SCT Proceedings in Interdisciplinary Insights and Innovations. 2024; 2:307
doi: 10.56294/piii2024307

Categoría: Congreso de la Fundación Salud, Ciencia y Tecnología 2024

ORIGINAL

Entrepreneurial culture in students and graduates of the CUN university, Neiva headquarters

Entrepreneurial culture in students and graduates of the CUN university, Neiva headquarters

García Peñaloza John Edisson[1], Johanna Luceni Loaiza Vera[2], Norma Constanza García Peñaloza[3]

[1] Corporación unificada Nacional de educación superior – CUN, Colombia.
[2] Corporación Universitaria del Huila, Colombia.
[3] Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia.

Citar como: John Edisson GP, Loaiza Vera JL, García Peñaloza NC. Entrepreneurial culture in students and graduates of the CUN university, Neiva headquarters. SCT Proceedings in Interdisciplinary Insights and Innovations. 2024; 2:307. DOI: https://doi.org/10.56294/piii2024307

Recibido: 28-04-2024 **Revisado:** 30-04-2024 **Aceptado:** 04-05-2024 **Publicado:** 13-05-2024

Editor: Rafael Romero-Carazas

ABSTRACT

Higher education institutions play an important role in the construction of knowledge, economic activation and the promotion of entrepreneurship, globalization requires that Universities articulate strategies with the state and the company, this in order to join forces to promote initiatives that contribute to strengthening the economies of the regions. In the case of the department of Huila, the different institutions, the Chamber of Commerce, the Mayor's Office of Neiva, the Government, companies, public and private universities meet in work groups to build a business ecosystem that allows strengthening the productive units and in this way contribute to employment generation

This article is built thanks to the cooperation of students and graduates of the national unified corporation of higher education CUN regional Neiva, these entrepreneurs have developed entrepreneurial ideas addressing different economic activities. Carrying out fieldwork within their organizations allowed for a perfect understanding of the entrepreneurial culture they develop in their daily lives.

The developed research aims to characterize and identify the business realities presented by students and graduates. The enterprises selected in a large percentage are legally constituted, but informal enterprises were also selected in the sample, this facilitated the understanding of the role that the CUN plays in the management of entrepreneurship, the description of the entrepreneurial culture will allow the university to strengthen its role. in promoting entrepreneurship and identifying shortcomings in academic training.

Keywords: curricular structures, diagnosis, education, entrepreneurship, university.

© Autor(es); 2024. Este es un artículo en acceso abierto, distribuido bajo los términos de una licencia *Creative Commons* (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0) que permite el uso, distribución y reproducción en cualquier medio siempre que la obra original sea correctamente citada.

RESUMEN
Las instituciones de educación superior cumplen un papel importante en la construcción del conocimiento, la activación económica y el fomento hacia el emprendimiento. La globalización exige que las universidades articulen estrategias con el Estado y la empresa, con el fin de aunar esfuerzos para promover iniciativas que contribuyan a fortalecer las economías de las regiones. En el caso del departamento del Huila, instituciones como la Cámara de Comercio, la Alcaldía de Neiva, la Gobernación, empresas, universidades públicas y privadas, se reúnen en mesas de trabajo para construir un ecosistema empresarial que permita fortalecer las unidades productivas y, de esta forma, contribuir a la generación de empleo
El presente artículo se construye gracias a la cooperación de estudiantes y graduados de la CUN, regional Neiva. Se trata de emprendedores han desarrollado ideas de emprendimiento abordando diferentes actividades económicas. Desarrollar el trabajo de campo al interior de sus organizaciones permitió comprender a la perfección la cultura emprendedora que desarrollan en su cotidianidad.
La investigación desarrollada tiene como objetivo caracterizar e identificar las realidades empresariales que presentan estudiantes y graduados. Los emprendimientos seleccionados, en gran porcentaje son legalmente constituidos, pero también se seleccionaron en la muestra emprendimiento informales; un aspecto que facilitó la comprensión del papel que desempeña la CUN en la gestión del emprendimiento. Precisamente, sería la descripción de la cultura emprendedora aquello que le permitirá a la universidad fortalecer su rol en el fomento del emprendimiento e identificar las falencias de formación académica.

Palabras clave: diagnóstico, educación, emprendimiento, estructuras curriculares, universidad.

