

Perfil del emprendedor y las oportunidades para generar emprendimientos de base tecnológica en el Departamento del Quindío

Profile of the entrepreneur and opportunities for generating ventures in Technology-Based of Quindío

Libardo Carlos VARGAS Taborda [1](#); Martha Lucia GARCIA Londoño [2](#); Jhon Wilder ZARTHA Sossa [3](#)

Recibido: 24/07/16 • Aprobado: 14/08/2016

Conteúdo

[1. Introdução](#)

RESUMO:

Este trabajo va centrado en potenciar el desarrollo de la competitividad del empresariado en el Departamento del Quindío, Colombia, para esto se desarrolló el proceso de identificación del perfil emprendedor de emprendimientos de base tecnológica en el Departamento del Quindío. Dentro de lo desarrollado en el proyecto, se diseñó y aplicó un instrumento con el fin de conocer a profundidad características demográficas, psicográficas, factores sociales y motivadores de los emprendedores. De igual forma se indagó en la investigación por características de su emprendimiento como: tipo de negocio, mercado al que se dirige su empresa, factores incidentes en la formulación o creación de su negocio; esto con el fin de diseñar estrategias que logren activar el sector tecnológico en el departamento; determinando con esto que el emprendedor en su mayoría tiende a ser independiente, no cuenta con altos estudios posgraduales y su experiencia como empleado es muy baja, además se encuentra una fuerte inclinación a que los emprendedores pertenecen en su gran mayoría a la clase media del departamento.

Palavras-chave: emprendedor; base tecnológica; productividad; estructura económica; competitividad.

ABSTRACT:

This work is focused on promoting the development of the competitiveness of business in the Quindío, Colombia, for this the process of identifying the entrepreneurial profile of technology-based ventures in the Quindío Department developed. In what developed in the project it was designed and implemented an instrument in order to know the demographic, psychographic, social factors and motivators of entrepreneurs, intensity and detailment. Similarly it was investigated in research by characteristics of their venture as business type, market type of your company, factors incidents in the formulation or creation of your business; this in order to design strategies that will enable the technology sector at department; on the way that the entrepreneur mostly tends to be independent, does not have high graduates studies and experience as an employee is very low, also is a strong inclination to entrepreneurs belong mostly to the middle class on the place.

Keywords: entrepreneur; technological base; productivity; economic structure; competitiveness.

1. Introducción

Con el objetivo de crear un país más competitivo se formula El Plan Nacional de Desarrollo, un documento desarrollado en Presidencia de la Republica con el fin de direccionar la política del Presidente Juan Manuel Santos "prosperidad para todos".

"En Colombia se ve a diario el nacimiento y cierre constante de diferentes empresas que quieren dinamizar la economía del país, pero no logra llegar a su cometido y esto puede ser en gran medida por lo que nos plantea COLCIENCIAS y el Departamento Nacional de Planeación indicando que "en materia de Ciencia, Tecnología e Innovación, el problema central colombiano ha sido la baja capacidad del país para identificar, producir, difundir, usar e integrar conocimiento (DNP, 2009). Esta problemática se refleja entre otros factores, en los bajos niveles de innovación de las empresas. Mostrándonos una realidad cruda y afirmando que nuestro país se encuentra aún muy relegado frente a las grandes potencias mundiales." (Sierra, 2013)

En el desarrollo de la competitividad del empresariado en el Departamento del Quindío, se desarrolló el proceso de identificación del perfil emprendedor y de las oportunidades para el desarrollo de emprendimientos de base tecnológica en el Departamento, se diseñó y aplicó un instrumento con el fin de conocer a profundidad características demográficas, psicograficas, factores sociales y motivadores de los emprendedores. De igual forma se indagó en la investigación por características de su emprendimiento como: tipo de negocio, mercado(s) al (los) que se dirige su empresa, factores incidentes en la formulación o creación de su negocio; esto con el fin de diseñar estrategias que logren activar el sector tecnológico en el departamento.

Esta caracterización vinculada con los objetivos encontrados en el plan regional de competitividad, con los cuales se visiona al Departamento en el 2.032 en una economía de enfoque internacional, tiende a diseñar planes y estrategias necesarias con las cuales se contribuya a la generación de empleo en un sector privado fundamentado en innovación y educación que transforme el aparato productivo del departamento en un escenario idóneo para la inversión.

La competitividad, como temática dentro de la administración empresarial, es vista como "la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico" (Pablo, Giacinti, & Carretero, 2015, pág. 19). Esta definición tiene varios elementos que redefinen el papel del administrador al interior de la gestión empresarial, puesto que es menester de este el evaluar el nivel de competitividad de las empresas y el proponer diferentes alternativas para mejorar dicha posición. (Vargas, 2015)

Esta investigación da a conocer al emprendedor de Base Tecnológica del departamento del Quindío, un perfil que podría caracterizarlos y generar una unidad de trabajo en equipo. De esta forma, poder entender el dinamismo de lo que estos emprendimientos podrían llegar a desarrollar en materia de competitividad para el departamento del Quindío.

Para dar respuesta al objetivo, la investigación lleva un enfoque dominante de métodos cuantitativos y un alcance de tipo correlacional, en esta se busca verificar el comportamiento de una variable conociendo el valor o comportamiento que puede llevar la otra variable (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2003). Ya que esta investigación busca determinar la relación de las oportunidades de emprendimiento en el departamento del Quindío y los emprendimientos que se desarrollan actualmente.

Como resultado principal se puede evidenciar que el emprendedor en su mayoría tiende a ser independiente, no cuenta con altos estudios postgraduales y su experiencia como empleado es muy baja, además se encuentra una fuerte inclinación a que los emprendedores pertenecen en su gran mayoría a la clase media del departamento.

