

**ESTUDIO DE LINEA BASE DE EMPRESARIOS EGRESADOS DE LA UNAD CEAD
VALLEDUPAR.**



CÉSAR ANTONIO ALMARIO SANCHEZ

ELLA CAROLINA MUÑOZ FUENTES

DIRECTORA DE PROYECTO

FLOR MANUELA ARIZA MOLINA

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONOMICAS Y DE NEGOCIOS

ESPECIALIZACION EN GESTION DE PROYECTOS

VALLEDUPAR

2018

Nota de aceptación

La presente monografía titulada: **ESTUDIO DE LINEA BASE DE EMPRESARIOS EGRESADOS DE LA UNAD CEAD VALLEDUPAR** es presentada con ajustes al grupo de evaluadores y jurados de la Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económica y de negocio con el fin de obtener el título de Especialista en Gestión de Proyectos y cumple con los requisitos legales e institucionales vigentes.

Presidente del Jurado

Jurado 1

Jurado 2

Dedicatoria.

Deseo dedicar este trabajo fruto del esfuerzo y dedicación a mi madre Gloria María Sanchez Restrepo (Q.E.P.D.) por todo lo que hizo en favor de mi formación, por el apoyo incondicional en todo el proyecto de vida que edificamos juntos, por su gran ejemplo de templanza, honraré tu ausencia poniendo en práctica cada uno de tus consejos, en la eternidad de lo mortal quedará tu recuerdo perenne en mi memoria. Gracias mamá.

A mi familia por la confianza y la fuerza que me imprimen en todo momento.

A Dios, por guiarme por el buen camino, por darme fortaleza, para seguir adelante.

A mi familia, mi madre, mis hermanos Jali, Yoli y Julio que con sus consejos y apoyo incondicional me impulsaron a cumplir la meta.

Agradecimientos

Deseo agradecer a los tutores y asesores que tuvieron la paciencia y el decoro del acompañamiento en todas las etapas de concepción planificación y ejecución de este proyecto a la Universidad por el apoyo institucional, a los Empresarios Egresados que a bien tuvieron participar en las actividades de recolección de la información. Agradezco a mi familia quienes siempre están hay apoyándome y dándome fuerza para seguir adelante por encima de cualquier obstáculo.

Agradecemos a la Magister Rosa Angela Ternera por la asesoría externa y por los aportes que hizo en varias etapas del proyecto.

Agradecemos especialmente a la Dra Flor Manuela Ariza, La Dra Eunices Robles y al Dr Fredys Padilla por su gran aporte por hacer de este proyecto y este logro una realidad.

Tabla de contenido

	pág.
Introducción	10
Resumen	11
Abstract 12	
1. Descripción del problema	13
1.1. Formulación del problema	14
2. Objetivos	15
2.1. Objetivo general	15
2.2. Objetivos específicos	15
3. Justificación	16
4. Hipótesis	18
5. Marcos de referencia	19
5.1. Marco teórico	19
5.1.2. Antecedentes científicos.	22
6. Bases teóricas	30
7. Marco conceptual	35
8. Cuerpo de monografía	37
8.1. Línea Base	37
8.1.1. Determinación del ámbito de estudio.	38
8.1.2. Determinación de los objetivos del estudio.	39

8.1.3.	Selección de variables e indicadores del estudio.	39
8.1.4.	Determinación del marco muestral.	49
8.1.4.1.	<i>Definición de la población objeto de estudio:</i>	50
8.1.4.2.	<i>Seleccionar la estructura de la muestra:</i>	50
8.1.4.3.	<i>Especificar la unidad muestral:</i>	50
8.1.4.4.	<i>Seleccionar el método de muestreo:</i>	50
8.1.4.5.	<i>Determinar el tamaño de la muestra:</i>	50
9.	Diseño de Instrumentos de recolección de datos	52
9.1.	Diseño de cuestionario	52
9.2.	Diseño de ficha básica para Base de Datos.	60
10.	Prueba piloto del cuestionario	61
11.	Realización del trabajo de campo	64
12.	Construcción de la base de datos	66
13.	Análisis de datos	68
14.	Conclusiones	87
15.	Opinión personal	89
	Bibliografía	91
	Webgrafía	93