INTRODUCCIÓN

Los territorios conservan unos distintivos que les permiten identificarse de los demás; estos distintivos se enmarcan en creencias, valores, rituales que son apropiados por los ciudadanos. A estos conceptos se le denomina “cultura”, el término que se adhiere a los diferentes escenarios de la humanidad como lo son la familia, la escuela, la universidad y el trabajo. La empresa no es ajena a este comportamiento, pues el emprendedor desarrolla iniciativas empresariales comprendiendo su contexto y satisfaciendo necesidades surgidas en su territorio. El fomento del emprendimiento en las universidades es fundamental para el desarrollo económico y social de un contexto territorial, llámese país, departamento, municipio, o región. Es la forma en que se da fortaleza a la economía mediante la creación de empleo, la industrialización, la innovación y el fomento a la producción.

Las actuales dinámicas mundiales conllevan a que las riquezas sean escasas y las necesidades sean múltiples; una realidad que requiere acciones que, desde los gobiernos y, más específicamente, desde las políticas públicas se consoliden iniciativas que contribuyan a erradicar la pobreza y generar igualdad. Al respecto, la ley 2069 del 31 de diciembre de 2020, creada desde la Presidencia de la República, busca impulsar el emprendimiento en Colombia. El objeto de la misma es establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento, el crecimiento, la consolidación y sostenibilidad de las empresas. Esto con el propósito de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delineará un enfoque regionalizado, de acuerdo a las realidades socioeconómicas de la cada región. (Ley 2069 del 31 de diciembre del 2020)

Es sabido que, en el caso de Colombia, se evidencian dificultades por parte del gobierno para establecer nuevos mecanismos de generación de empleo, cuando justamente son las empresas con sus emprendimientos las que asumen esa responsabilidad, generando mayor número de vacantes a nivel técnico, tecnológico y profesional. En las últimas décadas, diferentes actores del territorio colombiano vienen fomentando una cultura de emprendimiento, basada en la creación de micro, pequeñas y medianas

https://doi.org/10.56294/piii2024307

empresas, a través de diferentes estrategias. Una de las principales limitantes del mercado laboral colombiano se centra en las dificultades que enfrenta el recién graduado para vincularse a la vida laboral. Para el año 2021, se registró en el país una tasa de desempleo del 15.1 % y en el rango juvenil el desempleo llegó a tasas del 27.7 %. Con esto, se puede evidenciar que conseguir empleo es complejo y que es prioridad orientar, desde distintas universidades, una postura que obedezca al desarrollo de unidades productivas, que puedan estimular la reactivación económica, que también fomenten fuentes de trabajo. Las instituciones de educación superior del siglo XXI entienden el "emprendimiento" desde un enfoque de desarrollo humano basado en la integralidad; desde la coherencia del pensar, sentir y actuar para la creación, puesta en marcha y funcionamiento de una empresa. Desde esa óptica, se diseñan en las estructuras curriculares unas asignaturas que logren proponer escenarios y espacios para la formación del conocimiento. Esto se realiza haciendo énfasis en la búsqueda de soluciones a las necesidades humanas que se presentan en la comunidad, dichas soluciones deben ser sostenibles y orientadas desde la ética y responsabilidad social empresarial. En el ambiente universitario se promueve la cooperación y el trabajo en equipo desde los diferentes programas académicos, para orientar iniciativas de emprendimiento desde las diferentes disciplinas del saber, se le brinda al estudiante los conocimientos para que pueda articular sus iniciativas con el sector productivo y demás entidades de financiamiento. En este sentido, Bygrave (p. 468, 1994) afirma que: "El proceso de emprendimiento involucra todas las funciones, actividades y acciones asociadas a la percepción de oportunidades y la creación de empresas para seguirla. Las características del mundo globalizado de hoy, exigen que los jóvenes que se encuentran en proceso de formación universitaria dispongan de sus habilidades, talentos, capacidades y esfuerzos para responder a los desafíos actuales y poder desenvolverse como futuros emprendedores puesto que "el emprendimiento es un fenómeno que contribuye de forma significativa en el desarrollo socioeconómico de una región" (Suárez, Suárez y Zambrano, 2017, p.24).

