso personal que trascienda los intereses individuales; incrementar la estabilidad del sistema social y, por último, controlar y darle sentido a las distintas variables de la empresa, además de modelar y guiar las conductas de los individuos dentro de la organización (Robbins, 2004). Para el estudio de la cultura sirve el esquema de análisis propuesto por Schein (1988): primer nivel: los artefactos son los resultados tangibles de las actividades que se apoyan en los valores y supuestos (nivel observable); segundo nivel: los valores como los principios sociales, filosofías, estándares y metas, los cuales tienen un valor intrínseco y dirigen el comportamiento de los miembros (nivel apreciativo o valorativo) y tercer nivel: los supuestos son las representaciones de las creencias e ideas básicas que se tienen acerca de la naturaleza humana y la realidad (nivel fundacional o fundante). Los supuestos tienen la clave para entender, comprender y cambiar la cultura de una organización.

Hace falta la teoría que sustenta los procesos emprendedores de las empresas y finalmente articular o definir como en este estudio se van a integrar los tres temas: **a)** el tema de toma de decisiones, **b)** la cultura organizacional y el proceso de emprendimiento en las empresas.

OBJETIVOS

Objetivo general: Estudiar la cultura organizacional y sus elementos (valores, héroes, ritos o ceremonias, red cultural) como condicionantes en el proceso de toma de decisiones estratégicas en emprendimientos representativos de los sectores productivos de la ciudad de Mar del Plata.

Objetivos específicos:

1. Indagar el perfil de los decisores estudiados para desarrollar una caracterización de los mismos (edad, sexo, nivel educativo)
2. Caracterizar la cultura organizacional y sus elementos: valores, héroes, ritos o ceremonias, red cultural de los casos de estudio y proyectar posibles relaciones como condicionantes organizacionales del proceso decisorio en el ámbito estudiado.
3. Estudiar la percepción de los tomadores de decisiones respecto de los elementos de la cultura como condicionantes y de cómo consideran que estos influyen en sus procesos decisorios.

MÉTODOS Y TÉCNICAS A EMPLEAR

Este estudio es de tipo cualitativo para poder tener mayor profundidad en el relevamiento habiéndose seleccionado como casos de estudio veinte (20) emprendimientos de la ciudad de Mar del Plata.

Para el relevamiento de la información requerida se relacionarán los resultados de entrevistas a informantes clave. Las entrevistas, que poseerán el carácter de ser semi-estructuradas, servirán al propósito de relevar la percepción sobre los factores culturales que consideran críticos para la toma de decisiones estratégicas.

Muestra

Se aplicará sobre directivos que desempeñen en funciones que impliquen procesos decisorios estratégicos durante el período 2017-2018 en 20 emprendimientos de la ciudad de Mar del Plata. Para la selección de la muestra se escogen emprendimientos de los sectores productivos representativos de la ciudad de Mar del Plata: sector pesquero (2 casos), sector textil (3 casos), sector cervecero (3 casos), sector turístico (3 casos), sector agrícola-ganadero (3 casos), sector químico (3 casos) y sector metalmeccánico (3 casos).

Recolección de datos

El guion de relevamiento para las entrevistas pretenderá obtener información perceptual respecto de las siguientes variables:

1. Decisiones que toma con mayor frecuencia y de manera esporádica.
2. Cultura de la organización.
3. Elementos de la cultura.
4. Percepción de la repercusión que sus decisiones tiene sobre el resto de la organización,
5. La cultura organizacional como factores críticos del proceso decisorio.

RESULTADOS ESPERADOS

Se espera que los resultados generen información relevante a nivel académico y para el diseño de políticas para capacitar a los emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- BOLMAN, L y T. DEAL. Organizaciones y liderazgo. El arte de la decisión., 1995, Addison-Wesley Iberoamericana.
- BROWN, Marvin. La ética en la empresa. Estrategias para la toma de decisiones, 1992, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- DEAL T. y KENNEDY A. "Las Empresas como Sistemas Culturales". 1985, Edit. Sudamericana.
- DRUCKER, Peter F. "La Decisión eficaz", La Toma de Decisiones, Harvard Business Review, 2002, Bilbao, Ediciones Deusto, páginas 1 a 22.
- ETKIN, Jorge y SCHVARSTEIN, Leonardo, Identidad de las organizaciones, 1992, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- ETKIN, Jorge, Capital Social y Valores en la organización sustentable. El deber ser, poder hacer y la voluntad creativa, 1ra. Edición. 2007. Buenos Aires, Editorial Granica.
- ETKIN, Jorge. Gestión de la complejidad en las organizaciones. 2013, Buenos Aires, Editorial Granica.
- HAMMOND, John S., KEENEY Ralph L. Y RAIFFA, Howard, Decisiones Inteligentes, 2002, Barcelona, Editorial Gestión 2000.
- HILL, Charles W. y JONES, Gareth R. , Administración Estratégica un enfoque integrado, 1996, Santa Fe de Bogotá, Editorial Mc Graw Hill. ➤

- • HIRSCHMAN, A. Salida, voz y lealtad [1970], México, Fondo de Cultura Económica, 1977.
- SCHVARSTEIN, L. Diseño de organizaciones. Tensiones y paradojas, 1998, Buenos Aires, Paidós.
- SCHEIN, Edgar H. La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica, 1988, Plaza Janes Editores S.A., España
- SIMON, Herbert. El Comportamiento Administrativo, Buenos Aires 3ª Edición, 1980, Editorial Aguilar.
- SIMON, Hervert. "La Nueva Ciencia de la Decisión Gerencial". 2004, Edit. El Ateneo.
- VEGA, Roberto I. Decisiones en la universidad pública. 2010. Mar del Plata, Editorial EUDEM. ISBN 978-987-1371-66-2.

Artículos

- ARELLANO RODRIGUEZ, M. "Sistemas de Información: ¿adecuación a los cambios tecnológicos o herramientas de gestión?", Revista de Ciencias Sociales, XIV(3): 531. 2008.
- ARGYRIS, Chris, "Barreras Interpersonales para la adopción de decisiones", La Toma de Decisiones, Harvard Business Review, 2002, Bilbao, Ediciones Deusto, páginas 65 a 106.
- DRUCKER, Peter F. "La Decisión eficaz", La Toma de Decisiones, Harvard Business Review, 2002, Bilbao, Ediciones Deusto, páginas 1 a 22.
- ETKIN, Jorge, "El potencial ético de las organizaciones", trabajo presentado en el Seminario Internacional Los desafíos Éticos del desarrollo, organizado por la Iniciativa Interamericana de Capital Social, Ética y Desarrollo del Banco Interamericano de Desarrollo.
- ETZIONI, Amitai, "La adopción de decisiones humilde", La Toma de Decisiones, Harvard Business Review, 2002, Bilbao, Ediciones Deusto, páginas 49 a 64.
- HAMMOND, John S., KEENEY Ralph L. Y RAIFFA, Howard, "Canjes equitativos: un método racional para adoptar soluciones de compromiso", La Toma de Decisiones, Harvard Business Review, 2002, Bilbao, Ediciones Deusto, páginas 23 a 48.
- HAMMOND, John S., KEENEY Ralph L. Y RAIFFA, Howard, "Las trampas ocultas en la adopción de decisiones", La Toma de Decisiones, Harvard Business Review, 2002, Bilbao, Ediciones Deusto, páginas 159 a 188. (A7)
- HAYASHI, Alden M., "Cuándo confiar en el instinto", La Toma de Decisiones, Harvard Business Review, 2002, Bilbao, Ediciones Deusto, páginas 189 a 210.
- HODGSON, Anthony M. "La utilidad de trabajar con escenarios", Revista Gestión, V7 N° 1, Enero-Febrero 2002, página 84.

- KASTIKA, Eduardo, "Creatividad y toma de decisiones", Management Herald, Número 3, Octubre de 2002, páginas 4 y 5.
- PAVESI, Pedro (compilador), "Psicología de la Decisión", Publicación de cátedra N°155 del Centro de Estudiantes de Ciencias Económicas, FCE, UBA. De las lecturas incluidas se recomienda centrar la atención sobre: PAVESI, Pedro "Psicología de la Decisión: acerca de Ulises, paradojas y violaciones"; SIMON, Herbert "Visiones alternativas de la racionalidad"; LINDBLOM, Charles "La ciencia de salir del paso"; TVERSKY, Amos y KAHNEMAN, Daniel "La estimación de la incertidumbre: heurística y sesgos"; TVERSKY, Amos y KAHNEMAN, Daniel "Alternativas, valores y marcos de referencia"; TVERSKY, Amos y KAHNEMAN, Daniel "Elementos principales del modelo descriptivo de comportamiento de los individuos ante situaciones de decisión bajo riesgo".
- PAVESI, Pedro, "Cinco lecturas prácticas sobre el decidir", Publicación de cátedra N° 166 del Centro de Estudiantes de Ciencias Económicas, FCE, UBA y en Alta Gerencia Tomo I Año I páginas 15 a 31.
- PAVESI, Pedro, "La Decisión", Publicación de cátedra N° 150 del Centro de Estudiantes de Ciencias Económicas, FCE, UBA.
- RIBES PONS, Ángel, "La cultura de la empresa: cómo actuar en ella y desde ella", Deusto Business Review, N° 79, página 42.

CONOCIMIENTO FINANCIERO Y ECONÓMICO ENTRE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS:

UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE LA UTEC DE EL SALVADOR Y LA PUCPR DE PUERTO RICO¹

RESUMEN

Una de las principales preocupaciones en muchos países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, es la medición de la capacidad que tiene su población para aprovechar las oportunidades de resolver problemas económicos y financieros que les afectan.

La principal hipótesis sobre el tema, se refiere a que el desconocimiento de las ventajas y desventajas, de las oportunidades y los riesgos, provenientes de diferentes sistemas financieros, particulares a cada país, inciden en el bienestar de la población; poniendo en riesgo la estabilidad y el bienestar familiar.

De ahí que países como España, Colombia y Chile, por mencionar algunos, han tomado iniciativas para instituir políticas nacionales de educación financiera, tratando de fomentar, mediante programas educativos dirigidos a la población en general, su acceso al conocimiento y a la formación de competencias para la toma de decisiones sobre estos temas para reducir la posibilidad de que estas poblaciones pongan innecesariamente en riesgo su bienestar.

En ese contexto, la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC) y la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico (PUCPR), llevaron a cabo una investigación para medir el nivel de conocimiento financiero y económico de sus estudiantes y un extracto de dicha investigación se presenta en este artículo.

PALABRAS CLAVE: Alfabetismo, conocimiento, económico, estudiantes, financiero, universitarios

Modesta Fidelina Corado

modesta.corado@mail.utec.edu.sv

MBA. Investigador UTEC

Roberto Filánder Rivas

roberto.rivas@mail.utec.edu.sv

MBA. Investigador UTEC

**Ronald Hernández
Maldonado**

ronaldhernandez@pucpr.edu

MBA. Co-investigador PUCPR

INTRODUCCIÓN

La situación financiera y económica de muchos hogares alrededor del mundo y más específicamente en países como El Salvador y Puerto Rico, se encuentra deteriorada y se seguirá deteriorando, debido al desconocimiento y la falta de habilidades para la obtención y administración de los recursos financieros por parte de la población, sea que

estos recursos estén en posesión de los individuos o que puedan adquirirlos a través de terceros, bajo condiciones que probablemente no serán muy contributivas a la estabilidad financiera de sus familias, sino que más bien podrían estar coadyuvando al aumento de la pobreza. Esto puede conducir a muchos hogares a sufrir consecuencias negativas a nivel financiero y judicial. ➤

¹ Esta investigación fue subvencionada por la Universidad Tecnológica de El Salvador. Las solicitudes de información, separatas y otros documentos relativos a este estudio pueden hacerse a la dirección postal: Universidad Tecnológica de El Salvador, Edificio Dr. José Adolfo Araujo Romagoza, Vicerrectoría de Investigación, Dirección de Investigaciones calle Arce y 19 avenida Sur, N° 1045, o a los correos electrónicos modesta.corado@mail.utec.edu.sv y roberto.rivas@mail.utec.edu.sv San Salvador, 2016 Derechos Reservados © Copyright Universidad Tecnológica de El Salvador.

► Los estudiantes universitarios representan un sector de la población que ponen en evidencia parte de la problemática, debido a la naturaleza diversa de su procedencia. Esto permite identificar variables influyentes en el nivel de conocimiento financiero y económico y transparenta la influencia que la Universidad, la familia y los medios de comunicación social, tienen para la continuidad de un modelo que es causa del analfabetismo financiero en el que se encuentra la población.

De ahí que se consideró necesario investigar cuál es el nivel de conocimiento financiero y económico que tienen los estudiantes, diferencias que puedan existir según el género y las fuentes de información utilizadas para adquirir dicho conocimiento, etc.

Esta investigación generará beneficios a la sociedad, en la medida que la población tenga acceso a los resultados o conclusiones que se generen. Se espera contribuir presentando información relevante para propiciar acciones de educación desde la escuela y la familia. Las consecuencias positivas de estas acciones tienen relación directa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), definidos en la Cumbre de Desarrollo Sostenible de Septiembre 2015; en la cual los Estados Miembros de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), entre los cuales se encuentra El Salvador, señalaron varios objetivos entre los cuales aplican en este caso: (i) Fin a la pobreza, (ii) Educación de calidad y (iii) Igualdad de género. (PNUD, El Salvador., 2015)

Como producto de este trabajo se espera influir en los tomadores de decisión, especialmente en los hogares, para así prevenir el deterioro futuro de la economía y las finanzas en los mismos.

Por otra parte, se beneficia a la población a través de a las universidades, dada su influencia sobre la población. Éstas podrían contribuir al logro de la mejora en la calidad de vida de la población, a disminuir su pobreza y a crear bienestar personal y familiar, mediante el fomento de la educación sobre el tema. Finalmente, se espera un mayor nivel de conciencia en la población sobre la importancia que tiene el tema para el bienestar de los hogares.

1. LA PROBLEMÁTICA QUE SE PLANTEA

1.1 Antecedentes

En la sociedad actual, donde la tendencia al consumismo es evidente en diferentes áreas de la vida personal y

familiar, surgen desequilibrios que impactan directamente en el bienestar de las familias, especialmente cuando la administración de los recursos está caracterizada por gastar más de lo que se recibe como ingresos, al punto que en muchas ocasiones no se logran suplir las necesidades básicas, lo que podría evidenciar el desconocimiento financiero y económico que tienen las personas.

Entre las causas de ese desconocimiento, se pueden identificar causas directas e indirectas, entre las que se pueden mencionar las que van desde el desconocimiento de la terminología de finanzas y economía básicas, otras relacionadas con las actitudes hacia estos temas, hasta paradigmas culturales relacionados con la toma de decisiones para adquirir bienes y servicios, específicamente sobre compras al crédito, compras por impulso, compra de productos innecesarios, etc.

1.2 Definición del problema

El conocimiento financiero y económico, es relevante y necesario para los individuos que se desenvuelven dentro de una economía globalizada e interdependiente. Conforme pasa el tiempo, los productos, las actividades y los instrumentos financieros se hacen cada vez más complejos y, el individuo promedio, al no estar al día con dichos términos, corre el riesgo de sufrir efectos directos e indirectos, que los pueden llevar a sufrir pérdidas financieras y económicas. Por otra parte, al no aprovecharse los beneficios que provee el dominio y uso de dichos conceptos, pueden ocurrir desbalances en las finanzas personales y familiares lo que al final redundaría en una disminución en el poder adquisitivo de la población en general y por ende en la demanda de productos y servicios a nivel país.

La situación problemática aquí planteada no es exclusiva de El Salvador o Puerto Rico; se conoce que tanto en países considerados desarrollados como en los que todavía se les clasifica como en vías de desarrollo, esta situación ha cobrado gran relevancia, al punto que ha llevado a sus gobiernos a instituir estrategias nacionales de educación financiera o EEF, así como también a instituciones reguladoras de la banca y finanzas de varios países a enfocarse en esta problemática y a universidades. a hacer investigación y proponer soluciones.

Dada la internacionalización de la temática que se está tratando y al acuerdo participativo entre la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC) y la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico (PUCPR) se decidió desarrollar esta

investigación en el ámbito universitario salvadoreño, con el propósito de reflejar y analizar los hallazgos provenientes de los estudiantes de la UTEC, para después contrastarlos con los resultados de una investigación de similar naturaleza y estructura, proveniente de la PUCPR.

En este contexto, se plantearon las siguientes preguntas de investigación a responder en este estudio:

1. ¿Existe diferencia entre el conocimiento financiero y económico de los estudiantes universitarios de El Salvador y Puerto Rico?
2. ¿El comportamiento sobre el conocimiento financiero y económico en relación al género es igual en El Salvador y Puerto Rico?
3. ¿Las fuentes que proporcionan el conocimiento financiero y económico primarios son las mismas en El Salvador que en Puerto Rico?

Por otra parte, las hipótesis planteadas son:

H1: Existe diferencia entre el conocimiento financiero y económico de los estudiantes universitarios de El Salvador y Puerto Rico.

H2: El comportamiento sobre el conocimiento financiero y económico en relación al género es igual en El Salvador y Puerto Rico.

H3: Las fuentes que proporcionan el conocimiento financiero y económico primarios son las mismas en El Salvador que en Puerto Rico.

Finalmente, se plantearon los siguientes objetivos:

General: Determinar el nivel de conocimiento financiero y económico entre estudiantes universitarios a un nivel comparativo entre El Salvador y Puerto Rico.

Específicos: (a) Determinar si existe diferencia significativa sobre el nivel de conocimiento entre estudiantes de género masculino y femenino. (b) Determinar cuáles son las principales fuentes que las personas tienen en relación a sus conocimientos en finanzas y economía

1.3 Base Teórica

Los principales temas que sustentan la investigación son los relacionados con conceptos básicos de economía y finanzas, tales como: Conceptos como tasas de interés, inflación, divisas, impuestos, presupuestos, PIB, política del gasto público e impuestos, política comercial, importaciones, exportaciones y macroeconomía. Igualmente se consi-

deran la toma de decisiones en situaciones de la vida diaria, relacionadas con dichos conceptos.

Para llevar a cabo esta investigación se consultaron diversas fuentes de conocimiento entre las cuales se citan artículos publicados por científicos como Annamaria Lusardi (Lusardi, 2015), quien destaca la importancia del alfabetismo financiero para todos, pero particularmente para los jóvenes. Así mismo se tuvo a la mano el documento *“Financial literacy around the world, an overview of the evidence with practical suggestions for the way forward”* publicado por el Banco Mundial, y redactado por los coautores Xu Lisa y Xia Bilal, (Xu & Zia, 2012) en el cual destacan la importancia de programas de educación financiera como ingrediente clave de políticas o estrategias alrededor del mundo y los resultados que de ello se conoce. También se contó con el aporte de investigadores salvadoreños como Blanca Ruth Orantes y Saúl Campos (Campos & Orantes, 2010), quienes en su investigación titulada *“Impacto del nuevo analfabetismo en la población universitaria salvadoreña”* abordan el término analfabetismo desde otras y nuevas perspectivas.

Por otra parte, se tuvo acceso a documentos provenientes de instituciones reguladoras de varios países como el titulado *“Programa Educación Financiera El Salvador”* publicado en 2008 por las 5 instituciones reguladoras en El Salvador a esa fecha: el Banco Central de Reserva, la Superintendencia del Sistema Financiero, la Superintendencia de Valores, la Superintendencia de Pensiones y el Instituto de Garantía Depósitos, todos de El Salvador, (BCR, SSF, SP, IGD, SV, 2008) en el cual se presenta el diseño de un Plan Estratégico para hacer llegar a la población los principales contenidos de un alfabetismo económico y financiero, mediante el apoyo de diversos medios de comunicación, en base a una coordinación interinstitucional. También se tuvo a la mano el documento *“Estrategia nacional de educación económica y financiera: una propuesta para su implementación en Colombia”* publicado por la Superintendencia Financiera de Colombia (Superintendencia Financiera de Colombia, 2010), en el cual se destaca la importancia de los conocimientos y las competencias básicas que la población necesita para el logro de un mayor nivel de bienestar.

También, en el campo institucional, se tuvo acceso a diversos documentos relacionados con los *“Objetivos para el desarrollo sostenible”* publicado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en El Salvador, (PNUD, El Salvador., 2015), estadísticas de matrícula de estudiantes para 2015 publicadas por el Ministerio de Educación de la ➤

- República de El Salvador (Ministerio de Educación El Salvador, s.f.), entrevistas publicadas en la revista *Enlaces* de la Universidad Tecnológica de El Salvador, las cuales fueron dirigidas a personalidades relacionadas con el quehacer económico y financiero en El Salvador, páginas web de varias universidades, tanto nacionales como extranjeras, para documentar aspectos técnicos, entre otros.

2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

2.1 Método y tipo de estudio

El método es No Experimental y Cuantitativo debido a que se basó en cuestionario de preguntas cerradas. El tipo de estudio es Transeccional (descriptivo-correlacional), porque se busca describir si los participantes conocen o no los conceptos básicos relacionados con las finanzas y la economía, específicamente en el ámbito personal y familiar (Hernández, 2013). Es correlacional, porque se establecerá la correlación existente entre la población de El Salvador y la de Puerto Rico.

2.2 Participantes en el estudio

El estudio se realizó con una muestra de estudiantes de 4º año, de egresados de sus respectivas carreras y estudiantes de primer ciclo de Maestrías, de ambos sexos, de edades comprendidas entre 22 a 60 años, con un promedio de 28.59 años, de las diversas carreras de la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC) y la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico (UPCPR), recinto Ponce. Los participantes son estudiantes inscritos en la matrícula 2016 de la UTEC y 2015 en la PUCPR.

La selección de las muestras se realizó de manera aleatoria y la determinación de los tamaños de muestra se realizó en base a los totales poblacionales. Se realizó un muestreo por conglomerado en el cual se separó la muestra por Colegio/Facultad y se ponderó para hacer el cálculo final por estrato.

2.3 Población y Muestra

2.3.1 Población:

La población es finita, ya que se refiere a los estudiantes activos en las Universidades, en 2015 (UTEC) y en 2014 (PUCPR) en los niveles académicos mencionados. Así, en la Universidad Tecnológica de El Salvador, son 20,109 es-

tudiantes y en la Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico, recinto Ponce, son 7891 estudiantes.

2.3.2 Estimación de la muestra:

Para estimar la muestra de ambas poblaciones, se utilizó la fórmula de la población finita, con un nivel de confianza de 95%, un margen de error aceptable de 3% para El Salvador y 5% para Puerto Rico y la probabilidad que ocurra o no el suceso esperado de 0.50. La muestra total estimada y utilizada es de:

Tabla 1. Muestra estimada y final

Universidad	Muestra Estimada	Muestra Final
Universidad Tecnológica de El Salvador	257	361
Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico	366	373
Total	623	734

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la matrícula de 2015 y 2014, respectivamente.

2.4 Instrumento a utilizar para la recolección de datos:

El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual está integrado por dos partes; la primera corresponde al conocimiento teórico básico en Economía y Finanzas y la segunda a la aplicación de este conocimiento en la solución de problemas prácticos. Tanto el conocimiento como la habilidad para la solución de problemas integran lo que en la investigación se ha denominado “Conocimiento Financiero y Económico”. El instrumento fue debidamente validado y consta de 31 preguntas cerradas, de selección múltiple, distribuidas en cuatro secciones.

2.5 Recolección de información y análisis de datos

El cuestionario se aplicó en 2015 en la PUCPR y en 2016 en la UTEC. La aplicación se realizó en las aulas de las universidades, a los grupos seleccionados, en un ambiente cerrado y controlado, dando las respectivas instrucciones para su debido completamiento. Los cuestionarios se codificaron y se procesaron utilizando el Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), generando los resultados de acuerdo a los parámetros previamente estipulados.

La estrategia de análisis de datos utilizada, tanto para los datos de la UTEC, como de la PUCPR, fue en base a dos técnicas, la cuantitativa y la cualitativa. En el análisis cuantitativo, se presentan los datos numéricos de cada Universidad lo que ha permitido establecer porcentajes y calificaciones promedio a los cuestionarios y hacer un análisis comparativo entre los resultados de ambas universidades. Se han utilizado tablas y gráficos de barras y pastel para presentar los resultados de manera gráfica, especificando las correspondientes distribuciones.

A nivel estadístico, se aplicaron medidas de tendencia central y comparación entre ellas; medidas de dos variables cualitativas, análisis de varianza, Prueba T y correlación de Pearson y se realizó un análisis descriptivo utilizando el SPSS.

En el análisis cualitativo se presentan los datos conforme y a la interpretación de los datos cuantitativos, para ambas universidades, de tal manera que se amplió la interpretación y descripción del tema investigado. Las últimas preguntas exigen que sean resueltos los problemas y se tomen decisiones, mediante un proceso de análisis que permite que se midan competencias, no sólo hechos.

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la investigación.

4.1. Resultado general

Para dar respuesta a la primera pregunta de investigación que dice: ¿Existe diferencia entre el conocimiento financiero y económico de los estudiantes universitarios de El Salvador y Puerto Rico?, se pueden observar en la figura 1, los resultados que muestran que la hipótesis H1 se acepta, ya que existe diferencia entre el nivel de conocimientos financieros y económicos y su toma de decisiones de los estudiantes de El Salvador y Puerto Rico; sin embargo, no es muy significativa, pues la distancia entre unos y otros es de 0.55 de nota media. (Figura 1)

Esta diferencia está influenciada por los resultados obtenidos por los estudiantes en conocimiento y toma de decisiones. En ambos casos, los estudiantes de la UTEC, obtienen mejor resultado que los de la PUCPR, pero las diferencias entre ambos, también son poco significativas. (ver figura 2)

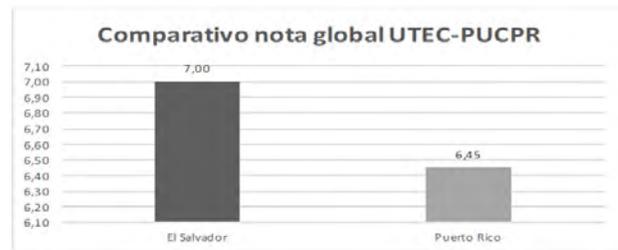


Figura 1. Comparativo de nota global UTEC-PUCPR

Fuente: Datos obtenidos en el estudio.

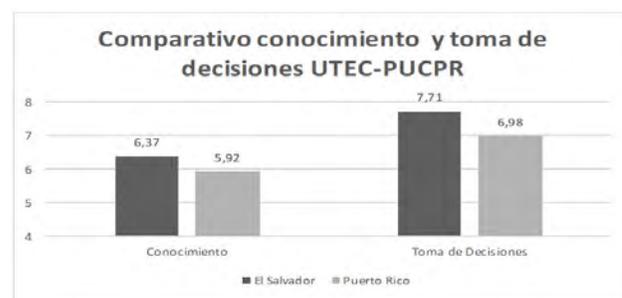


Figura 2. Comparativo de nota conocimiento y toma de decisiones UTEC-PUCPR.

Fuente: Datos obtenidos en el estudio.

Puede observarse que, en conocimiento, los estudiantes de la UTEC obtienen una media de 6.37 y los de la PUCPR, 5.92. En el caso de las tomas de decisiones, los estudiantes de la UTEC obtienen una nota media de 7.71 y los de la PUCPR, logran 6.98. Los resultados muestran que los logros obtenidos en toma de decisiones, son mejores en ambas Universidades que los de conocimientos, es decir que los estudiantes logran hacer mejor la aplicación práctica para la resolución de problemas de tipo financiero personal.

4.2 Comparativo por género

Respecto a la segunda pregunta de investigación que dice: ¿El comportamiento sobre el conocimiento financiero y económico en relación al género es igual en El Salvador y Puerto Rico?, en base a los resultados mostrados en la figura 3, se puede afirmar que la hipótesis H2, no se acepta debido a que sí existe diferencia en el comportamiento sobre el conocimiento financiero y económico entre los estudiantes de El Salvador y Puerto Rico. En vista de que, en general, las estudiantes de género femenino en El Salvador salen mejor calificadas que los estudiantes de género masculino; no así en Puerto Rico, donde los estudiantes de

► género masculino obtienen mejor resultado que las personas de género femenino.

En base a los resultados obtenidos, también puede afirmarse que no existe diferencia en el nivel de conocimiento financiero y económico que poseen los estudiantes de género masculino de la UTEC y la PUCPR, ya que la nota obtenida es similar (6.76 y 6.71 respectivamente). (ver figura 3)

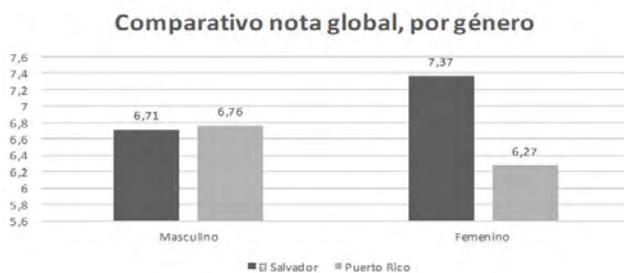


Figura 3. Comparativo de nota global, por género UTEC-PUCPR por género

Fuente: Datos obtenidos en el estudio.

En cuanto al género femenino, sí existe diferencia significativa; las estudiantes de la UTEC, obtienen mejor desempeño que las de la PUCPR, ya que la nota obtenida por las personas de género femenino de la UTEC es 18% superior a la calificación obtenida por las mujeres de la PUCPR (6.27 y 7.37 respectivamente). (ver figura 3)

Estas diferencias están influenciadas tanto por el nivel de conocimientos como por el de toma de decisiones que poseen, las cuales se observan en la figura 4.

Puede observarse que las personas de género masculino casi no presentan diferencias entre sí, en conocimientos

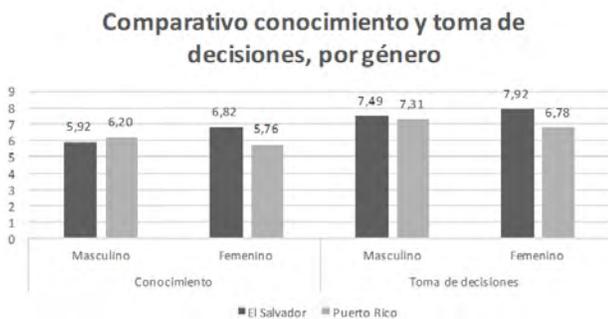


Figura 4. Comparativo de conocimientos y toma de decisiones, por género, UTEC-PUCPR.

Fuente: Datos obtenidos en el estudio.

y toma de decisiones. Sin embargo, las personas del género femenino de la UTEC, logran mejores resultados en ambos aspectos. (ver figura 4)

4.3 Comparativo por fuentes de aprendizaje

En este apartado se pretende dar respuesta a la tercera pregunta de investigación que dice: ¿Las fuentes que proporcionan el conocimiento financiero y económico primarios son los mismos en El Salvador que en Puerto Rico?

En base a los resultados mostrados en la figura 5 se puede afirmar que la hipótesis H3, se acepta debido a que las fuentes de mayor influencia en las personas son las mismas, ya que coinciden en que la universidad y la familia son las mayores fuentes de influencia para la adquisición del conocimiento financiero y económico; sin embargo, en El Salvador, la fuente de mayor influencia es la Universidad con un 58.6%, no así en Puerto Rico, donde la familia se presenta como la de mayor influencia con un 48.8%.

Seguidos en el caso de El Salvador por la familia la cual es influyente en un 56.5% y en Puerto Rico obtiene un 43.8%.

Por otra parte, la fuente de menor influencia es el experto en Finanzas, que en el caso de El Salvador, obtiene un 26%, y en Puerto Rico un 17.4%; seguidos de las instituciones financieras que para el caso de El Salvador son un 26.9% y en Puerto Rico un 20.3%. Estos resultados reflejan la poca influencia que los estudiantes le asignan a los especialistas en economía y finanzas, para su conocimiento financiero y económico, lo cual puede estar influenciado por el acceso a dichas fuentes, para la adquisición de servicios financieros. (ver figura 5).

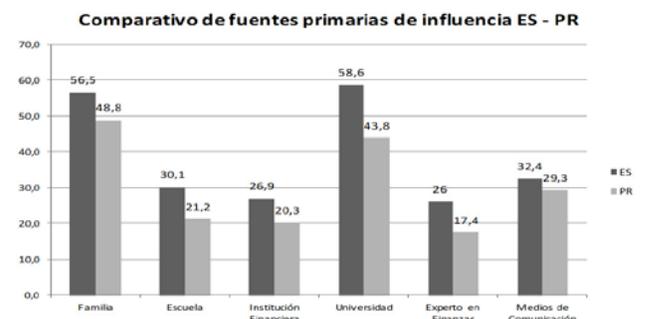


Figura 5. Comparativo de fuentes primarias de información en conocimientos y toma de decisiones. UTEC-PUCPR.

Fuente: Datos obtenidos en el estudio.

Es de notar que aunque la influencia de los medios de comunicación no es muy alta, el porcentaje de influencia asignado de 32,4% y 29.3%, para El Salvador y Puerto Rico respectivamente, tiene importancia pues dichos medios podrían ser utilizados para difundir masivamente contenidos fundamentales relacionados con la educación económica financiera.

4.4 Otros comparativos

Otros análisis comparativos realizados, por considerarlos relevantes, son la edad, por escuelas/facultades, según Coeficiente de Unidades de Mérito (CUM) y el Índice Académico (IA) y el interés en cursos básicos de Economía y Finanzas.

En este último comparativo, la tendencia en ambas Universidades es similar; en general, los estudiantes están interesados en hacer cursos básicos de Economía y Finanzas, lo que se puede observar en la figura 6.

Sin embargo, en la UTEC, el interés es mayor (86.1%) que en la PUCPR y los neutrales (9.9%) y no interesados (4.1%) es menor que en la PUCPR.

Se observa que la cantidad de estudiantes que adoptan una posición neutral en la PUCPR representa la cuarta parte de los estudiantes encuestados, misma que se mantiene en los resultados del interés por cada uno de los cursos. La tendencia y las diferencias observadas a nivel del interés general, se observan también, según se trate de un curso de Economía o de Finanzas.

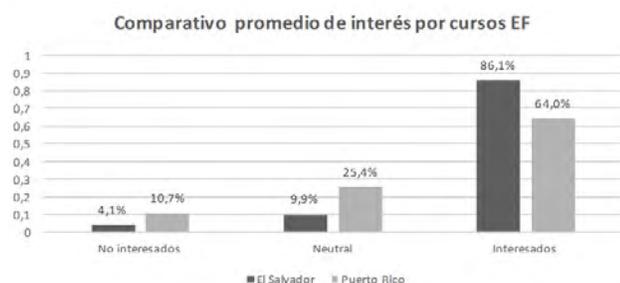


Figura 6. Comparativo de interés por cursos de Economía y Finanzas UTEC-PUCPR.

Fuente: Datos obtenidos en el estudio.

CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos, se presentan las siguientes conclusiones:

1. A nivel general, existe diferencia entre el nivel de conocimiento financiero y económico que poseen los estudiantes de la UTEC de El Salvador y los de la PUCPR de Puerto Rico, siendo el nivel mayor el de la UTEC. Esto también se observa tanto en el área de conocimientos como en el de la toma de decisiones.
2. Tanto en El Salvador como en Puerto Rico, el nivel de toma de decisiones es mayor que el de conocimiento, es decir que los estudiantes en general muestran mejor desempeño al resolver problemas prácticos.
3. Respecto al género, el comportamiento sobre el conocimiento financiero y económico no es igual entre los y las estudiantes de la UTEC de El Salvador y la PUCPR de Puerto Rico, siendo mejor el desempeño de las personas de género femenino de la UTEC, respecto al resto de participantes de la UTEC y de la PUCPR.
4. En el caso de las fuentes primarias que más influyen en el conocimiento financiero y económico, se puede afirmar que son las mismas entre ambas universidades; siendo éstas la familia y la universidad. Sin embargo, en la UTEC es más influyente la universidad y en la PUCPR, es la familia. Esto pone en perspectiva la importancia de la universidad en la educación y el cierre de brechas de la competencia de alfabetismo financiero, al que hace alusión Lusardi.
5. Los estudiantes reconocen la necesidad de tomar cursos básicos sobre Economía y Finanzas, siendo los estudiantes salvadoreños quienes muestran mayor interés que los estudiantes de Puerto Rico.