1.1. Estrategias Gubernamentales de fomento a la industria TI.

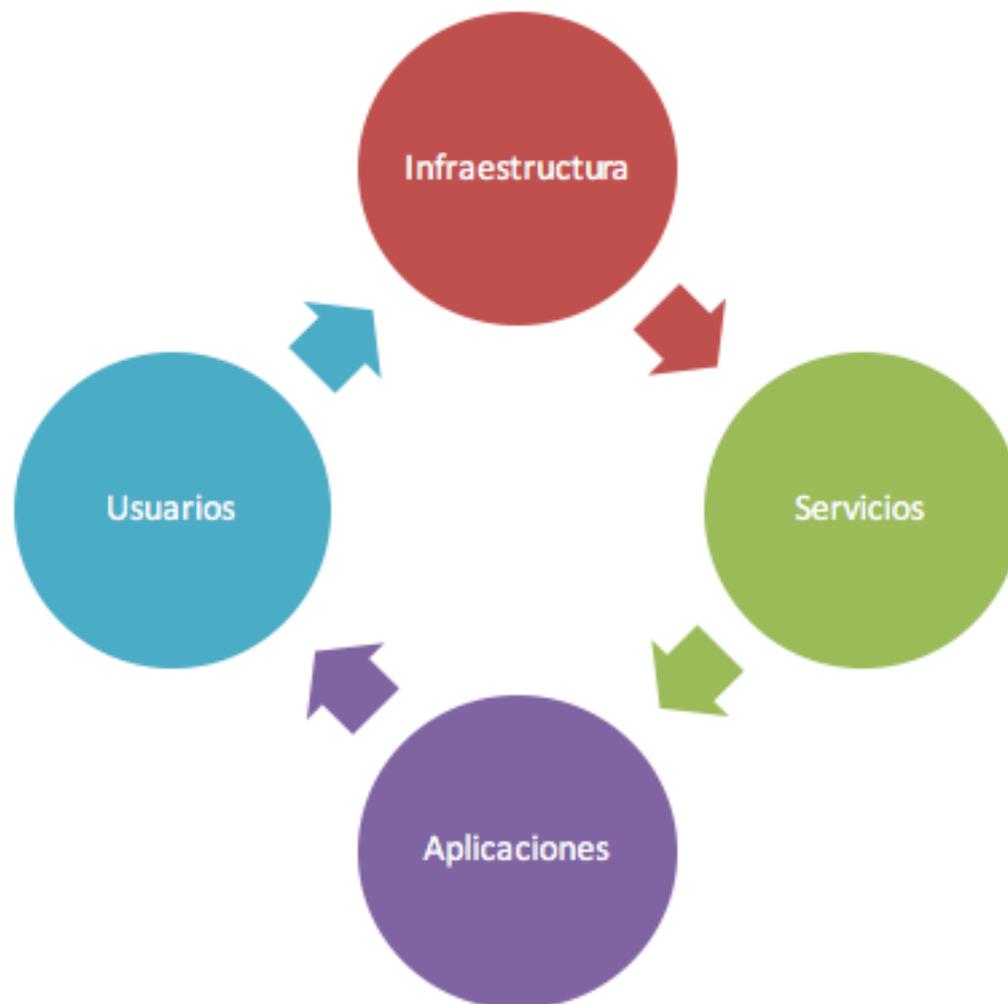
El Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – MINTIC, ha trazado un marco de acción estratégico denominado Plan Vive Digital el cual busca que Colombia dé un gran salto tecnológico mediante la masificación de Internet y el desarrollo del ecosistema digital nacional. (MINTIC, 2014)

Según (World Economic Forum, 2010) hay una correlación directa entre el Network Readiness Index, que mide el uso y desarrollo de las TIC, y su competitividad internacional, por lo que el Plan Vive Digital le apuesta, entre otras cosas, a la apropiación de las TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas para la generación de empleo y la reducción de la pobreza.

El Plan Vive Digital 2014 – 2018 tiene como propósitos impulsar el crecimiento del Ecosistema Digital en el país y consolidar el sistema de las TIC y la organización del MINTIC que apoyen al desarrollo del ecosistema en el país a través del estímulo de cuatro componentes: infraestructura, servicios, aplicaciones y usuarios; mediante la expansión de la infraestructura, la creación de nuevos servicios a precios más bajos, la promoción del desarrollo de aplicaciones y contenidos digitales y el impulso a la apropiación tecnológica por parte de éstos. Así, crea un círculo virtuoso en el que existe más demanda de los usuarios, más aplicaciones para éstos, más y mejores servicios a precios más económicos, en una infraestructura moderna (MINTIC, 2015) .

A continuación se observa la figura 1 donde se observa el dinamismo de un ecosistema digital

Figura 1. Dinamismo de un ecosistema digital.



Fuente: (Elaboración propia)

1.2. Infraestructura

Corresponde a los elementos físicos que proveen conectividad digital. Algunos ejemplos son las

redes de fibra óptica nacional, las torres de telefonía celular con sus equipos y antenas, y las redes de pares de cobre, coaxiales o de fibra óptica tendidas a los hogares y negocios.

Contempla las siguientes iniciativas:

- Red de telecomunicaciones para prevención y atención de desastres, infraestructura para zonas rurales, Hogares Digitales, nuevo Compartel, iniciativa que permitirá tener conectados 1.078 municipios del país, asignación de Espectro para IMT, Proyecto Vigilancia y Control Eficiente del Espectro, proyecto Nacional de Fibra Óptica, conexiones internacionales, estándares de infraestructura de telecomunicaciones en hogares, facilitación del despliegue de infraestructura de telecomunicaciones, para encontrar mecanismos a través de política pública y/o reglamentación que permitan desplegar infraestructura de telecomunicaciones en redes urbanas, regional o nacional. (MINTIC, 2015)

1.3. Servicios

Los servicios ofrecidos por los operadores hacen uso de la infraestructura y permiten desarrollar la conectividad digital. Algunos ejemplos de servicios son el servicio de Internet, el servicio de telefonía móvil o el servicio de mensajes de texto (SMS). Contempla las siguientes iniciativas:

- Masificación de terminales, mediante la entrega de Computadores y Tablet, computadores para Educar, entrega de computadores para conexión de sedes educativas, actualización Normativa Requerida en el Sector TIC, esquema de subsidios para internet en estratos 1 y 2, impacto de TIC en medio ambiente, para contribuir con la prevención y mitigación de los efectos negativos de los residuos electrónicos, desarrollar el Modelo de Vigilancia y Control Integral de todo el Sector, fortalecimiento de las Tecnologías de Información en la gestión del Estado y la información pública, para definir, implementar y evaluar políticas que permitan estandarizar y desarrollar la arquitectura de información, la gestión y el gobierno de ti, la seguridad de la información y el uso de ti en el estado, para contribuir al desarrollo de los diferentes sectores, impulsar el Buen Gobierno en la administración pública mediante las TI, para facilitar la vida diaria de las personas e incrementar la productividad y la competitividad de la administración pública mediante las TI. (MINTIC, 2015).