El emprendimiento es un concepto muy utilizado en la actualidad y puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social y que posee ciertas características, además tiene una cuota de incertidumbre y de innovación. (Formichella, 2004)

Las iniciativas de emprendimiento en Colombia pasan por limitantes de diferentes índoles, entre ellas, la falta de financiamiento, la falta de habilidades o conocimientos, la falta de infraestructura y la falta de acompañamiento por algunos mentores. Adicionalmente, el temor a fallar, la corrupción y las limitantes administrativas son factores que se han convertido en barreras para iniciar una nueva empresa. (Kew et al., 2013).

Teniendo como referencia las condiciones económicas del municipio de Neiva, en donde prima la agricultura, se hace necesario desde las universidades impulsar unidades productivas que den respuesta a las realidades del territorio. Desde los años 90s hasta el presente, se observa el desarrollo de una diversidad de temas relacionados con las tipologías de emprendimiento rural, como los relacionados con el emprendimiento social, la inserción y la construcción de redes y el estilo de vida de los más interesantes en relación con el emprendimiento rural (Arias, 2019).

Emprendimiento, según la clasificación realizada por Terán-Yépez
y Guerrero-Mora (p. 4, 2020), comprende: i) la Teoría basada en oportunidades;
ii) Teorías basadas en los recursos; iii) Teoría del Capital Financiero y la Liquidez; iv) Teoría del Capital Social o de la Red Social; y, v) Teoría del Emprendimiento del Capital Humano. Esta teoría nos permite tener una clara visión de los elementos que se requieren para el fomento del emprendimiento

[T2] Presencia de la universidad CUN en Neiva

https://doi.org/10.56294/piii2024307

La CUN se describe como una universidad colombiana de carácter privado, organizada como entidad de utilidad común y sin ánimo de lucro, con sede principal en Bogotá DC. Fue fundada en el año de 1981 y se encuentra sujeta a inspección y vigilancia por medio de la ley 1740 de 2014 y la ley 30 de 1992 del Ministerio de Educación. En el año 2005 se facultó para ofrecer formación profesional con ciclos propedéuticos, con registro calificado en los ciclos técnico profesional, tecnológico y profesional universitario, desde la metodología de estudio presencial distancia y virtual.

Se encuentra divida en cinco escuelas, las cuales son: escuela de ingeniería, escuela de negocios y ciencias económicas, escuela de comunicación y bellas artes, escuela de ciencias administrativas y escuela de ciencias sociales y jurídicas. Oferta un total de dieciocho programas de pregrado. La totalidad de los programas académicos de la institución son beneficiarios de los servicios e impactos generados desde la Unidad de Emprendimiento e Innovación C-EMP, que recientemente se ha reestructurado (2019A), para articular de manera dinámica y flexible las Funciones Sustantivas de la institución y garantizar la pertinencia como área transversal. Es así como se configuran unos escenarios desde los que se orienta la relación con el sector externo, entre ellos el Emprendimiento, esto sin dejar de lado la articulación que se realiza con las otras dos funciones sustantivas, forjando una integración permanente con la docencia y la investigación.

La CUN concibe el emprendimiento y la innovación como elementos vivos, organismos que cambian, se adaptan y evolucionan. La estructura del emprendimiento se interpreta como una biomolécula compuesta por tres átomos: uno estratégico, uno académico y uno de innovación. Estos se encuentran fundamentados en las siguientes definiciones:

C-Aprende. Es el átomo académico con que el estudiante adquiere todos los conocimientos y habilidades y competencias que lo formaran, en temas de emprendimiento e innovación; se orientan asignaturas desde los diferentes ciclos propedéuticos y se motiva al estudiante a desarrollar su proyecto de grado basado en una idea de emprendimiento.

CUNBRE. Es el átomo estratégico en el que los docentes generaran reacciones positivas en el mercado y, a partir de esas reacciones, construir negocios viables y rentables. Es la unida estratégica para el apoyo y acompañamiento de los emprendedores En este sentido, la CUNBRE cuenta con tres niveles de acompañamiento donde se contemplan: en un primer nivel, la ideación (Ideacun); en un segundo nivel, el fortalecimiento (Camacun); y, en un tercer nivel, el escalamiento (Incunba).

CEBIAC. Átomo en el que el estudiante descubre metodologías y herramientas. Es el Centro de Innovación en que se tiene por objetivo investigar, proponer y fomentar la innovación educativa, mediante el desarrollo de proyectos de innovación tecnológica, social y empresarial que sirvan como insumo para la construcción de enfoques pedagógicos acordes a los retos y desafíos de la sociedad actual.