RECOMENDACIONES

Algunas de las recomendaciones que se proponen son las siguientes:

1. Elaborar e implementar a nivel nacional una estrategia de educación financiera y económica, que contribuya a disminuir el analfabetismo financiero.
2. Diseñar e implementar un programa de educación financiera y económica dirigido a los estudiantes de los distintos niveles educativos, desde la educación primaria hasta la educación superior, como un eje transversal de la educación nacional. ➤

- **3.** Diseñar e implementar la cátedra de Educación Financiera y Económica en la universidad, como eje transversal de las carreras universitarias, indistintamente de su campo de estudios.
- 4.** Investigar las causas por las cuales las personas de género femenino obtienen mejores resultados que las personas de género masculino en El Salvador, especialmente por considerar que en este país, las mujeres tienen menor acceso a: (i) educación, (ii) servicios financieros y (iii) salarios dignos y son, en muchos casos, responsables de la administración de los recursos familiares, como parte de la cultura nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Banco Central de Reserva de El Salvador, Superintendencia de Pensiones, Instituto de Garantía de Depósitos, Superintendencia de Valores, & Superintendencia de Pensiones. (2008). Programa de Educación Financiera El Salvador. Retrieved from http://www.educacionfinanciera.gob.sv/contenido/conozcanos/plan_ef.pdf
- Campos, S., & Orantes, B. R. (2010). IMPACTO DEL NUEVO ANALFABETISMO EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA SALVADOREÑA. Retrieved from http://www.utec.edu.sv/media/investigaciones/files/Impacto_del_nuevo_analfabetismo_en_la_poblacion.pdf
- Hernandez. (2013). Metodología De La Investigacion (6th edition). México, D.F.: McGraw Hill.
- Lusardi, A. (2015). Financial Literacy Skills for the 21st Century: Evidence from PISA. *Journal of Consumer Affairs*, 49(3), 639–659. <https://doi.org/10.1111/joca.12099>
- Ministerio de Educación El Salvador. (n.d.). Censo Final 2014. Retrieved January 17, 2017, from <https://www.mined.gob.sv/>
- PNUD, El Salvador. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible | El PNUD en El Salvador. Retrieved February 2, 2017, from http://www.sv.undp.org/content/el_salvador/es/home/post-2015/sdg-overview.html
- Superintendencia Financiera de Colombia. (2010). Estrategia Nacional de Educacion Económica y Financiera: Una propuesta para su implementación en Colombia. Retrieved from <https://www.superfinanciera.gov.co/SFCant/ConsumidorFinanciero/estratenaledufinanciera012011.pdf>
- Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. (n.d.). Cálculo del CUM por ciclo y acumulado. Retrieved from

http://www.uca.edu.sv/upload_w/file/estudiantes/documentos/calculo_de_cum_por_ciclo_y_acumulado.pdf

- Universidad de Puerto Rico. (2017). ÍNDICE ACADÉMICO GENERAL. Retrieved January 24, 2017, from <https://www.uprag.edu/index.php/indice-general-registraduria>
- Universidad de Puerto Rico (Mayaguez). (2006). Noticias y Eventos. Retrieved January 30, 2017, from <http://www.uprm.edu/news/articles/as2006115.html>
- Universidad Interamericana de Puerto Rico. (2016). Educación Financiera | Facultad de Derecho - Universidad Interamericana de Puerto Rico. Retrieved January 30, 2017, from <http://www.derecho.inter.edu/inter/node/23>
- Xu, L., & Zia, B. (2012). Financial literacy around the world: an overview of the evidence with practical suggestions for the way forward. World Bank Policy Research Working Paper, (6107). Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2094887

EL PROFESOR UNIVERSITARIO COMO PARTICIPANTE ACTIVO EN LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO Y EL SURGIMIENTO DE NUEVOS EMPRENDIMIENTOS EN LA SOCIEDAD

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo demostrar la interacción indispensable y objetiva entre la Universidad, el Estado y la Empresa, o nuevos emprendimientos, como motor ineludible del impulso económico del País. De entre estos tres actores, la Universidad interviene como la generadora del conocimiento, así como en su transferencia. Primero desarrolla investigación científica, a la vez que escudriña la industria, en busca de socios estratégicos donde se ejecuten los resultados de dichos descubrimientos trayendo beneficio a la sociedad. De esta forma fomenta la innovación de manera técnica; la innovación en servicios, bienes, y mercancías ya existentes. Se distingue también por la creación de nuevos productos y con ellos nuevos emprendimientos. El Estado actúa como la institución inversionista que designa y encamina los recursos con el objetivo de alcanzar una rentabilidad social y cultural, consolidando su política de gobierno, fortaleciendo los índices de competitividad. La Empresa, por su lado funge como beneficiaria de estos productos siendo que podrá obtener la información actualizada y exacta para ponerla en acción ya sea en la innovación, en la tecnificación salvaguardista de la producción o en la implementación de nuevos planes de negocios. Como fruto de la integración de estos tres entes, se adquirirán resultados anhelados como la robustecida fomentación del emprendimiento. La Universidad de Guayaquil, por medio de su Departamento de Gestión Social del Conocimiento, ha logrado conjugar estos tres entes por medio (entre otros factores) de las Certificaciones de Competencias otorgadas a 2.014 beneficiarios provenientes de Asociaciones pertenecientes a las economías populares y solidarias.

PALABRAS CLAVE: *Universidad, Estado, Empresa, emprendimiento, conocimiento, inversionista, beneficiaria.*

**Eva María de Lourdes
Loaiza Massuh**

eva.loaizam@ug.edu.ec

Silvia Salinas Falquez

silvia.salinasf@ug.edu.ec

Pedro Huacón Cruz

pedro.huaconc@ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil,
Gestión Social del
Conocimiento y Escuela de
Gestión Empresarial, Facultad
de Ciencias Administrativas,
Av. Delta, Guayaquil, Ecuador.

ABSTRACT

This work aims to demonstrate the indispensable and objective interaction between the University, the State and the Company, or new ventures, as an inescapable motor of the economic impulse of the Country. Of these three actors, the University intervenes as the generator of knowledge, as well as in its transference. First, it develops scientific research, while scrutinizing the industry, in search of strategic partners where the results of those discoveries are executed, bringing benefits to society. In this way it promotes innovation in a technical way; Innovation in services, merchandise, and existing goods. It is also distinguished by the creation of new products and with them new ventures. The State acts as the investment institution that designates and routes the resources with the objective of achieving a social and cultural profitability, consolidating its government policy, strengthening the competitiveness indexes. The Company, on the other hand, serves as the beneficiary of these products, being able to obtain updated and accurate information to put it into action, whether in innovation, in the safeguarding of production technology or in the implementation of new business plans. As a result of the integration of these three entities, they will achieve desired results as the robust development of the enterprise. The University of Guayaquil, through its Department of Social Management of Knowledge, has managed to combine these three entities through (among other factors) the Certifications of Competences granted to 2,014 beneficiaries from Associations belonging to the popular and solidarity economies.

KEYWORDS: *University, State, Company, entrepreneurship, knowledge, investor, beneficiary.*

► INTRODUCCIÓN

En la Latinoamérica actual, marcada por la tecnología, la globalización y constantes cambios sociales, políticos y económicos, se requiere que las Medianas y pequeñas empresas, Mypimes, sean re-educadas y modernizadas (Vega et al, 2011). Fomentar la investigación y la transferencia de conocimiento se ha vuelto en una necesidad por la que clama la sociedad actual. En este entorno la universidad es presentada como la fuente de producción del conocimiento, debe mantener una estrecha relación con el mundo que lo rodea y al mismo tiempo como el transporte requerido para transferir el conocimiento que solucione los problemas sociales del medio (Ripoll & Díaz, 2015). Para poder lograr resultados de transferencia de conocimiento traducida en tecnología e innovación es necesario contar con capital humano como fuente de conocimiento, el cual constituye por una parte el output del proceso de investigación y desarrollo y, por otra, el input en el desarrollo de los nuevos graduados universitarios (Andrés et al, 2002).

Es el propósito de este trabajo es demostrar la interacción indispensable y objetiva entre la Universidad, el Estado, generador de leyes que abren el camino a la transferencia de conocimiento y la Empresa, o nuevos emprendimientos, como motor ineludible del impulso económico del País. La Universidad genera y transfiere conocimientos por medio de la Gestión Social del Conocimiento. En el presente trabajo se presenta como información relevante los resultados de la transferencia de conocimiento ejecutada por la Universidad de Guayaquil por medio de la Dirección de Gestión Social del Conocimiento hacia la Sociedad y cómo miles de personas han sido capacitadas, certificadas y beneficiadas con plazas de trabajo afines a la preparación entregada por la Universidad de Guayaquil.

MARCO TEÓRICO

En el informe Rankings ISSUE3 2015 se pone de manifiesto que las tres misiones asignadas a la universidad son: a) docencia, b) investigación e innovación y c) desarrollo tecnológico (transferencia de conocimiento) de ahí que los pesos de importancia otorgados a cada una de ellas son los correspondientes al Delphi realizado entre los expertos, respectivamente, el 56%, el 34% y el 10%. (Ripoll & Díaz, 2015).

El conocimiento se ha convertido en la fuente más

importante de ventaja competitiva, esto conduce hacia la importante función de la universidad como productores de conocimiento (Anatan, 2015), al mismo tiempo que es el vehículo que genera una gestión social que transporta el conocimiento. El creciente fenómeno (Nielsen & Cappelen, 2014) demuestra que se han establecido muchas políticas para promover la transferencia de conocimiento a través de la universidad y la alianza estratégica con el mundo del emprendimiento basada en la motivación y los recursos disponibles. (Barney, 1991).

Una de las dificultades más recientes a la que se enfrenta con frecuencia las organizaciones, especialmente desde el comienzo del siglo 21, ha sido el problema de archivar la ventaja comparativa a través de la Gestión del Conocimiento (Drucker, 1999). Sin duda, los miembros de una sociedad moderna, especialmente las organizaciones, no tienen otra opción que confiar en la diversidad de nociones asociadas con el conocimiento, incluyendo la gestión del conocimiento, la producción y la transferencia (Ahammad et al., 2016).

La comprensión teórica del término conocimiento puede variar dependiendo de la diferencia de perspectiva de las empresas y Universidades. Desde el punto de vista de una empresa, el conocimiento es un término que pueden generar o conservar ventajas competitivas (Nielsen & Capelen, 2014). Por lo tanto, el conocimiento y el capital intelectual llegan a ser las capacidades más importantes y controladores de valor más que los activos físicos (Quinn, Anderson & Finkelstein, 2004). Las ventajas competitivas dependen del grado de cuan bien la empresa mejora su propia base de conocimiento, para integrar conocimientos o adquirir conocimientos ya sea para desarrollar o mejorar los productos finales creados en la empresa (Nielsen & Capelen, 2014). Además, las empresas necesitan la capacidad de reconocer el valor del nuevo conocimiento e información en el momento adecuado (Tsai, 2001). En esta primera etapa, el conocimiento conduce a algunos asuntos concernientes a atraer financiación desde el punto de vista de la universidad. Esto es porque en muchos casos las empresas tienen dificultades para imaginar los resultados de la cooperación universitaria (Mowery, Oxley, & Silverman, 2011).

Campos y Sánchez, (2005) determinaron que las relaciones entre la universidad y la sociedad que la rodea han sido parte del terreno de la educación superior por más de un siglo. Según Moreno, (1998) la actividad académica de

la educación superior no debería permanecer ajena a las necesidades de la realidad social alrededor de ella (Coff, Coff & Eastvold, 2006). y a la problemática socio-económica, política y cultural del país, por lo que la extensión de la enseñanza superior y de la investigación hacia la sociedad quedó establecida como uno de los principios básicos de la Universidad.

También (Reagans & McEvily, 2003) afirmaron que dentro del contexto mundial actual se demanda una metamorfosis, esto es, un cambio radical de mentalidad, tanto en las Instituciones de Educación Superior como en las organizaciones industriales, comerciales y empresariales. Tan demandada es esta conversión que incluyan entre sus misiones la gestión y transferencia del conocimiento que poseen (Klarl, 2014). Esta nueva forma de pensar requiere de un proceso de adaptación, a la Universidad le urge evolucionar desde la organización clásica hacia un enfoque más emprendedor que suscite una interacción, más perenne y con mayor dinamismo, con su entorno empresarial y social .

El debate sobre la contribución de la universidad, además de la docencia y la investigación en el desarrollo económico por medio de la transferencia de conocimiento de la universidad a la industria ha recibido gran atención en la literatura de gestión estratégica (Anatan, 2013). Las alianzas estratégicas aumentarán la capacidad de la organización para producir bienes innovadores y competitivos basados en la necesidad del cliente que conduce a la productividad de la organización y la mejora del rendimiento (Anatan, 2015), mostrándose de esta manera el camino al cambio por el que marcha la universidad.

Por su parte Lazzeretti y Tavoletti (2005) afirmaron que la sostenibilidad aparece como uno de los pilares que se deja ver en la información documentada que señalan el camino del cambio en la universidad. El modelo de sostenibilidad en mención comprende:

La sostenibilidad económica.- Aquella que ubica a la universidad dentro del marco de la economía del conocimiento, la transferencia, la innovación y el desarrollo de un nuevo modelo productivo y de excelencia.

La sostenibilidad social.- La que tiene clara la visión de una universidad que no se detiene en su avance hasta llegar a la meta del desarrollo de la ocupación, el equilibrio territorial y el aumento de la cohesión social (Li-Hua, 2007).

La finalidad de la educación es preparar al estudiante

desde su ser interior para la vida y no únicamente entregarle conocimiento de calidad (Morin, 2002). Entonces surge la pregunta:¿De qué manera el profesor universitario llega a ser participante activo en la transferencia de conocimiento al sujeto de la educación y de la inclusión de este a la sociedad como un emprendedor que genera recursos económicos a la sociedad?

EL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR Y SU EVOLUCIÓN

Ante los resultados de las poco acertadas administraciones gubernamentales del pasado, aquellas dejaron como herencia consecuencias de caos, el actual gobierno, está fomentando una interacción indispensable y objetiva entre la Universidad, el Estado y la Empresa, como motor imprescindible del desarrollo económico del país. Este triángulo tiene como objetivo fortalecer el emprendimiento a niveles de competitividad canalizando adecuadamente los conocimientos técnicos y científicos. (Loaiza & Huacón, 2016).

Uno de los factores que incentivan en primer lugar a una persona en emprender, es precisamente la autonomía, es una agradable sensación de jerarquía que empodera al individuo, convirtiéndose muchas veces a un modelo a seguir (para a aquellos que se han mantenido en el mercado), pero en efecto negativo, son para aquellos que fracasan, los cuales se pueden atribuir a ciertos factores negativos (tanto endógenos como exógenos) , en segundo lugar se encuentra los réditos que puedan obtener como resultado del emprendimiento, como derivado de estos podemos concluir, que el objetivo general es buscar el bienestar y el status que buscan para la familia, garantizando una seguridad económica y social.

Muchas de las debilidades que el emprendedor se pueden enfrentar es que cuenta solamente con conocimientos empíricos y semi-técnicos, el conocimiento empírico lo podemos definir, como aquel basado en experiencia, determinado en la percepción de lo que existe y sus características específicas, y los conocimientos semi-técnicos, que por su definición se enfoca, a la noción referente a un procedimiento que sigue un objetivo para un determinado fin o resultado, aparentemente estos podrían ser dos factores primordiales para poder obtener un óptimo resultado en cualquier emprendimiento, no obstante lo que se necesita es una educación integral del emprendedor para lo cual debe



- » de tener acceso al conocimiento y herramientas necesarias para poder solventar cualquier inconveniente que se le llegase a presentar.

LA UNIVERSIDAD COMO EJE INTEGRAL CONOCIMIENTO

La función que la universidad desempeña está enmarcada en el de la generación y transferencia del conocimiento (desplazándolo hasta alcanzar a los múltiples agentes que intervienen en el mercado). Otro de sus roles consiste en desarrollar la investigación científica (en función a la información que fluye de los diferentes procesos). Un ejercicio adicional es el de escudriñar la industria, para que sea en ella donde se ejecuten los resultados de dichos descubrimientos. Es como la universidad así fomenta de manera técnica la innovación en servicios, bienes, y mercancías ya existentes. La perla final de esta corona es la creación de nuevos productos, nuevos emprendimientos en conjunto con la aplicación de la tecnología con la que actualmente contamos. (Loaiza & Huacón, 2016).

METODOLOGÍA

La Universidad de Guayaquil por medio de la Dirección de Gestión Social de Conocimiento y su Coordinación de Educación Continua, la cual diseña e implementa proyectos de capacitación y actualización en respuesta a las necesidades del escenario local, regional y nacional, contribuyendo al fortalecimiento de actores y sectores de la sociedad. Los programas están dirigidos al desarrollo de habilidades y la actualización académica, proporcionando oportunidades educativas que promueven el aprendizaje continuo.

De esta forma poder dar respuesta a la demanda social que permita superar los retos del mercado laboral se han desarrollado cursos de certificación de competencias y congresos internacionales científico-académicos; estos procesos formativos actualizan y profundizan los conocimientos contribuyendo a su perfeccionamiento profesional y ocupacional, convirtiéndose en factores clave para el desarrollo y crecimiento del país.

El presente trabajo sigue un enfoque descriptivo, por tanto, la recopilación de la información se realizó a través de la aplicación de un cuestionario dirigido a los integrantes de las asociaciones beneficiadas que actualmente

mantienen contratos con unidades hospitalarias. La técnica utilizada para recopilar información fueron las mesas de trabajo llevadas a cabo en Gestión Social de Conocimiento de la Universidad de Guayaquil y encuestas realizadas a 600 socios interesados en obtener certificaciones de competencias, quienes se encuentran registrados en Asociaciones bajo la cobertura de Aliados Estratégicos como los son Instituciones como IEPS y SERCOP.

RESULTADOS

La educación continua en el año 2016 creció exponencialmente, se destaca la puesta en marcha de proyectos que han permitido de forma eficiente y eficaz atender necesidades del conocimiento, de los actores de la economía popular y solidaria, evidenciando el deber ser de la academia y como la Universidad de Guayaquil, difunde el conocimiento en beneficio de la comunidad.

Se ejecutaron seis cursos de educación continua, beneficiando un total 2.104 personas. Se realizaron tres proyectos de congresos internacionales, dos programas de capacitación de auxiliares de enfermería y un programa de certificación de competencias en limpieza hospitalaria con cuatro cursos. En tabla 1 se hace referencia a ellos.

Las acciones formativas llevadas a cabo estuvieron orientadas a mejorar las competencias de los sectores vulnerables permitiendo impulsar el desarrollo local en una sociedad que exige cada vez más servicios de mayor calidad. La adjudicación de contratos de las asociaciones de la economía popular y solidaria que participaron de los cursos de certificación de competencias de limpieza hospitalaria, demuestra la importancia en el desarrollo de los mismos. La inserción de estas asociaciones en el mercado laboral ha sido significativa, como se observa en la tabla 2.

El impacto de los cursos de certificación se evidencia por la adjudicación en contrataciones con un valor que bordea los USD\$400.000 a diciembre 2016, beneficiando directamente a estas asociaciones con el incremento de sus ingresos económicos, que a su vez van de la mano con el fortalecimiento de sus habilidades ocupacionales que le permitirán ser más competitivo laboralmente.

CONCLUSIONES

Para poder lograr los objetivos, impuesto por el gobierno es importante considerar, que el país necesita que desde las universidades se abran más centros de incubación de em-

Tabla 1. Proyectos de Educación Continua 2016

Proyecto	Beneficiarios	Entidad relacionada
1er Congreso Internacional de Marketing de la Universidad de Guayaquil	712	Facultad de Administrativas
Curso Permanente y Adscrito de Auxiliares es Enfermería 2016	235	Facultad de Ciencias Médicas
Certificación de Competencia en Servicios de limpieza hospitalaria	115	Facultad de Ciencias Médicas
	106	MIES
	35	SERCOP
	70	IEPS
Curso Permanente y Adscrito de Auxiliares es Enfermería con APROFE	55	APROFE
1er Congreso Internacional de Educación Física, Deportes y Recreación Universidad de Guayaquil	306	Facultad de Educación Física, Deportes y Recreación
1er Congreso Internacional "Investigación en Salud"	470	Facultad de Ciencias Médicas

Tabla 2. Impacto del Curso de Certificación de Competencias

No.	Asociaciones beneficiarias del curso	Beneficiarios
1	ASOSERICANG	Hospital IESS Duran e IESS norte
2	ASOSERGLO	Hospital IESS Sur Valdivia
3	AMULCOMESUR	Hospital IESS central Guayas
4	ADONAY	Dirección Distrital 09 D15-El Empalme-Salud
5	COOPALMEGA	Dirección Distrital 09D04-Febres Cordero-Salud Dirección Distrital 09D06-Tarqui 2-Salud

presas para poder establecer una mejor interacción entre los actores fundamentales en el procesos de una idea de negocios, la creación de programas e incentivos donde la transferencia de conocimiento sea ejecutada y luego proporcione oportunidades laborales, así como que vea el nacimiento de nuevos emprendimientos, que busquen que se sustenten y mantengan en el tiempo logrando una estabilidad laboral y con ello un mejor auge en la economía.

REFERENCIAS

- Ahammad, M., Tarba, S., Liu, Y., Glaister, K. (2016). Knowledge transfer and cross-border acquisition performance: The impact of cultural distance and employee retention. *International Business Review*, 25(1), 66-75.
- Anatan, L. (2013). A proposed framework of university to industry knowledge transfer. *Review of Integrative Business and Economics*, 2 (2), 304-325.
- Anatan, A. (2015). Conceptual Issues in University to Industry Knowledge Transfer Studies: A Literature Review. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 211 (2) 711 – 717. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.11.090.
- Andrés, J., Escardino, A. & Orts, L. (2002). Las relaciones Universidad- Empresa en el Sistema Valenciano de Transferencia de Tecnología e Innovación, *Revista Valenciana de Economía y Hacienda*, 2(5).
- Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17 (1): 99-120.
- Campos y Sánchez, (2005). La vinculación universitaria. *Revista Electrónica de Investigación Educativa* 7(2).
- Coff, R., Coff, D. & Eastvold, R. (2006). The knowledge-leveraging paradox: how to achieve scale without making knowledge imitable. *Academy of Management Review*, 31, 452-465.
- Drucker, P.F. (1999). *Management Challenge for the 21st century*. Harper Business Barcelona, Doctoral Thesis, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra.
- Klarl, T. (2014). Knowledge diffusion and knowledge transfer revisited: two sides of the medal. *Journal of Evolutionary Economics*, 24(4), 737-760.
- Lazzeretti, L. & Tavoletti, E. (2005). Higher education excellence and local economic development: the case of the entrepreneurial university of twenty. *European Planning Studies*, 13(3), 475-93.



- » • Li-Hua, R. (2007). Knowledge transfer in international educational collaboration programme: the China perspective. *Journal of Technology Management in China*, 2(1), 84-97.
- Loaiza, E. & Huacón, P. (2016). Integración de la Universidad ante los Propósitos del Estafo y sus Efectos en la Empresa como Motor del Desarrollo de la Economía del País. *Memoria del XVI Encuentro y IV Congreso Internacional de la Red Motiva*. ISBN: 978-9942-14-416-4
- Moreno, R. (1998). Pasado, presente y futuro del servicio social en laBUAP.
- Morin, E. (2002). La cabeza bien puesta. Repensar la reforma. Reformar el pensamiento. 1ra. Edición, 5ta. Reimpresión. Buenos Aires: Nueva visión.
- Mowery, C., Oxley, E., & Silverman, S. (2011). Strategic alliances and interfirm knowledge transfer. *Strategic management journal*, 17(S2), 77-91.
- Nielsen, Ch. & Cappelen, K. (2014). Exploring the Mechanisms of Knowledge Transfer in University-Industry Collaborations: A Study of Companies, Students and Researchers. *Higher Education Quarterly* 68 (4), 375–393. DOI: 10.1111/hequ.12035
- Quinn, J., Anderson, P. & Finkelstein, S. (2004). Leveraging intellect. *Academy of Management Executives*, 10 (3), 7-27
- Ripoll, V. & Díaz (2015) Utilidad para el Control de Gestión de la Transferencia de Conocimiento desde las Relaciones Universidad-Empresa. *Pensar Contábil*, Rio de Janeiro, 17 (63), 52-59.
- Reagans, R., & McEvily, B. (2003). Network structure and knowledge transfer: the effect of cohesion and range. *Administrative Science Quarterly*, 48, 240–267.
- Tsai, W. (2001). Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of management journal*, 44(5), 996-1004.
- Vega, J., Manjarrés, L., Castro, E., & Fernández, I. (2011). Las relaciones Universidad-Empresa: Tendencias y Desafíos en el marco del espacio iberoamericano del conocimiento. *Revista Iberoamericana de educación*, 57, 109-124.

LAS SPIN-OFF: TIPOS Y SUPERVIVENCIA

RESUMEN

Teniendo en cuenta que uno de los tres objetivos clave en el ámbito universitario es la transferencia de conocimientos, y dado que en el caso español en los últimos cinco años el 99% de las spin-off creadas en el ámbito universitario y académico sobreviven al primer año; en el presente trabajo pretendemos analizar las spin-off creadas durante los últimos cinco años distribuidas por sus tipos con el fin de observar cuantas sobreviven y por qué.

PALABRAS CLAVE: *Transferencia de conocimientos, Universidad, Spin-Off, Emprendimiento, Supervivencia.*

José Vicente Pascual Ivars

jose.pascual@uv.es

Doctor en Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia, España. Profesor de la Universidad de Valencia, España.

José Manuel Comeche Martínez

comeche@uv.es

Doctor en Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia, España. Profesor de la Universidad de Valencia, España.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las universidades tienen encomendada una nueva misión denominada LA TERCERA MISIÓN (Bueno, 2007) adicional a las tradicionales de la docencia y la investigación. Se trata de la promoción y del apoyo al progreso económico y social del entorno en que se encuentran situadas. En este sentido, en una universidad del siglo XXI, favorecer la transferencia de los resultados de la innovación en la investigación universitaria, para posibilitar su conversión en empresas productivas, es uno de los grandes retos de los poderes públicos y de las universidades. Las empresas derivadas de la investigación o spin-off universitarias o académicas son aquellas iniciativas empresariales, cuya base suele ser tecnológica, que comercializan productos o servicios innovadores, a partir de conocimientos generados por la universidad, y que tienen un alto componente de I+D, de uno o varios miembros de la comunidad universitaria llevadas a cabo con el ánimo de explotar un conocimiento adquirido y unos resultados, obtenidos como consecuencia de la actividad investigadora realizada por estas personas, que son transferidos por la Universidad a la empresa derivada, y por

tanto, a la sociedad. Este tipo de empresas, muy activas en I+D, promueven el incremento de las cifras de contratación de la Universidad y ofrecen oportunidades de ocupación para los nuevos licenciados.

En los últimas décadas se ha producido un aumento en el número de spin-off académicas lo que se debe según algunos autores a la aparición de industrias basadas en la ciencia, como son la biotecnología y la biomedicina; al auge de las tecnologías de la información y las comunicaciones; a la necesidad de rentabilizar la inversión pública en Investigación y Desarrollo, canalizada a través de las universidades y centros de investigación por medio de la transferencia de tecnología y, en general, a la consolidación de una economía basada en el conocimiento y la innovación (Shane, 2004; Morales, 2009; Rasmussen, 2014).

TIPOS DE SPIN-OFF

En los últimos años, debido a la consolidación de la “tercera misión” de la universidad el número de spin-off ha ido en aumento como podemos observar en la Tabla 1, que ilustra ➤

➤ el número de spin-off creadas en universidades españolas en los últimos cinco años.

Tabla 1. Spin-Off creadas en la universidades españolas. Periodo 2010-2014

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Spin-Off creadas en el año	131	111	110	134	100

Fuente: Informe CRUE 2015.

Por otro lado en la Tabla 2 podemos ver una comparativa, de las Universidades de toda España, entre las spin-off creadas en los últimos cinco años y cuantas de ellas sobreviven.

Tabla 2. Spin-Off creadas y que sobreviven en la universidades españolas. Periodo 2010-2014

AÑO	2012	2013	2014
Spin-Off creadas en los últimos 5 años	571	604	586
Spin-Off que sobreviven 31/12/14	493	537	546

Fuente: Informe CRUE 2015.

Una vez realizado un estudio de las Spin-off creadas y su supervivencia pretendemos realizar una revisión de la literatura con el fin de analizar si dicha supervivencia depende en algún grado del tipo de Spin-off. Tras realizar una revisión de la literatura proponemos las siguientes clasificaciones, que servirían para ilustrar los tipos de spin-off existentes:

Por sectores podemos encontrar clasificaciones como las siguientes:

1) Ingeniería y Tecnología, **2)** Ciencias de la Vida, **3)** Ciencias Sociales y Humanidades, **4)** Ingeniería y Tecnología (Universidad de Valencia).

1) APCT (Actividades profesionales, científicas o técnicas), **2)** TIC (Tecnología de la información y las comunicaciones), **3)** Manufactureras; Pudiendo ser tecnológicas o no tecnológicas (Gómez Miranda y Román Martínez, 2016).

En la Tabla 3 podemos ver las spin-off generadas en las Universidades Catalanas tanto desde Universidades públicas como privadas, así como las creadas en la Universidad de Valencia.

Podemos observar que de las 349 spin-off creadas 276 (79%) son públicas mientras que 73(21%) son privadas. De esas 349 se mantienen activas 274, de las cuales 208 son públicas

Tabla 3. Spin-Off creadas en la universidades catalanas y en la Universidad de Valencia.

Universidad	Nº Inicial de Empresas	Empresas cerradas / Inaccesibles	Total Empresas
UPC	186	18/29	139
La Salle	66	5/2	59
UB	31	6/5	20
UAB	25	3/4	18
U. Girona	9	1/0	8
ESADE	6	0/0	6
URV	6	0/0	6
U. Pompeu Fabra	4	0/0	4
IESE	1	0/0	1
U. Lleida	1	0/0	1
U. Valencia	14	2/0	12
Total	349	35/40	274

Fuente: Migliorini (2015) y Universitat de Valencia (2017).

(76%) y 66 (24%) son promovidas desde universidades privadas. Destaca el hecho de que en el caso de las spin-off creadas desde las universidades públicas sobreviven el (75%) mientras que de las provenientes de entidades privadas sobreviven 66 de 73(91%). Lo que demuestra que la supervivencia de las spin-off generadas en Universidades Privadas es significativamente mayor a la de las generadas en las Universidades Públicas.

FACTORES DE GENERACIÓN Y SUPERVIVENCIA DE LAS SPIN-OFF

Los principales factores que afectan a la generación de spin-off son aquellos factores relacionados con las características de la universidad, del fundador, del medio-ambiente y de la tecnología (Gómez Miranda y Román Martínez, 2016).

De acuerdo a la literatura revisada existen diversos factores que son determinantes en la transferencia de tecnología en la creación de spin-off y, tal y como afirman Seguí et al. (2013) estos factores pueden ser: Por el entorno y las redes de contacto (Soetanto & Geenhuizen, 2009), la infraestructura de apoyo y financiero (Zhang, 2009), Estado y tipo de tecnología (Schmelter, 2004), la propiedad intelectual (Spielkamp, Rammer, & Czarnitzki, 2009), características de los fundadores (Vendrell & Ortín 2010), la normativa interna (Adiat, 2010), los conflicto de interés (Mcdonald et al., 2002), la habilidad de gestión (Lee & Eric, 2002).

Siguiendo con la revisión de la literatura encontramos diversos tipos de recursos que se consideran fundamentales para la formación de las spin-off académicas (Aceytuno et al, 2008; O'Shea et al, 2008; González y Álvarez, 2006; O'Shea et al, 2005). En este estudio nos hemos centrado en la clasificación de recursos que establecen O'Shea et al. (2008), para según afirman los autores dividirlos en cuatro factores:

- **Individuales:** Los atributos y las características de la personalidad de los emprendedores académicos.
- **Organizativos:** La disponibilidad de recursos y capacidades de la universidad.
- **Institucionales:** Las estructuras y políticas universitarias para facilitar la comercialización.
- **Ambientales o externos:** La influencia de estos en el espíritu empresarial académico

Factores individuales

Múltiples estudios han analizado la importancia de los atributos individuales de los académicos para emprender a través de una spin-off. En este sentido, Autio y Kauramen (1994) ó Chiesa y Piccaluga (2000) apuntaron la relevancia de los factores de motivación personal (como la necesidad de usar el conocimiento en aplicaciones prácticas o el avance de la ciencia y sus aplicaciones). De este modo, la mayoría de las investigaciones analizaron aspectos de la personalidad, la capacidad del individuo, la elección de carrera o la predisposición para actuar con éxito en el comportamiento empresarial (O'Shea et al. 2008).

Sansom y Gualdon (1990) afirmaron que la motivación más importante para crear una spin-off era el avance de la ciencia y sus aplicaciones. Es decir, la motivación relacionada en el conocimiento.

Posteriormente, O'Shea, et al. (2008) establecieron que la creación de spin-off no sólo variaba de acuerdo a las características de los académicos individuales, sino también debido a la variación en los entornos y los contextos universitarios.

Una de las contribuciones al respecto que ha conseguido una especial atención es el estudio realizado por Roberts (1991), donde se identifican cuatro categorías de atributos tanto personales como del propio grupo fundador de la spin-off: los antecedentes familiares, la educación, el sexo, la edad, la experiencia profesional y los objetivos y motivaciones de los emprendedores.

Factores organizativos

Éstos se basan en el análisis de los recursos humanos y de

la organización de la universidad para impulsar la creación de spin-off. Principalmente se estudia analizando la relación entre la actividad de la spin-off y el nivel y la naturaleza de la financiación de su investigación, la naturaleza de la misma, la calidad de los investigadores, la existencia de incubadoras de tecnología y las oficinas de transferencia de tecnología. Aquí destaca el hecho que un factor clave sea el nivel y la naturaleza de la financiación de las actividades de I+D (O'Shea et al. 2008).

Link y Scott (2005), por su parte, describieron que los recursos que tenían una influencia significativa en la creación de spin-off con respecto a los parques de investigación eran el gasto en I+D, la antigüedad del parque científico, la cercanía al mismo y las actividades de biotecnología desarrolladas en él.

Por su lado, González y Álvarez (2006) apuntaron que los factores de las universidades que impulsan la creación de spin-off eran su carácter técnico, su juventud, la disposición de un alto número de patentes, un bajo ratio de alumnos por profesor, la experiencia del personal de la OTRI y el stock de recursos humanos. En definitiva, la excelencia del personal académico se asocia con el número de spin-off creadas y el desempeño de estas nuevas empresas.

En la misma línea, Di Gregorio y Shane (2003) o Lockett y Wright (2005) apuntaron que la participación de la universidad en el capital, los royalties, la calidad de la investigación, la calidad de los investigadores son factores que tienen una influencia significativa en la creación de estas empresas.

Adicionalmente, en su estudio, Siegel et al. (2004) establecieron que los administradores que decidan potenciar la comercialización han de tener presente los siguientes factores de organización y de gestión:

- Los sistemas de recompensa a la transferencia de tecnología.
- Las prácticas de dotación del personal que pertenezcan a la OTRI.
- La flexibilidad en el diseño de las políticas universitarias en la transferencia de tecnología.
- Si la misión de la universidad lo permite dedicar mayores recursos a la transferencia de tecnología.
- Eliminar las posibles barreras culturales y de información que obstruyen el proceso de transferencia de tecnología

Recursos institucionales

Según O'Shea et al. (2008) la actividad spin-off universitaria es un reflejo del comportamiento institucional. Alude a que aquellas universidades que estimulen la actividad de comercialización con normas culturales tendrán mayores niveles de comercialización y mayores tasas de actividad. En su estudio ➤

sobre siete universidades europeas, Gras et al. (2007) encontraron que ofertar formación, asesoramiento y otras medidas de apoyo antes y durante las primeras etapas de puesta en marcha tiene un efecto positivo en la creación de spin-off. En el mismo sentido, la presencia de apoyo a la infraestructura (tales como parques científicos, incubadoras de empresas tecnológicas, etc.) es un factor determinante de la actividad spin-off y de su rendimiento. De forma análoga, Gras et al. (2007) concluyen que el apoyo financiero disponible en las universidades resulta igualmente crítico.

O'Shea et al. (2008) describieron tres factores instituciones relevantes: la misión, la cultura y la tradición e historia de la universidad. La misión se relaciona con el avance de la ciencia y la investigación, siendo la comercialización de resultados el elemento clave. El segundo factor es la cultura que premia la actividad en cuanto a que los investigadores buscan validar sus resultados de la investigación en el mercado (obteniendo un legítimo beneficio económico). Aquí los negocios son vistos como una actividad atractiva y estimulante. El tercer factor es la historia y la tradición de la universidad, siendo esta la impulsora de su orientación y cultura actual.