1.4. Aplicaciones

- Teletrabajo, en consonancia con la Ley 1221 de 2008, donde se define como una forma de organización laboral, fortalecimiento de la industria de TI/SW e ITO, Apps.co, la cual impulsa al desarrollo de aplicaciones Móviles, promoviendo y potenciando la creación de negocios a partir del uso de las TIC, promoción de la industria de contenidos digitales, a partir de fomentar la creatividad, desarrollar las capacidades, fortalecer los procesos de pre-producción, producción y postproducción para facilitar el acceso a mercados con mecanismos de financiación y aseguramiento de calidad, fortalecimiento de Contenidos de Radio y TV Pública, fortalecimiento de la Radio Comunitaria y de Interés Público, fortalecimiento de la radio nacional, para aumentar la cobertura de la Radio Nacional, fortalecimiento Del Servicio De Radiodifusión Sonora En Colombia, educación y TIC (Incluyendo software para interacción entre los padres y las escuelas), servicios Financieros Móviles, para masificar el uso de servicios transaccionales en el país, a través de medios digitales. (MINTIC, 2015)

1.5. Usuarios

Los usuarios hacen uso de las aplicaciones e indirectamente de los servicios e infraestructura para consumir y producir información digital. Los usuarios en este ecosistema somos todos los que usamos Internet, telefonía celular o cualquier otro medio de comunicación digital.

- Puntos Vive Digital, desarrollar la cultura digital en Colombia, formar expertos en espectro, capacitar sobre uso de las TIC en las bibliotecas y casas de la cultura, aprovechamiento de las TIC para mejorar la calidad educativa y contribuir con el cierre de la brecha de conocimiento, uso responsable de las TIC, en TIC Confío, cine para todos, para brindar acceso al cine a personas con discapacidad visual o auditiva, TIC para personas con discapacidad, empoderar al ciudadano para interactuar con

el Estado mediante las TI, TIC y comunidades étnicas, para masificar las TIC en las comunidades étnicas del país, Talento TI, donde se busca fortalecer la industria de TI mediante el desarrollo de acciones estratégicas. (MINTIC, 2015).

A partir de estas iniciativas se potencia la apropiación de tecnología desde los diferentes sectores y usuarios, lo que conlleva a un crecimiento en la demanda de empresas de base tecnológica que suplan las necesidades de un entorno basado en un ecosistema digital.

1.6. Desarrollo de Base Tecnológica y las políticas de competitividad.

Como lo menciona (PEDCTI, 2012), la competitividad se entiende como un complemento a las condiciones del entorno (físicas y jurídicas) para el crecimiento y estabilidad macroeconómica (Consejo Nacional de Política Económica y Social –CONPES– 3527, 2008).

La competitividad es un factor importante para vincular al país en mercados globalizados, al tiempo que genera oportunidades de trabajo formal permitiendo combatir fenómenos como la pobreza y la desigualdad. El gobierno es consciente que siendo competitivos se lograra el desarrollo socioeconómico y la prosperidad para la nación, teniendo en cuenta que otra variable relevante es la capacidad productiva de cada organización.

Como se mencionó anteriormente, dada la importancia que la competitividad tiene para el país y para sumergir las empresas en mercados internacionales se ha venido incrementando su presencia en las agendas técnicas y políticas, como se describe a continuación:

- Durante el período de 1990 a 1994, se adelantaron iniciativas para el estudio de la competitividad en el País; en esa ocasión se desarrolló el estudio de las fortalezas y vulnerabilidades del ambiente competitivo de Colombia. Después, en el siguiente período gubernamental, se creó el Consejo Nacional de Competitividad –CNC– (1996), para articular actores de la producción, comercialización, educación, investigación y el desarrollo científico y tecnológico con el fin de mejorar la productividad.
- Para el período 1998-2002 se dio origen a la Política Nacional para la Productividad y Competitividad –PNPC– 1999-2009; esta pretendía mejorar la productividad de las empresas y aumentar la competitividad de la producción nacional para lograr exportaciones con mayor valor agregado.
- Durante el periodo comprendido entre los años 2002-2006 el gobierno suscribió acuerdos de libre comercio y gestionó la elaboración de acuerdos comerciales con el Mercado Común del Sur y con Estados Unidos. En función de esto y con el fin de mejorar la competitividad y productividad de la economía nacional, el gobierno elaboró, en julio del 2004, la Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad: Metodología (CONPES 3297). Esta última permitió la concertación de agentes a nivel regional y nacional, del sector privado y público, para establecer apuestas productivas, estrategias, requisitos, sectores y regiones necesarios para alcanzar el nivel de competitividad deseado.
- En el año 2005, se da origen a la Alta Consejería para la Competitividad y la Productividad que en el 2006 trasciende al Sistema Administrativo Nacional de Competitividad –SNC – (CONPES 3668, 2010) a través del cual se busca una coordinación interinstitucional del Gobierno Nacional, e involucrar directamente la perspectiva del sector privado en el diseño de las políticas públicas, crear instancias de coordinación a nivel de las regiones y contar con un efectivo sistema de seguimiento y monitoreo a las políticas.
- Para el año 2006 se crearon las Comisiones Regionales de Competitividad –CRC–, con el propósito de mantener en contacto permanente a las regiones y generar espacios de discusión, validación y promoción de dinámicas para potenciar el desarrollo productivo y generar entornos competitivos e innovadores a través de los Planes Regional de Competitividad en cada departamento.
- Para el periodo 2010-2014, se continuó el Sistema Nacional de Competitividad; otorgándole gran importancia a las Comisiones Regionales de Competitividad con el Plan de Desarrollo del gobierno. En el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 se definieron tres grandes pilares para alcanzar los objetivos de crecimiento económico sostenible y competitividad, a saber: la innovación, las políticas

de competitividad y productividad y el impulso a las locomotoras para el crecimiento y la generación de empleo.

Es así, que el impacto de estas y otras políticas que se han implementado en Colombia, cobran relevancia en el Índice Global de Competitividad (GCI), del Foro Económico Mundial (FEM), el cual ha mantenido una constante mejoría en términos absolutos de su calificación.

Por otro lado, la Visión Colombia 2019 señala, la necesidad de impulsar procesos de investigación, fomentar la participación de la ciudadanía en la construcción de reflexiones sobre la nación y adelantar estrategias de formación de públicos, necesarias para consolidar procesos de apropiación social del conocimiento.