Según datos consolidados de la oficina del egresado y apoyo laboral de la CUN, se han graduado 117.376 personas, caracterizados por niveles de la siguiente manera: el 37 % son técnicos, el 33 % tecnólogos y el 29 % profesionales. Con estas cifras se logra dimensionar el impacto que ha presentado la universidad en el territorio colombiano, contribuyendo al cambio de las realidades sociales y económicas del país. En el año 2000, la universidad CUN se planteó realizar un estudio que permita la apertura de nuevas sedes y de esa forma lograr un mejor posicionamiento a nivel nacional. Como producto de esa iniciativa, nace la sede ubicada en la ciudad de Neiva, que inicia labores con la apertura de seis programas académicos presenciales, los cuales son: Administración de Empresas, Contaduría Pública, Comunicación Social y Periodismo, Negocios Internacionales, Diseño Gráfico y Diseño de Modas. A la fecha, de todos los programas académicos ofertados en la ciudad, se tiene un número de graduados de 2112.

En los 15 años de historia de la Universidad en el departamento, se han generado grandes impactos y transformaciones sociales, de manera que, el esfuerzo, la dedicación y las diferentes estrategias han logrado posicionar a la institución. En el lapso de esos años, se ha logrado despertar en la comunidad estudiantil el interés por el emprendimiento; las diferentes prácticas y estrategias llevadas a las aulas de clase han facilitado la creación de empresas de alto impacto en estudiantes y graduados.

[T2] Hacia el desarrollo y progreso empresarial en Neiva

Neiva, la capital del departamento del Huila, es una de las ciudades más representativas del sur colombiano; capital del departamento de Huila y se le conoce también como la capital bambuquera de américa, distinción que se le otorga por la riqueza de sus festividades folclóricas. El nombre Neiva, según el historiador Gilberto Vargas Motta, se da por la semejanza con el Valle de Neyva, en Santo Domingo (República Dominicana). Su fundación se remonta al 24 de mayo de 1612 y posee una extensión que alcanza los 1557 kilómetros cuadrados.

Las realidades económicas del municipio se sustentan en el ecoturismo, la gastronomía, la industria y el comercio. Sus principales actividades son la agricultura y la ganadería, consolidando sus actividades económicas, suman cerca del 37.82 % al valor agregado del departamento. El número de habitantes de la ciudad, para el año 2020, es de 357.392 (DANE, 2020). Se destaca que en los últimos 15 años ha presentado un aumento poblacional de 41.359 habitantes; se trata de la ciudad del departamento del Huila que más ha crecido a nivel poblacional (Alcaldía de Neiva, 2020).

La ciudad de Neiva no ha sido ajena al impacto causado por la pandemia del COVID 19 y, además, se ubica como la segunda ciudad con más alta tasa de desempleo del pais. El departamento administrativo nacional de estadística (DANE) informo que el primer semestre de 2021 se registró en dicha ciudad una tasa de desempleo del 21 %, lo que representa un aumento de 1.3 puntos porcentuales frente a los resultados del segundo semestre del año 2020. Se estima que 127.000 personas tienen empleo y, de ellos, 29.000 se encuentran ubicados en el sector comercio y reparación de vehículos. Un sector que registraba, antes, 36.000 empleados. Los sectores que más se han visto afectados son: entretenimiento, artístico, recreación, alojamiento, servicios de comida y el sector manufacturero. Se destaca el porcentaje registrado en cuanto al desempleo juvenil que llegó a ubicarse en un 29 %. (DANE, 2021)

Consolidando cifras nacionales de Confecámaras, se tiene una media de no renovación de empresas de un 23.7 %. Cifra preocupante, tomando como base el número de empresas nuevas registradas (Confecamaras, 2020. A nivel departamental, la Cámara de Comercio de Neiva expone, a corte de 31 de diciembre del 2020, que se constituyeron 7.305 unidades productivas, con una variación de -2 %, en comparación con el año 2019, que se constituyeron 7.456. Las actividades económicas que más se registraron son: mensajería y domicilios, comercio por medios electrónicos, información y comunicaciones, comercio de materias primas, droguerías y farmacias. Estas actividades siguen la línea de la actual situación que evidencia el mundo frente a la pandemia. En cuanto a las renovaciones de registro mercantil, se presentó una disminución del 11.3 % pasando de 30.392 renovaciones en el 2019, a 26.951 en el 2020 (Cámara de Comercio, 2020).