En este sentido, Lockett y Wright (2005) concluyeron que a mayor tradición de la universidad en tareas de emprendimiento, su personal habrá desarrollado sus capacidades y habilidades necesarias para gestionar los procesos que realizan en el mismo, actuando más eficientemente.

No obstante también se pueden encontrar impedimentos en la cultura de la universidad para la creación de empresas. En las universidades en las que prevalece el "paradigma científico" es frecuente que la universidad evite la implicación de los científicos en los usos últimos de la investigación, lo que obstaculiza la transferencia y tecnología y la creación de empresas (Ndonzau et al. (2002). Para estos autores este paradigma ha asistido al establecimiento de un sistema de recompensas que no favorecen la comercialización, agrupándose en tres características fundamentalmente: la estrategia de "publicar o morir", la ambigüedad de la relación de los investigadores con el dinero (ya que estos consideran el progreso científico por encima del económico), y la naturaleza desinteresada de la investigación académica.

Factores externos o ambientales

Atendiendo al marco de O'Shea et al. (2008) son cuatro los principales factores que afectan a la actividad de spin-off:

- El acceso al capital riesgo.
- El contexto legal.
- El contexto socio-económico.
- La estructura industrial.

En cuanto al contexto legal actual, la legislación española sobre transferencia de conocimiento ha presentado dificultades a la hora de crear spin-off, pero las posteriores modificaciones han alisado estos inconvenientes. No obstante, todavía persisten ciertos obstáculos legales y para la utilización de sociedades cooperativas (Vargas, 2012).

Así, según Bruneel (2012), los responsables políticos deberían desarrollar planes específicos para estimular y apoyar la creación y consolidación de las spin-off, ya que la administración pública tiene un papel determinante en estas empresas.

LA INFLUENCIA DE LA FINANCIACIÓN

En los aspectos financieros se ha detectado que la presencia de la universidad madre en el capital de las spin-off afecta a su crecimiento (Iacobucci y Micozzi, 2015), tal y como planteaban Lockett et al. (2005). En cambio, no está clara la estructura financiera que deben adoptar, ya que esto depende de otros factores como la aversión al riesgo del empresario, las condiciones del mercado, e incluso la actividad que desarrolla. Por su parte, la mayoría de los trabajos reconocen que el sector en el que se enmarca las spin-off universitarias condiciona su desempeño (Zhang, 2009), encontrándose que las dedicadas a la fabricación de productos obtienen mejores resultados que las orientadas a la prestación de servicios (Gupte, 2007; Bolzani et al., 2014).

Se ha evidenciado que empresas con fuertes vínculos con su universidad, o que establecen con ellas redes de investigación, tienen mayor crecimiento que otras empresas de base tecnológica (Bigliardi et al., 2013). Otro factor a tener en cuenta a la hora de evaluar el éxito de las spin-off es el grado de apoyo recibido por la universidad (Helm et al., 2013), materializado en la aportación de recursos financieros (Lockett et al., 2005; O'Shea et al., 2005), el asesoramiento (Vohora et al., 2004; Gómez et al., 2008), o la cesión de espacios físicos (Rodeiro et al., 2008; Epure et al., 2016).

En la Tabla 4 podemos observar la evolución de la financiación recibida en los últimos años tanto por las spin-off generadas tanto desde las universidades públicas como privadas.

CONCLUSIONES

El diagnóstico económico-financiero realizado permite constatar que, en términos generales, las spin-off universitarias españolas presentan una situación financiera aceptable, aunque necesitan generar más recursos a través de su actividad de explotación, encontrándose entre sus retos la mejora de sus resultados de explotación.

En relación con las características y comportamiento de las

Tabla 4. Spin-Off creadas en la universidades españolas.
Periodo 2010-2014

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014
Inversión privada en Spin-Off en el año	Sin dato	Sin dato	10.127.464	10.080.846	14.977.311
Retornos por beneficios/ plusvalías de Spin-Off	35.560	76.350	39.970	8.103	106.212
Capital semilla de la universidad aplicado	582.430	664.670	1.052.370	550.793	492.000

Fuente: Informe CRUE 2015.

spin-off según el grado de tecnología que utilizan, se observa que las spin-off tecnológicas tienen un mayor volumen de activos, están más subvencionadas, se financian a más largo plazo, emplean a trabajadores más eficientes, aportan mayor valor añadido al conjunto de la economía, pero consiguen peores índices de rentabilidad que las que emplean menos tecnología. Si se adopta un enfoque sectorial, son las spin-off universitarias pertenecientes al sector TIC las que presentan una mejor situación económico-financiera. Este tipo de empresas realizan mayores inversiones, reciben menos subvenciones, presentan los mayores niveles de endeudamiento, cuentan con los trabajadores más productivos, consiguen mayores rendimientos a sus inversiones y son las únicas que con su actividad generan recursos suficientes para atender sus créditos de financiación. Por su parte, las que se encuentran en el sector APCT, en general, tienen los trabajadores menos productivos, están más subvencionadas, no logran obtener rendimientos a sus inversiones y sufren tasas de rentabilidad financiera negativas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aceytuno, M. T. y De Paz, M. (2008): "La creación de spin-off universitarias. El caso de la universidad de Huelva". *Economía Industrial*, 368, 97-111.
- Adiat. (2010). Oficina de Transferencia de Tecnología. Asociación Mexicana de Directivos de la Investigación Aplicada y el Desarrollo Tecnológico. Editorial Adiat.
- Autio, E. y Kauranen, I. (1994): "Technologist-entrepreneurs versus non entrepreneurial technologists: analysis of motivational triggering factors". *Entrepreneurship y Regional Development*, Vol. 6, pp. 315-328.
- Bigliardi, B., Galati, F. y Verbano, C. (2013). «Evaluating Performance of University Spin-off Companies: Lessons from Italy», *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(2): 178-188.

Tabla 5. Spin-Off creadas en la Universidad de Valencia

AÑO	Spin-Off creadas en la UV	Spin-Off activas en la UV
Sector Ingeniería y Tecnología (Total)	6	5
Subsector TIC	4	3
Subsector Nanotecnología	1	1
Subsector Física	1	1
Sector Ciencias de la Vida	6	5
Subsector Biotecnología y Farmacia	3	2
Subsector Biomedicina	2	2
Subsector Bioinformática	1	1
Sector Ciencias Sociales y Humanidades	2	2
Subsector Educación, Cultura y Lenguaje	1	1
Subsector Bienestar Social	1	1
Total	14	12

Fuente: Universidad de Valencia

- Bolzani, D., Fini, R., Grimaldi, R. y Sobrero, M. (2014), «University Spin-Offs and Their Impact: Longitudinal Evidence from Italy», *Economia e Politica Industriale*, 41(4): 237-263.
- Bruneel, J., Van de Velde, E. y Clarysse, B. (2012): "Impact of the type of corporate Spin Off on growth", *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Bueno E. (2007): "La tercera misión de la Universidad". *Boletín Intellectus*, 12, pp. 15-17.
- Chiesa, V. y Piccaluga, A. (2000): "Exploitation and diffusion of public research: the case of academic spin-off companies in Italy" *R&D Management*, 4(1), 5-16.
- Di Gregorio, D. y Shane, S. (2003): "Why do some universities generate more star-ups than others?", *Research Policy*, 32: 209-227.
- Epure, M., Prior, D. y Serarols, C. (2016), "Assessing Techno-

logy-based Spin-offs from University Support Units”, *Regional Studies*, 50(3): 411-428.

- Gómez, J. M., Galiana, D. R., Mira, I. Verdú, A. J. y Sancho, J. (2008), «An empirical approach to the organisational determinants of spin-off creation in European universities», *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(2): 187-198.
- Gómez Miranda, M.E., y Román Martínez, I. (2016): “Las spin-off universitarias españolas: análisis económico-financiero y factores que condicionan su cifra de negocios. *Hacienda Pública Española*, 217 (2), 131-155.
- González, O. y Álvarez, J. A. (2006), «Análisis de los factores que explican la creación de spin off en las universidades españolas», *XV Jornadas de Economía de la Educación*, Granada.
- Gras, J.M.G., Solves, I.M. y Jover, A.J.V. (2007): “Las spin-off académicas como vía de transferencia tecnológica”, *Economía Industrial*, 366, 61-72.
- Gupte, M. (2007), *Success of university spin-offs: network activities and moderating effects of internal communication and adhocracy*, Springer Science & Business Media.
- Helm, R., Mauroner, O., Dowling, M. y Pöhlmann, K. (2013), «Spin-offs from public R&D organizations», *International Journal of Business and Globalisation*, 11(3): 217-241.
- Iacobucci, D. y Micozzi, A. (2015), «How to evaluate the impact of academic spin-offs on local development: an empirical analysis of the Italian case», *Journal of Technology Transfer*, 40: 434-452.
- Lee, D., y Eric, T. (2002). "The Effects of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth". *Journal Of Management Studies*, 583-602.
- Link, A. y Scott, J. (2005): “Opening the ivory towers doors: An analysis of the determinants of the formation of U.S. university spin-off companies. *Research Policy*, 34, 1106-1112.
- Lockett, A. y Wright, M. (2005): Resources, capabilities, risk capital and the creation of university spin-out companies. *Research Policy*, 34, 1043-1057.
- Lockett, A., Siegel, D., Wright, M. y Ensley, M. D. (2005), «The creation of spin-off firms at public research institutions: Managerial and policy implications», *Research Policy*, 34: 981-993.
- McDonald, L., Capart, G., Bohlander, B., Cordonnier, M., Jons-son, L., Kaiser, L., Lack, J., Mack, J., Maticotta, C., Schwing, T., Sueur, T., van Grevenstein, P., van den Bos, L. y Vonortas, N.S. (2004): Management of Intellectual Property in Publicly-funded Research Organisations: Towards European Guidelines, Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburgo.
- Morales-Gualdrón, S.T.; Gutiérrez-Gracia, A. y Roig Dobón, S. (2009): “The entrepreneurial motivation in academia: a multidimensional construct”. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(3), pp. 301-317.
- Ndonzuau, N., Pirnay, F. y Surlemont, B. (2002): «A stage model of academic spin-off creation», *Technovation*, 22: 281-289.
- O’Shea, R. P., Allen, T. J., Chevalier, A., y Roche, F. (2005), «En-

trepreneurial orientation, technology transfer and spin-off performance of US universities», *Research Policy*, 34(7): 994-1009.

- O’Shea, R. P., Chugh, H. y Allen, T. J. (2008), «Determinants and consequences of university spinoff activity: a conceptual framework», *Journal of Technology Transfer*, 33: 653-666.
- Rasmussen, E.; Mosey, S. y Wright, M. (2014): “The influence of university departments on the evolution of entrepreneurial competencies in spin-off ventures”. *Research Policy*, 43(1), pp. 92-106.
- Roberts, E. (1991): *Entrepreneurs in high technology: Lessons from MIT and beyond*. Oxford University Press. New York.
- Rodeiro, D., Fernández, S., Rodríguez, A. y Otero, L. (2008), «La creación de empresas en el sistema universitario español: una aplicación de la teoría de los recursos», *Cuadernos de Gestión*, 8(2): 11-28.
- Samsom, K. y Gurdon, M. (1990): “Entrepreneurial scientist: organizational performance in scientist-started high technology firms”. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, pp. 437-451
- Schmelter, A., (2004). Entwicklungsverläufe forschungsnaher Unternehmensgründungen und deren Determinanten. Die Betriebswirtschaft, 64 (4), 471-486.
- Seguí-Mas, E., Sarrión-Viñes, F., Tormo-Carbó, G. y Oltra, V. (2013). “Estudio del emprendimiento académico bajo formulas de economía social: análisis de las spin-off universitarias cooperativas”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 78, 101-124.
- Shane, S. (2004). Academic entrepreneurship: University Spin-offs and wealth creation. Massachusetts: Edwar Elgar.
- Siegel, D., Waldman, D., Atwater, L. y Link, A. (2004): Toward a model of the effective transfer of scientific knowledge from academicians to practitioners: qualitative evidence from de commercialization of university technologies. *Journal of Engineering and Technology Management*, 21, 115-142.
- Soetanto, D., y Geenhuizen, M. V. (2009). "Academic Spin Off at Different Ages: A Case Study in Research of Key Obstacles to growth". *Technovation*, 671-681.
- Spielkamp, A., Rammer, C., y Czarnitzki, D. (2009). "Innovation Success of non-R&D-performers: substituting technology by management in SMEs". *Small Business Economics*, 35-58.
- Vargas Vasserot, C. (2012): “Los SPIN-OFFS académicas y su posible configuración como empresas de economía social”, *RE-DESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 107, 186-205.
- Vendrell-Herrero, F. y Ortín-Ángel, P. (2010), «Evolución comparada de los spin-offs universitarios españoles», *Cim. economía*, 16: 345-379.
- Vohora, A., Wright, M. y Lockett, A. (2004), «Critical junctures in the development of university high-tech spinout companies», *Research Policy*, 33: 147-175.
- Zhang, J. (2009), «The performance of university spin-offs: an exploratory analysis using venture capital data», *Journal of Technology Transfer*, 34: 255-285.

ANÁLISIS DE LA ACTITUD EMPREDEDORA EN IBAGUÉ – TOLIMA, COLOMBIA

RESUMEN

El presente artículo, muestra los resultados de un estudio de la actitud emprendedora de los ciudadanos Ibaguerenses, para lo cual se encuestó 410 individuos de esa localidad durante el año 2015. A partir de esta investigación, se logró establecer un perfil de actitud emprendedora, con una serie de variables tales como Actitud frente al cambio, Autoestima, Automotivación, Liderazgo, Salud, condición física y Formación emprendedora. Se parte de un marco teórico, que identifica al final la actitud emprendedora con la intención emprendedora, a partir de lo cual, se desarrollan unas categorías de análisis, que permiten caracterizar el punto de partida, hacia el cual se pueden dirigir acciones destinadas a fomentar el emprendimiento.

PALABRAS CLAVE: *Actitud Emprendedora, Intención emprendedora, autoestima, emprendimiento.*

Juan Fernando Reinoso Lastra

jfreinos@ut.edu.co

Magíster en Administración por la Universidad del Valle, Colombia. Profesor titular en la Universidad del Tolima.

Director del grupo de investigación en emprendimiento y cultura organizacional "ECO". Universidad del Tolima, Colombia.

Luis Fernando Serna Hernández

luisfsernah@gmail.com

Estudiante de doctorado en Dirección de Empresas, Universidad de Valencia, España.

Profesor universitario e investigador junior según convocatoria 737 -2015 Colciencias, Colombia.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, existe un creciente interés hacia el emprendimiento, tanto desde el ámbito académico como empresarial. En las últimas décadas, se ha hecho evidente la importancia que tiene el emprendimiento en la economía y sociedad actuales, tanto por el desarrollo económico y social que supone para las regiones, como por su contribución para atenuar los problemas de desempleo, y de mejora de la competitividad de las regiones (Porter, 1991).

Dado que, los emprendedores, constituyen un factor fundamental para el desarrollo económico y social de los países, el estudio de las intenciones emprendedoras es un campo del que aún falta mucho por investigar, esto es, qué motivaciones tiene una persona para emprender, cuál es el perfil que le conduce a tener una actitud emprendedora.

Conociendo en profundidad estos datos se podría fomentar el espíritu emprendedor para así potenciar la creación de nuevas empresas y en consecuencia el crecimiento de los países (Formichela, 2004).

Las actitudes en torno al emprendimiento establecen una relación entre las creencias y los valores que tienen las personas con la actividad empresarial (GEM 2010, p. 14). El emprendimiento empresarial se inicia en la persona con sus actitudes, valores y comportamientos para adquirir actitudes y valores afines. Es por tal razón que este estudio se limita a hacer un análisis de la intención emprendedora que tienen los individuos de la ciudad de Ibagué a partir de la encuesta realizada a 410 personas de la localidad en estudio durante el 2015. El documento se estructura de la siguiente manera: En primera instancia se hace una revisión de la literatura y un marco teórico referente al tema; para ➤

- luego mencionar la metodología usada en este estudio investigativo. Un tercer apartado lo contienen los resultados obtenidos para finalizar con las conclusiones relevantes del estudio.

ANTECEDENTES Y MARCO TEORICO

El estudio de la conducta emprendedora se caracteriza por ser un campo de investigación plural y multidisciplinar, que estudia tanto las características personales como las actividades empresariales, los efectos económicos y sociales, o incluso los aspectos culturales. Desde la Psicología, la investigación se ha centrado principalmente en el análisis de las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores, con el objetivo de elaborar un perfil descriptivo de la personalidad típica del emprendedor. Según este perfil, se podría detectar a aquellas personas con un potencial innato para convertirse en emprendedores de éxito. Sin embargo, esta línea de investigación no ha logrado grandes resultados y además ha recibido numerosas críticas, tanto metodológicas como teóricas, que han puesto de manifiesto la insuficiencia de los rasgos de personalidad para predecir la conducta emprendedora (Baron, 2002; Gartner, 1988; Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, 1991; Shane y Venkataraman, 2000; Shaver y Scott, 1991).

Esto ha llevado a muchos investigadores en esta área a centrarse en el estudio de variables más dinámicas y modelos que tuvieran en cuenta no sólo aspectos personales, sino también sociales, así como la interacción entre ambos para explicar y predecir la conducta emprendedora. Por lo que, la línea de investigación que está adquiriendo una mayor relevancia en esta área es el estudio de la intención emprendedora (Alexei y Kolvereid, 1999; Audet, 2002; Crant, 1996; Douglas y Shepherd, 2002; Krueger, Reilly y Carsrud, 2000). Este enfoque se basa principalmente en el análisis de la elección de la carrera ocupacional, es decir, por qué algunas personas pero no otras eligen desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo.

La investigación en el campo de estudio de los emprendedores ha señalado repetidamente que los modelos sociales que proporciona el entorno familiar influyen positivamente en el desarrollo de la carrera profesional a través del autoempleo (Andreu, 1998; Brockhaus, 1982; Hisrich y Brush, 1986; Katz, 1992; Roberts y Wainer, 1968; Sánchez-Almagro, 2003; Scherer, Adams y Wiebe, 1989; Sha-

pero, 1982). Por lo que, provenir de un núcleo familiar con vinculación empresarial hace que la persona se introduzca poco a poco en el mundo empresarial. Efectivamente, el hijo de un profesional independiente después de observar el ejemplo de su padre o de su madre tiende a encontrar más atractiva una ocupación con un grado elevado de independencia y flexibilidad (Brockhaus, 1982; Hisrich y Brush, 1986).

Desde un punto de vista más psicológico, se encuentran los modelos de expectativa valor, que tratan de explicar, entre otras variables, el papel de las actitudes y normas sociales como antecedentes directos e indirectos de intenciones y comportamiento. Son tres los modelos que se analizan: teoría de acción razonada (Fishbein & Ajzen, 1980), la teoría de la acción planificada (Ajzen, 1988, 1991; Ajzen & Madden, 1986) y la teoría de la autorregulación (Bagozzi, 1992). En la teoría de la acción razonada (Fishbein & Ajzen, 1980), las personas antes de realizar comportamientos razonan y lo hacen a través del procesamiento de la información que subyace a la actitudes y a la norma subjetiva, y de este razonamiento emerge la intención o no de actuar. De forma que, el determinante más directo del comportamiento es la intención de realizar o no una conducta, y esta intención depende de la actitud favorable o desfavorable a realizar ese comportamiento y de la norma subjetiva, es decir, la información social a su alcance y la presión social percibida.

La teoría de la acción planificada (Ajzen, 1988, 1991; Ajzen & Madden, 1986) añade una nueva variable a las contempladas en la teoría anterior, el control percibido como antecedente del comportamiento. Lo define como lo fácil o lo difícil que resulta para una persona realizar una acción. Así, el hecho de que la persona considere que la realización de un comportamiento está a su alcance le llevará a intentarlo con más fuerza. El control percibido influye de forma directa tanto en la intención como en el comportamiento. Se trata, según el propio Ajzen (1988), de un concepto similar al de la autoeficacia percibida de Bandura (1997). Por último, la teoría de la autorregulación (Bagozzi, 1992) añade el aspecto motivacional de la intención, al que denomina deseo. De forma que tiene una influencia directa sobre la intención e indirecta a través de la norma subjetiva. Así, cuanto más se desee hacer algo, más se hará y cuanto más se desee hacerlo en mayor medida se sentirá presionado por el entorno social. En otro trabajo,

añade que la intención puede en parte explicarse por la frecuencia y cercanía en el tiempo con que el comportamiento fue realizado en el pasado (Bagozzi & Kimmel, 1995). Estas tres teorías fueron comparadas por Leone, Perugini y Ercolani (1999), que encontraron una mejora predictiva de esta última.

Autores como Krueger (1993) han argumentado que las intenciones emprendedoras constituyen la clave para entender el proceso de emprendimiento y pueden ser vistas como el primer paso en el largo y complejo proceso de emprendimiento (Gardner, Kelly, Gatewood y Katz, 1994). De esta forma, ya que las intenciones constituyen el principal predictor individual de la conducta emprendedora, el estudio de los antecedentes y determinantes de dichas intenciones cobra especial relevancia para poder comprender el proceso de creación de empresas. Es por ello que profesores, consultores, orientadores y emprendedores deberían beneficiarse más del conocimiento de cómo se forman las intenciones, así como también de un conocimiento específico de cómo los valores, actitudes, creencias, percepciones y motivos se unen dentro de la intención de comenzar un negocio. La cuestión entonces pasa a ser: ¿Qué determina la intención de emprender?

METODOLOGÍA

Siguiendo a Fishbein (1980) y Ajzen (2005), dos autores que han estudiado las intenciones y que establecen la Teoría de la Acción Razonada, se estudian las categorías de la actitud emprendedora para los ciudadanos del municipio de Ibagué, Colombia.

Datos y muestra

Los datos se recogieron de una muestra de 410 sujetos, formada por 203 individuos de género Femenino (49,5%) y 207 de género Masculino (50,5%), con edades comprendidas entre 17 y 65 años. La totalidad de la muestra estuvo constituida por 155 personas trabajadoras y/o desempeñando alguna labor que genera ingresos (37,8%), conformada por el (22,4%) de género masculino y el (15,4%) femenino; además por 255 personas no trabajadoras y/o estudiantes universitarios (62,2%), constituida por el (28,1%) de género masculino y el (34,1%) femenino; por considerarse esta investigación de actitud, cualidad de las personas para generar empresa. En cuanto

a la distribución, se establecieron los rangos de edades de la siguiente manera:

- (17 a 20 Años) con (32,4%) de la muestra, de las cuales está conformado por el (17,8%) género femenino y (14,6%) género masculino, del mismo modo el (27,8%) población no trabajadora y/o estudiantes universitarios, y (4,6%) población trabajadora y/o desempeñando alguna labor que genera ingresos.
- (21 a 24 Años) con (33,2%) de la muestra, de las cuales está conformado por el (17,1%) género femenino y (16,1%) género masculino, del mismo modo el (23,0%) población no trabajadora y/o estudiantes universitarios, y (10,2%) población trabajadora y/o desempeñando alguna labor que genera ingresos.
- (25 a 28 Años) con (11,4%) de la muestra, de las cuales está conformado por el (5,3%) género femenino y (6,1%) género masculino, del mismo modo el (4,6%) población no trabajadora y/o estudiantes universitarios, y (6,8%) población trabajadora y/o desempeñando alguna labor que genera ingresos.
- (29 a 32 Años) con (6,5%) de la muestra, de las cuales está conformado por el (2,9%) género femenino y (3,6%) género masculino, del mismo modo el (2,4%) población no trabajadora y/o estudiantes universitarios, y (4,1%) población trabajadora y/o desempeñando alguna labor que genera ingresos.
- (33 a Años en Adelante) con (16,3%) de la muestra, de las cuales está conformado por el (6,3%) género femenino y (10,0%) género masculino, del mismo modo el (4,4%) población no trabajadora y/o estudiantes universitarios, y (11,9%) población trabajadora y/o desempeñando alguna labor que genera ingresos.

La información se obtiene de la encuesta Actitud Emprendedora 2015 de Ibagué realizada por el Grupo de Investigación ECO de la Universidad del Tolima a los ciudadanos de este municipio. Se realizó una muestra intencional en individuos de sectores vinculados a diferentes actividades emprendedoras, a los cuales se les aplicó una encuesta por su facilidad y mayor comprensión para el encuestado.

Variables

Las variables que contribuyen al tipo de actitud para la generación y creación de empresa son: ➤

► **Variables Explícitas:** GENERO (MASCULINO - FEMENINO), RANGO DE EDAD (Varia desde 17 a 65 años -* Metodología/A. Datos-Muestra), OCUPACIÓN (Trabajadores – No Trabajadores).

Variables Implícitas: CURSOS DE CAPACITACIÓN (Estudiantes Universitarios, Áreas afines al emprendimiento –Personal No Capacitado), USO Y MANEJO TIC's (Uso y manejo de la tecnología de la información y comunicación) GENERACIÓN DE EMPRESA (Emprendimiento por Necesidad).

Instrumentos

La recogida de los datos se basó en la distribución de un formato para diligenciar a la totalidad de las preguntas. Este formato consta de 30 preguntas distribuidas para 6 categorías C1: ACTITUD EMPRENDEDORA, C2: PENSAMIENTO CREATIVO E INNOVADOR, C3: PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES, C4: MANEJO DE VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS PARA CREAR EMPRESA, C5: HABILIDAD PARA GENERAR Y ANALIZAR IDEAS DE EMPRESA Y C6: MANEJO HOLÍSTICO E INTEGRADOR EN EL DISEÑO Y CONSECUCCIÓN DE RECURSOS PARA UN PROYECTO DE EMPRESA.

ENCUESTA		
Nº	PREGUNTAS	CATEGORÍAS
1	¿Le gusta la variedad y el cambio frente a la rutina?	C1
2	¿Frente a cualquier problema, encuentra solución?	C2
3	¿Le gusta presentar propuestas?	C2
4	¿Escucha o ve noticias con frecuencia?	C3
5	¿Realiza Actividades en grupo con facilidad?	C4
6	¿Ha intentado crear empresas?	C6
7	¿Le gusta intentar lograr altos logros?	C6
8	¿Se mantiene actualizado sobre temas de su interés?	C5
9	¿Mantiene unos principios y valores en sus actuaciones?	C4
10	¿Tiene una alta valoración personal?	C1
11	¿Mantiene unos objetivos personales altos pero alcanzables en el largo plazo?	C5
12	¿Se auto evalúa y motiva permanentemente para lograr sus objetivos?	C1
13	¿Ha liderado actividades o proyectos de algún tipo?	C1
14	¿Le gusta ser independiente?	C2
15	¿Le gusta tomar decisiones bajo incertidumbre?	C4
16	¿Es responsable de sus propios actos?	C4
17	¿Tiene altas habilidades de comunicación y relaciones interpersonales?	C6
18	¿Le atrae el riesgo?	C6
19	¿Mantiene una mente abierta al cambio y la innovación?	C2
20	¿En sus actividades se orienta siempre a metas y resultados?	C5
21	¿Es obsesivo con el cumplimiento de tareas y compromisos?	C4
22	¿Mantiene buena energía, salud y condición física?	C1
23	¿Mantiene el control personal en situaciones inesperadas o conflictivas?	C4
24	¿Con frecuencia percibe oportunidades para su provecho personal?	C3
25	¿Es tolerante frente a los errores?	C6
26	¿Aprende fácilmente cualquier proceso o tarea?	C3
27	¿Utiliza internet para sus actividades de trabajo o estudio?	C3
28	¿Hace parte de redes de trabajo, estudio u otras actividades?	C6
29	¿Maneja productos financieros como tareas debito, créditos u otros?	C6
30	¿Ha recibido capacitación en emprendimiento?	C1

CATEGORÍAS	
C1	ACTITUD EMPRENDEDORA
C2	PENSAMIENTO CREATIVO E INNOVADOR
C3	PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES
C4	MANEJO DE VARIABLES INTERNAS Y EXTERNAS PARA CREAR EMPRESA
C6	MANEJO HOLÍSTICO E INTEGRADOR EN EL DISEÑO Y CONSECUCCIÓN DE RECURSOS PARA UN PROYECTO DE EMPRESA
C5	HABILIDAD PARA GENERAR Y ANALIZAR IDEAS DE EMPRESA

La escala que se utilizó para este tipo de encuesta fue ESCALA DE LIKERT.

TABULACION	
1	NUNCA
2	A VECES
3	REGULARMENTE
4	CASI SIEMPRE
5	SIEMPRE

“Con toda probabilidad, la escala de categorías constituye una de las técnicas de medida de creencias, referencias y actitudes más utilizada por los científicos de la conducta. En palabras de Dawes (1975), se trata de «la omnipresente escala de clasificación» (pág. 115). Son muchos los términos asociados a la escala de categorías: escala de clasificación, escala de juicio absoluto, escala cerrada, escala de valoración resumida, escala de múltiple elección, escala tipo Likert, etc. En cualquier caso, bajo todas estas denominaciones se hace referencia a un procedimiento de escalamiento en el que el sujeto asigna los estímulos a un conjunto específico de categorías o cuantificadores lingüísticos, en su mayoría, de frecuencia (siempre, a veces, nunca, etc.) o de cantidad (todo, algo, nada, etc.). La escala de categorías se utiliza con gran profusión, tanto en la psicología aplicada como en otros ámbitos (estudios de opinión, marketing, etc.), ya que la verbalización forzada que supone responder conforme a este formato conlleva una serie de ventajas, entre las que estamos: menor ambigüedad de respuestas que las obtenidas con otro tipo de cuestionarios, mayor cercanía de las respuestas al objetivo del investigador, permiten recabar más información en menos tiempo, etc. En suma, se puede considerar que la escala de categorías es relativamente barata y fácil de desarrollar para el investigador y sencilla de comprender y rápida de contestar para el sujeto. Como afirman González, Lameiras y Varela (1990), «su capacidad para estimar la intensidad de la impresión de la forma más sencilla posible para el encuestado es difícilmente sustituible» (pág. 411)”. Las preguntas de la encuesta fueron diseñadas por los investigadores a partir de las categorías establecidas.

RESULTADOS

Haciendo un análisis general se puede determinar que los individuos de género **Femenino** que aun estudian o no trabajan, presentan mayor actitud emprendedora en los rangos de edad (17-20), (21-24) y (29-32) Años, con respecto a los hombres, superando el porcentaje en el rango de edad (25-28) con 80,8% - Grafica 1.

Sin embargo las personas de género **Masculino** que aun estudian y/o no trabajan, presentan mayor actitud emprendedora en el rango de edad (33-En adelante*) Años, con respecto a las mujeres presentando un porcentaje de 78,3%. Además se puede señalar que los sujetos de género **Masculino** en el rango de edad (17 - 20) Años presenta la más baja actitud emprendedora del mismo modo los de género **Femenino** en el rango de edad (21-24) Años.

Detallando en la gráfica 2, se puede determinar que el género **FEMENINO**, posee mayor actitud emprendedora que las personas de género **MASCULINO**, teniendo en cuenta que es una población de Ocupación **Estudiantes – No Trabaja**. Del mismo modo se establece que la diferencia del género **Femenino** con respecto al de género **Masculino** es de 1,8%; lo que indica que el nivel de significancia no es tan alto.

Puntualizando en la gráfica 3, se puede establecer que las personas del **Rango (25 - 28)**, sin importar su género, con ocupación **Estudiantes – No Trabajan**, presentan mayor actitud de emprendimiento que las personas que ocupan los demás **Rangos (17-20), (21-24), (29-32) y (33- En Adelante)**.

Por lo cual de las gráficas anteriores 1, 2 y 3, se puede concluir que: **Las Mujeres** (Genero: **Femenino**), **presentan Mayor actitud de emprendimiento que los Hombres** (Genero: **Masculino**) en el rango de edad **(25 - 28)** con **Ocupación Estudiantes – No Trabaja**, en las Ciudad de Ibagué del Departamento del Tolima.

Analizando (Gráfica 4) se puede fijar que los individuos de género **Masculino** con ocupación **Trabajan**, presentan mayor actitud emprendedora en todos los rangos de edad, con respecto a las mujeres, exaltando en el rango de edad (29-32) con un porcentaje de 78,5%.

Además se puede establecer que los sujetos de género **Masculino** con un porcentaje de 70,8% y **Femenino** en el rango de edad (21 - 24) Años con un porcentaje de 74,7% presentan la más baja actitud emprendedora. ➤

► Centrando en la gráfica 5, se puede determinar que el género **MASCULINO**, posee mayor actitud emprendedora que las personas de género **FEMENINO**, teniendo en cuenta que es una población de Ocupación **Trabajan**. Del mismo modo se establece que la diferencia del género **MASCULINO** con respecto al de género **FEMENINO** es de 3,0%; lo que indica que el nivel de significancia es alto.

Además se analiza de la gráfica 6 que las personas del **Rango (33 – En Adelante)** con un porcentaje de 77,6%, sin importar su género, con ocupación **Trabajan**, presentan mayor actitud de emprendimiento que las personas que ocupan los demás **Rangos (17-20), (21-24), (25 - 28) y (29 - 32)**.

Por lo tanto de la graficas anteriores 4, 5 y 6, se puede concluir que: **Los Hombres (Genero: Masculino), presentan Mayor actitud de emprendimiento que las Mujeres (Genero: Femenino)** en el rango de edad **(33 – En Adelante)** con **Ocupación Trabaja**, en las Ciudad de Ibagué del Departamento del Tolima.

Haciendo un análisis del género femenino se puede establecer que los individuos **Estudiantes – No trabajan**, presentan mayor actitud emprendedora en los rangos de edad (17-20), (21 – 24), (25 - 28) y (29 -32) Años, con respecto a los que Trabajan sobresaliendo y puntualizando en el rango de edad (25 - 28) Años con un porcentaje de 80,8%; y en el campo laboral (Ocupación: **Trabajan**) las mujeres presentan mayor actitud emprendedora en el rango de edad (33 – En Adelante) Años, con un porcentaje de 76,9% con respecto a los otros. Del mismo modo los sujetos que **Trabajan** en el rango de edad (21 - 24) Años presentan la más baja actitud frente a los **Estudiantes – No Trabajan** -Grafica 7

Sin embargo se ha podido establecer en la gráfica 8 que las personas de género **FEMENINO** de ocupación **Estudiantes – No Trabajan**, presentan mayor actitud de emprendimiento con un porcentaje de 76,6% que las personas de ocupación **Trabajan**, haciendo una diferencia con respecto a los que Trabajan de 2,9%; lo que indica que el nivel de significancia Alto.

Desde el análisis de la gráfica 9 y detallar los aspectos de los individuos (Genero: **Masculino**) se puede diagnosticar que los individuos de ocupación **Trabajan** de género Masculino, presentan mayor actitud emprendedora en el rango de edad (29 - 32) Años, con un porcentaje de 78,5% con respecto a los que Estudiantes – No Trabajan, sin omi-

tir que también presentan alto porcentaje en los rangos de edad (17 – 20) y (21 – 24). Conjuntamente podemos señalar que los Hombres con el rango de edad (17 – 20) años y Ocupación: **Trabajan** presenta la más baja actitud emprendedora con un porcentaje inferior de 70,1%.