1.7. Procesos de innovación de las Pymes de Armenia Quindío.

La gestión de la innovación en materia teórica para Colombia se encuentra basada en la Norma NTC5801 y esta a su vez se soporta en diversos documentos reconocidos en el ámbito innovador mundial como lo son. El *Manual de Frascati* VI Ed. (2002), el *Manual de Oslo* V Ed. (2005), la Norma UNE 166000 (2006) y la NTC 5800 (2008). La aplicabilidad de esta norma al interior de las organizaciones permite y en especial a las Pymes donde se encuentran los emprendimientos de base tecnológica desarrollados en el Quindío, orientar sus resultados en los procesos de innovación y de esta manera impactar positivamente en la competitividad del departamento. (Vargas, 2015)

Los empresarios que dirigen las diferentes Pymes tienen claro que la innovación es importante para alcanzar los desafíos planteados en los diferentes mercados que participan, pero coinciden en que debido a la rápida dinámica de estos y falta de apoyo económico y de recursos por parte del gobierno, generar innovación de tipo radical es difícil, por lo tanto, el desarrollar innovaciones al interior de sus organizaciones, estarían direccionadas a manejarse de tipo incremental, permitiendo con esto mejorar cada día más sus procesos al interior de sus empresas. Las Pymes en el departamento del Quindío llevan sus procesos de innovación direccionados al desarrollo de proyectos puntuales. Estos se encuentran en cabeza de un área, pero a su vez estas labores se mezclan con las funciones diarias que se desarrollan al interior de la organización, lo cual hace que no se tengan unas fuertes estrategias de innovación que logren potenciar nuevos procesos o productos y que esto se vea reflejado en resultados de valor agregado para la empresa y por ende al sector económico en el cual se desenvuelve. (Vargas, 2015)

Los empresarios que dirigen las Pymes del Quindío presentan un desconocimiento en materia teórica y en la forma en que se debe aplicar de la innovación al interior de sus empresas, esto se logra evidenciar, ya que no se encuentran familiarizados con ningún modelo de gestión de la misma; acompañado de que no tienen como prioridad generar un compromiso que lleve a la aplicabilidad de la gestión de la innovación en el cumplimiento de los objetivos planteados, llevando la gestión a un punto de carácter no primordial en la organización. Corriendo riesgos de que la rentabilidad y el posicionamiento en el mercado se vean golpeados de manera drástica y poco competitiva. (Vargas, 2015)

2. Metodología

2.1. Tipo y alcance de investigación

Investigación, con enfoque dominante de métodos cuantitativos y un alcance de tipo correlacional, en esta se busca verificar el comportamiento de una variable conociendo el valor o comportamiento que puede llevar la otra variable (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2003). Ya que esta investigación busca determinar la relación de las oportunidades de emprendimiento en el departamento del Quindío y los emprendimientos que se desarrollan actualmente.

Enfoque de la Investigación: Empírico – analítica.

2.2. Fases de la Investigación.

- **Definición del problema.** En esta parte es donde se crea la pregunta de investigación y se formulan los objetivos que van a ser claves para el desarrollo del proyecto. El marco teórico juega un papel de vital importancia en esta fase, ya que este contextualiza los aspectos fundamentales de la investigación, los cuales se enmarcan en el perfil del emprendedor y el sector de emprendimientos de base tecnológica. Dentro de esta también se enmarca la construcción de una metodología y los instrumentos que servirán como fuente principal de recolección de información.
- **Trabajo de Campo.** Después de tener el instrumento de recolección de información debidamente evaluados, estos se validan por medio de una prueba piloto y luego ser aplicados a los involucrados objetos de estudio de este proyecto.
- **Consolidación de la información.** En esta fase se genera todo el proceso de interpretación y análisis de la información recolectada, para luego plantear por escrito los resultados del trabajo y si es necesario brindar y socializar recomendaciones a los involucrados en esta investigación.

2.3. Población y Muestra.

Para el análisis de la información, se trabajó con una base de datos suministrada por Parquesoft Armenia, donde la población objeto de estudio son las empresas de base tecnológica que se encuentran adscritas a este, las cuales en total son 32 empresas legalmente constituidas y se espera contar con la colaboración de todas para el desarrollo de la investigación.

No se necesitó la realización y aplicación de fórmulas estadísticas para la obtención de la muestra, ya que la población es pequeña. Entonces se opta por realizar un censo.

2.4. Selección de Instrumentos.

Para la elaboración del instrumento, se tomó como base el conocimiento adquirido al interior de la Universidad la Gran Colombia en el desarrollo y actualización constante de sus diferentes microcurrículos y consultorías realizadas al sector externo, de igual forma se tuvo en cuenta lo mencionado por Vivek Wadhwa y Raj Aggarwall en lo que ellos llaman la anatomía de un emprendedor, donde se evidencia claramente las características y actitudes que forman a un emprendedor desde cualquier punto de vista sin generar cambios sustanciales por motivos culturales, creencias o desarrollo del país en el cual se interactúa (Wadhwa, Aggarwal, Holly, & Salkever, 2009).

3. Discusiones y Resultados.

A continuación, se presenta el análisis e interpretación de las diferentes variables trabajadas en el instrumento utilizado y debidamente validado y correlacionadas entre ellas, lo cual permite generar un análisis e interpretación de mayor profundidad a los que se podrían obtener a los expuestos en resultados individuales por pregunta. Es por esto que se considera de gran importancia presentar en este artículo el comportamiento de estas variables acompañado de su debida discusión e interpretación de la misma.

Tabla 1. Estrato social emprendedor vs Arriesgado en los negocios

		ARRIESGADO EN LOS NEGOCIOS				Total
		2	3	4	5	
ESTRATO SOCIAL	2	0	1	0	0	1

EMPRENDEDOR	3	1	0	0	2	3
	4	0	0	4	2	6
	5	0	1	1	1	3
	6	0	0	0	1	1
Total		1	2	5	6	14

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor ser arriesgado en los negocios es un factor importante en su desarrollo social y marca una tendencia absoluta en el estrato 4 y una calificación al riesgo de 4 o 5. Representa un 66.7% del total.

Tabla 2. Estrato social emprendedor vs Capacidad de aprendizaje

		CAPACIDAD DE APRENDIZAJE			Total
		3	4	5	
ESTRATO SOCIAL EMPRENDEDOR	2	1	0	0	1
	3	0	2	1	3
	4	0	0	6	6
	5	0	1	2	3
	6	0	0	1	1
Total		1	3	10	14

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor la capacidad de aprendizaje presenta el mayor número de repeticiones asociado a estrato superior a 4, lo cual marca la tendencia a la autoformación en negocios o a la aplicación de los conocimientos adquiridos en su formación profesional o laboral, aproximadamente infiere en 71.4% del estrato social.