Lista de graficas

	pág.
Grafica 1. Información ofrecida por la UNAD	69
Grafica 2. Necesidad de información	70
Grafica 3. Tamaño de la empresa	71
Grafica 4. Participación por tipo de sociedad	73
Grafica 5. Tiempo de funcionamiento	74
Grafica 6. Formalización de empresas	75
Grafica 7. Uso de las TICS	76
Grafica 8. Sector Económico	77
Grafica 9. Perfil profesional en relación con la actividad	78
Grafica 10. Nivel de actualización académica	80
Grafica 11. Empresarios Egresados por programas	81
Grafica 12. Empresas producto de la formación académica	82
Grafica 13. Participación En eventos de promoción	83
Grafica 14. Interés de formación	84
Grafica 15. Generación de Empleo	86

Lista de tablas

	pág.
Tabla 1. Variables información de empresarios egresados	42
Tabla 2. Variable Necesidad de información actualizada	42
Tabla 3. Variable tamaño de empresas	43
Tabla 4. Variable tipo de propiedad	43
Tabla 5. Variable tasa de supervivencia	44
Tabla 6. Variable formalización	44
Tabla 7. Variable uso de tics	45
Tabla 8. Variable sector económico	45
Tabla 9. Variable pertinencia con formación recibida	46
Tabla 10. Variable cualificación del empresario	46
Tabla 11. Identificación del perfil profesional	47
Tabla 12. Impacto de la formación	47
Tabla 13. Promoción Institucional	48
Tabla 14. Profundización Académica	48
Tabla 15. Generación de Empleo	49
Tabla 16. Datos Básicos del empresario	61

Tabla 17. Datos básicos de la empresa	61
Tabla 18. Listado de Egresados Empresario CEAD -Valledupar	64
Tabla 19. Egresados Empresarios por Muestreo Bola de Nieve	65
Tabla 20. Encuestados por modalidad de entrevista	65
Tabla 21. Información ofrecida por la UNAD	69
Tabla 22. Necesidad de información actualizada	70
Tabla 23. Tamaño de la empresa	71
Tabla 24. Participación por tipo de sociedad	72
Tabla 25. Tiempo de funcionamiento	74
Tabla 26. Formalización Empresarial	75
Tabla 27. Uso de las TICS	76
Tabla 28. Sector Económico	77
Tabla 29. Perfil profesional en relación con la actividad empresarial	78
Tabla 30. Nivel de actualización	79
Tabla 31. Empresarios egresados por Programa	81
Tabla 32. Empresas producto de la formación recibida	82
Tabla 33. Participación en eventos de promoción	83
Tabla 34. Interés en formación Postgradual en la UNAD	84
Tabla 35. Generación de empleo	85

Introducción

En este ejercicio de investigación, la temática tratada es la dinámica empresarial que tiene un grupo especial de organizaciones surgidas de iniciativas de negocio puestas en marcha por egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, CEAD Valledupar, surgidas gracias a la formación orientada al emprendimiento y al liderazgo, dos características presentes en el perfil de los profesionales de esta universidad.

Se pretende acercarnos al conocimiento de las características propias de las empresas a través de la realización de un diagnóstico cualitativo en que se tendrán en cuenta variables de tipo económico, administrativo, de acceso a las tecnologías, trayectoria y pertinencia con los programas estudiados durante el ciclo de formación universitaria.

Nos mueve el interés de contribuir a que se afiancen la relación egresados / universidad por medio de procesos de seguimiento permanente en el que exista una retroalimentación de doble vía en la información para que se faciliten las acciones de integración. Se debe aclarar que es una revisión inicial, más allá de que no se pretenda hacer una descripción superficial somos conscientes de que este será un aporte para promover estudios más profundos que den cuenta de variables no consideradas en esta ocasión como, por ejemplo, el impacto económico, la contribución al desarrollo regional en términos de empleo y de innovación.