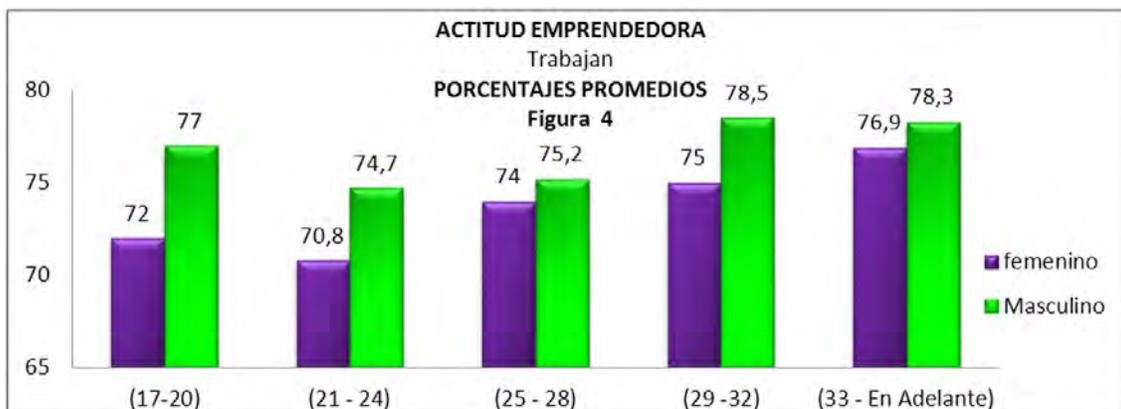
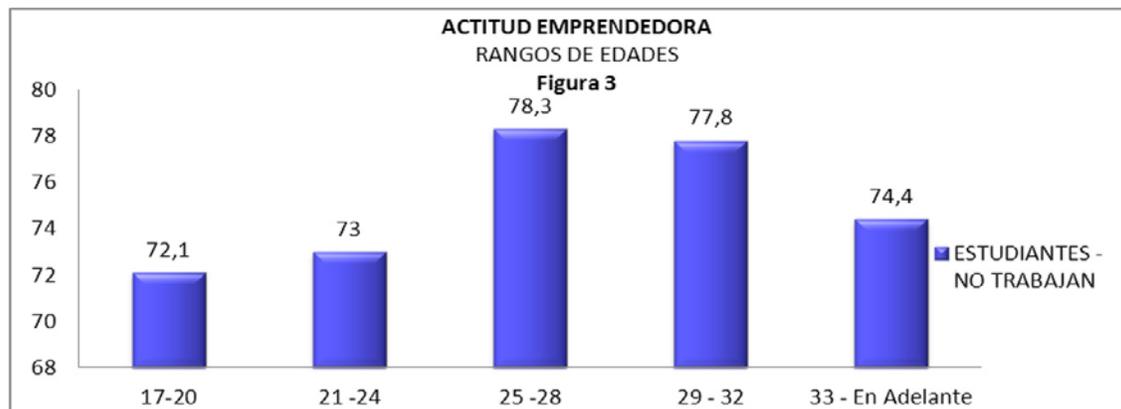
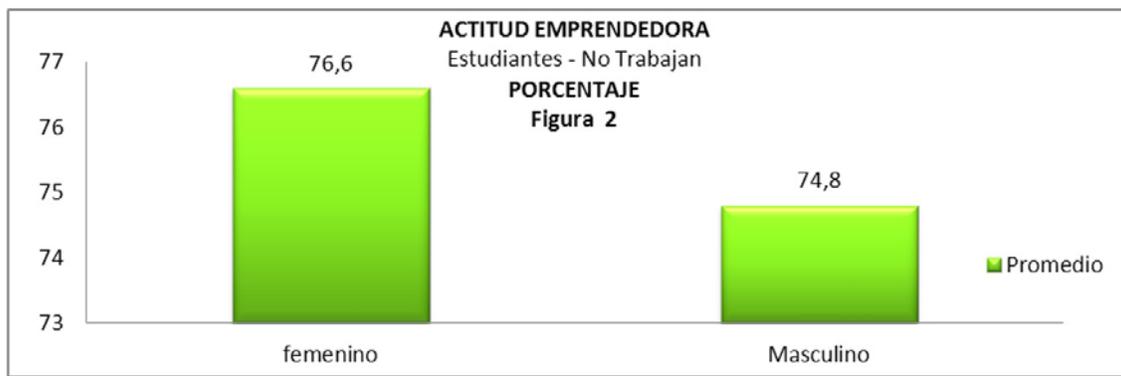
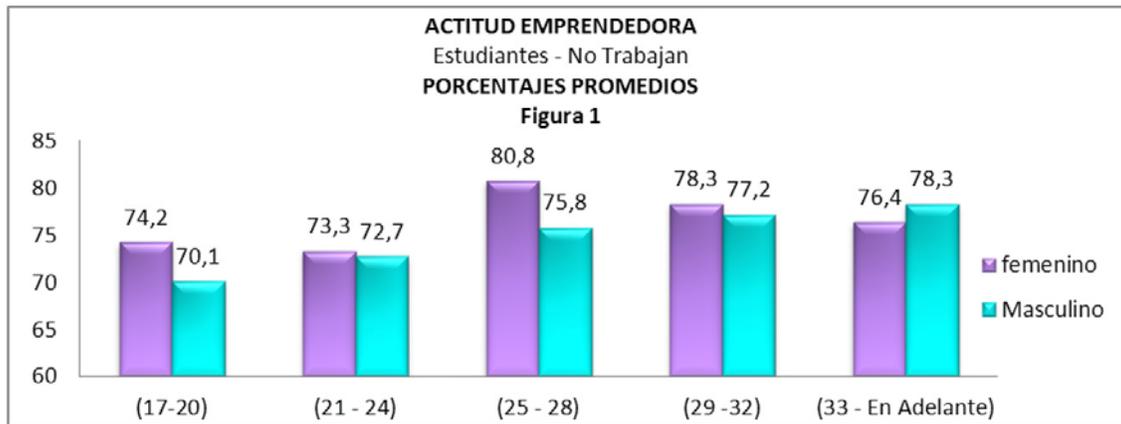
Del mismo modo se puede ultimar de la gráfica 10, que las personas de género **MASCULINO** de ocupación **Trabajan**, presentan mayor actitud de emprendimiento con un porcentaje de 76,7%, haciendo la diferencia 1,9% que las personas de igual genero pero con ocupación **Estudiantes – No Trabajan**, indicando que el nivel de significancia Alto.

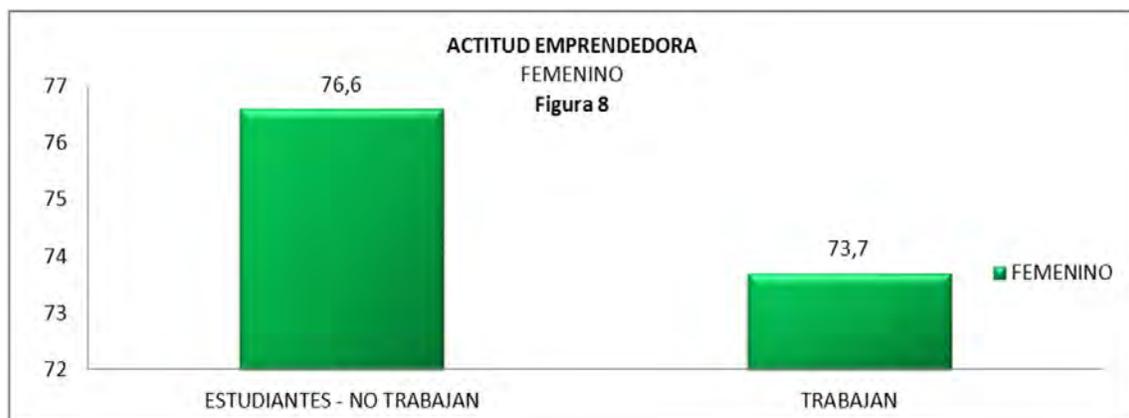
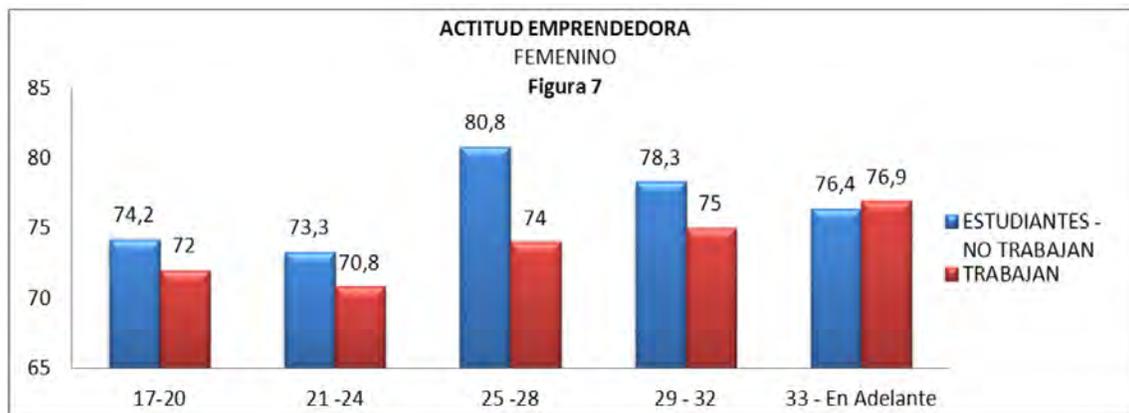
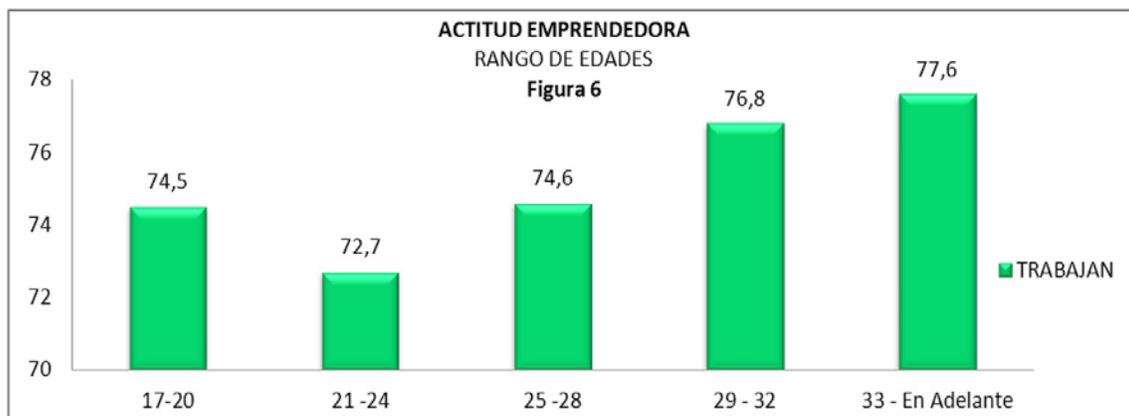
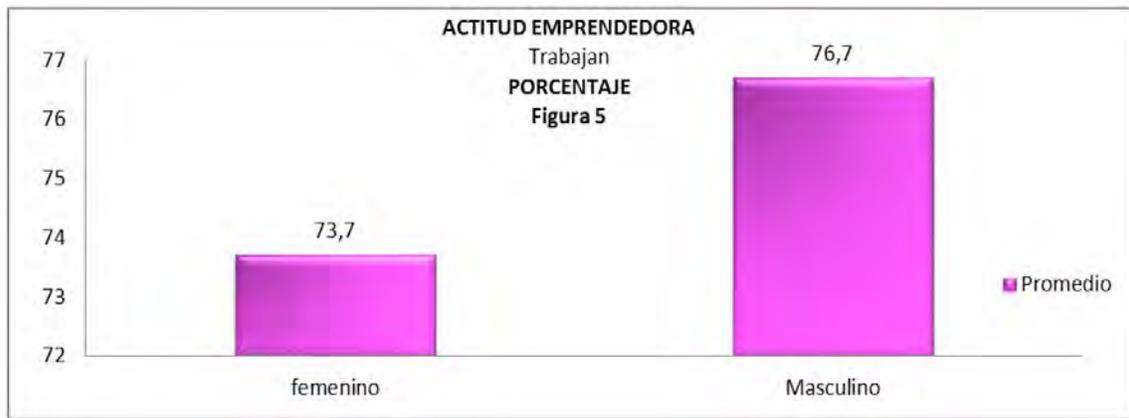
Haciendo una relación de las gráficas 7,8,9 y 10 Se puede evidenciar en la gráfica 11 y 12 que los individuos de ocupación **Estudiantes – No trabajan** sin importar su género, presenta mayor porcentaje 78,3% de actitud emprendedora en el rango de edad (25 – 28) años, con respecto a los que Trabajan. Además de indicar en la gráfica 12 que la diferencia de los individuos que Estudiantes – No Trabajan con respecto a los que Trabajan es de 0,5% sobresaliendo las personas que **Estudiantes – No trabajan** indicando al mismo tiempo que el nivel de significancia es baja.

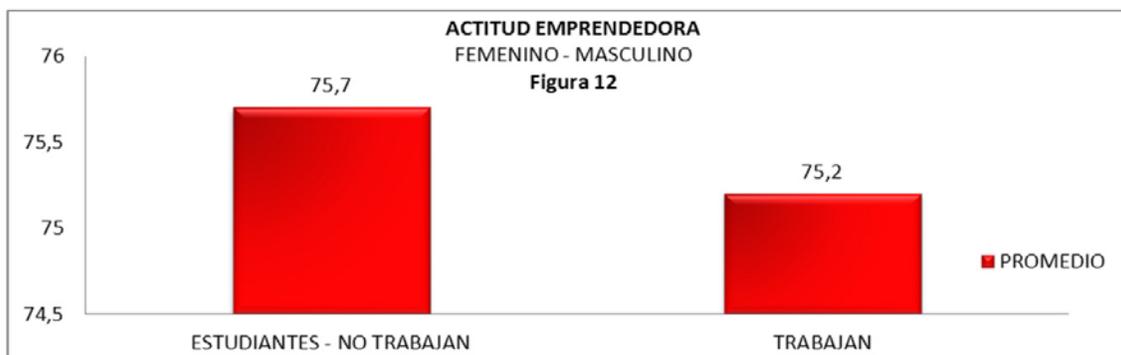
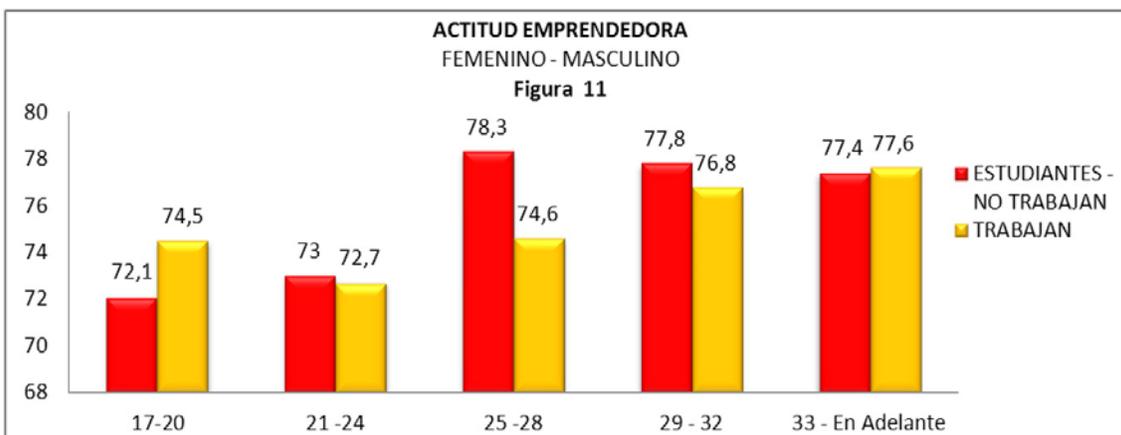
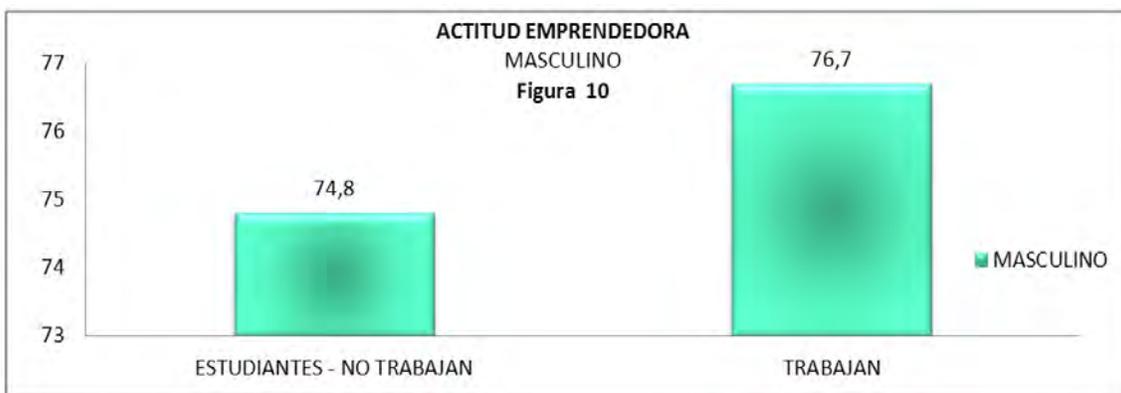
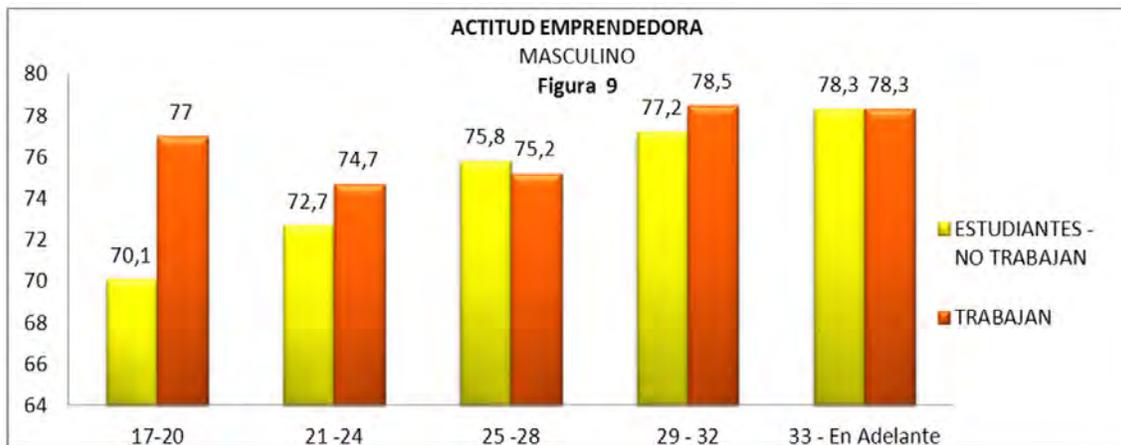
Sin importar su ocupación se ha podido establecer, como lo indica el análisis de la gráfica 13 y 14 que los individuos de género **Masculino** presentan mayor actitud emprendedora con un porcentaje de 75,8%, teniendo un nivel de significancia mayor (0,6%) que los individuos de género **Femenino**. Resaltando que los Hombres en los rangos (29 - 32) y (33-En Adelante) Años; poseen mayor porcentaje de actitud en esta localidad Ibagué.

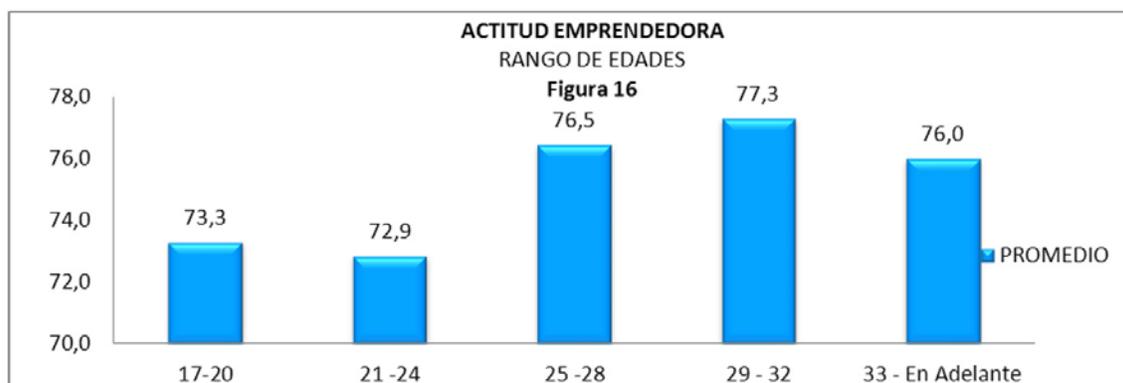
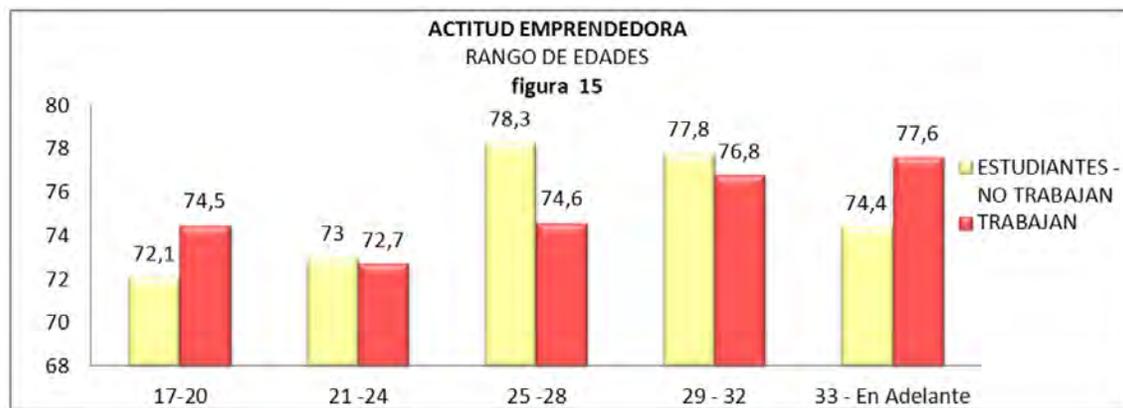
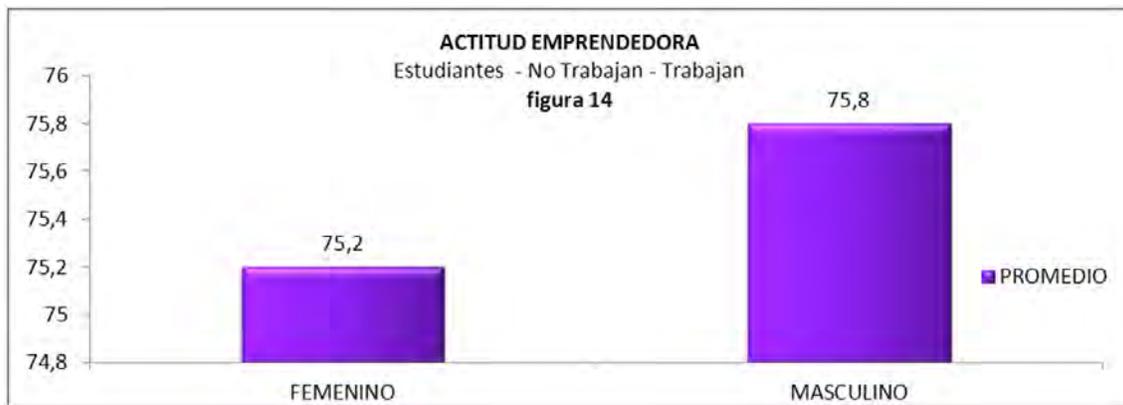
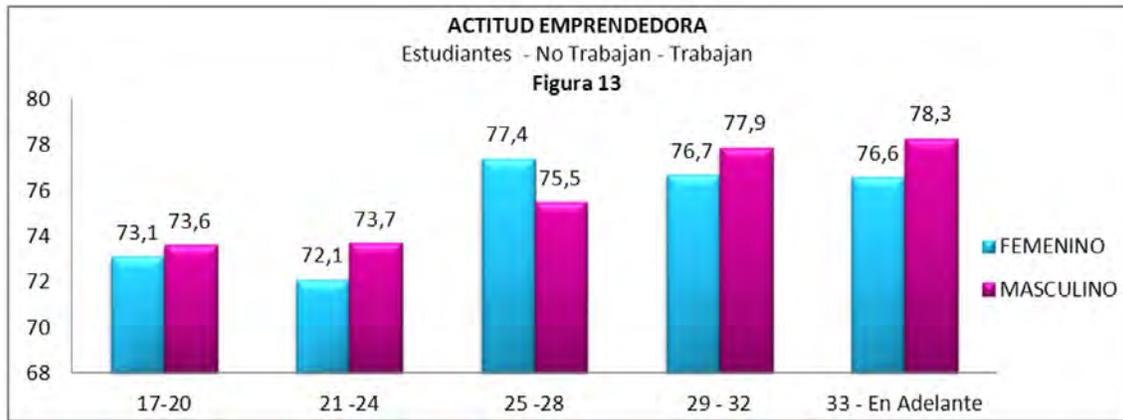
Formalizando la descripción dada desde las gráficas 15 y 16 se concluye frente a la variable rango de edades que los individuos sin importar su género ni ocupación demuestran mayor actitud emprendedora en el rango de edad **(29 - 32)** con un porcentaje de 77,3%, frente a los demás rangos (17-20), (21-24), (25-28) y (33- En Adelante).

Finalmente podemos concluir que las personas de género **MASCULINO**, con ocupación de **TRABAJADORES** y en el rango de edad 29 a 32 Años son los que presentan la **MAYOR ACTITUD EN EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ – TOLIMA**; esto generado por una serie de habilidades, destrezas, experiencias, competencias, conocimientos, entre otras aptitudes, que el ser humano ha desarrollado implícita y explícitamente para formarse como grandes emprendedores.









CONCLUSIONES

El estudio de la actitud emprendedora, se centra en el emprendedor como sujeto del emprendimiento, del cual es necesario conocer esas motivaciones, valores, comportamientos, vivencias y características que se puedan orientar al desarrollo emprendedor. Dada la diversidad y pluralidad de factores presentes en cada persona, resulta difícil intervenir la actitud emprendedora, sin tener un conocimiento de conductas previas, de entornos inmediatos, del cual no hay mucha disponibilidad de estudios. La investigación presenta nuevas categorías de análisis de la actitud emprendedora en un contexto específico, el cual puede ser usado en el desarrollo de políticas públicas en educación emprendedora.

La investigación estableció (figura 1), que entre los individuos, con ocupación Estudiantes – No Trabajadores, el género femenino, con un rango de edad entre 25 a 28 años, ha desarrollado mayor actitud emprendedora, a partir de una mayor evidencia de las variables involucradas. En el rango de los individuos que trabajan, la mayor actitud emprendedora, la muestran, los del género masculino, con un rango de edad entre 29 a 32 años (figura 4).

Como sujeto del emprendimiento, el emprendedor es el principal elemento de análisis y aplicación de estrategias de emprendimiento. Así mismo, resulta ser el principal problema para que no se logren objetivos de fomento al emprendimiento. De tal manera, que un estudio de la actitud emprendedora aporta bases para el desarrollo de políticas y estrategias de desarrollo emprendedor, como las señaladas en la ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura emprendedora a partir de su enseñanza desde edades tempranas.

Desde el ámbito académico, los estudios sobre actitud emprendedora han aportado variables incorporadas a currículos escolares, que incluyen a la familia y otras instituciones del Ecosistema emprendedor, al diseño de metodologías para el aprendizaje del emprendimiento en diferentes niveles de educación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I. & Fishbein M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen, I. (1987). Attitudes, traits and actions: Dispositional prediction of behavior in social psychology. *Advances in Experimental Psychology*, 20, 1-63.
- Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of Goal-Directed Behavior - Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral-Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22(5), 453-474.
- Alexei, T. y Kolvereid, L. (1999). Selfemployment intentions among Russian students. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11(3), 269-271.
- Andreu, J. C. (1998). *La empresa joven ante el reto del 2000. Dificultades para crear riqueza y empleo*. Trabajo presentado al IV Congreso Nacional de Jóvenes Empresarios, mayo, Madrid.
- Audet, J. (2002). *A Longitudinal Study of the Entrepreneurial Intentions of University Students*. Trabajo presentado al Frontiers of Entrepreneurship Research, Babson College, Wellesley.
- Bagozzi, R. P., & Kimmel, S. K. (1995). A comparison of leading theories for the prediction of goal directed behaviour. *British Journal of Social Psychology*, 34, 437-461.
- Bagozzi, R. P. (1992). The Self-Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior. *Social Psychology Quarterly*, 55(2), 178-204.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman & Co.
- Baron, R. A. (2002). OB and Entrepreneurship: the reciprocal benefits of closer conceptual links. En B. M. Staw y R. M. Kramer (Eds.), *Research in Organizational Behavior - An annual series of analytical essays and critical reviews* (Vol. 24, pp. 225-270). Oxford: Elsevier Science.
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 39-56). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42-55.
- Douglas, E. J. y Shepherd, D. A. (2002). Self-Employment as a Career Choice: Attitudes, Entrepreneurial Intentions, and Utility Maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(3), 81-90.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1980). *Beleifs, attitudes, intentions and behaviour*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Formichela M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.
- Hisrich, R. D. y Brush, C. G. (1986). *The Woman Entrepreneur: Starting, Financing and Managing a Successful New Business*. Lexington: Lexington Books.
- Informe GEM, Colombia. (2011)



- ● Katz, J. (1992). A psychological cognitive model of employment status choice. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 29-37.
- Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D. y Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Leone, L., Perugini, M., & Ercolani, A. P. (1999). A comparison of three models of attitude behaviour relationship in the studying behaviour domain. *European Journal of Social Psychology*, 29, 161-189.
- MOTTA GONZÁLEZ, N (2009). Economía y Género. Centro de estudios del género de la mujer. Gobernación del Valle del Cauca. 80 P.
- OIT Ginebra. (2010). Manual para formadores, Recuperado 22 de mayo de 2013 de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@ed_emp/@emp_ent/documents/publication/wcms_116179.pdf
- Roberts, E. B. y Wainer, H. A. (1968). New Enterprise on Route 128. *Science Journal*, 4(12), 78-83.
- Robinson, P., Stimpson, D., Huefner, J. y Hunt, H. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15 (4), 13-32.
- Rodríguez, A. (2008). El Emprendimiento en Colombia. Artículo En Revista de Administración, Volumen 4 de Julio-Diciembre. Universidad Libre.
- Sánchez-Almagro, M. L. (2003). Perfil Psicológico del Autoempleado. Tesis doctoral no publicada, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Scherer, R. F., Adams, S. S. y Wiebe, F. A. (1989). Role mode performance effects on development of entrepreneurial career preference. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Shane, S. A. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226.
- Shapero, A. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. En C. A. Kent, D. L. Sexton y K. Vesper (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). Social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs (NJ): Prentice Hall.
- Shaver, K. G. y Scott, L. R. (1991). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 23-45.
- Varela, R. (2001). Innovación empresarial. (12 ed., 30-35). Santafé de Bogotá. Pearson.

ANÁLISIS DEL APORTE DEL SUBSISTEMA FINANCIERO AL DESARROLLO EMPRENDEDOR EN LA CIUDAD DE IBAGUÉ, TOLIMA, COLOMBIA

RESUMEN

Se divulgan los resultados preliminares de un trabajo de grado de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad del Tolima, Colombia, con lo cual se pretende conocer y analizar las políticas, estrategias, capacidades y condiciones de acceso, ofrecidas por las instituciones que hacen parte del subsistema financiero en la ciudad de Ibagué, Colombia, orientados a la microfinanciación, a partir de un problema ya mencionado por los autores (Reinoso y Vera, 2014), en donde la financiación se identifica por los emprendedores, como uno de los factores fundamentales para la creación, sostenibilidad y desarrollo de sus emprendimientos. Se abordan variables de estudio como las capacidades ofrecidas, alianzas interinstitucionales, población objetivo, condiciones de acceso, problemas encontrados, emprendimientos potenciales de alto crecimiento, educación financiera, problemas de financiación y visión sistémica de acciones emprendedoras. Las conclusiones apuntan a una visión individualista del subsistema financiero, que cuenta con suficientes recursos de apoyo a emprendimientos establecidos, pero sin integración a políticas y estrategias del Ecosistema emprendedor, como la promoción y apoyo de emprendimientos dinámicos.

PALABRAS CLAVE: *Ecosistema emprendedor, subsistema financiero, emprendimiento, microfinanzas, sinergia.*

INTRODUCCIÓN

Según el estudio GEM Colombia 2016 (2017, 7), "las principales razones que motivaron a los empresarios colombianos a vender, cerrar o abandonar su iniciativa empresarial fueron: bajos niveles de rentabilidad (30%), motivos personales (22%) y problemas de financiación (18%)", lo cual refuerza, el argumento que la financiación es uno

de los factores más importantes dentro del Ecosistema emprendedor, por lo tanto, el conocimiento de su dinámica orientada al emprendimiento, resulta de interés si se quiere focalizar los esfuerzos de política y estrategia institucionales hacia el logro de emprendimientos dinámicos que aporten desarrollo a la sociedad.

El estudio se soporta, en un proyecto de investigación, ➤

Juan Fernando Reinoso Lastra

jfreinos@ut.edu.co

Universidad del Tolima, Profesor titular, Facultad Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima, Ibagué, Colombia

José Alejandro Vera Calderón

javerac@ut.edu.co

Universidad del Tolima, Participante Maestría en Administración, Facultad Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima, Ibagué, Colombia

Janeth González Rubio

jgonzal@ut.edu.co

Universidad del Tolima, Profesora Asociada, Facultad Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad del Tolima, Ibagué, Colombia

adscrito en la línea de investigación cultura y calidad de vida, sub-línea cultura empresarial y área de investigación emprendimiento. La importancia del estudio, es pretender analizar desde una visión sistémica el aporte del subsistema financiero frente a diagnósticos que sugieren unas condiciones de financiación para el desarrollo del emprendimiento, lo cual, es relevante para comprender la dinámica de oportunidades financieras que existen en la ciudad de Ibagué orientadas al emprendimiento.

Desde una visión sistémica, el subsistema financiero se debería articular con otros subsistemas para lograr sinergias que hacen más productivas sus acciones frente a si lo hicieran de forma individual, actuando de manera holística, en cuanto, a que el emprendimiento se debe ver como un todo, resultante de la interacción de diversos subsistemas. Lo anterior, aportará criterios para el análisis del impacto de la financiación en relación con los factores que aceleran y obstaculizan el desarrollo emprendedor en la ciudad de Ibagué, Colombia.

Siendo parte de un Ecosistema de emprendimiento, como lo establece la ley 1014 de 2006 en Colombia, cumple funciones de suministro de capital financiero necesario para realizar la compra de bienes, pago de servicios y otras actividades necesarias para impulsar un emprendimiento. Por Ecosistema de emprendimiento se entiende, el conjunto de instituciones que apoyan el emprendimiento en una región o país, actuando de manera sinérgica e integrada para el logro de objetivos comunes.

Diversos estudios citados más adelante, hacen ver la importancia de la financiación como factor fundamental en la gestión de emprendimientos, tanto para los emprendedores como para actores institucionales del ecosistema, lo cual hace pertinente identificar el estado actual de las instituciones que dentro del ecosistema emprendedor se orientan al desarrollo de emprendimientos.

Para ello se presenta un marco teórico centrado en revisar el concepto de emprendimiento, la cultura emprendedora, los criterios de la financiación, la concepción del emprendimiento en el contexto colombiano, regional y local. Luego, en la metodología se presenta el proceso realizado para identificar las fuentes y procesar la información que lleve a mostrar los resultados, sugerir la discusión, y proponer unas conclusiones y recomendaciones.

MARCO TEÓRICO

Para Rodríguez (2009), la palabra “emprendimiento” se deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, Verin (1982, citado por Pereira, 2003) muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificio y casas. Esta concepción se asocia con el concepto de empresa que se identifica como una actividad económica particular, que requiere de evaluación previa sobre la producción y su equivalente en dinero, que en todo momento de la ejecución los criterios para evaluar la empresa ya están determinados en variables de producto y dinero.

Desde un enfoque sociológico del emprendimiento, el informe GEM 2013 (2014, 66), ha conceptualizado desde sus inicios que “existe una relación entre las condiciones estructurales del entorno (Entrepreneurial Framework Conditions -EFC-), el comportamiento de los emprendedores, la dinámica empresarial y el crecimiento económico. El nivel favorable de estas condiciones (EFC) influye la existencia de oportunidades empresariales, la capacidad y las preferencias empresariales, la orientación de los empresarios y las empresas y por ende la dinámica empresarial”.

En cuanto a la microfinanciación, término utilizado por el subsistema financiero para referirse a la financiación dirigida a microempresas, autores como Parra. (1984) reflexionan sobre la connotación que se le da a este concepto. Para muchos el término microempresa pudiera relacionarse con otros términos como “subdesarrollo”, “pobreza” y “sector informal”. Algunos autores explican la creación y existencia de las microempresas como resultado de la incapacidad de un país para ofrecer empleo formal y como un elemento de subsistencia (Ruiz, 2004:73).

En congruencia con lo anterior, autores como Cardozo (2007), son más precisos en plantear que las microempresas se caracterizan por una “planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores, activos totales por valor inferior a quinientos uno (501) salarios mínimos mensuales legales vigentes”. (Artículo 2. Ley 590 de 2000.) (p.25).

Matíz. y Mogollón (2008) se refieren a la cadena de financiación para el emprendimiento, y hacen un análisis en el plano latinoamericano del impacto en el financiamiento,

En América Latina, el financiamiento temprano de las empresas que crecen rápidamente depende principalmente de los ahorros del emprendedor y del apoyo de familiares y amigos. Y es América Latina quien presenta los niveles más altos de dependencia en relación con los ahorros internos. (p.66).