Tabla 3. Estrato social emprendedor vs Claridad, visión en el proyecto de vida

		CLARIDAD, VISIÓN EN EL PROYECTO DE VIDA			Total
		3	4	5	
ESTRATO SOCIAL EMPRENDEDOR	2	1	0	0	1
	3	1	0	2	3

	4	1	3	2	6
	5	0	2	1	3
	6	0	0	1	1
Total		3	5	6	14

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor la claridad, visión en el proyecto de vida presenta los niveles de repetición mayor en la calificación de 4 o 5, mostrando que el 71.4% tienda a mejorar o sostener su situación social, mostrando niveles de estrato social por encima de 4.

Tabla 4. Estrato social emprendedor vs Creativo e innovador

		CREATIVO E INNOVADOR				Total
		2	3	4	5	
ESTRATO SOCIAL EMPRENDEDOR	2	0	1	0	0	1
	3	0	1	1	1	3
	4	1	0	1	4	6
	5	0	1	2	0	3
	6	0	0	1	0	1
Total		1	3	5	5	14

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor el ser creativo e innovador permite resaltar un nivel de calificación por encima de 4, pero a su vez muestra que el estrato social (3 o 4), es razón de influencia en su expectativa de mejorar su emprendimiento; con un porcentaje del 64.28%.

Tabla 5. Estrato social emprendedor vs Aprendizaje

		APRENDIZAJE			Total
		3	4	5	
ESTRATO SOCIAL EMPRENDEDOR	2	1	0	0	1
	3	0	2	1	3
	4	0	0	6	6

	5	0	2	1	3
	6	0	0	1	1
Total		1	4	9	14

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor el nivel de aprendizaje está en función del estrato social (3, 4 o 5) debido a que presenta un nivel alto, como un factor predominante a la forma de reaprender en su entorno de negocio. Esta incidencia asume un porcentaje aproximado de 85.71%.

Tabla 6. Estrato social emprendedor vs Autoestima

		AUTOESTIMA			Total
		3	4	5	
ESTRATO SOCIAL EMPRENDEDOR	2	1	0	0	1
	3	0	0	3	3
	4	0	3	3	6
	5	0	1	2	3
	6	0	0	1	1
Total		1	4	9	14

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor el proceso de autoestima es un factor regulador de su emprendimiento, aunque está ligado al estrato social como factor de dependencia el nivel de repeticiones permite asociar una correspondencia del 85,71% aproximadamente de su relación.

Tabla 7. Estrato social emprendedor vs Trabajo en equipo

		TRABAJO EN EQUIPO			Total
		3	4	5	
ESTRATO SOCIAL EMPRENDEDOR	2	1	0	0	1
	3	0	0	3	3
	4	0	3	3	6
	5	0	2	1	3
	6	0	1	0	1

Total	1	6	7	14
-------	---	---	---	----

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor el trabajo de equipo como factor de dependencia al estrato social nos permite observar que el estrato social (3, 4 o 5) son elementos fundamentales en la calificación de su desempeño, con un porcentaje aproximado de 85,71%.

Las características observadas del emprendedor como una dependencia del estrato social, permiten correlacionar que la calificación obtenida en cada una de ellas está fuertemente ligada a los estratos sociales 3, 4, y 5 permitiendo que el valor oscila entre 4 y 5. Mostrando una esperanza menor o igual a 5 sobre un valor de control de 0.07 según el análisis de datos efectuado, se observa en las tablas anteriores que el estrato social de mayor contraste es el 4 para establecer procesos de emprendimiento con base a las características del emprendedor.

Tabla 8. Edad emprendedora respecto a trabajo en equipo

		TRABAJO EN EQUIPO			Total
		3	4	5	
EDAD EMPRENDEDOR	22 a 26 años	0	1	0	1
	26 a 30 años	1	3	2	6
	30 a 34 años	0	1	2	3
	34 a 38 años	0	0	1	1
	38 a 42 años	0	0	1	1
	42 a 46 años	0	0	1	1
	Más de 50 años	0	1	0	1
Total		1	6	7	14

Fuente: Elaboración propia.

Para el emprendedor el factor edad brinda un nivel de importancia en el desarrollo de sus habilidades laborales, permitiendo obtener valores altos en su calificación. Sin embargo, la competencia de emprendimiento de mayor nivel correlacional es el trabajo en equipo ya que permite asumir una edad entre 26 y 46 años, con un porcentaje del 85,71% y además el coeficiente de Pearson (chi-cuadrado) de 7,278 contrasta la frecuencia esperada inferior a 5 por encima de la mínima esperada de 0.07.

Tabla 9. Edad del emprendedor respecto a interés por crear empresa

		INTERES POR CREAR EMPRESA		Total
		Muy Interesado	Poco Interesado	

EDAD EMPRENDEDOR	22 a 26 años	1	0	1
	26 a 30 años	6	0	6
	30 a 34 años	3	0	3
	34 a 38 años	1	0	1
	38 a 42 años	1	0	1
	42 a 46 años	1	0	1
	Más de 50 años	0	1	1
Total		13	1	14

Fuente: Elaboración propia.

El interés de crear empresa por parte del emprendedor según los datos muestra un interés alto como situación de mejoramiento personal de empresario joven, marcando la edad como factor dominante entre los 26 y 46 años de edad, además el porcentaje de interés es de 85,71% con un valor de significancia de 0.030; lo que permite considerar una relación correlacional excelente para las variables observadas.

Tabla 10. Edad con respecto al tiempo de funcionamiento de la empresa

		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA			
		0 a 1 año	1 a 2 años	2 a 3 años	3 a 4 años
EDAD EMPRENDEDOR	22 a 26 años	1	0	0	0
	26 a 30 años	0	2	2	1
	30 a 34 años	0	0	0	0
	34 a 38 años	0	0	0	1
	38 a 42 años	0	0	0	0
	42 a 46 años	0	1	0	0

	Más de 50 años	0	0	0	1
Total		1	3	2	3

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 11. Edad con respecto al tiempo de funcionamiento de la empresa

		TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA			Total
		4 a 5 años	6 a 7 años	Más de 7 años	
EDAD EMPRENDEDOR	22 a 26 años	0	0	0	1
	26 a 30 años	0	1	0	6
	30 a 34 años	1	0	2	3
	34 a 38 años	0	0	0	1
	38 a 42 años	0	0	1	1
	42 a 46 años	0	0	0	1
	Más de 50 años	0	0	0	1
Total		1	1	3	14

Fuente: Elaboración propia.