La metodología de la descripción cualitativa nos permite presentar de forma clara la información necesaria para elaborar un perfil general de las empresas fueron creadas a la luz de la filosofía del emprendimiento Unadista.

Resumen

Con el Estudio de Línea Base de empresarios egresados de la UNAD CEAD Valledupar se busca consolidar la información que a nivel regional se tiene de las iniciativas empresariales que han sido lideradas por egresados de la Universidad Abierta y a Distancia en el CEAD Valledupar. El enfoque de Línea Base permite que los datos ofrezcan la información necesaria para la toma de decisiones, en el caso que nos ocupa nuestro aporte es el de ayudar a UNAD a la toma de decisiones institucionales frente a los egresados empresarios de la región. Para desarrollar este estudio nos basamos en la propuesta Metodología de Estudios de Línea de Base de David Medianero Burga, en la que se proponen diez pasos para la elaboración de Línea Base. Los resultados nos muestran que a pesar de que se tiene una política institucional de atención a egresados, hace falta enfatizar en grupos especiales como el de los empresarios, articular esa valiosa experiencia de los egresados empresarios con la oferta institucional podría generar una dinámica de desarrollo con beneficios mutuos.

Palabras claves: Línea base, base de datos, egresados, iniciativas empresariales.

Abstract

Obtaining and updating the information of the companies created by the graduates of the UNAD CEAD Valledupar seeks to consolidate the information that at a regional level has the business initiatives that have been led by graduates of the Open University and Distance in the CEAD Valledupar. The Baseline approach allows the data to provide the necessary information for decision making, in the case that concerns us, our contribution is to help UNAD to take institutional decisions against the graduates of entrepreneurs in the region. In order to develop this study, we relied on the proposed Methodology of Baseline Studies of David Medianero Burga, in which ten steps are proposed for the elaboration of Baseline. The results show us that even though there is an institutional policy of attention to graduates, it is necessary to emphasize in special groups such as the one of the entrepreneurs, articulating this valuable experience of graduates entrepreneurs with the institutional offer could generate a dynamic of development with mutual benefits.

Keywords: *Line Base, Data Base, University Graduate, Business initiatives.*

1. Descripción del problema

La importancia que tiene el seguimiento de sus egresados en todas las universidades del mundo, ha hecho que desde el punto de vista institucional se hayan desarrollado diversos estudios que pretenden dar cuenta de la verificación de la proyección social de la universidad como centro de producción de conocimiento y su influencia en la resolución de problemáticas del entorno. La Universidad Nacional Abierta y a Distancia desde sus inicios se ha preocupado por hacer un acompañamiento a este importante estamento, que buscan tener de primera mano la información de cómo están posicionados los egresados unadistas en el mercado laboral y también la dinámica de formación Postgradual, es decir que especializaciones, maestrías y doctorados tienen o estén cursando. Desde los ciclos de formación en el pregrado, al futuro Egresado Unadista se le brindan las herramientas metodológicas para que se profile como empresario y muy a pesar de las dificultades existentes a la hora de poner en práctica los conocimientos adquiridos para el diseño, montaje e implementación de empresas, son muchos los que en nuestra región alcanzan a ver realizado el sueño de tener su propia empresa.

No obstante de contar con una Red de Egresados (RedEUNAD) muy bien estructurada y la Vicerrectoría de Servicios a Aspirantes, Estudiantes y Egresados (VISAE), que con sus programas de bienestar y apoyo al emprendimiento constituyen sin lugar a dudas un respaldo institucional significativo, encontramos que los estudios realizados alrededor del impacto de los egresados en el entorno se han concentrado más en el mercado laboral, desde los empleadores o de los mismos egresados (Proyecto de Investigación institucional sobre seguimiento e impacto de los egresados de la UNAD, Mora, 2000), no encontramos estudios dedicados a caracterizar las