Sin embargo, el panorama descrito en párrafos anteriores, se ha empezado a dimensionar de manera diferente, tal como lo expresan Barona, Gómez y Torres (2006), este tipo de respuesta es consecuente con el modelo de financiación empresarial de pymes que se está desarrollando en la literatura especializada (Berger y Udell, 1998; Shulman, citado en Bygrave, 1997), según el cual en sus primeros meses de vida las nuevas empresas, caracterizadas entre otras cosas por no disponer de historia crediticia, generalmente deben recurrir a fuentes de crédito diferentes a la banca comercial (recursos propios, familiares y amigos, inversionistas ángeles). (p.63).

De las entidades bancarias se puede precisar que están mirando con nuevos ojos el mercado de las microempresas de acuerdo con el Banco Mundial (2008). “El mercado de las pyme se está convirtiendo en un sector estratégico para los establecimientos de crédito colombianos, principalmente debido a su rentabilidad percibida y potencial de crecimiento”. (p.27), aunado a un componente social que empieza a incluirse en el discurso de los asesores financieros.

Refiriéndose a las políticas financieras y de emprendimiento para fortalecer las iniciativas de las microempresas autores como Sánchez, Osorio y Baena (2007), afirman que, es necesario que exista continuidad en las políticas y mejora en la aplicación de los instrumentos existentes, como por ejemplo la ampliación de la cobertura, sin que ello implique imprudencia en el manejo del riesgo o exposición innecesaria a la pérdida de los recursos públicos. (p.324).

Vesga, Rodríguez, Schnarch, Rincón y García (2017) estudian la financiación como uno de los factores principales para lograr crecimiento de emprendimientos dinámicos. En este caso, analizaron “la oferta y el comportamiento de los actores en el ecosistema que financian o podrán financiar a los emprendedores dinámicos” (6). Al respecto dice que en los emprendimientos la gestión financiera suele relegarse en las prioridades de capacidades frente al manejo de clientes y otros asuntos técnicos y que “la oferta de instrumentos modernos para la financiación del emprendimiento por bancos e inversionistas ha sido limitada en el país” (10), advierte que un gran número de emprendedores considera

la financiación como un aspecto operativo y no estratégico (18). Considera que la financiación debe ir más allá de la provisión de dinero y que se deben definir diferentes estrategias de financiación dependiendo de la etapa de desarrollo del emprendimiento, para lo cual definen las etapas de Descubrimiento, Crecimiento inicial, Crecimiento acelerado y Estabilidad-madurez.

La empresa se puede definir desde diferentes visiones. Desde lo financiero, está dotada de un capital, “según una determinada estructura de propiedad, que invierte para actuar en el mercado para satisfacer una demanda de bienes y servicios de forma que desarrollará un conjunto de transacciones financieras que le llevarán a un crecimiento sostenido y equilibrado” (Ruiz, sd, 2). El mismo autor (5) expresa que “la empresa puede ser considerada como una sucesión de proyectos de inversión en el tiempo que requieren ser financiados; el

subsistema financiero aporta criterios para la valoración de la rentabilidad de los proyectos y el coste de las diferentes fuentes de financiación” y se refiere a Galbraith (10), en relación con el papel del empresario en la economía actual, señalando que “en las grandes empresas la figura del empresario no recae sobre una sola persona sino en un gran número de técnicos profesionales (abogados, economistas, ingenieros etc). Esto es así porque las decisiones que hay que tomar son muy complejas. A esta organización dirigente Galbraith denominó tecnoestructura y son los que verdaderamente gobiernan las empresas” diferenciando entre propiedad y gobierno de una empresa.

METODOLOGÍA

Se tomó como población a las entidades financieras afiliadas Asomicrofinanzas, las cuales hacen parte del ecosistema de emprendimiento. La investigación se sustenta en el enfoque de investigación cualitativa y cuantitativa, desde las cuales se elaboró una entrevista semi-estructurada dirigida a los gerentes de las entidades financieras. En total se identificaron 13 entidades del subsistema financiero para el emprendimiento, en la ciudad de Ibagué, Colombia.

Las entidades financieras visitadas fueron:

1. Banco Bancamía
2. Banco Caja Social
3. Banco de Bogotá
4. Banco Mundo Mujer

5. Banco W.W.B
6. Bancolombia
7. Bancompartir
8. Fundación Coomeva
9. Institución Microfinanciera Actuar Tolima
10. Banco Colpatria
11. Banco Davivienda
12. Banco de Occidente
13. Cooperativa Cooperamos

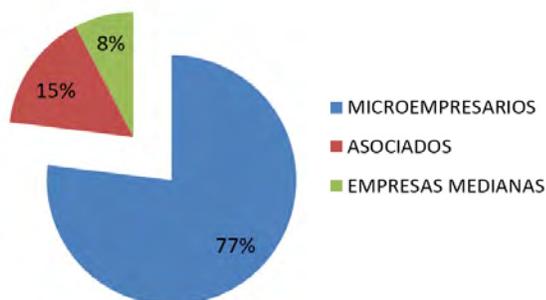
Teniendo en cuenta lo indicado por Sampieri y otros (2010), la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa, ni a la cualitativa, si no utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (p. 544).

Se definieron 10 categorías de análisis, con lo cual se busca identificar y describir entre otras: las capacidades ofrecidas, los problemas de financiación, la existencia de potencialidades de crecimiento emprendedor, las condiciones de financiación, los factores de negación de créditos, el apoyo a nuevas ideas de emprendimiento, el nivel de educación financiera y su relación con la financiación.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

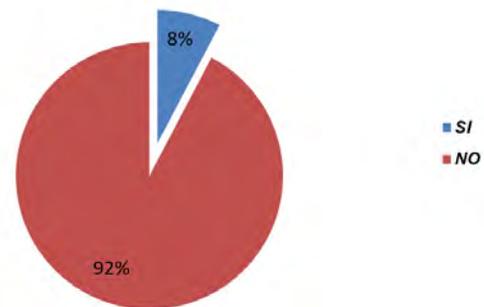
El subsistema financiero tiene como población objetivo a emprendimientos ya establecidos, pequeños 77%, asociados 15% y emprendimientos medianos 8%, con una antigüedad entre 6 y 24 meses de realizar la actividad económica, bien sea de manera formal o informal (Gráfica 1). Para este subsistema, existe un alto riesgo de financiar a emprendimientos nuevos pues no tienen una garantía para respaldar la deuda,

Gráfica 1. Población objetivo



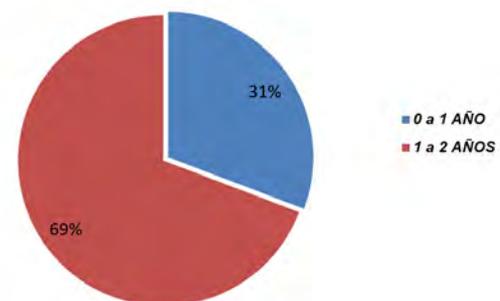
En cuanto al apoyo financiero a ideas de emprendimiento, solo el 8% lo hace, atándolo a una condición de asociado y profesional. (Gráfica 2). La entidad financiera hace un acompañamiento a su asociado, desde la misma generación de la idea, la estructuración del proyecto y su puesta en marcha si encuentra condiciones de viabilidad.

Gráfica 2. Apoyo a ideas de emprendimiento



Para obtener financiación del subsistema financiero, el 31% de las entidades, exige una antigüedad menor a un (1) año y, el 69% entre 1 y 2 años (Gráfica 3). La antigüedad es uno de los factores requeridos para financiar emprendimientos.

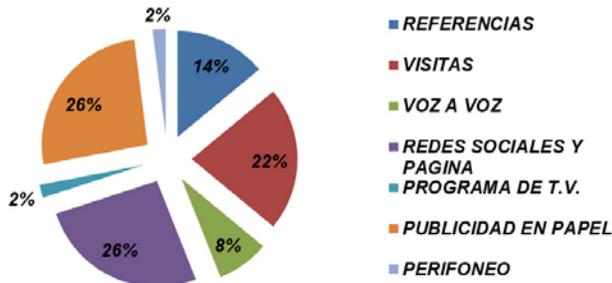
Gráfica 3. Antigüedad requerida para financiación



Uno de los problemas encontrados por Reinoso y Vera (2014), es el escaso conocimiento de productos financieros por parte de los emprendedores. Al respecto, se encontró que las entidades del subsistema financiero utilizan como medio de divulgación de sus productos y servicios los siguientes: publicidad 26%, visitas a emprendedores 26%,

redes sociales y página web 22%, referencias 14%, voz a voz un 8%, perifoneo 2% y TV 2% (Gráfica 4).

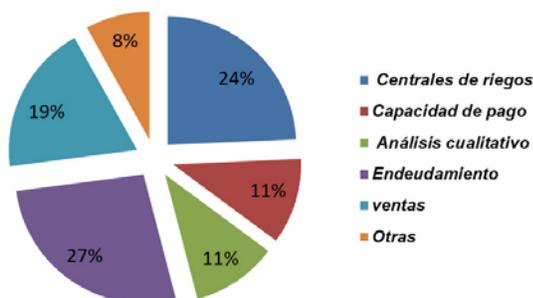
Gráfica 4. Estrategias de comunicación con emprendedores



Las visitas personalizadas permiten un mayor contacto y conocimiento del emprendedor, a partir de lo cual se puede llegar a otros emprendedores si hay una buena experiencia de financiación.

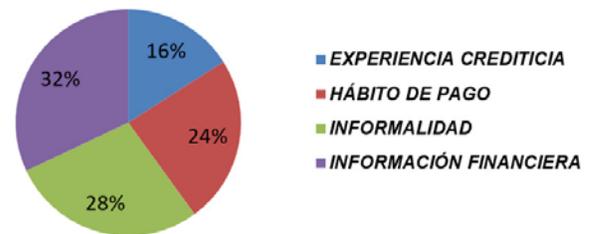
El acceso de un emprendedor a la financiación está determinado por varios factores, siendo la capacidad de endeudamiento con el 27% el factor más determinante, el reporte a centrales de riesgo el 24%, el valor de las ventas con el 19%, la capacidad de pago el 11%, el análisis cualitativo el 11%, consistente en un estudio del perfil personal, familiar y de gestión del emprendedor y el 8% tiene en cuenta otros aspectos como los familiares y la formalización (Gráfica 5). Se pudo constatar que las entidades financieras, realizan evaluaciones en los comités de aprobación de créditos de manera cualitativa, comprobando el ambiente familiar, empresarial y de manera cuantitativa, analizando la relación de todas las obligaciones con sus activos corrientes y no corrientes, los tiempos de pagos y los factores de riesgo.

Gráfica 5. Condiciones de acceso a la financiación



Consultados sobre los problemas encontrados para financiar los emprendimientos, el 32% se refiere a la información financiera, el 28% a la informalidad para el manejo de sus emprendimientos, los hábitos de pago el 24% y la falta o problemas con la experiencia crediticia el 16% (Gráfica 6).

Gráfica 6. Problemas para la financiación de emprendimientos

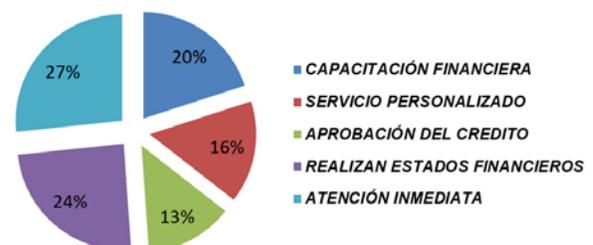


Algunos de los elementos que se perciben como debilidades en la financiación a los microempresarios, se evidencia en las altas tasas de interés y la informalidad de los registros financieros y de la microempresa, esto se referencia a que no tiene un sistema administrativo para llevar sus gastos e ingresos y saber cómo está la situación financiera del emprendimiento.

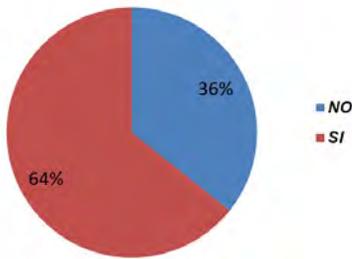
El subsistema financiero presenta fortalezas que pueden fomentar el desarrollo emprendedor con alto impacto, entre las cuales se tienen: el servicio al cliente 27%, el apoyo financiero al emprendedor 24%, los programas de educación financiera el 20%, el servicio personalizado como apoyo al emprendedor 16% y la agilidad para aprobación de crédito el 13% (Gráfica 7).

En lo que se refiere a las acciones que realizan con otras instituciones del ecosistema emprendedor (Gráfico 8),

Gráfica 7. Fortalezas del subsistema financiero



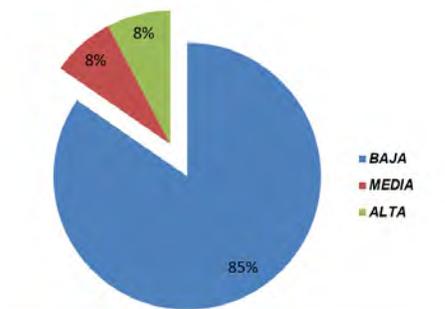
Gráfica 8. Trabajo interinstitucional



se encuentra que a pesar que realizan acciones de cooperación y colaboración con un 64%, éstas son temporales y de poca integración. Las acciones de estas entidades del subsistema financiero son endogámicas y de poca articulación con el ecosistema de emprendimiento.

Se relaciona el fracaso de muchos emprendimientos, a la falta de formación para gestionarlos, especialmente en su parte financiera. Se encuentra que no es un factor relevante para otorgar financiación, pero es una labor que asumen las entidades del subsistema a través de programas de educación financiera. Al respecto, se encuentra que el nivel de formación de los emprendedores es bajo con un 85%, lo cual es un factor determinante de su gestión y crecimiento (Gráfica 9).

Gráfica 9. Nivel de formación de los emprendedores



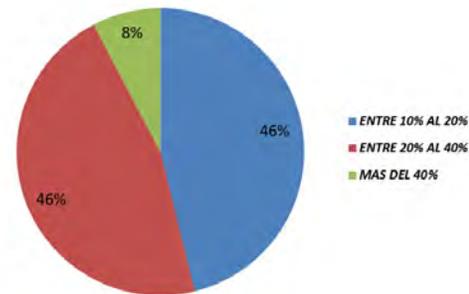
Los programas de educación financiera los realizan a través de sus asesores quienes de manera personalizada brindan este servicio, con un funcionario encargado de dicha función o a través de programas virtuales.

Por último, se destaca que dentro de la población atendida, existen emprendimientos que muestran un nivel de crecimiento por encima del promedio, lo cual es destaca-

do por el gerente de la entidad. Sin embargo, no existe en ninguna entidad un programa de aceleración o de atención preferencial a dichos emprendimientos.

Las metas están dirigidas a aumentar el número de emprendimientos atendidos, sin importar su condición de crecimiento. Como se observa en la gráfica 10, existe un potencial apreciado de crecimiento en los emprendimientos, entre 10 al 20% de los emprendimientos con el 46%, 20 al 40% con el 46% y más de 40 con el 8% (Gráfico 10).

Gráfica 10. Emprendimientos con alto potencial de crecimiento



DISCUSIÓN

Desde una visión sistémica, el emprendimiento es el conjunto de acciones articuladas que orientados hacia el emprendedor, permiten su creación, sostenibilidad y crecimiento, con alto impacto en el desarrollo económico y social. Siendo así, la financiación es un factor clave dentro del proceso, sin embargo no se evidencian acciones sinérgicas, por parte del subsistema financiero.

Este actúa con unos propósitos individuales, dentro de unos lineamientos institucionales, que no responden a políticas integrales.

Ante esta situación surge la pregunta de discusión: ¿Cómo hacer para que el subsistema financiero se articule al Ecosistema emprendedor, en un solo propósito de desarrollo de emprendimientos con alto impacto? Y no seguir haciendo más de lo mismo.

CONCLUSIONES

Las entidades del subsistema financiero, cuentan con múltiples recursos y servicios para apoyar el emprendimiento en diferentes actividades sociales y económicas. Se

resalta que Fundación Coomeva y Cooperamos financian solo a sus afiliados, pero Coomeva presta un servicio que va desde la idea de emprendimiento. Sin embargo, no se evidencia una visión sistémica que articule el subsistema financiero al resto de entidades que conforman el ecosistema emprendedor.

El subsistema financiero no genera financiación y soporte técnico para el desarrollo de emprendimientos nuevos, de tal manera, que un emprendedor debe poner en marcha su emprendimiento con recursos propios y después de mínimo 6 meses buscar financiación en el subsistema financiero. Igual situación sucede con los emprendimientos que muestran alto potencial de crecimiento, pues aunque son detectados no existen programas de financiación destinados a acelerar su crecimiento.

Las tasas de interés fijadas para cada uno de las líneas de crédito establecidas por cada entidad financiero aún son muy altas, lo cual, es comprensible por el nivel de riesgo que se asume. Ante esto, debe generarse una mayor confianza entre el subsistema financiero y los emprendedores, para la consecución de tasas de interés favorables, a través de políticas integrales, por parte del ecosistema emprendedor.

La informalidad de los emprendedores, asociada a su bajo nivel de escolaridad y deficiencia en la gestión financiera, es un factor limitante que dificulta el acceso a la financiación, al no presentar un sistema de información confiable, que permita conocer el estado financiero real del emprendimiento o tomar decisiones favorables a su desarrollo.

El análisis del ecosistema emprendedor, desde el subsistema financiero, tiene como objeto contribuir académicamente a generar conocimiento acerca de la situación real del emprendimiento en este aspecto, situándolo en este caso, en las entidades financieras para complementar lo hecho por Reinoso y Vera (2014), orientando el análisis desde una visión sistémica, lo cual permite ver al emprendimiento no como acciones individuales sino como acciones colectivas con propósito.

Como contribución política, sus resultados sirven como insumo, para el desarrollo de políticas locales y regionales, que tengan en cuenta la financiación del emprendimiento como factor clave en su desarrollo. Así, un liderazgo efectivo desde las instituciones gubernamentales como lo sugiere la ley 1014 de 2006, puede orientar estra-

tégicamente las acciones del subsistema financiero hacia el fomento de emprendimientos dinámicos.

Al generar conocimiento acerca del manejo del subsistema financiero, desde su declaración de misión hasta sus relaciones con otros grupos de interés, se sugiere la reorientación estratégica del modelo gerencial de las instituciones integrantes del ecosistema emprendedor hacia un trabajo integrado y sistémico, que haga más valiosa la acción individual de cada entidad al integrarla sinérgicamente en un propósito colectivo, donde el todo (la integración), es mayor que la suma de sus partes (acciones individuales sin visión sistémica).

RECOMENDACIONES

Con todas sus fortalezas el subsistema financiero, resulta un actor clave dentro del ecosistema emprendedor, que es necesario articular a una política integral que apunte al fomento del emprendimiento. De esta manera sus acciones tendrán un mayor impacto, pues harán parte de un objetivo interinstitucional, que logre financiar no solo emprendimientos establecidos, sino emprendimientos nuevos, emprendimientos con alto potencial de crecimiento y emprendimientos de índole social, cultural.

Kantis (2011), aborda el concepto de ecosistema emprendedor, para que se desarrollen políticas de emprendimiento de una manera integral, de manera que comprenda a todos los integrantes de un ecosistema emprendedor y las diferentes etapas y tipos de emprendimiento, haciendo énfasis en el emprendimiento dinámico innovador.

Dado que los programas de educación financiera de las entidades analizadas, muestra fortalezas en su estructuración y aprendizaje, se puede trabajar en conjunto con colegios y Universidades, para superar las deficiencias de conocimiento y gestión financiera del emprendedor, de tal manera, que se vuelva una oportunidad y no una amenaza para el emprendedor, al poder tener información cierta, oportuna y real de sus movimientos financieros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barona, B.; Gómez, A. y Torres, J. (2006). La financiación de nuevas empresas en Colombia: las experiencias y opiniones de una muestra de gerentes bancarios. Cuadernos de Administración, 19 (32), 45-70, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana
- Gem Colombia (2014). *Dinámica empresarial colombiana*.

Informe anual para Colombia 2013. Bogotá, Colombia, Consorcio GEM Colombia.

- Gem Colombia (2017). *Dinámica empresarial colombiana. Informe anual para Colombia 2016*. Bogotá, Colombia, Consorcio GEM Colombia.

- Kantis H (2011). *El ecosistema emprendedor en América Latina*. Memorias I Encuentro del Ecosistema emprendedor en América Latina. Buenos Aires, Argentina, Prodem.

- Matíz, F, Mogollón, Y (2008). La cadena de financiación: una necesidad para el desarrollo económico y social a partir del emprendimiento. *Revista EAN* (63), p. 59-72.

- Pereira F (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Economía, gestión y Desarrollo* (1) p. 9-26.

- Reinoso, J, Vera, A (2014). Análisis del impacto de la financiación en el desarrollo emprendedor de la ciudad de Ibagué, Colombia. Ponencia presentada en el Congreso Internacional y XV Seminario Iberoamericano Red Motiva.

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

- Ruiz, C (2004). *Dimensión Territorial del Desarrollo Económico de México*, México, UNAM, Facultad de Economía. 302 pp.

- Ruiz C (s.d). La empresa y el empresario. En: <http://www4.ujaen.es/~cruiz/diplot-1.pdf> Revisado julio de 2017.

- Vesga R, Rodríguez M, Schnarch D, Rincón O y García O (2017). *Emprendedores en crecimiento: el reto de la financiación*. Universidad de los Andes, Facultad de Administración, Centro de Estrategia y Competitividad, CEC. Convenio de Cooperación INNPULSA COLOMBIA – Confederación Colombiana de Cámaras de Comercio, CONFECAMARAS

EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR Y SU DESEMPEÑO: PROPUESTA DE ANÁLISIS AL SECTOR BIOTECNOLÓGICO DE COLOMBIA

RESUMEN

En este trabajo presentamos una investigación en curso que estudia la influencia que tiene el ecosistema emprendedor en el sector biotecnológico de Colombia. Frente a otros enfoques más centrados en las características del individuo o del país, en ese proyecto nosotros nos focalizamos en un nivel intermedio (región) tal que permite identificar otros aspectos institucionales raramente analizados previamente (políticas públicas, gobierno, universidades y geografía) en el resultado emprendedor. Este enfoque es adecuado para economías emergentes y sectores como el biotecnológico caracterizados por un rápido crecimiento y un alta dependencia del contexto. La metodología que proponemos es de carácter cuantitativo. Para delimitar la población hemos utilizado la base de datos de Confecamaras (Colombia) y la muestra se conforma por las empresas del sector biotecnológico que han sido creadas en los último 5 años (2012-16). Conforme al modelo teórico obtenido y aplicación exploratoria realizada, en la siguiente fase se utilizará una encuesta que se aplicará a empresarios y emprendedores. El análisis de la información se realizará a través de distintas técnicas multivariantes. Como resultado final de esa investigación se espera comprobar un efecto mediador de la orientación emprendedora de tipo contextual en el desempeño emprendedor del sector biotecnológico que será cuantificada a través de un índice que hemos denominado de Competitividad Emprendedora. Todo ello permitirá explicar la heterogeneidad emprendedora y ser más eficaces en las políticas públicas locales y el sistema universitario vigente en cada región.

PALABRAS CLAVE: *Ecosistema Emprendedor, Orientación Emprendedora, Desempeño Emprendedor, y Administración de Políticas Públicas.*

Luis Fernando Serna

luis-serna@alumni.uv.es

Estudiante de Doctorado en Dirección de Empresas, Universitat de València, España. Profesor universitario e investigador junior según convocatoria 737 -2015 Colciencias, Colombia

Francisco Puig

francisco.puig@uv.es

Doctor en Dirección de Empresas por la Universitat de València, España. Profesor del Departamento de Dirección de Empresas, Universitat de València, España

INTRODUCCIÓN

Existe una cierta unanimidad respecto a que la actividad emprendedora permite el progreso económico y la redistribución más justa la riqueza un país (Audretsch y Keilbach, 2004; Wennekers et al 2005). Si además tenemos en cuenta recientes investigaciones relativas al efecto que el contexto tiene en dicha actividad (por ej. Delgado et

al, 2010) podemos afirmar que el fortalecer el Ecosistema Emprendedor (EE) de las regiones colombianas, conseguirá aumentar el desarrollo económico del mismo. Sin embargo, a nivel nacional o estatal existe un desigual desarrollo emprendedor que cuestiona el efecto de sus determinantes. Efectivamente, de acuerdo a la literatura más general dicho resultado es dependiente de 3 fuerzas: el emprendedor, el ►►

► contexto o ecosistema y el sistema país, tal que ni las tasas emprendedoras son homogéneas ni la naturaleza de los proyectos lo son. Por ejemplo, podemos encontrar que al norte de Colombia existe una tasa más emprendedora y una orientación más al sector turístico que lo es en el sur y/o resto del país.

¿Por qué existe ese desigual desempeño? En esta investigación tratamos de analizar la relación existente entre el EE y el Desempeño Emprendedor (DE), e identificar el gap que entre ambas variables existe tal que permita potenciar los ecosistemas en un sector todavía poco explorado y con gran potencial para el país como es el de la biotecnología. Sin duda, la consecución de esos objetivos tendrá una importante contribución ya que logrará identificar las condiciones que ayudan a impulsar la competitividad emprendedora y cuyo reflejo se haya en el crecimiento significativo de las empresas y en el cómputo de ideas innovadoras en ese sector estratégico.

Si bien el concepto de EE es similar al de clúster (conjunto de empresas de un mismo sector y área geográfica interconectadas entre sí por lazos comerciales y productivos) (Puig y Marques, 2010) nosotros nos basamos en el de EE por dos motivos fundamentales: **a)** teóricos y **b)** metodológicos. Es decir, para el estudio de factores más heterogéneos la relajación del concepto permite la inclusión de un mayor número de elementos, y dado el contraste entre áreas geográficas con una estructura espacial heterogénea y variable, el empleo de las regiones parece ser más adecuado.

Así, de acuerdo a Stam (2015) el EE puede definirse como una “comunidad económica” formada por un conjunto de actores interdependientes (del mismo sector de actividad o no) y factores coordinados en un territorio (generalmente delimitado administrativamente, por ej. región) que inciden en las tasas de creación de empresas y el emprendimiento. De esta forma se destacan los atributos que inciden en el desempeño emprendedor y que no están directamente relacionados con los individuos o emprendedores, sino con la comunidad, en el que se evidencia el grado de desarrollo del ecosistema (conexión de actores, potenciadores en red) sobre los empresarios (Feld, 2012; Stam, 2015). En línea con Feld (2012), el *gobierno* es uno de estos nuevos atributos que tiene el ecosistema, dado que a través de la administración de las políticas públicas en sectores estratégicos y la comprensión que la creación de

empresas permite generar crecimiento económico y social, y que se refleja en un ecosistema potencializado y por ende en el emprendedor. También en ese ecosistema es clave el papel de la universidad como parte de las acciones de las políticas públicas. En otras palabras, cabe esperar que el EE genere mayor impacto económico, de acuerdo a la intensidad en que se adopten y/o administren las Políticas Públicas (APP).

En este sentido, las políticas públicas deben apuntar a la creación de un contexto “un sistema” en la que se refleje productivamente las iniciativas emprendedoras es decir se describa todo un ecosistema emprendedor a través del desempeño de los emprendimientos (Stam, 2015). Las políticas públicas en emprendimiento, refleja que Colombia ha vivido un proceso de aprendizaje frente al desarrollo económico, permitiendo articular estas políticas como factor clave en la competitividad del país (Vesga, 2015); y a pesar que Colombia ha adelantado esfuerzos con el fin de potencializar su política pública dirigidas a estimular el emprendimiento dinámico y la innovación empresarial, y ha demostrado su alto potencial de crecimiento económico, también muestra su rezago en competitividad y productividad frente a otros países (Vesga, 2015). Es decir, que la contribución de los gobiernos actuales no necesariamente debe ser la contribución de políticas públicas general, sino también, la promoción de una cultura de adopción de políticas públicas acordes para el emprendimiento, de acuerdo a las necesidades regionales y territoriales.

Estudios previos, sobre Educación Emprendedora realizados en Colombia, han determinado que solo el 55% de las instituciones educativas, conocen la ley 1014 de 2006 “*De fomento a la Cultura Emprendedora, generada por el Ministerio de Educación Nacional – Colombia*” (Reinoso y Serna, 2016), reflejando que no todos los actores del EE adoptan políticas públicas, dado que no existe una promoción de adopción de las mismas APP, o estas, no son acordes a las necesidades de la región y el territorio.

Por tanto, la apuesta que presenta Colombia actualmente frente a sus decisiones políticas es contextualizar las estrategias y apoyos públicos al emprendimiento de acuerdo a su contexto. Frente a enfoques generalistas del tipo “café para todos” en este enfoque se defiende la idiosincrasia del lugar potenciando así el papel de sus regiones. De esta forma el país logrará así potencializar su ecosistema y superar su rezago.

Desde el enfoque de la Orientación Emprendedora (en adelante, OE) dimensionado históricamente como una postura estratégica y un patrón de comportamiento en la que interviene la autonomía, innovación, proactividad, asunción de riesgos, y la agresividad (Miller, 2011), los individuos pueden identificar oportunidades y llevar a cabo acciones para potencializar sus iniciativas emprendedora (Dess y Lumpkin, 2005). En este sentido, los emprendedores al identificar y dar uso de políticas públicas que contribuyen al EE, y por ende fortalecen sus emprendimientos, pueden activar la cultura creación de empresas en las regiones, en el cual su DE a corto, mediano y largo plazo, sea el garante para la promoción en la comunidad emprendedora, logrando que la actividad económica se potencialice.

De acuerdo a estudios previos, la OE cumple un papel fundamental en el DE (Engelen et al., 2012); sin embargo, nosotros argumentamos que al no existir un contexto claro y un ámbito de acción claro (por ej. el sector biotecnológico) el individuo no puede identificar todas las oportunidades (actores y factores del EE) y, derivado de ello, dificultosamente el emprendedor podrá potencializar sus iniciativas y por ende lograr un desempeño óptimo. Por tanto, es importante aclarar que al tener un EE en el cual no exista sinergia, es decir exista un EE ineficaz, el desempeño emprendedor será débil; y es por tal razón que se evidencia la heterogeneidad competitiva de las regiones de Colombia, a pesar que existen los mismos actores y factores.

Con el fin de potencializar el DE de los EE, se identifica la necesidad intervenir e involucrar otras variables como lo es OE con el fin de promover el rendimiento emprendedor de los mercados. Es decir que el interés no solamente recae sobre el papel que juega los EE, vistos como el *Dónde está ubicado el emprendedor* (Que hay), sino que también recae sobre el papel que juega la OE, visto como el *¿Quién? (Cómo lo utilizo)*. Por tanto, este estudio se focaliza en los actores y factores del EE con todos los atributos, y como los emprendedores están propensos a las oportunidades (OE) para generar mayor DE en las regiones.

La elección del sector biotecnológico no es baladí, ya que para 2019 el mismo se proyecta como una de las actividades económicas que tendrá mayor crecimiento, pronosticándose que el mismo tenga un peso del 1,5% en el PIB colombiano (Narváez, 2015). Además, se evidencia que la barrera para el desarrollo del sector biotecnológico en Colombia, es la carencia de políticas públicas aplica-

bles en ciencia y tecnología, que brinden soluciones de manera oportuna al incremento significativo de los costos de desarrollo, y que limitan e impiden el progreso de la innovación en biotecnología (Giraldo, 2015).

Por todo ello, el objetivo de este trabajo es plantear una propuesta investigadora que permita estudiar la relación del EE y DE, analizado desde el enfoque de OE y en el sector biotecnológico. Por tanto, para alcanzar el propósito del mismo este documento se estructura de la siguiente forma, tras esta introducción se plantea el marco teórico y propuestas que serán contrastadas en su momento empíricamente; en el tercer apartado exponemos la metodología cuantitativa y sus técnicas a utilizar, para finalmente exhibir algunos resultados esperados y principales conclusiones.

según el estudio GEM Colombia 2016 (2017, 7), "las principales razones que motivaron a los empresarios colombianos a vender, cerrar o abandonar su iniciativa empresarial fueron: bajos niveles de rentabilidad (30%), motivos personales (22%) y problemas de financiación (18%)", lo cual refuerza, el argumento que la financiación es uno de los factores más importantes dentro del Ecosistema emprendedor, por lo tanto, el conocimiento de su dinámica orientada al emprendimiento, resulta de interés si se quiere focalizar los esfuerzos de política y estrategia institucionales hacia el logro de emprendimientos dinámicos que aporten desarrollo a la sociedad.

MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS

Ecosistema Emprendedor (EE)

Este enfoque de Ecosistema Emprendedor se estrecha potencialmente al desarrollo emprendedor y creación de empresa fuente importante de la innovación, la productividad y la sinergia empresarial (World Economic Forum, 2013; Mason y Brown, 2014), y en el cual se analiza al emprendedor y su contexto como un todo (Puig et al, 2012). Stam (2015) define el EE como *un conjunto de actores y factores interdependiente y coordinados de tal manera que permiten el emprendimiento productivo*. Una particularidad significativa del ecosistema emprendedor es que no sólo ve la actividad empresarial como consecuencia del sistema, sino que también se ve la importancia de los empresarios como actores centrales (líderes) en la creación del sistema y para mantener el sistema en buen estado (Feld, 2012). En este sentido los empresarios ►►

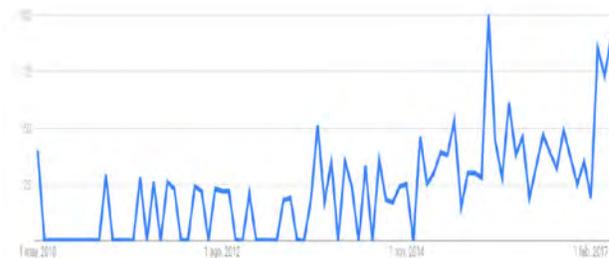
► tendrán un compromiso a largo plazo para el ecosistema, el cual este sustentado como un alimentador del sistema, brindado una mejor posición al mercado, que permita reconocer las oportunidades y restricciones del ecosistema, para alimentar junto con los otros 'alimentadores' del ecosistema (Proveedores de servicios profesionales, políticas, infraestructura física y financiera, etc.). En el caso del gobierno, también puede desempeñar un papel importante como un 'alimentador', a través del ajuste de las leyes y reglamentos aplicables a diversos sectores.

El concepto de EE, está muy relacionado con los clusters e distritos industriales; el cual, un aspecto en común que tienen, es el potencial que desarrollan los diferentes actores para articularse empresarialmente de forma eficiente (Puig y Marques, 2010). Lo cual, estos dos conceptos configuran dentro de sus contextos unas políticas de desarrollo que potencializan la economía regional (Mason y Brown, 2014). Lo que hace que este enfoque sea diferente a otros es que la unidad de análisis es el contexto en el que se desenvuelve el emprendedor (Mason y Brown, 2014). Es decir que, el análisis en el que se centra este enfoque es en las interrelaciones que generan los diferentes actores del mismo contexto y geografía (Educación, Financiamiento, Capital humano, Plataforma de CTI, Estructura Empresarial, Políticas y regulaciones, Capital Social, etc). En cambio, a diferencia de los cluster su relación está comprendida por empresas del mismo sector productivo (Ejemplo: Empresas de Turismo).

De acuerdo al análisis de la siguiente figura, se evidencia el crecimiento de búsqueda que ha tenido el término de EE en los últimos 7 años, en la aplicación de búsqueda *Google*, donde se refleja el interés del público sobre este tema. En el gráfico se evidencia la evolución en consultas que ha tenido este concepto a nivel mundial, reflejándose su crecimiento en los últimos 3 años, lo cual podría deducir el interés que tiene este tema en los últimos tiempos. (Gráfico 1)

De la revisión literaria sobre EE, se han determinado algunas complejas interrelaciones entre los diversos participantes (como empresarios, educadores, empresas, medios de comunicación y un conjunto diverso de organismos gubernamentales), los cuales promueven un entorno más amigable y compacto (Benjamin et al., 2004), que

Gráfico 1. Evolución del concepto *Entrepreneurial Ecosystems* (2010-17)



Fuente: Google Trends – España, Entrepreneurial Ecosystems; 2017¹.

propician al éxito del ecosistema o al desempeño emprendedor, a través de nuevos atributos generados como lo son el liderazgo, intermediarios, gobiernos, talento, servicios de apoyo, entre otros (Feld, 2012). A pesar que dentro del ecosistema, existe una gran magnitud de factores que propenden por el desarrollo de una sociedad empresarial y dinámica, incluido recursos humano, financiero, físicos, servicios, integralidades, estructuras de gobierno, políticas públicas, educación, soportes culturales, entre otros (Isenberg, 2011); sin embargo, no hay generalidad para todos los ecosistemas, dado que cada ecosistema es único, debido que sus componentes, interacciones y reacciones dentro del ecosistema difieren del contexto (Stangler y Bell-Masterson, 2015).