Tomando como base estas estadísticas se diagnóstica un panorama bastante crítico. Sin lugar a dudas, se debe dinamizar la economía para lograr que la ciudad retome las cifras positivas que venía presentando. Todos los actores deben trabajar mancomunadamente para fortalecer el emprendimiento y que sea este quien lidere la ruta hacia el desarrollo y progreso de la ciudad. La CUN debe, no solo influenciar a sus alumnos por el camino del emprendimiento sino que, además, debe hacer un seguimiento a las unidades productivas ya creadas por sus egresados, para lograr un acompañamiento integral. La formación en emprendimiento no debe trasladarse hacia la edad adulta en la cual es difícil cambiar hábitos “no empresariales” (Deza-Loyaga, 2021).

Las universidades colombianas adquieren un rol importante dentro del marco del sistema educativo del país, ya que son las encargadas de fomentar la educación empresarial, la cual no va enfocada, únicamente, a motivar a las personas que cuentan con empresas, sino a la creación efectiva de estas. Las instituciones de educación superior tienen la responsabilidad de responder a las necesidades de la sociedad, en relación con las perspectivas de los estudiantes, tomando en cuenta las empresas y el

entorno regional. Buscando una conexión entre el mundo empresarial y la universidad (Camacho Corredor, 2007).

[T2] Características principales de los empredeores cunistas, regional Neiva
En la filosofía de trabajo de la CUN el emprendimiento es un pilar para desarrollar su teleología. En la regional Neiva se diseñan semestralmente ferias empresariales con el fin de consolidar espacios de integración y apoyar aquellas ideas que se puedan materializar en la práctica. Para la caracterización de los estudiantes y egresados que han realizado emprendimientos, se realizó una encuesta siguiendo la base de datos, en ella se indaga a los estudiantes por las unidades productivas que se han desarrollado.

Tabla 1. Caracterización de los emprendedores Cunistas, regional Neiva

Variable / Población	**Legalmente constituido**	**Empleos generados**	**Principales actividades económicas**	**Principales programas académicos**
Estudiantes Emprendedores =34 H = 22 - M = 12	NO = 31 SI = 3	68	. Alimentos. . Bisutería. . Comercio. . Animaciones.	. Administración empresas . Diseño gráfico. . Negocios internacionales.
Egresados Emprendedores = 83 H = 57 - M = 26	NO = 37 SI = 46	498	. Restaurante. . Comercio. . Domicilio. . Litografía. . Agropecuaria	. Administración empresas . Diseño de moda. . Negocios internacionales. . Diseño gráfico.

Fuente: Elaboración Propia
Validando los resultados obtenidos en ese primer contacto con estudiantes, nos encontramos con 34 emprendimientos desarrollados; 22 de esos, desarrollados por estudiantes de género masculino y 12 del género femenino. De esos 34 emprendimientos, solo 3 se encuentran legalmente constituidos y el restante son informales. El número de empleos generados por las unidades productivas es de 68. Las actividades económicas destacadas se basan en los sectores de: alimentos, bisutería, comercio y animaciones. Los programas académicos que más generan emprendimiento son: Administración de Empresas, Diseño Gráfico y Negocios Internaciones.

En cuanto a los resultados obtenidos con los egresados, nos encontramos que se han desarrollado 83 iniciativas de emprendimiento; 57 desarrolladas por egresados del género masculino y 26 desarrollados por el género femenino. De los 83 emprendimientos, 46 están legalmente constituidos y 37 son informales. El número de empleos generados por las unidades productivas es de 498. Las actividades económicas destacadas se basan en los sectores de: restaurantes, comercio, domicilio, litografías y el sector agropecuario. Los programas académicos que aportan a estas cifras en mayor proporción son: Administración de Empresas, Diseño de modas, Negocios Internacionales y Diseño Gráfico.