iniciativas empresariales de los egresados, es decir, una descripción cuantitativa de las empresas creadas por los egresados, que nos den cuenta de la vocación empresarial, la tasa de supervivencia, las necesidades, en que sectores económicos se destacan y otras variables que nos permitirán visualizar de mejor manera el papel y el impacto de los egresados de la UNAD, en esta parte del país. En virtud de lo anterior la Universidad Nacional Abierta y a Distancia necesita seguir el proceso de construcción de información de las iniciativas empresariales de sus egresados actualizado y consistente donde, de manera escalonada, sistemática y organizada, pueda generar información que le sirva para orientar los productos y procesos (acompañamiento, asesoramiento, capacitación, fomento, etc.) que oferte a la comunidad, de forma eficiente; y sobre todo, ubicados desde las capacidades económicas, operativas, técnicas y misionales con que cuenta ese conjunto significativo de personas que le apostaron al emprendimiento como proyecto de vida, gracias a la orientación recibida en la UNAD.

1.1. Formulación del problema

¿Existe una Línea Base de egresados empresarios elaborada a partir de las experiencias de los egresados de la UNAD CEAD Valledupar?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Diseñar una línea base de empresarios egresados de la UNAD, CEAD Valledupar.

2.2. Objetivos específicos

- Determinar el estado actual de un grupo de empresarios egresados de la UNAD CEAD, Valledupar. Como primera fase de la implementación de una Línea Base que permita la obtención de datos que contribuya a dinamizar los procesos de toma de decisiones de la universidad, alrededor de las políticas para egresados.
- Actualizar la base de las empresas creadas por los egresados de la UNAD CEAD Valledupar
- Caracterizar las empresas teniendo en cuenta variables cuantitativas y cualitativas que den cuenta de aspectos tales como: la actividad y al sector económico, la trayectoria, constitución estatutaria (Persona Jurídica ó persona natural) y número de empleados entre otros.

3. Justificación

Documentar la experiencia que como empresarios han tenido los egresados de la UNAD cuya formación profesional la han obtenido en el CEAD Valledupar, es la razón de ser de esta investigación. a partir de esta, la institución podrá contar con amplia información sobre las iniciativas empresariales desarrolladas por sus egresados y de esta manera generar impacto el entorno de la sociedad que desea transformar, la UNAD requiere tener información concerniente a los perfiles empresariales que han desarrollado sus egresados, esto le permitirá obtener los elementos necesarios para construir una Línea Base de las empresas lideradas por profesionales formados bajo la modalidad de educación a distancia. El beneficio de los resultados del estudio abarca tanto a empresarios como a la universidad, a los primeros por que se harán visibles sus necesidades, sus proyecciones, sus debilidades pero también sus fortalezas. La universidad le será, más fácil cumplir con sus objetivos misionales y estratégicos, ya que estos están fundamentados en el desarrollo integral de las comunidades, y la de los egresados es una de las comunidades que mayor influencia tiene en el desarrollo social.

Con la información recolectada en este estudio, se contribuirá teóricamente a la actualización de la Base de Egresados Empresarios Zona Caribe, en la que aparecen egresados solo de Curumaní, San Alberto y Valledupar, en actividades de servicios en especial comercio, egresados de programas como administración de empresas, regencia en farmacia, y psicología. Considerando que el CEAD Valledupar, tiene como zona de influencia municipios de todo el

departamento del Cesar, sur de la Guajira, sur de Bolívar, y algunos municipios del Magdalena es a todas luces insuficientes la información contenida en la base de datos mencionada.

Contribuirá también con los diversos mecanismos de inclusión, participación, vinculación y seguimiento a los egresados que se vienen gestando, mecanismos mediante los cuales se busca hacer acompañamiento a los estudiantes desde su ingreso, su graduación, hasta el monitoreo de su inserción al mercado laboral, o en el campo de acción donde ejercen su papel como empresarios. Los sistemas de acompañamiento se diseñan con base en el sentido y la responsabilidad que este estamento tiene tanto en la proyección y desarrollo de las políticas institucionales, como en el diseño de los lineamientos misionales.