El tiempo de funcionamiento de la empresa como factor de dependencia está asociado a la edad para mayor contraste en el rango de 26 a 30 años, marcando un porcentaje de 64.25%, pero a medida que aumenta la edad también marca la tendencia a permanecer en funcionamiento la empresa durante más tiempo de duración.

Tabla 12. Empleo diferente al emprendimiento respecto al interés por crear empresa

		INTERES POR CREAR EMPRESA		Total
		Muy Interesado	Poco Interesado	
EMPLEO DIFERENTE AL EMPRENDIMIENTO	No	10	1	11

	Si	3	0	3
Total		13	1	14

Fuente: Elaboración propia.

El emprendedor muestra un interés por poseer su propio emprendimiento con un valor de 71.42% aproximadamente, en la cual la capacidad está ligado al interés personal de construir y mejorar su proyecto de vida. Cabe de anotar que muchas veces poseer un trabajo le permite mejorar las condiciones de inversión y proyección de su empresa.

Tabla 13. Descripción de las características del emprendedor según la edad

	EDAD EMPRENDEDOR		Estadístico	Error típ.	
ARRIESGADO EN LOS NEGOCIOS	26 a 30	Media	4,00	,365	
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,06	
			Límite superior	4,94	
		Media recortada al 5%	4,00		
		Mediana	4,00		
		Varianza	,800		
		Desv. típ.	,894		
		Mínimo	3		
		Máximo	5		
		Rango	2		
		Amplitud intercuartil	2		
		Asimetría	,000	,845	
		Curtosis	-1,875	1,741	
	30 a 34	Media	3,33	,667	
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	,46	
			Límite superior	6,20	

		Media recortada al 5%	.	
		Mediana	4,00	
		Varianza	1,333	
		Desv. típ.	1,155	
		Mínimo	2	
		Máximo	4	
		Rango	2	
		Amplitud intercuartil	.	
		Asimetría	-1,732	1,225
		Curtosis	.	.
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	26 a 30	Media	4,50	,342
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,62
			Límite superior	5,38
		Media recortada al 5%	4,56	
		Mediana	5,00	
		Varianza	,700	
		Desv. típ.	,837	
		Mínimo	3	
		Máximo	5	
		Rango	2	
		Amplitud intercuartil	1	
		Asimetría	-1,537	,845
		Curtosis	1,429	1,741
		30 a 34	Media	4,67

		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,23		
			Límite superior	6,10		
		Media recortada al 5%			.	
		Mediana			5,00	
		Varianza			,333	
		Desv. típ.			,577	
		Mínimo			4	
		Máximo			5	
		Rango			1	
		Amplitud intercuartil			.	
		Asimetría			-1,732	1,225
		Curtosis			.	.
		CLARIDAD, VISION EN EL PROYECTO DE VIDA	26 a 30	Media		
Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior			3,38		
	Límite superior			4,96		
Media recortada al 5%				4,19		
Mediana				4,00		
Varianza				,567		
Desv. típ.				,753		
Mínimo				3		
Máximo				5		
Rango				2		
Amplitud intercuartil				1		
Asimetría				-,313	,845	
Curtosis				-,104	1,741	

30 a 34	Media		3,33	,333
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	1,90	
		Límite superior	4,77	
	Media recortada al 5%		.	
	Mediana		3,00	
	Varianza		,333	
	Desv. típ.		,577	
	Mínimo		3	
	Máximo		4	
	Rango		1	
	Amplitud intercuartil		.	
	Asimetría		1,732	1,225
	Curtosis		.	.

CREATIVO E INNOVADOR

26 a 30	Media		4,33	,422
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,25	
		Límite superior	5,42	
	Media recortada al 5%		4,37	
	Mediana		5,00	
	Varianza		1,067	
	Desv. típ.		1,033	
	Mínimo		3	
	Máximo		5	
	Rango		2	
	Amplitud intercuartil		2	

		Asimetría		-,968	,845
		Curtosis		-1,875	1,741
	30 a 34	Media		3,00	,577
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	,52	
			Límite superior	5,48	
		Media recortada al 5%		.	
		Mediana		3,00	
		Varianza		1,000	
		Desv. típ.		1,000	
		Mínimo		2	
		Máximo		4	
		Rango		2	
		Amplitud intercuartil		.	
		Asimetría		,000	1,225
		Curtosis		.	.
APRENDIZAJE	26 a 30	Media		4,50	,342
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,62	
			Límite superior	5,38	
		Media recortada al 5%		4,56	
		Mediana		5,00	
		Varianza		,700	
		Desv. típ.		,837	
		Mínimo		3	
		Máximo		5	
		Rango		2	

		Amplitud intercuartil	1	
		Asimetría	-1,537	,845
		Curtosis	1,429	1,741
	30 a 34	Media	4,67	,333
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,23
			Límite superior	6,10
		Media recortada al 5%	.	
		Mediana	5,00	
		Varianza	,333	
		Desv. típ.	,577	
		Mínimo	4	
		Máximo	5	
		Rango	1	
		Amplitud intercuartil	.	
		Asimetría	-1,732	1,225
		Curtosis	.	.
AUTOESTIMA	26 a 30	Media	4,33	,333
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,48
			Límite superior	5,19
		Media recortada al 5%	4,37	
		Mediana	4,50	
		Varianza	,667	
		Desv. típ.	,816	
		Mínimo	3	

		Máximo		5	
		Rango		2	
		Amplitud intercuartil		1	
		Asimetría		-,857	,845
		Curtosis		-,300	1,741
	30 a 34	Media		4,33	,333
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	2,90	
			Límite superior	5,77	
		Media recortada al 5%		.	
		Mediana		4,00	
		Varianza		,333	
		Desv. típ.		,577	
		Mínimo		4	
		Máximo		5	
		Rango		1	
		Amplitud intercuartil		.	
		Asimetría		1,732	1,225
		Curtosis		.	.
TRABAJO EN EQUIPO	26 a 30	Media		4,17	,307
		Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,38	
			Límite superior	4,96	
		Media recortada al 5%		4,19	
		Mediana		4,00	
		Varianza		,567	
		Desv. típ.		,753	

	Mínimo		3	
	Máximo		5	
	Rango		2	
	Amplitud intercuartil		1	
	Asimetría		-,313	,845
	Curtosis		-,104	1,741
30 a 34	Media		4,67	,333
	Intervalo de confianza para la media al 95%	Límite inferior	3,23	
		Límite superior	6,10	
	Media recortada al 5%		.	
	Mediana		5,00	
	Varianza		,333	
	Desv. típ.		,577	
	Mínimo		4	
	Máximo		5	
	Rango		1	
	Amplitud intercuartil		.	
	Asimetría		-1,732	1,225
	Curtosis		.	.