En esa línea, autores como Cantarero et al (2017) evidencian que el patrón de expansión de la dinámica emprendedora en empresas de economía social en España es regionalmente heterogéneo sugiriéndose la posible existencia de determinados factores moderadores de tipo contextual basados en la tradición, cultura y normativa. Por todo ello, se propone la siguiente hipótesis que relaciona un efecto directo entre ambas variables. La representación gráfica de dicha hipótesis se hace en la figura 1:

Hipótesis 1: El EE afectara positivamente el DE

Figura 1. Modelo de hipótesis directo.



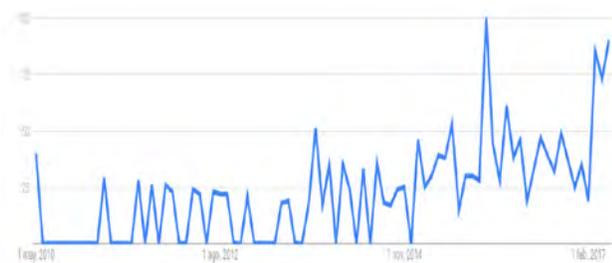
Fuente: Elaboración propia.

¹ <https://trends.google.es/>

Orientación Emprendedora (OE)

Como hemos vistos previamente el concepto de EE es un término cuya evolución y uso está en crecimiento, y también podríamos afirmar lo mismo respecto al concepto de Orientación Emprendedora, ya como se observa en el siguiente gráfico 2, también se evidencia en el interés del público por este tema, especialmente en los últimos 3 años.

Gráfico 2. Evolución del concepto *Entrepreneurial Orientation* (2010-17)



Fuente: Google Trends – España, Entrepreneurial Orientation; 2017.

Analizando la literatura de la OE, se puede esclarecer que la OE es parte de la estrategia empresarial, la cual se refleja en las empresas como un estado de la organización a través de los procesos y comportamientos empresariales (Ireland et al., 2009). El comportamiento empresarial, o más taxativamente la OE, representa una dimensión estratégica en el que todas las empresas se pueden trazar, la cual es identificable, debido que la OE implica el comportamiento de empresarial sostenido en el tiempo (Anderson et al., 2015). Por lo tanto, la OE de las empresas son aquellos patrones de comportamiento empresarial que son recurrentes (Covin y Slevin, 1991). La subsistencia de creencias y conductas empresariales produce una gran cantidad de variación en el desempeño de la OE (Wiklund y Shepherd, 2005), como no todas las acciones de la OE son exitosas. Las tres dimensiones de la OE que se han reflejado históricamente como una postura estratégica general a nivel de empresa son la innovación, proactividad, y la asunción de riesgos (Miller, 2011).

Estudios previos han investigado cómo la OE se pueden alinear con factores externos e internos de la empresa que permite obtener un mayor desempeño (Covin et al., 2006; Engelen, 2010). De igual forma investigaciones anteriores

han encontrado que las empresas con altos niveles de OE tienden a escanear y controlar su entorno operativo con el fin de encontrar nuevas oportunidades y fortalecer su posición competitiva constantemente y su desempeño (Tah Keh, et al., 2007). Otros estudios sobre la OE se demuestra su positiva influencia sobre el desempeño de las organizaciones, les ha implicado la necesidad de explorar el entorno y las de acciones de establecida por los individuos (Smeltzer et al., 1988).

Realizando una revisión de literatura, se ha definido que OE es un patrón de comportamientos y acciones de los individuos que influyen en el desempeño de la empresa (Covin y Slevin, 1991). De igual forma, estudios existentes han demostrado que la OE influye positivamente en el DE, el cual está asociada directamente con el comportamiento de cambios, dentro de los individuos, para gestionar adecuadamente las organizaciones (Covin et al., 2006). Aunque la conceptualización de la OE se deriva de la interacción de innovación, la asunción de riesgos, y proactividad (Covin y Slevin, 1991), y la autonomía y la agresividad (Dess y Lumpkin; 1996), estas teorías predominan y coinciden en los modelos de contingencia que establecen las empresas para generar resultados competitivos en los mercados (Wiklund y Shepherd, 2005).

Basados en estas características claves de la OE que influyen en el desempeño de las organizaciones, la toma de riesgos puede ser vista como la propensión de apoyar proyectos con rendimientos inciertos (Comeche et al, 2007). Por su parte, la innovación es considerada como el apoyo de nuevas ideas fomentando procesos creativos y la generación de nuevos productos, mientras que la proactividad es entendida como la anticipación y búsqueda de nuevas oportunidades (Miller, 1983). En esta línea, la autonomía es definida como el grado en que los individuos y equipos tienen dependencia para tomar decisiones y aprovechar oportunidades y la agresividad como la severidad para desafiar a los competidores (Miller, 2011).

La literatura también nos indica que la OE influye en los resultados y genera ventajas competitivas, lo cual permite responder a los cambios del contexto, para generar oportunidades de crecimiento (Hughes y Morgan, 2007). En esa línea, se podría afirmar que es de allí de donde el individuo utiliza todas estas características propias de la OE para responder significativamente en sus emprendimientos; es decir, diagnostica su entorno, geografía y territorio (Actores y factores del ecosistema) para prospectar estrategias que le permitan desempeñarse mejor en sus iniciativas emprendedoras. ➤

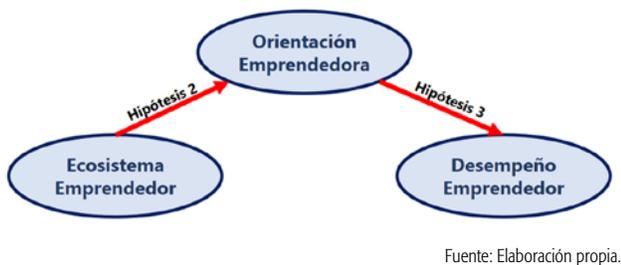
► Aunque en la actualidad existe un sesgo en la literatura relativo a la relación entre el EE y la OE, frente a que la revisión literaria sobre la OE y su relación con el DE parece lógico pensar la existencia de un efecto indirecto (figura 2), lo cual se evidencia el papel mediador que tiene la OE. Teniendo en cuenta nuestra metodología a utilizar, vamos proponer dividir ese modelo indirecto, bajo las siguientes dos hipótesis:

Hipótesis 2: El EE afectará positivamente la OE.

Hipótesis 3: La OE afectará positivamente el DE.

Es decir que, de las hipótesis 2 y 3, reflejan el efecto mediador determinado por la variable OE y que influye en el desempeño del emprendedor, como se explicó previamente.

Figura 2. Modelo de hipótesis indirecto.



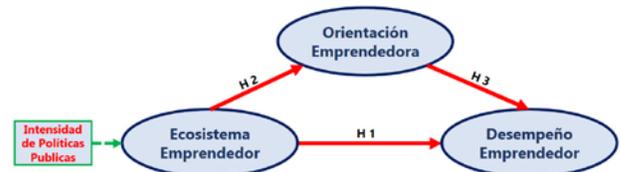
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al análisis de la gráfica 2, se evidencia el crecimiento de búsqueda que ha tenido el termino de OE en los últimos siete años, en la aplicación de búsqueda Google, reflejando el interés creciente sobre investigaciones en esta temática.

Modelo de Investigación

En la siguiente figura 3, se muestra el modelo de investigación determinado para este estudio en el que se consolidan las 3 hipótesis previamente propuestas, y en el que se identifican variables dependientes e independientes, como también las relaciones interdependientes que se generar a partir de los enfoques propuestos. Teniendo en cuenta la influencia que las APP en el EE (Stam, 2015), se sugiere clasificar los ecosistemas a través del grado de intensidad que tienen los actores del ecosistema frente a la adopción de políticas públicas.

Figura 3. Modelo de Investigación.



Fuente: Elaboración propia.

En definitiva, conforme a la anterior revisión y objetivos de esta investigación en curso, se pueden definir y resaltar tres aspectos fundamentales, los cuales se esperan ser comprobados al finalizar la misma relativa al efecto de la interacción entre variables. Así, en línea con trabajos similares como el Rodríguez et al., (2017) se puede sugerir la siguiente la siguiente conclusión teórica:

- i. El modelo será considerado *Efecto Simple*, si el EE no tiene ningún efecto sobre la OE, y por tanto los dos enfoques son variables independientes, dado que la OE media en el desempeño de los emprendimientos.
- ii. El modelo será considerado *Efecto Puramente Mediado*, si la OE media entre la EE y DE, y no existe efecto directo sobre el DE.
- iii. El modelo será considerado *Efecto Parcialmente Mediado*, si el EE impacta directamente el DE e indirectamente a través de OE.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Teniendo en cuenta que en este trabajo pretendemos sentar las bases para el estudio de las interacciones entre diversas variables en el sector biotecnológico de Colombia, la metodología propuesta para este estudio es de carácter Cuantitativo y se estructura en dos etapas:

Etapa 1

Esta primera etapa es de carácter más exploratorio, cuyos resultados previos se presentarán en el epígrafe 4, y que se realizará empleando la base de datos de ConfeCamaras² (2017). A partir de dichos datos pretendemos diagnosticar como están y los efectos que tienen los ecosistemas emprendedores en las regiones previamente definidas.

Para cumplir con los objetivos asignados a esta primera fase, se establecen 3 grupos de EE a partir de las regiones

² ConfeCamaras es la red de Cámaras de Comercio que hacen presencia en los 32 departamentos y regiones de Colombia.

que el mapa político de Colombia tiene delimitadas administrativamente. En este sentido, los ecosistemas estarán dados a través del grado de intensidad que tienen los actores del ecosistema frente a la adopción de políticas públicas, distinguiéndose 3 niveles:

- **a).** Adopción baja: 0;
- **b).** Adopción de Media: 1;
- y **c).** Adopción de Alta: 2.

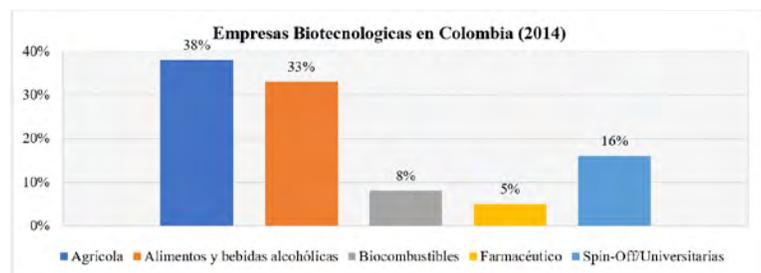
De la base de datos se definen filtros (Variables de control) como lo son el sector (Biotecnológico) y el año o periodo de creación (Últimos 5 años). De acuerdo al último informe de ConfeCamaras (2014) en el que se detalla este sector, el país cuenta con 153 firmas de base biotecnológicas distribuidas en diferentes sectores como agrícola (38%), alimentos y bebidas alcohólicas (33%) biocombustibles (8%) farmacéutico, (5%) y la Universidades y centros de investigación han creado el 16% de las empresas (ConfeCamaras, 2014); y teniendo como referente esta información se espera contar con una potencia de prueba satisfactoria del 80%, es decir una muestra de 122 aprox., empresas biotecnológicas registradas ante ConfeCamaras, con el fin de realizar un estudio de gran significancia. (Gráfico 3)

Etapa 2

Como complemento y triangulación a los resultados anteriores se realizarán un análisis de carácter inductivo, donde los enfoques EE, OE y DE se evaluarán teniendo en cuenta las escalas empleadas en estudios previos pero adaptándose al contexto colombiano. Un resumen de la revisión a la literatura realizada y listado de las principales variables por dichos estudios empleadas se lista en la tabla 1.

Como instrumento de recogida de información primaria se empleará el cuestionario. Este instrumento se procura

Gráfico 3. Distribución de empresas en sectores de biotecnología



Fuente: Informe de ConfeCamaras, 2014.

Tabla 1. Delimitación y operativización de los Enfoques

Enfoques	Nº Inicial de Empresas
Ecosistema Emprendedor (ONE, 2015)	Educación Emprendedora
	Financiamiento
	Capital Humano
	Plataforma CTI
	Estructura Empresarial
	Políticas y Regulaciones
	Capital Social
Orientación Emprendedora (Covín y Miller, 2013 & Anderson et al. 2015)	Innovación
	Proactividad
	Toma de Riesgo
	Autonomía
	Agresividad Competitiva
	Innovación
	Capital Social
Desempeño Emprendedor (Avlonitis y Salavou, 2007; & Camisón y Cruz, 2007)	Desempeño Organizativo
	Producción de Servicios
	Singularidad de Nuevos Productos
	Nuevos productos para los clientes

Fuente: Elaboración Propia, 2017.

aplicar al emprendedor o al empresario, y en caso extremo al director general teniendo en cuenta consideración del inicio de la creación de la empresa, y se persigue establecer el realizar esta acción en un tiempo de 5 meses de acuerdo al inicio de la fase de aplicación de encuestas.

El cuestionario estará organizado en 5 bloques:

- **a).** Características Emprendedor y/o Empresario.
- **b).** Información sobre Ecosistema Emprendedor.
- **c).** Información sobre Orientación Emprendedora.
- **d).** Información sobre Administración de Polí- ➤

- ticas Públicas, determinadas a partir de la intensidad en que los emprendedores adopten estas políticas.
 - e). Información sobre el Desempeño Emprendedor.

En ambos análisis, exploratorio e inductivo, las técnicas estadísticas que se utilizarán estarán de acuerdo a los objetivos de la investigación. De tal forma, se combinarán técnicas más tradicionales (descriptivos, asociaciones y medias) como más complejos como las Ecuaciones Estructurales - Mínimos Cuadrados. Este último se pretende realizar mediante el Método Bootstrap Percentil, el cual garantiza la efectividad mediante el análisis transversal (Cross-Sectional) de la información que se pretende consolidar (Arias et al., 2015). De igual forma, con el fin de comprobar las trayectorias de los modelos de hipótesis y así poder determinar la significancia estadística se seguirán los postulados de Barón y Kenny (1986). Para identificar y examinar la fiabilidad y la validez convergente y discriminante se pretende utilizar el programa SmartPLS 2.0 (Arias et al., 2015).

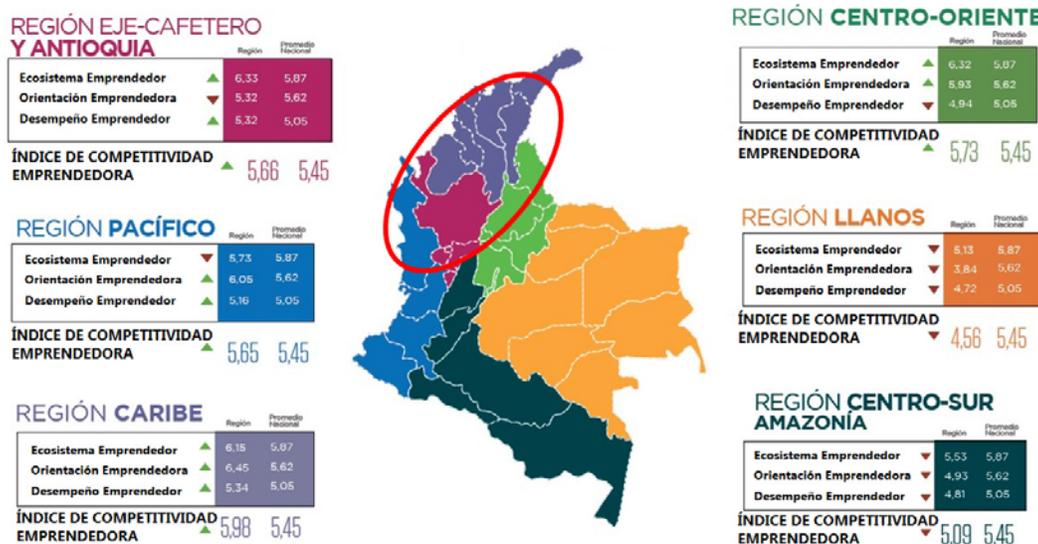
Del desarrollo de este estudio de investigación, esperamos obtener resultados y conclusiones respecto a efectos directos, mediados y parcialmente mediados que permitirán estrategias de fomento de la actividad emprendedora más eficaces.

El análisis se pretende analizar desde cada variable. Por tanto, en el EE, se evaluará mediante los pesos que tendrán los actores del ecosistema como: Educación Emprendedora, Financiamiento, Capital Humano, Plataforma CTI, Estructura Empresarial, Políticas y Regulaciones y Capital Social. La OE, su mediación se realizará mediante la valoración del comportamiento de los actores de los ecosistemas, empresas y sus líderes en generar sinergias hacia la Innovación, Proactividad, Toma de Riesgo, Autonomía, Agresividad y la Competitiva. Y la variable desempeño se valorará de acuerdo a los resultados de las empresas innovadoras, el capital social que tienen y generan, el Desempeño Organizativo, la Producción de Servicios, la Singularidad de Nuevos Productos de la empresa y los Nuevos productos para los clientes.

Específicamente, analizada la información recolectada de la muestra prevista, se pretende resaltar que el

RESULTADOS ESPERADOS

Figura 4. Ejemplo de Mapeo ICE³



Fuente: Elaboración propia, 2017.

³ Índice de Competitividad Emprendedora.

modelo propuesto general será considerado *Efecto Parcialmente Mediado*, dado que por investigaciones previas ya se ha determinado la relación directa, es decir, la comprobación de la (hipótesis 1), y al comprobar y aceptar el modelo indirecto (Hipótesis 2 y 3) dado su nivel de significancia. En este sentido, definiremos que el EE impacta positiva y directamente el DE, e indirectamente a través de OE, desde un sector colombiano poco explorado. No obstante, como contribución más relevante y original del mismo se cuantificará dicho efecto parcialmente mediado y, si es el caso, su forma (cóncava o convexa).

Otra derivada de este trabajo será el mapeo de los EE colombianos en el sector biotecnológico y su relación con el desempeño, el cual y desde un punto de vista social de la investigación, se pretende que sea útil para futuras acciones desde el gobierno nacional y regional, a partir de las conclusiones que se deriven del mismo. Para el mismo se compararán las regiones de Colombia, desde el indicador de competitividad emprendedora, que será determinada entre la media de los enfoques EE, EO y DE. Como resultado de estos tres indicadores, la media estadística será considerada bajo el concepto de Índice de *Competitividad Emprendedora (ICE)*, lo cual se podrá calcular en las regiones de Colombia. Su impacto se reflejará en medida que los actores del ecosistema tomen estos indicadores para trabajar de forma consolidada.

Como ejemplo del resultado a obtener de ese ICE se presenta la figura 4. En la misma se reflejan 6 regiones principales, donde se observa una dependencia espacial entre las mismas y que abarcan el Eje-Cafetero y Antioquía, Centro-Oriente y Caribe.

Las conclusiones del trabajo contribuirán a definir planes estratégicos o políticas públicas en los que se potencialice las regiones colombianas, a partir de los enfoques EE (Determinada como el ¿Dónde?) y la OE (Determinada como el ¿Quién?).

CONCLUSIONES

En este trabajo hemos planteado una investigación que persigue estudiar el desigual efecto de las políticas públicas en el desempeño emprendedor. Para tal fin nos hemos basado en los supuestos teóricos de los ecosistemas y su efecto en la orientación emprendedora. Aunque existe una amplia literatura que vincula el carácter emprendedor de los individuos con las tasas de creación

de nuevos emprendimientos (Shepherd, 2015) y las características del país en el resultado emprendedor (GEM, 2015), el nuestro se centra en un nivel intermedio o regional raramente analizado (Delgado et al, 2010).

De la revisión efectuada y análisis previos cabe esperar que el desempeño emprendedor del sector biotecnológico de Colombia, medido en términos de nuevas empresas creadas, dependa tanto de la eficacia del contexto o ecosistema emprendedor como de las acciones que, en forma de políticas públicas, se implementen. Esto supone avanzar que en el futuro existirá una heterogeneidad espacial de esas empresas a lo largo del país aflorando regiones ganadoras y perdedoras. Por ello, para avanzar en un crecimiento justo y social no parece suficiente con el estímulo del emprendimiento sino que también es necesario que las políticas públicas se adapten al contexto. Lejos del *“one size fit all”* se requiere políticas específicas para cada departamento del país. En unos más centradas en el emprendedor mientras que en otras en el proyecto emprendedor.

Aunque este trabajo está en curso, ya podemos reconocer alguna limitación que sirve de estímulo para su posterior desarrollo. La primera limitación hace referencia a la poca información y literatura que hasta ahora analizada respecto a la relación ecosistema y orientación emprendedora. La segunda es la falta de un mayor conocimiento sobre los actores del ecosistema más vulnerables por efecto de las políticas públicas. Por último, se evidencia que no poder realizar un análisis longitudinal no permitirá generar una visión más holística del modelo de hipótesis. A pesar de todo ello, pensamos que sus conclusiones evidenciarán el papel de la universidad en el desarrollo emprendedor del país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altenburg, T. (2001). La promoción de clusters industriales en América Latina. Experiencias y estrategias. *serie Foco pymes publicaciones*.
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., and Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579-1596.
- Arias-Pérez, J., Durango Yepes, C. M., and Millán López, N. T. (2015). Process innovation capability and innovation performance: the mediating effect of product innovation capability. *AD-minister*, (27), 75-93.
- Avlonitis, G. J., and Salavou, H. E. (2007). Entrepreneurial orientation of SMEs, product innovativeness, and performance. *Journal of Business Research*, 60(5), 566-575.
- Benjamin, L., Rubin, J. S., and Zielenbach, S. (2004). Community development financial institutions: Current issues and future prospects. ➤

- *Journal of Urban Affairs*, 26(2), 177-195.
- Camisón Zornoza, C., & Cruz Ros, S. (2008). La mediación del desempeño organizativo desde una perspectiva estratégica: creación de un instrumento de medida. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(1), 79-102.
 - Cantarero, S., González-Loureiro, M., y Puig, F. (2017). Efectos de la crisis económica sobre el emprendimiento en empresas de economía social en España: un análisis espacial. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 125. DOI: 10.5209/REVE.56133
 - Comeche, J. M., Pomer, F., y Puig, F. (2007). El spin-off como elemento emprendedor y dinamizador de la red empresarial. *TEC Empresarial*, 1(4), 42-49.
 - Confecamaras. (2014). Informe de coyuntura empresarial en Colombia año 2014, Enero - Septiembre. Red de cámaras de comercio – Colombia.
 - Covin, J. G., and Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical perspectives on business and management*, 3, 5-28.
 - Covin, J. G., Green, K. M., and Slevin, D. P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation–sales growth rate relationship. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 57-81.
 - Covin, J. G., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 11-44.
 - Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
 - Delgado, M., Porter, M. E., and Stern, S. (2010). Clusters and entrepreneurship. *Journal of economic geography*, 10(4), 495-518.
 - Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *The Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.
 - Engelen, A. (2010). Entrepreneurial orientation as a function of national cultural variations in two countries. *Journal of International Management*, 16(4), 354-368.
 - Engelen, A., Gupta, V., Strenger, L., and Brettel, M. (2015). Entrepreneurial orientation, firm performance, and the moderating role of transformational leadership behaviors. *Journal of Management*, 41(4), 1069-1097.
 - Feld, B. (2012). *Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city*. John Wiley & Sons.
 - GEM. (2015) *Global Entrepreneurship Monitor*. Informe GEM España 2015 (Vol. 22). Ed. Universidad de Cantabria.
 - Giraldo, A. C. (2015). La ingeniería genética de plantas en Colombia: un camino en construcción. *Acta Biológica Colombiana*, 20(2).
 - Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial marketing management*, 36(5), 651-661.
 - Ireland, R. D., Covin, J. G., and Kuratko, D. F. (2009). Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(1), 19-46.
 - Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. *Presentation at the Institute of International and European Affairs*.
 - Mason, C., & Brown, R. (2014). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. *Final Report to OECD, Paris*, 1-38.
 - MEN, (2006). Ley 1014; De fomento a la Cultura Emprendedora, generada por el Ministerio de Educación Nacional – Colombia.
 - Miller, D. (2011). Miller (1983) revisited: A reflection on EO research and some suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873-894.
 - Narváez, A. (2015). El mercado de la biotecnología en Colombia.
 - OECD. (2013). Entrepreneurial ecosystems and growth-oriented entrepreneurship. Summary report of an international workshop organised by the oecd and the netherlands ministry of economic affairs.
 - ONE. (2015). Construcción, generación y análisis de indicadores para medir el estado y la evolución del ecosistema emprendedor en México. Observatorio Nacional del Emprendedor.
 - Porter, M. E. (1998). *Clusters and the new economics of competition* (Vol. 76, No. 6, pp. 77-90). Boston: Harvard Business Review.
 - Porter, M. E. (1999): “Cúmulos y competencia. Nuevos objetivos para empresas, Estados e instituciones”, en M. Porter (Ed.): “Ser Competitivo”, Deusto, Bilbao.
 - Peltoniemi, M., & Vuori, E. (2004, September). Business ecosystem as the new approach to complex adaptive business environments. *In Proceedings of eBusiness research forum* (Vol. 18, pp. 267-281).
 - Puig, F. and Marques H. (2010). Territory, Specialization and Globalization: Recent Impacts on European Traditional Manufacturing. London: Ed. Routledge Taylor & Francis Group.
 - Puig, F., Cantarero, S., Comeche, J. M., Torcal, V. R., y Vivas, S. (2012). Dinámica emprendedora y territorio en sectores manufactureros tradicionales. *Multidisciplinary Business Review*, 4(1), 4-21.
 - Reinoso, J., y Serna, L. 2016. Educación emprendedora temprana como base para desarrollar cultura emprendedora. Conferencia Paper. Red Motiva.
 - Rodríguez, O., Puig, F., and Gonzalez-Loureiro, M. (2017). Clustering, innovation and hotel competitiveness: evidence from the colombia destination Journal: *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
 - Smeltzer, L. R., Fann, G. L., & Nikolaisen, V. N. (1988). Environmental scanning practices in small business. *Journal of Small Business Management*, 26(3), 55.
 - Shepherd, D. A. (2015). Party On! A call for entrepreneurship research that is more interactive, activity based, cognitively hot, compassionate, and prosocial. *Journal of Business Venturing*, 30(4), 489-507.
 - Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23(9), 1759-1769.
 - Stangler, D., and Bell-Masterson, J. (2015). Measuring an entrepreneurial ecosystem. *Kauffman Foundation Research Series on City, Metro, and Regional Entrepreneurship*, 1-16.
 - Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., and Ng, H. P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of business venturing*, 22(4), 592-611.
 - Vesga, R. (2015). El caso de INNpuls Colombia. La evolución de una política pública para el crecimiento empresarial extraordinario. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva; No. 19, Caracas: CAF. Retrieved from <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/709>
 - Wiklund, J., and Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach. *Journal of business venturing*, 20(1), 71-91.
 - World Economic Forum. (2013). Entrepreneurial Ecosystems Around the Globe and Company Growth Dynamics. Davos: World Economic Forum.

DIAGNÓSTICO DE LAS MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (MIPYME) EN EL DEPARTAMENTO DE CHONTALES DURANTE EL PERIODO 2013-2017

Jenny del Socorro Villanueva

Dra. Facultad Regional Multidisciplinaria de Chontales "Cornelio Silva Arguello", Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

Martha Adilia Ocon Moreno

MBA. Facultad Regional Multidisciplinaria de Chontales "Cornelio Silva Arguello", Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

Colaborador:

Concepción Mendoza. MBA.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 PROBLEMÁTICA

La estructura económica del país básicamente se sustenta en el sector terciario, el cual constituye el 52% de la económica contra un 16% del sector secundario y un 32% del primario, lo que muestra una economía con poca creación de valor agregado. (Red Eurocentroamerica, 2010).

En Chontales, el principal problema que se presenta a la hora de definir estrategias de desarrollo de las MIPYME, es la carencia de información estructurada, completa, real, y accesible sobre estas categorías empresariales.

La UNAN-FAREM, Chontales "Cornelio Silva Argüello", en el desarrollo de diferentes Investigaciones realizadas por docentes y estudiantes sobre las MIPYME, tuvieron como principal obstáculo la carencia de información

relevante tales como: cantidad, naturaleza, características, formalidad e informalidad, entre otros.

La carencia de información pública sobre las MIPYME, o la actualización de esta, obstaculizan la posibilidad de realizar estudios científicos que contribuyan al desarrollo de estas y visualizar las necesidades concretas que demandan para potenciar su crecimiento.

1.2 ¿Por qué realizar el estudio?

La realización del presente diagnóstico, surgió con el propósito de contribuir a resolver el problema de la carencia de información, sistematizada, real y completa. Motivo por el cual conllevó a docentes de la UNAN-FAREM, Chontales, a diseñar e implementar la realización del diagnóstico de las MIPYME, en el Departamento de Chontales.

Asimismo, para poder contar con una base de datos, ➤

► que contribuyera a todos aquellos profesionales, docentes, estudiantes y otros investigadores a desarrollar investigaciones científicas, lográndose así enfocarse en estudios que reflejen la realidad y permitan alcanzar el desarrollo del sector.

1.3 OBJETIVOS.

“Elaborar Diagnostico socioeconómico, técnico, productivo, administrativo y financiero de las MIPYMES en el departamento Chontales en el año 2013-2017”.

Para lograr desarrollar este proceso se requirió, a nivel de **objetivos específicos**:

- Indagar sobre las características sociales-económicas.
- Corroborar la organización estratégica y organizacional.
- Verificar los sistemas de mercadeo y comercialización.
- Determinar el estado y los sistemas de control financiero y contable.
- Constatar el uso de técnicas y prácticas de Recursos Humanos.
- Verificar el acceso a la tecnología de información y comunicación.
- Comprobar la participación y aprovechamiento en el uso de programas y proyectos de apoyo gubernamentales.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 MIPYMES en Nicaragua

Según Ley 645 art. 4 y Decreto 17, las MIPYME se definen como toda aquella micro, pequeña y mediana empresa que opera como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía y se clasifica dependiendo del número de trabajadores permanentes, activos totales y ventas totales. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2008).

Según Dietrich, (2012) las MIPYME, constituye el 80% del empleo y en relación al producto interno bruto, representan el 45%, cifra que demuestra que son un factor clave para el crecimiento económico del país y por ende del desarrollo económico y social.

En Nicaragua uno de los principales obstáculos para el desarrollo y sostenimiento de las MIPYME está en las dificultades de acceso al crédito. No existen políticas que procuren el crecimiento competitivo de los servicios que

Tabla 1

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa
Número total de trabajadores	1-5	6-30	31-100
Activos Totales (Córdobas)	Hasta 200.0 miles	Hasta 1.5 millones	Hasta 6.0 millones
Ventas Totales Anuales (Córdobas)	Hasta 1 millón	Hasta 9 millones	Hasta 40 millones

Fuente: MIFIC

ofrecen las intermediarias financieras y que permitan a las MIPYME obtener tecnologías crediticias adecuadas y favorables a sus necesidades y acceso de fondos”. (www.coni-mipyme.org.ni).

Diaz, (2011) afirma que la mayoría de la micro y pequeña empresa funciona con una lógica de auto sostenibilidad y no con una lógica empresarial. Muchas de ellas han tenido problemas al solicitar financiamiento, debido a que no cuentan con los requerimientos y la tecnología necesaria para salir adelante.

2.2 Aspectos Generales del departamento de Chontales

El departamento de Chontales, se encuentra situado en la región central del país, limitando al norte con el departamento de Boaco, al sur con Rio San Juan, al este con la Región Autónoma de la Costa Caribe Sur Atlántico del Atlántico Sur (RACCS) y al oeste con el lago Cocibolca.

Según INIDE (2005), la población del departamento es de 153,932 habitantes para el año 2005, aplicando la tasa de crecimiento poblacional del 3% para dicho departamento, en el año 2012 Chontales tendría una población proyectada de 189,317 habitantes.

La economía del departamento se basa en la actividad ganadera. (www.inide.gob.ni).

Otra de las actividades de economía del departamento es la agricultura, representado el 40% de la población de Chontales. (<http://www.mec.org.ni.2011>)

2.3 Concepto Generales

La administración es la coordinación de las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y

eficaz con otras personas y a través de ellas (Robbins & Coulter, 2005).

El financiamiento es el acto de proporcionar el dinero o capital necesario para poner en marchas o desarrollar las actividades económicas, cuyos recursos deben ser retornados a una tasa de interés fijo o variable previamente establecida (Castro, 2008)

El mercado se define como la relación que existe entre oferente y demandantes de los bienes y servicios (Méndez, 1890).

Las ventas son el valor total en dinero de todos los productos vendido, también es igual al numero de unidades vendidas por el precio unitario (Castro, 2008).

Salario mínimo comprendido como la cantidad mínima que la ley permite pagarle a un trabajador (Mendez, 1890).

Tasa de Interés es el costo anual que paga el prestatario al prestamista durante un tiempo, siendo estas sensibles a los factores de oferta y demanda de créditos, considerando además la inflación (Castro, 2008).

III. METODOLOGÍA

La metodología desarrollada consistió en primer lugar, en el análisis documental, para ello se consultarán tablas, gráficos, informes de fuentes gubernamentales y estudios realizados al respecto, haciendo uso del método de la Hermenéutica referida a la interpretación, como señala Salazar (2006) Con Schleiermacher, la hermenéutica empieza a cobrar plena relevancia filosófica, y comienza a aparecer como una teoría general de la interpretación y la comprensión.

En segundo lugar se realizó estudio de campo, donde se aplicó el instrumento a todos los propietarios de las MIPYME, en los diferentes municipios del departamento.

Según la naturaleza este estudio es de tipo descriptivo como expresa Hernández, Fernández, & Baptista, (2006)

Los estudios descriptivos únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere”, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. (pág. 102)

Según el carácter de la medida, es un estudio mixto (cuantitativo y cualitativo), porque se hizo uso de técnicas

de recolección de información y con ésta se procedió a realizar dicho análisis.

En lo que respecta a la población, en primer instancia eran todas las MIPYME de los sectores económicos existente en los diversos municipios objeto de estudio, lo cual correspondía a un total de 4,608, utilizándose para tal fin el muestreo probabilístico, sin embargo al realizar el trabajo de campo la muestra se constituyó en 3,116 negocios ya que se presentaron limitantes como: negocios cerrados y otros que se negaron a brindar información.

Los recursos humanos participantes en el presente diagnóstico fueron 2 docentes.

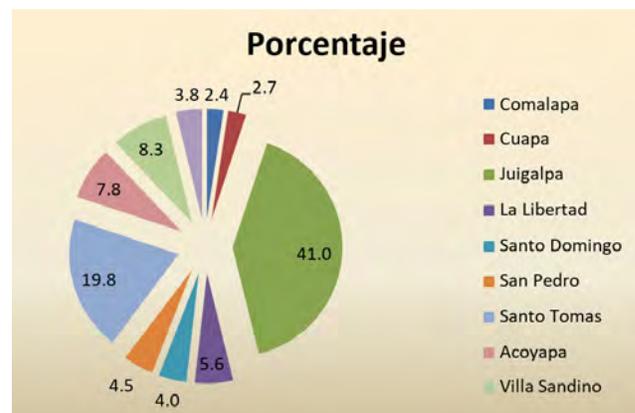
IV. RESULTADOS

De las 4,608 MIPYME legalmente inscrita según información de los diferentes gobiernos municipales del departamento de Chontales, solamente el 68% se interesaron en brindar información relación a su negocio.

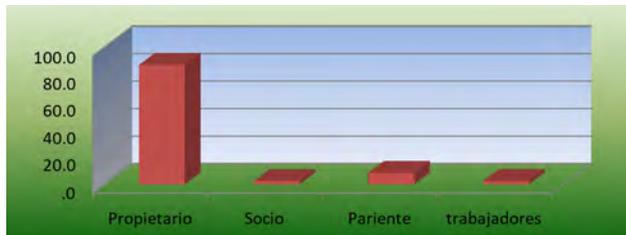
De las 3,116 MIPYME, el 60.85% se ubican en los dos municipios más importantes de Chontales Juigalpa, cabecera departamental con el 41.05% y Santo Tomas con el 19.8%, El restante 39.5% se distribuye entre los otros ocho municipios del departamento.

De los 3,116 negocios en el 87.0% de éstas se aplicó la encuestas a sus propietarios y en las restantes (13%) a socios, parientes y trabajadores. Por lo que se presume que la información brindada por estos últimos podría ser menos consistente con relación a las brindadas por sus propietarios.