Por último a nivel personal Los investigadores que intervienen en esta propuesta son egresados de la UNAD, CEAD Valledupar y tienen experiencias en el emprendimiento de iniciativas empresariales, lo que los vincula de manera directa con el tema, la justificación y la problemática planteada.

4. Hipótesis

Contar con una Línea Base de Empresarios Egresados de la UNAD CEAD Valledupar, facilitará la implementación de un programa de monitoreo de la actividad empresarial de los egresados, la cuantificación del impacto generado por la formación Universitaria en relación con el aporte al desarrollo regional y el establecimiento de pautas para la toma de decisiones que se den en el marco de la política institucional de egresados de la UNAD. Los egresados empresarios tendrán la oportunidad de mejorar el acceso a los beneficios contenidos en la oferta institucional que tiene la Universidad y que muchas veces no es aprovechada por falta de conocimiento.

5. Marcos de referencia

5.1. Marco teórico

5.1.1. Antecedentes históricos. A manera de introducción se expone lo enunciado En el trabajo realizado por el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología, en el que se define la Línea de Base como un conjunto de indicadores seleccionados para el seguimiento y evaluación sistemáticos de políticas y programas a través de información estadística sistematizada, oportuna y confiable que permite a las instancias directivas la consecución de niveles óptimos de gestión y facilita el proceso de toma de decisiones (DANE, 2009). Dado el enfoque democrático y participativo del SEP del Programa Ondas, el objetivo de la línea de base, amplía su uso no sólo a las instancias directivas del programa (COLCIENCIAS, Coordinación Nacional), sino también a las instancias encargadas de la coordinación del programa en las regiones y a los aliados estratégicos del programa a nivel nacional y regional, de manera que cuenten con información básica que permita la toma de decisiones en ámbitos específicos, pero a la vez, que se convierta en una estrategia para la rendición de cuentas¹.

¹ OBSERVATORIO COLOMBIANO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Proyecto Sistema de Evaluación Permanente Programa Ondas Fase 1. DOCUMENTO 5 Manual de Orientaciones para la Construcción la Línea de Base de Indicadores y el levantamiento de información primaria

Así mismo, el **Departamento Administrativo Nacional de Estadística Dirección de Regulación, Planeación, Normalización y Estandarización – DIRPEN. Realiza el estudio LÍNEA BASE ASPECTOS METODOLÓGICOS. Bogotá, Julio de 2004.** En el que plantea que, más allá de los desarrollos técnicos sobre la producción de estadísticas, el DANE ha venido diseñando metodologías orientadas a la organización y aprovechamiento de la información en entidades del sector público, entre otras las metodologías de planificación estadística (DANE, 2001) y de línea base. Esta última, diseñada en el 2003, agrega valor y amplía el alcance de la planificación estadística. La planificación estadística es un proceso ordenado de organización de oferta y demanda de información. Europa lleva cerca de dos décadas realizando este tipo de ejercicios.

En Colombia, el DANE ha promovido, mediante la aplicación de la metodología, la elaboración de planes estadísticos departamentales en las Gobernaciones de Cundinamarca (2000) y Antioquia (2002); plan estadístico sectorial, en la Corporación Autónoma Regional de Antioquia –Corantioquia- (2002); planes municipales, en las alcaldías de Fusagasugá (2001), Medellín y su Área Metropolitana (2004) e Itaguí (2004). Otros departamentos y entidades sectoriales están en camino de adelantar procesos similares.

El ejercicio de la planificación estadística permite identificar relaciones entre las necesidades de información y la producción de información: las primeras se refieren a necesidades reales y potenciales de los usuarios; la segunda, a las operaciones estadísticas (censos, muestras y registros administrativos) que hacen posible la obtención de datos. La oferta que contiene un plan estadístico se refiere a un conjunto de operaciones estadísticas

seleccionadas por su importancia y por la viabilidad financiera de realizarlas. Cada operación estadística contiene las variables que han de satisfacer las necesidades de los usuarios.