Fuente: Elaboración propia.

Cuando se observa el comportamiento descriptivo de las variables "características del emprendedor" se determinan unos valores de medición central, de dispersión y forma interesantes para la respuesta brindada por el emprendedor, teniendo en cuenta que el valor de respuesta es un número de 1 a 5, en forma individual. Por esta razón la cruzar las características del emprendedor con la edad del mismo, teniendo en cuenta los criterios de intervalo creado para la edad se constató que los valores de medición estadística presentan comportamientos aceptables, en la variable la media aritmética es mayor a 3.0, la varianza es inferior a 1.0 en la mayoría de los casos y los valores de la asimetría presenta un valor menor a 0. Implica un comportamiento muy estable de las respuestas brindadas por los Emprendedores.

Basado en los criterios anteriores de los valores presentados se anexa una tabla de Estimador Robusto para constatar que le proceso de recolección y datos brindados para esta muestra pequeña son confiables y permisibles en el análisis de datos brindado.

Tabla 14. Edad emprendedor

	EDAD EMPRENDEDOR	Estimador-M de Hubera
ARRIESGADO EN LOS NEGOCIOS	26 a 30	4,00
	30 a 34	.
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	26 a 30	.
	30 a 34	.
CLARIDAD, VISIÓN EN EL PROYECTO DE VIDA	26 a 30	4,22
	30 a 34	.
CREATIVO E INNOVADOR	26 a 30	.
	30 a 34	3,00
APRENDIZAJE	26 a 30	.
	30 a 34	.
AUTOESTIMA	26 a 30	4,47
	30 a 34	.
TRABAJO EN EQUIPO	26 a 30	4,22
	30 a 34	.

Fuente: Elaboración propia.

El valor obtenido (constante de ponderación) está por encima del valor 1.339 en los intervalos para la edad en la cual el número de observaciones brindadas por el emprendedor fue un criterio de análisis del emprendimiento. Es de resaltar que el Estimador M (Robustez), es un estadígrafo para observar en forma no paramétrica las respuestas brindadas en forma aleatoria por los emprendedores.

Al observar en forma visual los datos mediante la técnica de concentración que ofrece el diagrama de cajas y bigotes, se determina que en las variables del emprendedor los rangos de edad más representativos son 26-30 y 30-34 años. Mostrando una concentración de la calificación por encima de 4.0, es decir el 75% de los datos brindados marcan una tendencia a la superación personal, apoderamiento del emprendimiento y estabilidad empresarial de su entorno.

Al observar las variables del emprendedor con el factor cualitativo del género, en forma robusta se determina que existe confiabilidad de las respuestas, basado en que los valores calculados están por encima de la constante 1.339, ver tabla.

Tabla 15. Genero emprendedor

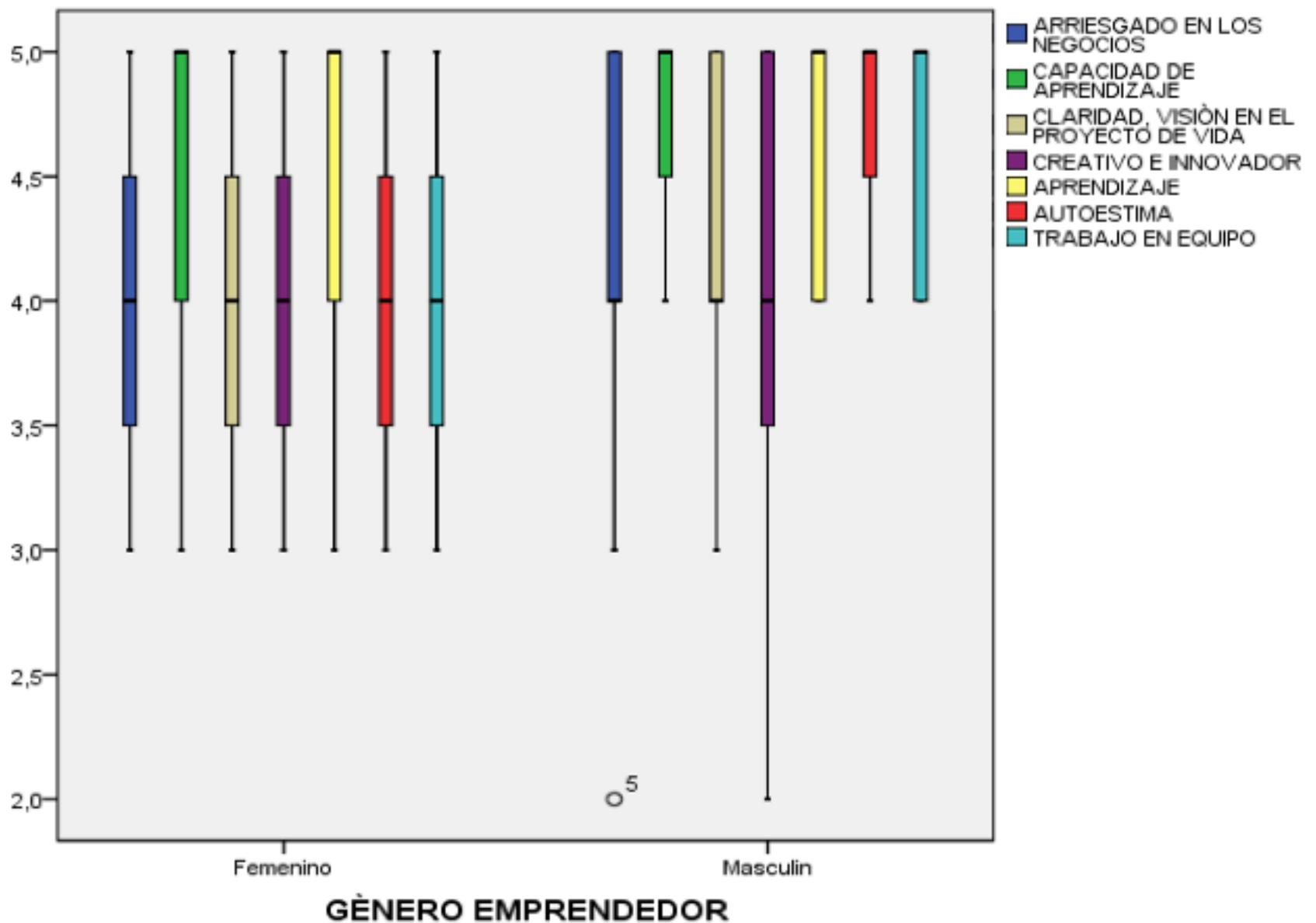
	GÈNERO EMPRENDEDOR	Estimador-M de Hubera
ARRIESGADO EN LOS NEGOCIOS	Femenino	4,00
	Masculin	4,27
CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	Femenino	.
	Masculin	.
CLARIDAD, VISIÒN EN EL PROYECTO DE VIDA	Femenino	4,00
	Masculin	4,27
CREATIVO E INNOVADOR	Femenino	4,00
	Masculin	4,07
APRENDIZAJE	Femenino	.
	Masculin	.
AUTOESTIMA	Femenino	4,00
	Masculin	.
TRABAJO EN EQUIPO	Femenino	4,00
	Masculin	.