Este consolidado es vital para el desarrollo de la investigación, dado que nos expone el diagnóstico que presenta la universidad, en cuanto a unidades productivas desarrolladas por los estudiantes. Los datos consolidados son el punto de partida para el desarrollo del objetivo específico desarrollado en el proyecto, denominado “Evaluación de procesos empresariales y diseño de parámetros de crecimiento en los emprendimientos cunistas regional Neiva”. Se tienen como objetivos específicos los siguientes: Caracterizar graduados y estudiantes de la CUN que han desarrollado empresas en la regional Neiva

https://doi.org/10.56294/piii2024307

Para dimensionar el problema en la población objeto de estudio, se determina que la creación de empresa tiene un antecedente llamado “generación de ideas de negocios”, que se debe construir un soporte básico relacionado con su proyecto de vida, su estructura y relación con el entorno; elaborar un análisis del contexto y pensar en un plan estratégico, producto de esa relación entre el ambiente y el emprendedor, para que la gestión empresarial sea exitosa. (RAE, s.f.)

METODOLOGIA

En cuanto al diseño metodológico de evaluación de los procesos empresariales se diseñó un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas considerando elementos cualitativos y cuantitativos. Se concluye que el enfoque metodológico del trabajo es mixto, dado que la información es cuantitativa y cualitativa (Hernández Sampieri et al., 2014). Se tuvieron en cuenta unas variables puntuales para analizar y se diseñaron dos ejes en el instrumento; por un lado, las actividades primarias de toda organización y, por otro, las actividades de apoyo. En cuanto a las variables independientes, se basaron en los recursos intangibles y tangibles. Las variables consideradas dependientes son las actividades primarias y de apoyo. Las organizaciones desarrollan diferentes niveles de desempeño en sus actividades, todo dependiendo de la optimización de los recursos. Una combinación efectiva de los recursos permite desarrollar capacidades; algunas de ellas pueden transformarse en competencias centrales que hacen que la empresa se diferencie de los competidores (M. Hitt et al., 2007).

Como primera actividad se enlistaron las variables que se tuvieron en cuenta entre las actividades primarias y recursos; se detallan los aspectos en los que se va a profundizar, sirviendo este de insumo para llegar a construir las preguntas del instrumento y, posteriormente abordar los objetivos estructurados.

Se plantearon los recursos teniendo pertinencia con el diagnóstico construido con las empresas seleccionadas para el trabajo de campo. Para su elaboración, se identificaron los sectores económicos, el tamaño de la organización y el impacto generado en la región de los emprendimientos, de estudiantes y graduados de la CUN. Por su parte, la definición de las actividades de apoyo se construyó con la finalidad de comprender cómo es el funcionamiento de las organizaciones a nivel interno, considerando los siguientes elementos:

Infraestructura. Se tomó como base la estructura organizacional, la definición de objetivos, la gestión de políticas de calidad, la definición de políticas de impacto ambiental, las inversiones realizadas y la gestión de la seguridad e higiene en el trabajo.

Desarrollo tecnológico. Se definió considerando aspectos de investigación, desarrollo, tecnología de comunicación e información.

Abastecimiento. En este factor se tuvo en cuenta la disponibilidad de materias primas, la relación con proveedores y la gestión de las compras

Recursos Humanos. Se analizaron los puestos de trabajo definidos en la estructura organizacional, las técnicas empleadas de reclutamiento y selección de personal, la motivación, el trabajo en equipo y las capacitaciones dirigidas a los colaboradores.

Partiendo de la información consolidada se concluye que 117son los emprendimientos desarrollados por los estudiantes cunistas de la regional Neiva. Se decide tomar como población las empresas que están legalmente constituidas; conociendo ya el tamaño poblacional que es de 49, se selecciona una muestra probabilística de 29 empresas, a través del empleo de un muestreo aleatorio simple. Las características empleadas para el cálculo arrojaron un nivel de confianza del 90 % y un límite de error aceptado del 10 %.

https://doi.org/10.56294/piii2024307

Estableciendo las herramientas para el propósito de estudio, se despeja cada una de las particularidades de la muestra y, con base a la revisión literaria realizada, se procede a construir el instrumento que será aplicado en las visitas presenciales a los emprendedores.

RESULTADOS.