No obstante, la planificación estadística no resuelve por sí misma aspectos tan sensibles relacionados con el uso y aprovechamiento de la información, que constituyen unos de los mayores obstáculos para la gestión gubernamental: basta recordar la repetida experiencia que viven las administraciones públicas al inicio de su gestión, la de resolver de manera contingente las necesidades y los vacíos de la información, no sólo en el proceso de elaboración de un plan de desarrollo, sino también en su seguimiento y evaluación.

La línea base es una herramienta que contribuye a superar esas dificultades y, por añadidura, a fortalecer la cultura de uso y aprovechamiento de información en entidades públicas. Al establecer un vínculo entre la información disponible y organizada y el proceso de toma de decisiones, cumple con tres funciones importantes: (i) agrupa y pone a disposición de los usuarios un conjunto de indicadores claves para la planeación y el seguimiento de la gestión; (ii) permite un enfoque de análisis por eficiencia comparativa; y (iii) facilita la organización racional y la articulación de sistemas de información.

En esa perspectiva, y como una contribución a la solución efectiva y de bajo costo a los problemas de uso y aprovechamiento de la información, el DANE ha venido articulando al proceso de planificación estadística el de la construcción de línea base. La metodología que el DANE pone a disposición de las entidades del Estado y de la ciudadanía en general, es el resultado de estos procesos.

5.1.2. Antecedentes científicos.

Informe Del Grupo De Trabajo De Crecimiento Empresarial Del Observatorio De La PYME. Por: Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa Española. (Noviembre, 2011)

Otro de los estudios que se tomarán en cuenta para el desarrollo de la investigación es el Informe del Grupo de trabajo de Crecimiento Empresarial del Observatorio de la PYME. El cual hace referencia a lo sucedido en la 11ª reunión del pleno del Observatorio de la PYME, celebrada el 24 de marzo de 2010, en el que se acordó realizar un estudio del crecimiento empresarial y cuestiones como el tamaño, las vías de crecimiento, los incentivos en materia de cooperación empresarial, o la financiación especializada.

Basado en el Tejido Empresarial Español, el cual se caracteriza por tener poca presencia de grandes empresa, En particular, en España se observa que el conjunto de microempresas y PYME suman aproximadamente un 99,8% del total de empresas, siguiendo la misma tendencia en los porcentajes durante los últimos años. Esta falta de crecimiento por parte de las empresas españolas priva al conjunto de la economía nacional de un desarrollo rápido, sobre todo en materia de empleo, ya que el 85% de estas microempresas y PYME tan solo generan de 2 a 9 empleos por empresa.

Este trabajo tiene como **Objetivos:** crear un documento que plasme la situación en la que se encuentra el crecimiento empresarial en nuestro país.

Identificar aquellas medidas de apoyo al crecimiento empresarial desarrolladas tanto a nivel nacional como fuera de nuestras fronteras.

Para poder alcanzar estos objetivos los investigadores utilizaron la siguiente metodología: ubicación de las fuentes de información, las cuales son: los diferentes estudios, documentos de reflexión y observaciones aportadas por los miembros del grupo de trabajo sobre crecimiento empresarial del Observatorio de la PYME.

En segundo lugar, dos estudios temáticos específicos encargados por la Dirección General de Política de la PYME (DGPYME). Por un lado, un estudio de diagnóstico del crecimiento empresarial en España, y por otro lado, un estudio de detección de medidas de apoyo al crecimiento empresarial en los países de nuestro entorno. El presente informe se estructura en seis capítulos: Un primer capítulo que realiza una introducción al crecimiento empresarial en España y describe el marco conceptual del estudio, así como sus objetivos y la metodología con la que se abordará su desarrollo.

El segundo capítulo dedicado al diagnóstico del crecimiento empresarial. Este capítulo es en sí mismo una recopilación de las conclusiones resultado de un estudio técnico específico sobre crecimiento empresarial que se encargó por parte de la DGPYME al grupo de investigación INNOPRO de la Universidad Politécnica de Madrid (UPM)¹. El tercer capítulo es una recopilación de medidas e incentivos al crecimiento empresarial que surge de las aportaciones realizadas por los organismos representados en el grupo de crecimiento empresarial del Observatorio de la PYME.