Fuente: Elaboración propia.

En aspectos como la capacidad de aprendizaje y aprendizaje el número de respuestas son coplanares a la formación del emprendedor y a la forma como enfrenta las situaciones de riesgo empresarial, en el caso particular el número de respuestas presentan contraste con la mediana como estadígrafo de control para el estimador-M. Adicionalmente, se observa según los criterios de concentración que el género es un factor de estrategia del emprendimiento por su estabilidad y formador de competencia en el autoaprendizaje.

Exceptuando las características de capacidad de aprendizaje y aprendizaje, la variabilidad de la concentración de los datos está sujeta a la categoría del género. Es decir, existe más variabilidad para la categoría femenino, Aunque no se muestran razones particulares deben estar sujetas a la estructura del emprendimiento y la forma como interactúan con el mismo. En forma de resumen se ilustra el comportamiento de las características del emprendedor según su género.

Figura 2. Género del emprendedor



4. Conclusiones

Para el emprendedor ser arriesgado en los negocios es un factor importante en su desarrollo social y marca una tendencia absoluta en el estrato 4, mostrando con esto que ellos son conscientes de que para obtener resultados se debe arriesgar y asumir una postura frente al nivel de riesgo que se puede asumir a la hora de realizar nuevos procesos administrativos y empresariales.

La capacidad de aprendizaje tiene un rol importante en materia de procesos de autoformación en negocios o a la aplicación de los conocimientos adquiridos en su formación profesional o laboral, ligado a que estos aprendizajes aproximadamente infiere en 71.4% del estrato social. Teniendo en mayor grado el nivel de emprendimientos en estratos 3, 4 y 5 de la población estudiada.

El emprendedor demuestra con alta claridad que el desarrollo de su emprendimiento se ve articulado como visión directa en el proyecto de vida que se piensa trazar; de igual forma, se evidencia que los estratos 4 y 5 tienden a buscar con estos desarrollos la mejora o sostenimiento de su situación social. Es de vital importancia para el emprendedor ser creativo e innovador, ya que esto le permite potenciar de manera directa lo que busca impactar en la sociedad y en la organización misma.

El proceso de autoestima de los emprendedores, es un factor que potencia de manera positiva el desarrollo de los emprendimientos. Esto lo observan como el regulador positivo que los lleva a no dejar caer sus ideas, demostrando que el emprendedor es una persona con buen nivel de aceptación personal y seguro de lo que desea realizar y con capacidad de enfrentarse a las diferentes críticas y problemas que puedan surgir en el proceso de llevar sus emprendimientos

al éxito.

El trabajo en equipo, es un indicador fuerte que demuestra que el emprendedor necesita de este para el logro de sus objetivos; acompañado del factor edad, la cual, según los emprendedores, si se cuenta con un rango de esta entre 26 y 46 años serán equipos que llevarán a manejar un nivel de competencia más alta y de manera directa mucho más productiva.

Agradecimientos

Los autores expresan sus agradecimientos al Departamento Nacional de Planeación, al sistema general de regalías de Colombia, Colciencias, la Gobernación del Quindío, la Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío, Parquesoft Quindío, la Universidad La

Gran Colombia y la Corporación Universitaria Von Humboldt, a través del proyecto "Desarrollo de capacidades de I+D+i, para incrementar la competitividad en empresas y emprendimientos del departamento del Quindío occidente - Quindio innova".

Referencias

DNP. (2009). Departamento Nacional de Planeación. Informe 2009. Bogotá

Frascati (2002). Manual de Frascati - Propuesta de Norma Práctica para Encuestas de Investigación y Desarrollo Experimental. (OCDE) Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación (Tercera ed.).

Mexico: Mac Graw Hill.

MINTIC. (2014). Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia Vive Digital Colombia 2014 - 2018. Bogotá.

MINTIC. (2015). Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia Ecosistema Digital. Obtenido de <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3propertyvalue-634.html>

UNE. (2008). Norma UNE 66000. Gestión de la I+D+i: Terminología y definiciones de las actividades de I+D+i.

NTC 5801. (2008). Norma técnica colombiana. Gestión de la investigación, Desarrollo e innovación. (I+D+i). Icontec.

NTC 5800. (2008). Norma técnica colombiana. Gestión de la investigación, Desarrollo e innovación. (I+D+i). Icontec. Terminología y definiciones de las actividades DE I+D+I

OSLO. (2005). Manual de Oslo. Medición de las Actividades Científicas y Tecnológicas. Directrices propuestas para recabar e interpretar datos de la innovación tecnológica. (OCDE) Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos

Pablo, J. d., Giacinti, M., & Carretero, A. (2015). Mapas de Competitividad Internacional del Limón

(2002-2010). Universidad de Almeria.

PEDCTI. (2012). Plan estratégico departamental de ciencia, tecnología e Innovación (PEDCTI) – DEPARTAMENTO DEL QUINDÍO. Armenia.

Sierra, M. V. (2013). Repositorio Universidad Autonoma. Obtenido de Repositorio Universidad Autonoma.

Vargas, L. (2015). Pymes manufactureras de la ciudad de Armenia y sus procesos de Innovación.

Contexto (4), 21-32.

Wadhwa, V., Aggarwal, R., Holly, K., & Salkever, A. (2009). The Anatomy of an Entrepreneur - Family Background and Motivation. Ewing Marion Kauffman Foundation.

World Economic Forum. (2010). The Global Competitiveness Report 2010–2011. Switzerland.

1. Universidad la Gran Colombia. Email: vargastlibardocarlos@miugca.edu.co

2. Universidad la Gran Colombia. Email: vargastlibardocarlos@miugca.edu.co

3. Universidad Pontificia Bolivariana. Email: jhon.zartha@upb.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 38 (Nº 01) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