Gráfico 1. MIPYME del Departamento de Chontales



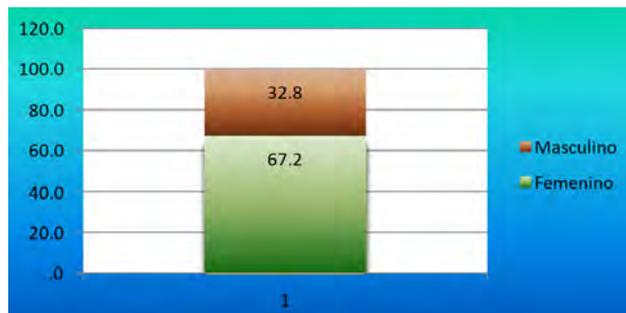
► Gráfico 2. Entrevistado



El 67.2% de la MIPYME en estudio son propiedad de mujeres y solo el 32.8% le pertenecen a varones.

La preponderancia de la propiedad de las MIPYME en personas del sexo femenino, se debe por lo general a que las mujeres consideran los negocios como un medio de subsistencia, que les permite generar ingresos para la familia y estar en sus casas realizando las labores domésticas y salvaguardando a sus hijos.

Gráfico 3. Sexo



El 72.4% de los propietarios de MIPYME son menores de 50 años de edad, de los cuales (31.1 % entre 18 y 33 años y 42.3% su edad oscila entre 34 a 49 años) y el restante 27.6% son personas de 50 años a más. Por lo que se observa que la inmensa mayoría de propietarios son relativamente jóvenes.

El 70.3% de los propietarios, tienen como nivel básico de escolaridad el bachillerato, solo el 29.6% son profesionales con niveles técnicos y universitarios. Este nivel de escolaridad incide en la visión de desarrollo , crecimiento y administración de sus negocios.

En lo que respecta a los años de fundación de los negocios, el 66% de los negocios son relativamente muy jóvenes, pues tienen de 10 años a menos de operar en el mercado, únicamente el 34% son negocios mayores de

Tabla 2

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25	379	12,2
26 a 33	589	18,9
34 a 41	699	22,4
42 a 49	588	18,9
50 a 57	490	15,7
58 a más	371	11,9
Total	3116	100,0

10 años. Estos datos muestran un importante surgimiento de negocios en los últimos 10 años ocasionado por el incremento del desempleo o surgimiento del movimiento de emprendedores.

El 56.4% de los negocios cuentan con número RUC y solo un 43.6% no lo han solicitado, bien sea porque no conocen su utilidad o bien porque no lo han gestionado.

De este 56.4% muchos han adquirido el número RUC por otra razón, que no necesariamente es el negocio, sino una propiedad agrícola o de ganado.

El 86.5% de los negocios ubicados en el departamento se concentran en el sector terciario, únicamente el 13.3% se ubica en el sector secundario y el sector primario que cuenta con 0.2% cuya principal expresión es en los pequeños mineros de los Municipios de la Libertad y Santo Domingo, negocios conocidos tradicionalmente como guiseros.

Gráfico 4. Nivel de Escolaridad



En lo que respecta a los años de fundación de los negocios, el 66% de los negocios son relativamente muy jóvenes, pues tienen de 10 años a menos de operar en el

mercado, únicamente el 34% son negocios mayores de 10 años. Estos datos muestran un importante surgimiento de negocios en los últimos 10 años ocasionado por el incremento del desempleo o surgimiento del movimiento de emprendedores.

El 56.4% de los negocios cuentan con número RUC y solo un 43.6% no lo han solicitado, bien sea porque no conocen su utilidad o bien porque no lo han gestionado.

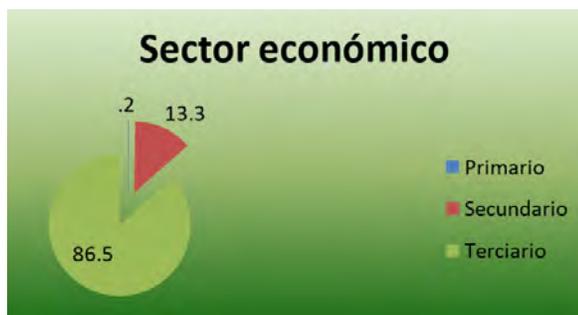
De este 56.4% muchos han adquirido el número RUC por otra razón, que no necesariamente es el negocio, sino una propiedad agrícola o de ganado.

Tabla 3. No. RUC

Cuenta con No. RUC	Frecuencia	Porcentaje
Si	1757	56,4
No	1359	43,6
Total	3116	100,0

El 86.5% de los negocios ubicados en el departamento se concentran en el sector terciario, únicamente el 13.3% se ubica en el sector secundario y el sector primario que cuenta con 0.2% cuya principal expresión es en los pequeños mineros de los Municipios de la Libertad y Santo Domingo, negocios conocidos tradicionalmente como guiriseros.

Gráfico 5. Sector Económico



El 63.% de los negocios se dedican a la actividad comerciales.

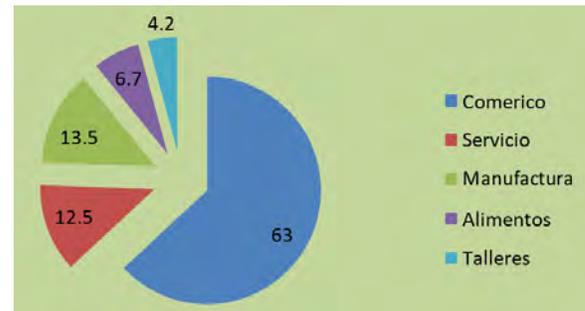
El 12.5% se localizan en el sector servicio.

El 13.5% son negocios manufactureros.

En el sector alimentos se localizan el 6.8% de negocios.

En el sector de talleres se ubican el 4.2% de los negocios.

Gráfico 6.



El 74.2% de los negocios son de propiedad individual y el 24.5% familiares, estos resultados son expresión de las características de las micros y pequeñas empresas, que son las que más imperan en este departamento. Las restantes son sociedades y cooperativas.

Tabla 4. Figura del negocio

Figura Jurídica del Negocio	Frecuencia	Porcentaje
Individual	2313	74,2
Familiar	764	24,5
Sociedad no legalizada (integrada por no familiares)	13	,4
Sociedad Anónima	14	,4
Cooperativa	12	,4
TOTAL	3116	100,0

El 61.2% de los negocios se ubican en la casa de habitación del propietario, esto es posible debido al tamaño y naturaleza del negocio y la necesidad del propietario de tener su trabajo en casa para desempeñar las labores domésticas y estar al cuidado de los hijos, otro factor que incide es la falta de ingresos suficientes para alquilar local independiente al domicilio del propietario. Sin embargo el 25.5% tienen un local propio e independientemente de su casa de habitación y solo el 13.3% alquilan local para ubicar el negocio.

» Gráfico 7.



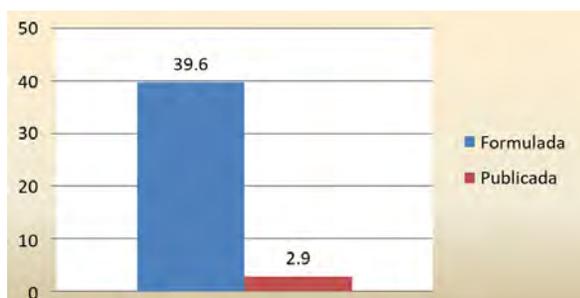
En el 97.6% de los negocios laboran de 1-5 personas, los que por lo general son miembros de la familia. Esto indica que por el número de trabajadores según la Ley 645, Ley MIPYME, estos negocios se clasifican como microempresas. Únicamente el 2.3% se consideran pequeñas empresas por contar con más de 6 trabajadores y solo 0.1% son identificadas como grandes empresas por contar con más de 31 trabajadores. Generalmente en este tamaño se ubican las empresas lácteas y las cooperativas de pequeños mineros.

Gráfico 8.



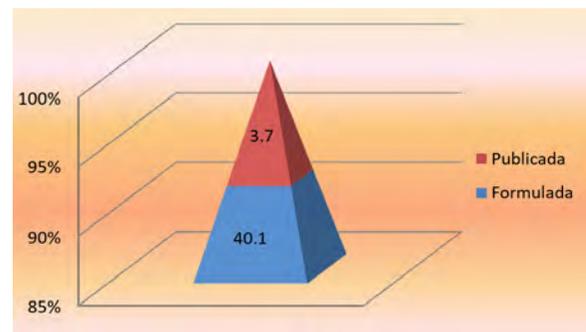
El 39.6% manifestaron tener claramente formulada su misión; pero de estos únicamente el 2.9 la tienen escrita y publicada, los restantes las tienen en su mente y en ocasiones las promulgan verbalmente a sus familiares y trabajadores de mayor confianza.

Gráfico 9. Misión



Situación semejante sucede con la visión empresarial solamente un 40.1% la tiene definida pero mentalmente, de estos solo el 3.7% la tiene escrita y publicada. El restante 96.3% al preguntársele las perspectivas de su negocio se denota que en su mente tienen claramente definido a donde quieren llevar su negocio; pero debido al nivel de escolaridad y desconocimiento sobre la importancia de estos términos no la escriben ni la publican.

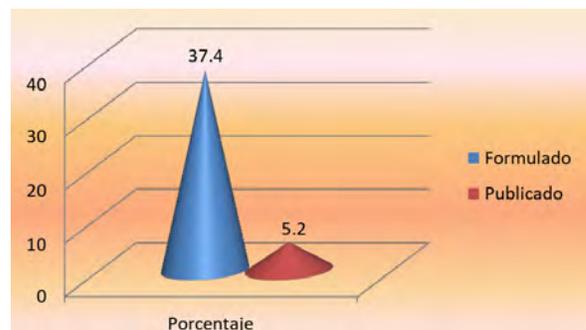
Gráfico 10. Visión



El 37.4% afirmaron formular sus objetivos, pero realmente solamente un 5.2% lo escriben y lo publican, los restantes solo los tienen presente en su mente y los transmiten a sus colaboradores, socios o familias más cercanas (se los cuentan), para que estos les guíen en sus actividades rutinarias.

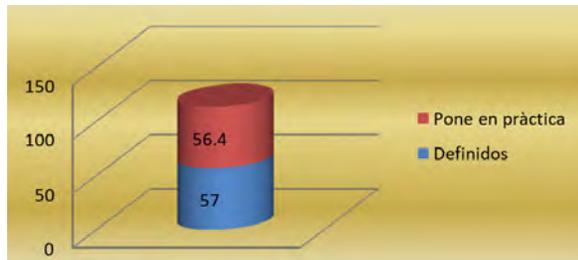
La gran mayoría de los que aseguraron formular objetivos por escrito o mentalmente los definen a corto plazo, el largo o mediano plazo se proyecta a través de la visión.

Gráfico 11. Objetivos



El 57% se rigen por valores previamente definidos, pero en la realidad solo el 56.4% de los encuestados manifestaron ponerlos en práctica, aunque no los tenga escritos.

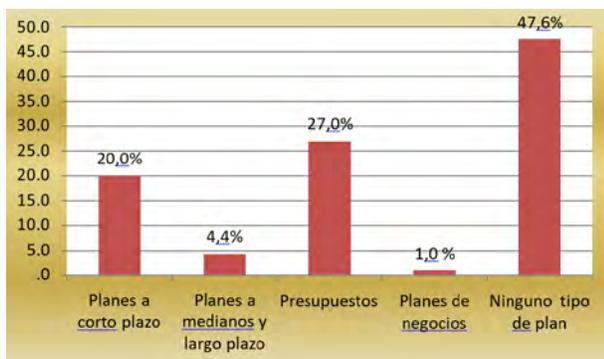
Gráfico 12. Valores



El 52.4% manifestaron realizar algún tipo de plan, sobresaliendo entre estos planes de corto plazo (20%) y presupuestos (27.2%), en su mayoría estos planes y presupuestos básicos y sencillos que permiten al propietario planificar el uso de sus recursos monetarios con que cuentan para adquirir los bienes y servicios que el negocio demanda para satisfacer necesidades de los clientes.

Únicamente el 4.4% realizan planes a mediano y largo plazo, siendo estas por lo general las empresas medianas. El 47.6% no realizan ningún tipo de plan en sus negocios.

Gráfico 13. Planes



El 95.8% no cuenta con organigramas que refleja la forma en que esta organizado el funcionamiento de la empresa y las relaciones de subordinación y mando.

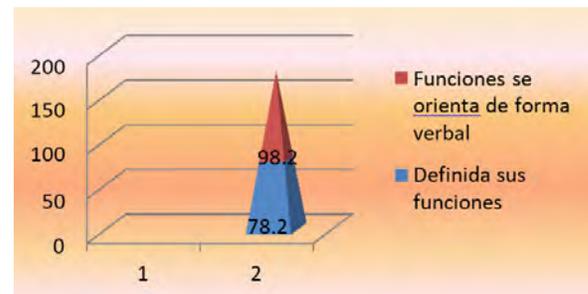
Tabla 5. División organizacional (organigrama)

	Frecuencia	Porcentaje
Si	131	4,2
No	2985	95,8
Total	3116	100,0

En un 78.2% los colaboradores tienen claramente definidas sus funciones o actividades a desempeñar en su

cargo, sin embargo un 98.2% de estos expresan orientar estas funciones de forma oral y solo un 1.8% lo realizan por escrito y verbal.

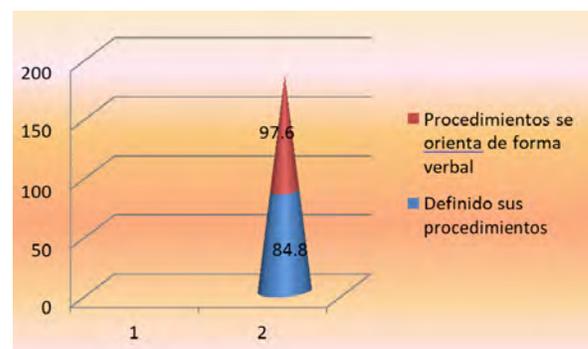
Gráfico 14. Funciones



El 84.8% afirman que los procedimientos a seguir en el desarrollo de las tareas de los colaboradores están claramente definidas; pero el 97.6% lo transmiten de forma oral. Únicamente en las empresas medianas, estos procedimientos se transmiten de forma escrita y con explicación oral.

Con relación al empaque el 51.1%, sostienen que los

Gráfico 15. Procedimientos



productos que comercializan tienen empaque, esto es comprensible debido al alto porcentaje de MIPYME que únicamente intermedian los productos del proveedor al consumidor (comerciantes). El 48.9% que afirman que sus productos no llevan empaque abarcan negocios de servicios y algunos de manufacturas como es el de las tortilleras, panaderías, cerrajerías, talleres, carpinterías. (Tabla 6)

El 54% son productos que poseen marcas que los identifican y los diferencian de los demás, estos negocios están comprendidos en sus mayorías en las MIPYME comerciales. Los negocios de servicios y muchos de manufacturas por lo general no cuentan con marcas. (Tabla 7)



Tabla 6. Empaque del producto (s)

Empaque	Frecuencia	Porcentaje
Si	1592	51,1
No	1524	48,9
Total	3116	100,0

Tabla 7. El (los) producto(s) tiene(n) marca

Marca	Frecuencia	Porcentaje
Si	1684	54,0
No	1432	46,0
Total	3116	100,0

El 57% de los encuestados afirman que los productos que comercializan cuentan con etiquetas, la cual puede ir agregada al producto o directamente en el producto.

En base a lo anterior, El 37.3% afirmaron que las etiquetas de sus productos contienen información relativa a los componentes, fecha de vencimientos y elaboración e indicaciones sobre uso, el 19.7% solo informa donde se elabora el producto. También se puede observar que el 43% de los productos ofertados no contienen etiqueta ni información alguna.

Tabla 8. Los productos llevan etiquetas con información sobre

Etiqueta	Frecuencia	Porcentaje
Donde se elabora	615	19,7
Componentes	369	11,8
Fecha de elaboración y fecha de vencimiento	430	13,8
Indicadores sobre uso	365	11,7
"Ninguna de las anteriores"	1337	43,0
Total	3116	100,0

El precio que establecen los negocios a sus productos en un 56.8% se implementan considerando un porcentaje de ganancia sobre el precio al que ellos adquieren el producto. El 15.9% aplican los precios usando el método rendimiento sobre la inversión (ROI), y solo un 8.5% de los encuestados manifestaron implementar el método basado en los costos. Así mismo el 16.3% de los negocios siguen los precios que establece la competencia.

Tabla 9. Determinación de los Precio

Precios	Frecuencia	Porcentaje
En base a los costos de producción	265	8,5
Considerando un porcentaje de ganancia, sobre los precios de compra de los B y S.	1770	56,8
Considerando los precios de la competencia	509	16,3
Considerando un por un porcentaje sobre la inversión (ROI)	495	15,9
Otros	77	2,5
Total	3116	100,0

El mercado municipal en un 98.7% es el segmento geográfico en que MIPYME tienen participación, en especial los negocios comerciales de servicios y manufacturas alimenticias. Solo el 1,2% y el 0.1 % tienen participación en el mercado nacional e internacional respectivamente, entre las que se destacan las empresas de lácteos medianas y pequeña minería.

Tabla 10. Participación de la empresa

Participación	Frecuencia	Porcentaje
Municipal	3075	98,7
Nacional	38	1,2
Internacional	3	,1
Total	3116	100,0

El 99.90% afirmaron que los bienes y servicios los comercializan en el mercado nacional, sean este municipal, departamental, regional, únicamente un 0.10% exportan al mercado Centroamericano o en especial al mercado salvadoreño, dichas exportaciones son realizadas por empresas lácteas medianas y pequeña minería.

Tabla 11. Participación de la empresa

Comercialización	Frecuencia	Porcentaje
Directamente en las instalaciones	3113	99,9
Exporta	3	,1
Total	3116	100,0

El empirismo prevalece en la forma de calcular el mercado potencial de parte de los propietarios de las MIPYME, debido a que el 95.2% lo realizan a través de conversaciones con los clientes, (33.4%) y observando los incrementos y disminuciones de las ventas (61.8%).

Tabla 12. Métodos para conocer el mercado potencial y cambio de la demanda

Mercado potencial	Frecuencia	Porcentaje
Investigación de mercado	265	8,5
Buzón de sugerencia	1770	56,8
Por redes sociales	509	16,3
Conversando directamente con el cliente	495	15,9
Disminución / Incrementos de venta	77	2,5
Total	3116	100,0

El 97.9% de los encuestados expresaron que su personal de ventas oscila entre 1 a 5 colaboradores.

Tabla 13. Cantidad de personas en el área comercial / venta

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	3051	97,9
6 a 10	52	1,7
11 a 15	6	,2
Más de 15	7	,2
Total	3116	100,0

Además afirmaron que el 97.5% de estos colaboradores tienen un desempeño muy buen en un 38% y muy bueno en un 57.7%. (Tabla 14)

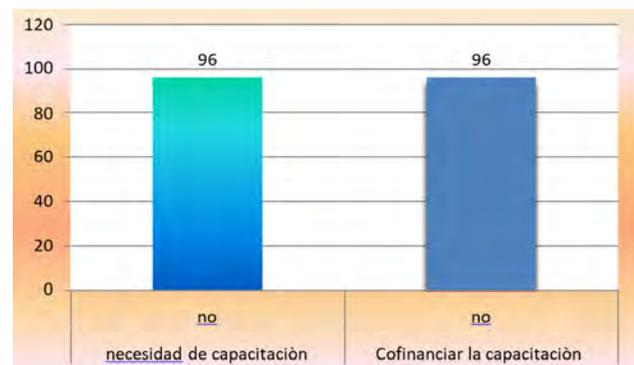
El 96 % manifestaron que el personal involucrado en los procesos de comercialización no tienen necesidad de capacitación, lo que se supone se debe a que las MIPYME desempeñan tareas simples y repetitivas.

Debido a que los encuestados consideran que su personal de venta se desempeña bien y no requieren de capacitaciones, en un 96% manifestaron no tener disposición ni interés en financiar capacitaciones para este personal. (Gráfico 16)

Tabla 14. Valoración de la capacidad de su personal de venta

	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	1185	38,0
Buena	1798	57,7
Regular	126	4,0
Deficiente	7	,2
Total	3116	100,0

Gráfico 16. Tiene el personal de ventas necesidad de capacitación



El 96.4% en los periodos reciente no ha contratado personal adicional, esto puede ser debido al poco crecimiento y desarrollo en los últimos años o a la proliferación de nuevos negocios, lo que incide en la reducción de la demanda más que en el incremento de ésta, debido a la reducción de su participación en el mercado.

Tabla 15. Cantidad de personal adicional contratado recientemente

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	84	2,7
4 a 7	3	,1
12 a 15	1	,0
Más de 15	23	,7
Ninguno	3005	96,4
Total	3116	100,0

En un 95.2% coinciden en que la calidad del servicio al cliente que ellos ofrecen oscila entre muy buena (39.3%) y buena (55.6%), únicamente el 4.8% la califican ➤

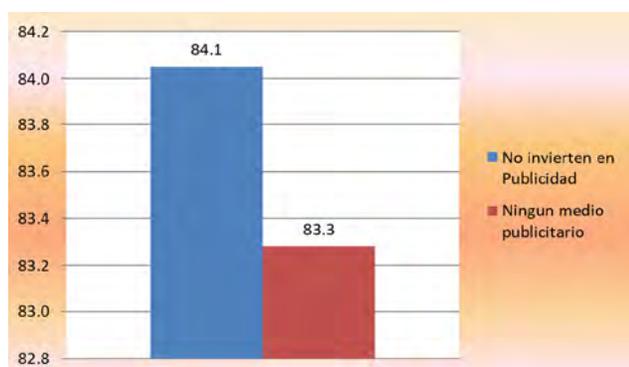
► de regular y deficiente. Estos resultados son coincidentes con los vinculados al grado de capacitación y necesidad de capacitación del personal de ventas antes referidos.

Tabla 16. Calidad del servicio al cliente que brinda su negocio

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	1224	39,3
Bueno	1743	55,9
Regular	142	4,6
Deficiente	7	,2
Total	3116	100,0

El 84.1% según los propietarios no invierten en publicidad para sus negocios, el 83.3% no utiliza ningún medio, ni herramienta publicitarias. por lo general el 16.7% realizan algún tipo de publicidad, los medios publicitarios mas utilizados son la radio y la televisión con un 10.3%, el perifoneo, carteles con un 3.7% donde mas se hace uso de esta practicas es en los municipios de Juigalpa y Santo Tomas dado la mayor dimensión poblacional, cantidad y variedad de negocios, en los municipios más pequeños muy pocos se utilizan estos tipos de instrumentos mercadológicos.

Gráfico 17. Inversión en publicidad



Los que invierten en publicidad (16.7%) un 62.67% consideran que esta es una inversión, porque contribuye al incremento de la ventas y por ende los ingresos un 37.4% manifestaron que es un gastos. (Gráfico 18)

El 69.7% no realizan ningún tipo de promoción de ventas, los tipos de promoción de ventas implementados que mas destacan (30.3%) son descuentos y reducciones de precios en temporadas. (Tabla 17)

Gráfico 18. Inversión en publicidad

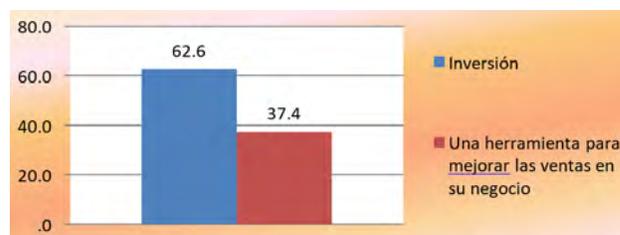


Tabla 17. Tipo de promociones de ventas implementa su negocio

Mercado potencial	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	573	18,4
Rifas	53	1,7
Dos artículos al precio de 1	21	,7
Obsequios	32	1,0
Canjes	7	,2
Precios bajos en temporadas	258	8,3
Ninguno	2172	69,7
Total	3116	100,0

Un porcentaje de los encuestados utilizan en sus negocios maquinarias y/o equipos representado por el 56.1% debido a que la mayoría de las empresas en estudio pertenecen al sector terciario, se presume que se refirieren mas al uso de equipos que de maquinaria. Además el 43.90 por ciento manifestaron no hacer uso de maquinarias y/o equipos.

Tabla 18. Usa maquinaria/equipos

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1748	56,1
No	1368	43,9
Total	3116	100,0

En un 24% expresaron requerir invertir en maquinarias y/o equipo, contrario al 76% que no requieren invertir. (Tabla 19)

El 47.2 %, demandan de un monto de US\$500.00 a US\$1,5000.00 dólares y la diferencia representado por 52.8% estiman que demandan de un monto que oscila entre US\$2,000.00 a US\$6,000.00 dólares para invertir en estos rubros. (Tabla 20)

Tabla 19. Requiere invertir en maquinaria/ equipo para

	Frecuencia	Porcentaje
Si	757	75,7
No	2359	235,9
Total	3116	311,6

Tabla 20. Monto estimado para la inversión

Monto	Frecuencia	Porcentaje
U\$500 a 1500	357	47,2
US2000 a 3500	147	19,4
U\$4000 a 5500	103	13,6
Más de U\$6000	150	19,8
Total	757	100,0

De los que opinaron la necesidad de invertir en maquinaria y/o equipo representado por el (24%) el 70.7% de ellos demandan de financiamiento y un 29.3% podrían financiarse con fondos propios.

Tabla 21. Requiere de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Si	535	70,7
No	222	29,3
Total	757	100,0

De estas empresas un 71.20% equivalente a 381, podrían financiarse con fondos propios entre un 50% y un 25% del capital requerido para invertir en maquinaria y equipos, la diferencia que equivale al 28.79% lograría financiarse con sus propios fondos del 5 al 10% para un total de 59 empresas, solamente 95 empresas requieren de financiamiento total. (Tabla 22)

El 95.5 % emplean de 1 a 5 colaboradores y solo el 1.7% emplean más de 15 colaboradores, lo que marca el carácter micro empresarial y familiar de las empresas en área geográfica. (Tabla 23)

El 38.8% de los propietarios aseguran que implementan algún tipo de planificación y programación de la producción, por lo general a corto plazo de manera empírica

Tabla 22. Porcentaje que podría financiar la MIPYME

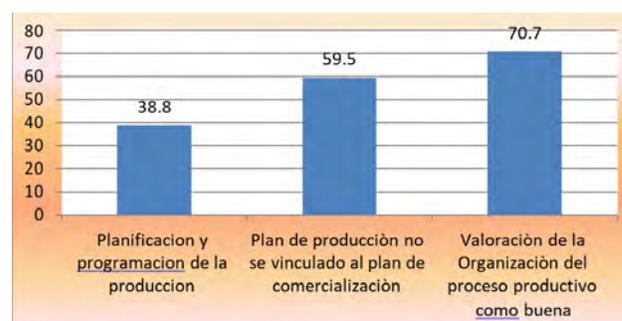
	Frecuencia	Porcentaje
100%	0	,0
50%	177	33,1
25%	204	38,1
10%	31	5,8
5%	28	5,2
0%	95	17,8
Total	535	100,0

Tabla 23. Personal en el área de producción

	Frecuencia	Porcentaje
1 - 5	401	95,5
6 - 10	11	2,6
11- 15	1	,2
Más de 15	7	1,7
Total	420	100,0

e informal. De estas el 59.5% no vinculan el nivel de producción con la comercialización, realizando programas de producción sin considerar los posible flujos de comercialización. Así mismo el 70.7% consideran que la organización del proceso productivo que efectúan es buena y tan solo el 24.5% la consideran muy buena.

Gráfico 19. Inversión en publicidad



Más de la mitad de los propietarios de estas empresas (56.7 %) confirman que los procedimientos a seguir en el proceso productivo están claramente definidos. ➔

➤ **Tabla 24. Procedimientos a seguir en el proceso productivo están claramente definidos**

	Frecuencia	Porcentaje
Si	238	56,7
No	182	43,3
Total	420	100,0

El 71% o no cuenta con un flujo del proceso de producción claramente definido y diseñado. Lo que no consideran de mucha importancia dado el carácter simple de éstos.

Tabla 25. Se ha diseñado adecuadamente el flujo de proceso de producción

	Frecuencia	Porcentaje
Si	122	29,0
No	298	71,0
Total	420	100,0

El 59.3% afirmaron que aprovechan de 1 a 20% de su capacidad instalada y solo el 5.2% aprovechan del 61 al 80 %. Con estos resultados se reafirma debido a que las instalaciones productivas se utilizan en un solo turno y excepción de las pocas empresas más grandes.

Tabla 26. Porcentaje de la cantidad instalada se utiliza en el área de producción

	Frecuencia	Porcentaje
1 - 20%	249	59,3
21 - 40%	64	15,2
41 - 60%	75	17,9
61 - 80%	10	2,4
81% a más	22	5,2
0%		
Total	420	100,0

Los propietarios de las MIPYME afirmaron en un 46.4% poseer medios tecnificados y un 26% los sitúan entre las categorías artesanales y semi artesanales. (Tabla 27)

Un 70.7% valoran la capacidad de su personal como buena y un 24.5% la califican de muy bueno, es impor-

Tabla 27. De qué nivel tecnológico son los medios con que cuenta su empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	321	10,3
Semi artesanal	499	16,0
Tecnificada	1447	46,4
Automatizada	53	1,7
Ninguna de las anteriores	796	25,8
Total	3116	100,0

tante destacar que la mayoría de estas empresas productivas demandan y cuenta con personal que no requieren de grandes capacidades y preparación para las labores que desempeñan, En esto caso se valora más la experiencia, destrezas y habilidades que los conocimientos técnicos y profesionales.

Tabla 28. Cómo valora la capacidad de su personal

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	103	24,5
Bueno	297	70,7
Regular	17	4,0
Deficiente	3	,7
Total	420	99,9

De las 420 empresas del sector productivo, un 90% de sus propietarios revelaron que su personal no tiene necesidad de capacitación.

Tabla 29. Tienen el personal de producción necesidad de capacitación

	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	8,8
No	378	90,0
Algunos	5	1,2
Total	420	100,0

Debido al planteamiento antes señalado un 93.1% de los empresarios no están interesados en financiar capacitaciones para sus trabajadores.

Tabla 30. Estaría dispuesto a cofinanciar la capacitación de su personal de producción

	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	6,9
No	391	93,1
Total	420	100,0

El 68.7% de estas empresas han contratado personal adicional de uno a tres nuevos trabajadores, esto es producto del lento crecimiento empresarial.

Tabla 31. Cantidad de personal adicional contratado recientemente

	Frecuencia	Porcentaje
1 - 3	11	68,7
4 - 7	1	6,3
más de 15	4	25,0
Total	16	100,0
Total	3116	100,0

El 86.9 % de las 420 empresas productivas no cuenta con ningún tipo de sistema de control de calidad, ni practican un sistema de producción más limpia y el 97.1% no cuenta con certificados de acreditación de calidad.

Tabla 32

	Frecuencia	Porcentaje
No cuentan con un sistema de control de calidad	365	86,9
No usan Principios de producción más limpia	365	86,9
No tienen algún certificado/acreditación de calidad	408	97,1

El 68.3 % se abastecen de su materia prima por medio de proveedores ubicados en el mercado local, refiriéndose a distribuidores que le abastecen directamente en su negocios de los bienes, materias primas y servicios requeridos.

De igual forma, el 25.8% aseveran abastecerse por proveedores ubicados en el mercado nacional. (Tabl 33)

Con respecto al comportamiento de las ventas los encuestados de los 3,116 negocios aducen que se han mantenido lo

Tabla 33. Abastecimiento de la materia prima

	Frecuencia	Porcentaje
Autoabastecimiento	174	5,6
Proveedores/Distribuidores	2128	68,3
Mercado nacional	805	25,8
Proveedor en el mercado internacional	9	,3
Total	3116	100,0

que representa un 58% y un 24.2 % cercioran que sus ventas han bajado en los últimos tres años.

Tabla 34. Cómo se han comportado las ventas en los últimos tres años

	Frecuencia	Porcentaje
Han subido mucho	113	3,6
Han subido	301	9,7
Se han mantenido	1807	58,0
Han bajado	755	24,2
Han bajado mucho	140	4,5
Total	3116	100,0

En un 78.7% sus ventas mensuales están comprendidas en un rango de menos de C\$10,000.00 a C\$15,000.00, solo un 5.7% afirmaron que estas ascienden a más de C\$30,000.00 córdobas mensuales.

Tabla 35. A cuánto ascienden sus ventas mensuales

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de C\$10000	1709	54,8
Entre C\$10000 y 15000	744	23,9
Entre C\$15000 y 20000	236	7,6
Entre C\$20000 y 25000	153	4,9
Entre C\$25000 y 30000	95	3,0
Más de C\$30000	179	5,7
Total	3116	100,0

El 80.9% de los propietarios de la empresa en estudio respondieron que el negocio se ubica en el punto de equilibrio (56.1%) por arriba del punto de equilibrio (24,8%). ➤

► Tabla 36. A ese nivel de ventas esta por

	Frecuencia	Porcentaje
En el punto de equilibrio	1748	56,1
Por debajo del punto de equilibrio	544	17,5
Muy debajo del punto de equilibrio	52	1,7
Muy por encima del punto de equilibrio	772	24,8
Total	3116	100,0

Con relación a la dirección y administración de los negocios, el 94.4% de estos negocios son dirigidos por sus propietarios, solamente un 2.7 por ciento es dirigido o administrado por personal contratado.

Tabla 37. Quien administra el negocio

	Frecuencia	Porcentaje
Propietario/socio	2943	94,4
Pariente	90	2,9
Contratado	83	2,7
Total	3116	100,0

El 66.3% de los que administran estos negocios poseen un nivel educativo máximo de bachiller y solo un 29.7% cuenta con administradores con un nivel técnico o profesional. Demostrando que la mayoría de los negocios son dirigidos y administrados basándose el instinto, experiencia y habilidad más que en la ciencia, lo que se refleja en un alto grado de empirismo en la administración y dirección de estos negocios.

Tabla 38. Nivel profesional que administra el negocio

	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	897	28,8
Ciclo básico	331	10,6
Bachiller	838	26,9
Técnico	187	6,0
Profesional	740	23,7
No sabe leer/escribir	123	3,9
Total	3116	100,0

El 93.9 % no llevan ningún tipo de registro contable, algunos de ellos registran alguna información en cuadernos informales. Solamente un 6% lleva contabilidad formal propia o terciaria lo que es característico de las empresas medianas.

Tabla 39

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	1821	58,4
Cuaderno	1106	35,5
Contabilidad tercerizada	41	1,3
Contabilidad formal	148	4,7
Total	3116	100,0

De las 189 empresas que llevan contabilidad un 78.3% la implementan a través de un sistema manual y solo el 21.7% utilizan sistema automatizado.

Tabla 40.

	Frecuencia	Porcentaje
Manual	148	78,3
Automatizada	41	21,7
Total	189	100,0

El 37.83% pagan cuota fija a la D.G.I y tributos a las Alcaldías Municipales, 977 empresas solo pagan los tributos y tasas a las Alcaldías Municipales. De las 1,179 que pagan tributos a la D.G.I, y las Alcaldías Municipales, 33 son retenedoras del IVA, 15 pagan Seguros Social e INA-TEC. No cumplen compromisos tributarios con la D.G.I y ni las Alcaldías Municipales 960 empresas.

Tabla 41. A que régimen pertenece

	Frecuencia	Porcentaje
Alcaldía	977	31,4
D.G.I Cuota Fija	1179	37,8
Ninguno	960	30,8
Total	3116	100,0

El 40.2% de las empresas no planifican los pagos tributarios, sin embargo el 59.8 % manifestó planificarlas.

Tabla 42. La empresa planifica los pagos tributarios

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1862	59,8
No	1254	40,2
Total	3116	100,0

Únicamente un 29% se consideran que temporalmente están exoneradas, por ser negocios nuevos, así como negocio que por su actividad económica no se les cobra tributo en el caso de las tortillerías, sin embargo el 71% se consideran que evaden los compromisos tributarios con estas instituciones.

Tabla 43. Qué tipo de exoneración recibe el negocio por parte del gobierno

	Frecuencia	Porcentaje
Municipal y central	278	29,0
Ninguna	682	71,0
Total	960	100,0

El 64.5% no obtienen utilidades en su negocios, aunque la mayoría de estos administrados por sus propietarios no tienen asignado salarios, pero constantemente retiran dinero de su negocio para resolver problema de subsistencia y de otros tipos de necesidad.