La Gestión y ponderación de la información se recolectó en tres meses y los datos fueron consolidados en un mes. El 65 % de la información se obtuvo en las visitas presenciales y el restante 35 % se recolectó vía correo electrónico. Los resultados se detallan en las siguientes tablas

Tabla 3. Resultados actividades primarias

Resultados eje actividades primarias		
Variable	Puntuación	Observaciones
Marketing y ventas	85 %	Profundizar el mercado a través de la página web. Consolidar procesos de exportación y consolidar la imagen empresarial
Operaciones	70 %	Identificar los diferentes cuellos de botella para optimizar las operaciones, implementar procesos de calidad
Servicio	90 %	Aprovechar las oportunidades de los servicios postventas para mejora de los ingresos. Acciones de mejora frente a los reclamos
Logística de entrada	60 %	Deficiencia en los controles de inventario, gestionar los inventarios para obtener ventajas competitivas
Logística de salida	65 %	Identificar los costos de mantenimiento del inventario. Optimizar las opciones de los medios de distribución

Fuente: elaboración propia

Se consolida una media en el cumplimiento de las actividades primarias de un 74 %, de manera que están en situación crítica las variables de logística de entrada y de salida, aspectos que son desarrollados en

las asignaturas de la línea de producción en el pregrado de Administración de Empresas y Negocios Internacionales. Los demás programas de la regional Neiva no ven asignaturas que contemplen esos temas.

Tabla 3. Resultados actividades de apoyo

Resultados eje actividades de apoyo		
Variable	**Puntuación**	**Observaciones**
Infraestructura	85 %	Se carece de certificaciones de calidad, no se proyecta el impacto ambiental
Desarrollo Tecnológico	75 %	No se evidencia investigación y desarrollo para generar innovaciones a los productos o servicios ofertados
Abastecimiento	80 %	Las empresas carecen de metodologías para evaluación de proveedores. Los procedimientos de compra son deficientes
Recursos humanos	90 %	Pocas empresas implementan procesos de evaluación de desempeño, la satisfacción del personal no es medible

Fuente: elaboración propia

Se alcanza una media en el cumplimiento de las actividades de apoyo de un 83 %, así que están en situación crítica las variables de desarrollo tecnológico y abastecimiento; variables que son muy importante en los mercados actuales.

La consolidación de los dos ejes da como resultado una media de 78.5 %. Una cifra bastante baja, teniendo en cuenta que son emprendimientos que llevan años en el mercado y que están legalmente constituidos. Se logran identificar los puntos críticos para que sobre ellos se realicen proyecciones de mejora en corto y mediano plazo.

DISCUSIÓN

Con la información recolectada se construye una base de datos para logra hacer una localización de las empresas seleccionadas; se plantea como estrategia enviar un oficio con el visto bueno de la coordinación académica a las empresas elegidas como muestra, dicho oficio socializa los alcances que se proyectan con la investigación y solicita dos espacios: uno para realizar visita a las instalaciones de las empresas y el segundo para aplicar el instrumento en presencia del representante legal de la empresa.

En las visitas presenciales se aplicó observación directa con miras a comprender el objeto social de la organización; se solicitó acceso a todas las áreas de la empresa y, al final, se programó la siguiente vista para la aplicación del instrumento. Esa segunda visita presentó muchos inconvenientes, debido a la poca disponibilidad de tiempo que argumentaban los representantes legales de las empresas. Como solución a esa situación se plantea enviar el instrumento vía correo electrónico para que lo diligenciaran y lo enviaran al correo remitente.

El instrumento a aplicar contempla ciento treinta y cuatro preguntas, de las cuales el 92 % corresponden a preguntas cerradas y el 8 % restante a preguntas abiertas. En las preguntas cerradas, el 20 % concierne a preguntas de elección múltiple y el 80 % restante son preguntas de tipo dicotómicas. Se aclara que las preguntas cerradas se abordaran bajo la metodología cuantitativa. Las variables que se diseñaron en el instrumento son puntuadas en función a la organización, del siguiente modo

_ 5, si el cumplimiento de la variable es completa
_ 3, si el cumplimiento de la variable es parcial
_ 0, si el cumplimiento de la variable es totalmente nulo
_ N, si la variable no es aplicable a la organización

Las sumatorias de las valorizaciones se trasladan a una hoja Excel que permitirá realizar el diagnóstico de la situación del emprendedor cunista, regional Neiva, respeto al grado de desarrollo de las actividades. La puntuación de cada variable deberá obtenerse en porcentajes para identificar parámetros de crecimiento, a partir de los que más presenten deficiencia.

CONCLUSIONES

Los estudiantes y egresados emprendedores de la superior CUN, regional Neiva, tienen serios desafíos en sus actividades para lograr llevar a cabo los procesos empresariales. Los resultados se socializaron de manera individual y se le proyectaron los puntos críticos, en donde la organización debe estructurar una ruta para generar el cambio. Es importante el ejercicio de reflexión para que, en cabeza del representante legal, se dinamicen los procesos al interior de la organización.

Las conclusiones de esta investigación fortalecen la hipótesis de la importancia del desarrollo de la cultura emprendedora en los estudiantes de las diferentes universidades, como contribución a la generación de empleo, el crecimiento económico, la innovación y el cambio de las realidades sociales de los territorios. Se entiende que el emprendimiento no solo beneficia a los propietarios sino también a los grupos de interés vinculados. Las políticas gubernamentales, el apoyo del sector empresarial y las universidades han contribuido en los niveles actuales de emprendimiento, los niveles de creación de empresa y han mejorado significativamente los ingresos de los emprendedores. Se debe seguir trabajando mancomunadamente para lograr un cambio radical en los índices que presenta el territorio colombiano.

Las deducciones de la investigación evidencian cierta pertinencia de la malla curricular en los procesos prácticos del emprendimiento; el programa de formación hacia el emprendimiento formulado por la universidad presenta relevancia dado que, tanto estudiantes como egresados reconocen su importancia y aplicabilidad, como también expresan que hace falta acompañamiento en ejercicios posteriores a la creación y legalización de la empresa.

El diagnóstico que arroja los resultados de la investigación dan pie para estudios posteriores pero, en particular, se hace necesario un espacio de articulación entre emprendedores cunistas y estudiantes activos de la universidad, para realizar acompañamiento, en otras palabras, se hace necesario crear un centro de apoyo al emprendedor y que este sea visto y avalado desde un escenario de prácticas universitarias.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Arias, F., y Ribes Giner, G. (2019). Evolución del papel del emprendedor rural: del agricultor subordinado del siglo XVIII al empresario rural actual. Revista Venezolana de Gerencia, 24(88), 1005–1028
2. Alcaldía Municipal de Neiva (2020). Información del municipio. Alcaldía de Neiva. https://www.alcaldianeiva.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx
3. Bygrave, William D. (1994). The Portable MBA in Entrepreneurship. New York: Wiley. p. 468

4. Camacho Corredor, D. Y. (2007). Hacia un modelo de Emprendimiento Universitario. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 275 - 292
5. Cámara de comercio del Huila (2021). https://cchuila.org/wp-content/uploads/2021/02/Din%C3%A1mica-empresarial-2020.pdf
6. Confecámaras. (2020). Dinámica de creación de empresas en Colombia. confecamaras.org.co/phocadownload/2020/Analisis_Economicos/Informe%20Din%C3%A1mica%20de%20Creaci%C3%B3n%20de%20Empresas%20III%20Trimestre%202020.pdf
7. Deza-Loyaga, W. F., Aparicio-Ballena, J. A., Pérez-Arboleda, P. A., e Hidalgo-Lama, J. A. (2021). Competencias de emprendimiento en estudiantes universitarios en Perú: metodología para su desarrollo. Revista Venezolana De Gerencia, 26(96), 1172-1188. https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.11
8. Departamento administrativo nacional de estadística (2021). Empleo y desempleo. Registro estadístico de relaciones laborales – RELAB. DANE. https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo
9. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, M. P. (2014). Metodología de la investigación. Ciudad de México, México: McGraw-Hill
10. Hémbuz Falla G., Sánchez Avilés A. M., Bermeo Diaz V. (2020) Influencia de la educación superior en el emprendimiento juvenil en estudiantes universitarios: una aproximación teórica. Revista Redipe, 9(8), 166-80. https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/1049
11. Kew, J., Herrington, M., Litowsky, Y. y Gale, H. 2013. Gerenation Entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship. GEM, The prince is youth business international.
12. M. Hitt, R. Ireland y R. Hoskisson. (2007) Administración estratégica. Thomson
13. Marulanda V, F., Montoya R, I., y Vélez R, J. (2018). El Individuo y sus motivaciones en el proceso emprendedor. Revista Universidad y Empresa, 21(36), 149-174. http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.6197
14. Real Academia Española (s.f.). Emprender. Diccionario de la lengua española. https://dle.rae.es/?id=Esip2Nv
15. Suárez, M., Suárez, L., y Zambrano, S. M. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá- Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. Revista de Ciencias Sociales, 13(4), 23-32.
16. Terán-Yépez, E., y Guerrero-Mora, A. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. Revista Espacios, 41(7). http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/a20v41n07p07.pdf

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERÉS

Ninguno.