Tabla 44. La MIPYME tiene utilidades

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1106	35,5
No	2010	64,5
Total	3116	100,0

El 64.5% no retiene utilidades solo un 35.5% retienen utilidades desde el 1% en su mayoría hasta el 20% en una pequeña proporción. (Tabla 45)

En un 48.5% mostraron contar con trabajadores que tienen estipulado sus salarios (24.9 % mujeres y 23.6% hombres) y el restante 51.4% no tienen formalmente definido un salario, esta situación por lo general se presenta en microempresas más pequeñas (mini pulperías, tortillerías,

Tabla 45. Indique que porcentaje retiene de las ventas

	Frecuencia	Porcentaje
0%	2010	64,5
del 1% al 10%	607	19,5
del 11% al 20%	394	12,6
Más del 20%	105	3,4
Total	3116	100,0

tiendas, fritangas) que no asignan salarios a quienes realizan distintos tipos de trabajo.

Tabla 46. Indique la cantidad de Mujeres que trabaja sin salario

	Frecuencia	Porcentaje
Mujeres sin salario	2643	28,0
Mujeres con salario	2350	24,9
Hombres sin salario	2208	23,4
Hombres con salario	2229	23,6
Total	9430	100,0

El 76.2% afirmaron que tienen como fuente de financiamiento sus fondos propios y reinversión de sus utilidades.

Las empresas que optan por el financiamiento externo en un 14% recurren a las financieras (8.3%) y bancos un (5.7%) estas son empresas generalmente de tamaño pequeños o medianos. Usualmente la micro empresa se financia ➤

Tabla 47. Las fuentes de financiamiento de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Préstamos comerciales bancarios	178	5,7
Préstamos comerciales de financieras	260	8,3
Prestamos de cooperativa	72	2,3
Fondos propios	2306	74,0
Reinversión de utilidades	69	2,2
Créditos de proveedores	65	2,1
Prestamos de programas gubernamentales	24	,8
Otros	142	4,6
Total	3116	100,0

con fondos propios o fondos gubernamentales dirigidos específicamente a este sector tales como programa de usura cero, ya que esta cobra solamente mantenimiento de valor y 0% de tasa de interés. (Tabla 47)

Con relación al control de sus costos afirmaron en un 63.6% no poner en práctica ningún sistema de control de costos, únicamente un 36.4% respondieron afirmativamente.

Tabla 48. Cuenta con sistemas de control de costos

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1135	36,4
No	1981	63,6
Total	3116	100,0

El 65.1% de los propietarios de estos negocios revelaron programar los pagos a sus proveedores en correspondencia con los plazos acordados, éstos por lo general otorgan financiamiento a un plazo de 8 a 15 días, en el caso de las empresas medianas este aplazamiento puede extenderse de 30 a 45 días.

Tabla 49. Planifica los pagos a proveedores

	Frecuencia	Porcentaje
Si	2028	65,1
No	1088	34,9
Total	3116	100,0

El 59.9% de los empresarios no llevan ningún control de sus créditos y préstamos.

Tabla 50. Lleva control de sus créditos y préstamos

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1250	40,1
No	1866	59,9
Total	3116	100,0

El 67.7% dijeron no tener liquidez financiera para enfrentar situaciones urgentes, pues estos negocios en su mayoría.

Tabla 51. La empresa tiene liquidez financiera para enfrentar urgencias

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1006	32,3
No	2110	67,7
Total	3116	100,0

En lo relacionado con el aumento del capital propio observado por los empresarios de las empresas en estudio, un 45.4% creció entre un 10 y un 20% y solo un 5 % creció entre 50 a 60% en los últimos años.

Tabla 52. En cuanto aumento el capital propio en los últimos años

	Frecuencia	Porcentaje
10-20%	1414	45,4
30-40%	599	19,2
50-60%	156	5,0
70-80%	96	3,1
90-100%	23	,7
Más del 100%	14	,4
Ninguno de los porcentajes	814	26,1
Total	3116	100,0

El 88% de estos negocios no tiene definido, ni implementan ningún tipo de procedimiento para reclutar y seleccionar personal, pues en la mayoría de estos negocios el personal son familiares o personas conocidas, por otro lado debido al carácter simple de las funciones de los cargos o puestos.

Tabla 53. Cuenta con procedimientos para reclutar, seleccionar y contratar personal

	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	10,3
No	2743	88,0
Algunos	53	1,7
Total	3116	100,0

Así mismo, se muestra en los resultados que un 89.9% no cuentan con programas de inducción para el personal nuevo.

Tabla 54. Se cuenta con algún programa de inducción para el personal nuevo

	Frecuencia	Porcentaje
Si	314	10,1
No	2802	89,9
Total	3116	100,0

Ahora bien, el 85.7 % no cuenta con reglamento interno de trabajo formalmente diseñado e implementado, por lo general las normas y reglas que debe seguir el trabajador se les comunica de forma verbal y sin básicas para el desarrollo de su trabajo.

Tabla 55. Cuenta la empresa con reglamento interno de trabajo

	Frecuencia	Porcentaje
Si	447	14,3
No	2669	85,7
Total	3116	100,0

En el 76.3% de las empresas estudiadas no implementan ningún tipo de evaluación al personal formal y previamente definida.

Tabla 56. Evalúa su personal en forma periódica

	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	481	15,4
Semestralmente	99	3,2
Anualmente	51	1,6
Nunca	2377	76,3
Otras	108	3,5
Total	3116	100,0

Un 92.5% no cuenta ni implementan planes de capacitación porque consideran que las funciones de los cargos que desempeñan sus colaboradores son simples y las capacitaciones requieren de inversión y dado los bajos recursos que genera el negocio no les permite invertir en este rubro. (Tabla 57)

Los propietarios de estos negocios hacen constar que un 94.9% valoran el clima organizacional en su negocio

Tabla 57. Se cuenta con un plan de capacitaciones

	Frecuencia	Porcentaje
Si	235	7,5
No	2881	92,5
Total	3116	100,0

como bueno y muy bueno, lo que demuestra que dentro del negocio existen buenas relaciones patrón-colaborador, satisfacción laboral.

Tabla 58. Cómo valora el clima organizacional de su empresa

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	1003	32,2
Bueno	1953	62,7
Regular	143	4,6
Deficiente	17	,5
Total	3116	100,0

En la gran mayoría de estos negocios (82.2%) los trabajadores o empleados reciben únicamente un "salario", sin ningún otro tipo de complemento o incentivo, este puede ser pagado mensual o quincenal generalmente.

Tabla 59. Los recursos humanos reciben

	Frecuencia	Porcentaje
Comisiones por venta	156	5,0
Comisiones producción	52	1,7
Bonos	43	1,4
Regalías	212	6,8
Premios	40	1,3
Canasta básica	53	1,7
Ninguno	2560	82,2
Total	3116	100,0

El uso de la tecnología para la gestión y comunicación empresarial en estos tipos de negocios se muestra muy pobre pues un 86.6% de ellos no hacen uso del internet para el desempeño de sus distintas funciones, relaciones o comunicación de negocios.

Tabla 60. La empresa hace uso de internet para su funcionamiento

	Frecuencia	Porcentaje
Si	417	13,4
No	2699	86,6
Total	3116	100,0

De los 417 que afirman utilizar el servicio de internet, el 85.8% tienen de un a cinco años, de éstos el 100% consideran de suma importancia y utilidad para el funcionamiento de su negocio el uso del servicio. Así mismo consideran que el impacto de este servicio ha sido entre positivo y muy positivo para el desempeño de las actividades del negocio y personal.

Tabla 61. Uso, importancia e impacto de Internet en las Empresas

	Frecuencia	Porcentaje
Hacen uso de Internet 1 - 5 años	417	85,8
Importante que la empresa haga uso de internet	417	100,0
Impacto de hacer uso de Internet positivo y muy positivo	417	100,0

El 98.1% utilizan el servicio para contactar proveedores (45.1%), pagar cuentas (20.9%), publicitar su negocio (21.3%), informarse de la competencia (11.5%). También el 61.9% acceden a internet por línea telefónica y el 28.5 % a través de Modem.

Tabla 62. Indique para que utiliza el internet

	Frecuencia	Porcentaje
Contactar proveedores	188	45,1
Pagar cuentas	87	20,9
Exportar / Importar	5	1,2
Publicar el producto / servicio	89	21,3
Informarse de la competencia	48	11,5
Total	417	100,0

Dentro de las empresas que hacen uso del internet, la cantidad de personas que la utilizan es de 1 a 2 colaboradores representando el 84.2%.

Tabla 63. Cuantas personas hacen uso de internet

1	214	51,3
2	137	32,9
3	40	9,6
4	12	2,9
5	12	2,9
6	1	,2
10	1	,2
TOTAL	417	100,0

De las MIPYME que no hacen uso del servicio de internet que están representado por 2,699, el 37.6% de los encuestados no utiliza internet por no saber usarlos y un 31.7% manifestó que por tener el servicio un valor muy costoso y el 16.9% argumenta no contar un proveedor del servicio cercano a su municipio.

Tabla 64. Porque no hace uso de internet

	Frecuencia	Porcentaje
No tiene un centro de internet cerca	455	16,9
No sabe usarlo	1015	37,6
No tiene líneas telefónicas	279	10,3
La tarifa es costosa	855	31,7
No hay proveedores del servicio	95	3,5
Total	2699	100,0

De igual forma, el 80.5% manifestó, no tener interés en contar con el servicio de internet, ni lo considera importante para el funcionamiento de su negocio.

Tabla 65. Le gustaría tener acceso a internet

Si	525	24,1
No	2174	80,5
Total	2699	86,6

El 94.8% expresaron no haber sido beneficiado con ningún programa de apoyo, ni de carácter gubernamental y no gubernamental. Únicamente el 5.2% manifestaron que han recibido apoyo en lo referido a capacitación y asistencia técnica.

Tabla 66. Ha sido beneficiado de algún(os) programas/proyectos de apoyo

	Frecuencia	Porcentaje
Si	161	5,2
No	2955	94,8
Total	3116	100,0

De los 161 negocios que tuvieron acceso a programas o proyectos de apoyo 34.2% obtuvieron un financiamiento total, el 43.5% obtuvieron financiamiento parcial y los restantes beneficiados solo obtuvieron acceso a la asistencia técnica y/o capacitaciones.

Tabla 67. Qué tipo de apoyo ha recibido

Financiamiento total	55	34,2
Financiamiento parcial	70	43,5
Asistencia técnica	4	2,5
Capacitación	32	19,9
TOTAL	161	100,0

El 66%, específico no requerir de financiamiento y del restante 34% afirmaron requerir, de estos el 67% demanda financiamiento en efectivo a bajas tasas de interés y el restante 33% lo prefieren en forma de capacitación o de asistencia técnica.

El 94.8% plantearon que los programas implementados por el gobierno central fueron de carácter limitado, el 3.4% manifestaron que eran efectivos.

Tabla 68. Como valoraría los programas/proyectos de apoyo impulsados por el Gobierno central

Efectivos	105	3,4
Inadecuados	56	1,8
Limitados	2955	94,8
Total	3116	100,0

V. CONCLUSIONES

Después de haber realizado el análisis e interpretación de resultados y tomando en consideración los objetivos del

diagnostico se llega a las siguientes conclusiones.

En las Indagaciones sobre las características sociales-económicas de las MIPYME, del departamento de Chontales se concluye.

- El departamento de Chontales cuenta con 4,608 MIPYME, de las cuales fueron objeto de estudio 3116 (68%).
- La gran mayoría de las MIPYME son propiedad de mujeres, en su mayoría menores de 50 años, cuentan con un nivel de escolaridad superior al bachillerato.
- En los municipios de Santo Tomas, y Juigalpa se encuentra la mayor parte de MIPYME. La mayoría tienen de 10 a menos años de existencia (66%), más de la mitad poseen numero RUC.
- El 89.5% se concentra en el sector terciario y el 62% se dedican a la actividad comercial, son de propiedad individual y familiar y en su mayoría se ubican en casas de habitación.

Al corroborar la visión estratégica y organizacional implementada por las MIPYME del departamento de Chontales se destaca:

- La gran mayoría de negocios cuentan con 5 a menos trabajadores.
- No cuentan con Misión, Visión, Objetivos y valores claramente definidos, documentada y compartida. Solo tienen ideas mentales.
- No elaboran ni implementan planes formales, presupuestos y similares.
- No tienen definida su estructura orgánica.
- Las funciones de los cargos no están documentadas y se transmiten de forma oral.
- La generalidad de estos negocios en todo su quehacer estratégico y organizativo actúa empíricamente.

En la Verificación de los sistemas de mercadeo y comercialización utilizados por las MIPYME, del departamento de chontales.

- Los negocios intermediarios, comercializan con productos que tienen marca, etiquetas y empaque. A diferencia de los servicios o productos generados por

empresas de manufactura que no cuentan por lo general con estos elementos mercadológicos.

- Los precios los determinan, aplicando métodos de porcentajes de ganancia sobre el precio y el basado en los costos.
- El principal mercado en que se enfocan estos negocios es el mercado municipal.
- Los negocios cuentan con personal de venta aportando buena calidad del servicio al cliente. No invierten en publicidad y quienes lo hacen es a través de la radio y tv locales. De igual manera no implementan estrategias de promoción de ventas.

Identificación del nivel tecnológico usado en los distintos procesos productivos que se ejecutan en las MIPYME, del departamento de Chontales.

- Más de la mitad de negocios utilizan maquinaria y equipo, sin embargo, la gran mayoría no está interesada en adquirir estos.
- De las 420 empresas del sector productivo, el 95.6% emplea a 5 trabajadores, de estas, la mayoría cuenta con una buena organización y clara definición de procesos productivos.
- La capacidad instalada es sub utilizada en un 59.3% de negocios. La tecnología en estas empresas es semi-tecnificada, su personal tiene buena capacidad. No cuentan con sistemas de control de calidad, ni prácticas de producción limpia y no poseen certificado de acreditación de la calidad.
- Se abastecen de materia prima y servicios por proveedores nacionales.
- Obtienen ingresos por venta entre otras 10,000 a 45,000 córdobas. Estos negocios son gerenciados por sus propietarios o personal contratado.

Determinar el estado y los sistemas de control financiero y contable en las MIPYME, del departamento de Chontales.

- El 93.8% no cuentan con registros contables formales. Quienes llevan registro lo realizan de forma manual y automatizada.
- El 37.8% paga tributos al gobierno municipal y a la Dirección General de Ingresos.

- El 31.4% solamente paga al gobierno municipal, la diferencia son evasores o exonerados.
- El 64.5% no obtienen utilidades en su negocios.
- El 14.10% de las empresas recurren a las financieras y banco en brusquedad de financiamiento.
- En su mayoría no llevan ningún sistema de control de costos.
- El pago a los proveedores se realizan en los plazos convenidos.
- El aumento del capital propio en estos negocios creció entre un 10 y 20 % (45.4%) y un 50 y 60 % (5%).

Constatar el uso de técnicas y prácticas de los recursos humanos en las MIPYME, del departamento de Chontales.

El 80% y 90% de empresas no implementan sistemas apropiados de reclutamientos, selección, contratación, inducción, capacitación, evaluación, de igual manera carecen de herramientas de control del personal y evaluación sistemática del personal,

El 94.9% de estos valoran el clima organizacional de bueno y muy bueno.

En el (82.2%) de estos negocios los colaboradores reciben únicamente un “sueldo o salario”, que se paga mensual, quincenal o semanal, según lo convenido, sin gozar de ningún otro tipo de complemento o incentivo.

Verificar el acceso a la tecnología de información y comunicación utilizada por las MIPYME del departamento de Chontales.

El 86.6% de estas empresas no hacen uso de Internet como un medio, para fortalecer la gestión y comunicación empresarial. Solo el 13.4% de estas empresas utilizan este tipo de red, para hacer negocios y publicitarse.

El 80.5% de los negocios que no cuentan con servicios de Internet no muestran interés en contar con este servicio.

Comprobar la participación y aprovechamiento de las MIPYME en el uso de programas de apoyo gubernamentales y no gubernamentales.

- El 94.8 % no han sido beneficiados con programas de apoyo ni de parte del gobierno ni de organismos no

gubernamentales y el 5.2% obtuvieron financiamiento total (34.2%) y total y el 43.5% parcialmente y los restantes recibieron financiamiento en forma de capacitación y asistencia técnica.

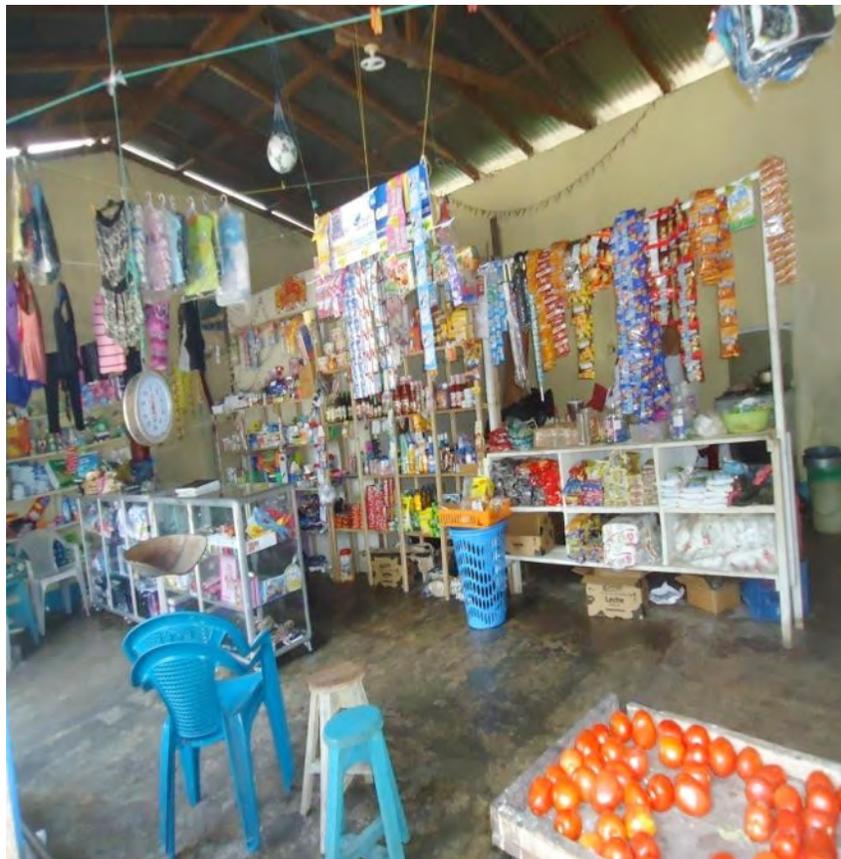
- El 66% de estas empresas plantean no requerir financiamiento
- El 94.8%. Consideran que los programas implementados por el gobierno son limitados y no se orientan específicamente al sector existente de MIPYME.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Castro, A. M. (2008). El lenguaje del financiero. Mexico: Grupo editorial patria S.A. de C.V.
- Dietrich, D. M. (2012 de Marzo de 2012). Solo para los grandes. La Prensa . Mendez, J. S. (1890). Fundamentos de Economía. Mexico: McGraw-Hill.
- Robbins , S., & Coulter , M. (2005). Administración. Pearson.
- Saavedra Garcia, M. L., Moreno Uribe, H., & Hernandez Callejas, G. Y. (2008).
- Características de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo.
- Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional , 62.
- Salazar Michel, J. A. (2006). Sobre el estatuto epistemológico. Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales. Mérida-Venezuela, 151.
- Tania Diaz, G. S. (2011). Las MIPYMES como base de la economía nacional. El lobservador economico.
- Vera Colina, M., & Mora Riapira, E. (1er. Semestre 2011,). LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN EN MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS. Revista de la
- Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas., 215. (<http://www.mec.org.ni>.2011)
- (www.conimipyme.org.ni). (<http://www.mec.org.ni>.2011)

FOTOS MIPYMES







PONENCIAS

**TRABAJOS
EN RESUMEN**

ESTUDIO DE CASOS: UNA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA, EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR, PARA LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS INTEGRADORAS Y EMPRENDEDORAS

RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto la aplicación piloto del Método de Casos como metodología de enseñanza para la adquisición de las competencias integradoras y emprendedoras por parte de los estudiantes de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Central de Chile, de los cuatro primeros semestres de la carrera. Esto da la oportunidad de capacitar a los docentes en material didáctico de casos para la enseñanza, comparar los aprendizajes entre alumnos que vivenciaron esta metodología de enseñanza-aprendizaje y aquellos que no y, por último, evaluar los resultados de valoración que los estudiantes dan a la experiencia. Se realiza un análisis detallado de los resultados académicos obtenidos, para finalizar con unas reflexiones sobre las ventajas e inconvenientes que esta metodología tiene para la enseñanza de las distintas áreas de conocimientos y para adecuarse al contexto de aprendizaje de competencias y habilidades. Por lo anterior es que para cada aspecto evaluado, se presenten los resultados del grupo control, luego los del grupo experimental y por último la comparación de los resultados obtenidos entre ambos grupos. Las carencias de formación más relevantes en ambos grupos, se refieren a conceptos y modelos económicos-matemáticos en situaciones cotidianas.

PALABRAS CLAVE: *Metodología de enseñanza, estudio de casos, competencias*

**Dra. Fabiola Andrea Argandoña
Gómez**

fabiolaargandona@yahoo.es

Facultad de Economía y Negocios,
Universidad Central de Chile

Mg. María Cecilia Persico Jiménez

cecilia.persico@gmail.com

Facultad de Economía y Negocios
Universidad Central de Chile

Mg. Ana María Visic Matulic

anamariavistic@gmail.com

Facultad de Economía y Negocios
Universidad Central de Chile

**Mg. Jacqueline Ivonne Bouffanais
Cuevas**

jbouffanais@ucentral.cl

Facultad de Economía y Negocios
Universidad Central de Chile

UN MODELO PARA LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA A EMPRENDIMIENTOS RURALES

RESUMEN

Este artículo pretende compartir el diseño de un modelo para la transferencia de tecnología que se desarrolló tomando como base una investigación diagnóstica sobre los factores que afectan la competitividad de los agronegocios en el Estado de Yucatán, México, y la experiencia del equipo de investigadores en temas de asesoría y servicio a micro-pequeña empresa y emprendedores. El estudio aludido revela que el 75% de los negocios encuestados, tiene entre 1 y 10 integrantes y en este proyecto se optó por diseñar un modelo para transferir tecnología a grupos considerados vulnerables por su condición económica y nivel de estudios pero con vocación productiva. Se analizaron los requerimientos de estos grupos para mejorar su competitividad, sus fortalezas, problemática en común, entre ellas la complejidad para transferirles tecnología por sus propias características. El grupo de investigadores empezó trabajando bajo el principio básico de investigación acción y posteriormente se diseñó un modelo a la medida con la intención de que contribuya a incrementar la competitividad de estos grupos considerando las áreas que implica y factores que tienen que ver con su educación, cultura y recursos.

PALABRAS CLAVE: *Transferencia, tecnología, emprendedores, rurales, competitividad.*

Luis Carlos G. Cantón Castillo

lgcanton@correo.uady.mx

Master en Administración. Profesor de carrera Titular "C". Facultad de Ingeniería Química. Universidad Autónoma de Yucatán, México

Magaly Iuit González

igonzal@correo.uady.mx

Master en Administración. Técnico académico Titular "B".

Facultad de Ingeniería Química. Universidad Autónoma de Yucatán, México

Jorge Santiago Santos Flores

sflores@correo.uady.mx

Doctor en Sistemas Agropecuarios y de Comercialización de Alimentos. Profesor de carrera Titular "C". Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia. Universidad Autónoma de Yucatán, México.

ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

RESUMEN

Nuestro trabajo se enmarca dentro del proceso de describir, analizar y explorar el Modelo de Incubación y Transferencia de Tecnología de la Universitat de València hacia la Sociedad Valenciana, con el objetivo de hallar puntos de anclaje para iniciativas, incluso, de mejora de los servicios y procedimientos definidos y propuestos por la propia Universidad. La Universitat de València en su plan estratégico 2016-2019 se define como “una universidad que fomenta la investigación, tanto básica como aplicada y el desarrollo científico y tecnológico”. En concreto en el apartado de transferencia su objetivo es “poner en valor los resultados de la investigación”. Para ello ha desarrollado un ecosistema que aglutina toda una serie de servicios, medios y recursos que pugnan por captar, generar y gestionar el talento y el conocimiento universitario disponible para ver quién es y cómo lo hace, es capaz de transferir más resultados de la investigación generada en forma de productos, servicios, procesos, innovaciones tecnológicas, etc. en los distintos ámbitos de aplicación sectorial. Nuestro trabajo concluye con un comentario crítico que enfatiza en la necesidad de equilibrar el ecosistema generado compensándolo hacia el establecimiento del factor financiero y argumentando sobre la necesidad de establecer “nuevas” formas a implementar en el proceso de transferencia para generar realmente un flujo efectivo hacia las empresas.

PALABRAS CLAVE: *Transferencia, ecosistema, emprendimiento, conocimiento*

José Manuel Comeche Martínez

comeche@uv.es

Doctor en Dirección de Empresas.
Profesor de la Universidad de
Valencia, España

Ramón Torcal i Tomás

torcal@uv.es

Profesor de la Universidad de
Valencia, España

EL BIG FIVE Y SU IMPLICACIÓN EN LA NEGOCIACIÓN: UN ESTUDIO INTERDISCIPLINARIO DE ECONOMÍA EXPERIMENTAL

RESUMEN

Esta investigación estudia como las dimensiones de la personalidad afectan el comportamiento negociador y consecuentemente los resultados de la negociación. Las dos herramientas metodológicas más importantes que se utilizan en esta investigación son la Economía Experimental y las cinco grandes dimensiones de la personalidad "Big Five". Hemos aplicado los experimentos y test psicométricos con estudiantes de último nivel de carreras afines a la administración de empresas en una universidad española y una costarricense. La selección del estudio de la personalidad se base en el grado en que ésta modula el comportamiento y éste a su vez los resultados de la negociación. Así, con los resultados de esta investigación hemos identificado como la negociación es modificada por las dimensiones de la personalidad, a saber: la extraversión, la estabilidad emocional, la amabilidad, la responsabilidad y la apertura al cambio. Cabe destacar que el efecto de la personalidad en la negociación ha sido poco estudiado en la literatura y más aún cuando se trata de estudios de carácter cualitativo. Entre los hallazgos más relevantes, destacamos tres dimensiones que afectaron significativamente el comportamiento negociador, que son: la estabilidad emocional, la responsabilidad y la extraversión. La manera en que éstas están relacionadas al comportamiento es parte de lo que revelaremos en este informe, pero adelantamos que los resultados tienen implicación tanto académica como empresarial y pueden ser de utilidad para mejorar el entendimiento, la eficiencia y eficacia de la negociación.

PALABRAS CLAVE: *Negociación comercial, comportamiento negociador, resultados de negociación, personalidad, Big Five, economía experimental.*

Gustavo Cubillo Salas

gcubillo@tec.ac.cr

Doctor en Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia, España. Profesor de la Escuela de Administración de Empresas del Tecnológico de Costa Rica

María del Carmen Saorín-Iborra

Doctora. Especialidad: Negociaciones inter-organizacionales. Dirección de Empresas, Universidad de Valencia, España

Guillermo Mateu

Doctor. Especialista en Economía Experimental. Laboratory LESSAC, Francia

Ivannia Murillo Guadamuz

Licenciada, especialista psicología y recursos humanos. Profesora de Psicología, Universidad de Costa Rica

CAPITAL HUMANO Y FACTORES SOCIOLÓGICOS COMO DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO

RESUMEN

Este documento analiza cómo distintas formas de capital humano afectan la decisión emprendedora. Para alcanzar este objetivo, se lleva a cabo una revisión de la literatura existente para las variables de estudio, a saber, formación y autoconfianza como una habilidad percibida. Para la aplicación empírica se utilizó la información provista por la base los datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014 para Costa Rica. Entre los resultados obtenidos destacan que los ejemplos emprendedores (role model) influyen positivamente en la decisión emprendedora. Además, el miedo al fracaso hace que sea menos probable que las personas decidan emprender, mientras que las personas con autoconfianza en sus habilidades emprendedoras—habilidad percibida—deciden emprender más en comparación a otra persona que no cuente con esta habilidad.

PALABRAS CLAVE: *Actividad emprendedora, capital humano, habilidades percibidas, role model, miedo al fracaso*

Eugenia Ferreto

eferreto@itcr.ac.cr

Doctoranda en Dirección de Empresas, Instituto Tecnológico de Costa Rica. Profesora, Escuela de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica

Esteban Lafuente

esteban.lafuente@upc.edu

Doctor en Business Economics por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor del Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Cataluña, España

Juan Carlos Leiva

jleiva@itcr.ac.cr

Doctor en Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia, España. Profesor de la Escuela de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica

EL EMPRENDIMIENTO DE BASE TECNOLÓGICA: DEL DESEO A LA REALIDAD

RESUMEN

Esta ponencia describe los resultados de la investigación realizada, en el marco de la Red Universitaria de Emprendimiento REUNE, adscrita a la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, en ella participaron la Universidad Pontificia Bolivariana, la Universidad de Medellín, la Universidad de Antioquia, la Universidad Santo Tomás y la Universidad Francisco de Paula Santander.

El proceso investigativo, fue de carácter exploratorio, transversal y de campo, con el cual se buscaba identificar si las Instituciones de Educación Superior colombianas, desarrollan prácticas específicas para la generación y acompañamiento de emprendimientos de base tecnológica.

Uno de los resultados más llamativos es que existen vacíos conceptuales y diferentes comprensiones respecto a lo que se entiende por emprendimiento y empresas de base tecnológica, entre las IES encuestadas.

La relevancia de los resultados obtenidos en la investigación se apoya en el creciente interés del país, hacia el tema del emprendimiento basado en un conocimiento especializado, el cual es fortalecido por la reciente aprobación del Proyecto de Ley Spin-Off, la cual busca definir lineamientos y normas que permitan a las universidades públicas y privadas, crear empresas de base tecnológica (Spin-Off), emprendidas por sus investigadores y que estos obtengan incentivos por la aplicación de sus resultados de investigación.

PALABRAS CLAVE: *Emprendimiento, Base Tecnológica, Startup, Spin off, Instituciones de Educación Superior*

**María Eugenia Gómez
Zuluaga**

maria.gomez@upb.edu.co

Magister en Administración.
Coordinadora Línea
de Investigación en
Emprendimiento Grupo
de Estudios Empresariales.
Universidad Pontificia
Bolivariana, Medellín,
Colombia

DESERCIÓN DE PRIMER AÑO: ¿CÓMO IDENTIFICAR POSIBLES DESERTORES DE CARRERAS UNIVERSITARIAS?

RESUMEN

Este trabajo presenta un análisis del perfil de ingreso de los estudiantes de primer año universitario, para conocer su relación con la deserción en el contexto de dos carreras universitarias. El objetivo de este trabajo considera identificar la presencia de las variables específicas (género, edad, colegio de procedencia, entre otras) en los estudiantes que desertan y en los que permanecen en su primer año de estudios de las carreras en la Facultad de Economía y Negocios de una universidad privada de Chile. Para efectuar este estudio se considera un enfoque cuantitativo que analiza las características de los estudiantes que ingresaron, en jornada diurna, a dos de las cuatro carreras de la Facultad en los últimos cinco años. El estudio analiza la deserción en las cohortes 2011 a 2015, constatando una deserción relativa de un 17% promedio anual para Ingeniería Comercial y un 25,3% para Ingeniería de Ejecución en Administración de Negocios. Asimismo, los datos evidencian que un número significativo de los estudiantes que ingresan a la educación superior abandona el programa, lo que puede deberse a que se trasladan a otras carreras dentro de la misma Universidad, migran a otras instituciones de educación superior o interrumpen prolongadamente sus estudios.

PALABRAS CLAVE: *Deserción, perfil de ingreso, retención.*

**María Catalina Maluk
Abusleme**

Docente Universidad Central
de Chile

Ignacio Miranda Gómez

Docente Universidad Central
de Chile

FACTORES QUE INCIDEN EN LOS PROCESOS DE TRANSFERENCIA DE RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN: LA BIOTECNOLOGÍA EN COSTA RICA

RESUMEN

El TEC reconoce dentro de su misión y visión, la importancia de contribuir al desarrollo del país, la promoción de la investigación e innovación tecnológica y la vinculación con los sectores sociales y productivos. Sin embargo, no existe actualmente un modelo de transferencia de la tecnología para que llegue efectivamente a quienes la necesitan. Por esta razón, la Escuela de Administración de Empresas, en conjunto con la Escuela de Biología, requieren investigar los factores que inciden en los procesos de transferencia de resultados de investigación y desarrollar un modelo de transferencia, utilizando el caso de biotecnología y específicamente el proyecto de microalgas que se encuentra en una etapa final, listo para salir al mercado. Este constituye uno de los primeros proyectos que transfiere un paquete tecnológico complejo desarrollado con organismos vivos, el cual tiene la capacidad de producir biomasa con potencial de ser utilizada para elaboración de formulaciones de alimento animal. El objetivo de esta investigación es analizar los factores que inciden en los procesos de transferencia de resultados de investigación académica y desarrollar un modelo para el caso de biotecnología en Costa Rica. La investigación es de carácter cualitativa, obteniendo información de universidades nacionales e internacionales mediante entrevistas a profundidad y focus group con investigadores y funcionarios involucrados en el proceso, además de revisión sobre modelos de transferencia de tecnología utilizados y reportados en la literatura, así como la situación actual y legislación en el país. Los resultados parciales de esta investigación han permitido identificar las principales necesidades y limitaciones que existen a nivel nacional, así como los mecanismos de transferencia de tecnología más relevantes. Además, se cuenta con el diseño de un modelo preliminar de transferencia de tecnología para resultados de investigación en biotecnología, el cual puede adaptarse a otras áreas de investigación, a nivel nacional y a cualquier otro país latinoamericano.

PALABRAS CLAVE: *Transferencia tecnológica, relación universidad-empresa, empresas de biotecnología.*

José Martínez Villavicencio

jomartinez@tec.ac.cr

Doctor en Dirección de Empresas, por la Universidad de Valencia, España. Director del Centro de Investigación en Administración, Economía y Gestión (CIADEG) y Profesor catedrático, de la Escuela de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica

Margie Faith Vargas

Ingeniera y Master en Administración de Empresas. Investigadora del CIADEG de la Escuela de Administración de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO, BENEFICIOS DE RENDIMIENTO Y DE INNOVACIÓN EN LA COMERCIALIZACIÓN DIGITAL DE LAS MIPYMES EXPORTADORAS COSTARRICENSES

RESUMEN

El propósito de esta investigación consistió en analizar la calidad de los sitios de comercio electrónico de las empresas exportadoras costarricenses, e identificar factores de éxito y beneficios que consideran estas empresas han recibido de la implementación de esta innovación tecnológica. Se realizó el estudio para aproximadamente 2600 empresas, que conforman el directorio exportador costarricense de los años 2014- 2015 proveído por PROCOMER (Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica), obteniéndose que solo 82 empresas cuentan con sitio de comercialización. Se aplicó una encuesta a los gerentes de estas empresas para identificar los factores críticos de éxito, beneficios de rendimiento e innovación percibidos como recibidos por sus gerentes. En cuanto a la calidad de los sitios de comercialización, los resultados indican que las empresas ubicadas en provincias alejadas arrojan una menor calidad en sus sitios y que el tamaño de la empresa incide en una mayor calidad de los mismos. Se obtiene que las MiPymes exportadoras están comercializando muy poco a través de Internet, pero están conscientes que, para tener éxito en este proceso deben tener sitios digitales de comercialización con disponibilidad 24/7, con garantía de seguridad para los datos que ingrese el cliente, y con un diseño e interactividad orientado a satisfacer las necesidades de los consumidores. Los mayores beneficios de rendimiento que indicaron haber recibido las MiPymes exportadoras fueron una mejora en la imagen de la empresa y de sus productos, una mejor adaptación a las necesidades del mercado, y un crecimiento en su cuota de mercado. Los mayores beneficios de innovación recibidos fueron un mejor conocimiento del mercado, de los procesos globales de comercialización y ventas, y de opciones para desarrollar nuevos productos. Los resultados obtenidos indican que las MiPymes deben realizar análisis previos que identifiquen los beneficios a recibir, antes de realizar inversiones en la comercialización digital; así como tomar conciencia de la importancia de incursionar con mayor intensidad en estos procesos, pues se crearán sinergia de mejoramiento continuo, empresa-consumidores, que incidirán en un aumento de los beneficios a recibir.

PALABRAS CLAVE: Comercio electrónico, comercialización digital, factores críticos de éxito, rendimiento, innovación.

**Ivonne Vásquez
Esquivel**

ivasquez@tec.ac.cr

Ing. MSc – MAE. Profesora
– Investigadora. Escuela de
Administración de Empresas
del Tecnológico de Costa
Rica.



TEC | Tecnológico
de Costa Rica