El cuarto capítulo es una síntesis de un estudio específico sobre instrumentos y medidas a escala europea e internacional orientadas a fomentar el crecimiento empresarial, realizado por Santiago Martínez Rodríguez, consultor especializado. Los capítulos quinto y sexto son las conclusiones del presente informe y la bibliografía utilizada, respectivamente.

Análisis De Los Factores Que Contribuyen Al Éxito De Proyectos Empresariales. Por: Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid España (2008)

De igual manera se toma este trabajo de investigación por su directa relación con el tema propuesto, ya que plantea un Análisis de los Factores que Contribuyen al Éxito de Proyectos Empresariales. Basado en la evolución empresarial que ha mostrado la ciudad de Madrid España en los últimos años. El cual muestra una clara tendencia al alza, convirtiendo a esta región que contribuye activamente al desarrollo de la economía española, en la que participan diversos sectores de la comunidad (Jóvenes, Mujeres, Inmigrantes, Titulados Superiores y no Titulados entre otros).

Sin embargo las primeras etapas del proyecto pasan por una situación de excesiva carga de trabajo, muy superior a la que existía por cuenta ajena, agravada por la ausencia de ingresos, deudas, e importantes responsabilidades asumidas en primera persona (con los clientes, proveedores, empleados, socios, etc.). Debido a esto, el equipo investigador del presente trabajo quiere ayudar a nuevos emprendedores y emprendedoras a consolidar su proyecto superando las dificultades que puedan presentarse en las diferentes etapas del mismo.

Por todo lo antes mencionado, Los **objetivos principales** de este estudio han sido:

- Identificar los factores clave que contribuyen al éxito de los proyectos empresariales.
- Definir una serie de recomendaciones que permitan a los emprendedores afrontar sus proyectos empresariales con mayores garantías de éxito.

Así mismo plantean trabajar con la siguiente **población y Metodología**: Para el desarrollo de la investigación se ha tomado una muestra de 292 empresarios de la Comunidad de Madrid, cuyas empresas tienen al menos cinco años de antigüedad, lo que entendemos como una empresa consolidada.

Las entrevistas se han realizado de forma personal mediante cuestionario estructurado con cada uno de los entrevistados.

La información resultante del proceso de codificación, grabación y tabulación de los cuestionarios, se muestra en los resultados que se detallan a lo largo de este apartado.

En este estudio, donde se combinaron **técnicas** cuantitativas y cualitativas de análisis, y donde se utilizaron como fuentes principales de información empresarios y emprendedores en activo, así como empresarios que no habían logrado consolidar su proyecto, y otros colectivos e instituciones como asociaciones empresariales y representantes de los diferentes ciclos formativos. Posibilitando un mayor nivel de profundidad en los factores clave de la investigación; en concreto se han realizado 292 encuestas a empresarios ya consolidados, complementadas con 20 entrevistas en profundidad a una muestra de estos empresarios. Además,

con el fin de enriquecer los resultados de la investigación, se ha desarrollado una mesa de trabajo donde han estado presentes las principales instituciones vinculadas al emprendimiento en la Comunidad de Madrid.

Informe De La II Línea Base Aplicada A Los Beneficiarios Del Programa De Formalización Y Fortalecimiento Empresarial De 500 Microempresarios Ubicados En Popayán. Por Cámara de Comercio del Cauca (2011).

Este informe sirve como antecedente científico; debido a que en él, se plantea el diligenciamiento del II Formulario de Línea Base Aplicada a los Beneficiarios del programa de Formalización y Fortalecimiento Empresarial de 500 Microempresarios Ubicados en Popayán, con el cual se pretendió organizar y comprender el dinamismo económico que ejercen los microempresario, pero sobre todo ubicarlos en los distintos sectores comerciales en el que desarrollan su actividad comercial y económica, y de esta manera poder ofrecer información a las entidades locales encargadas de mantener y orientar programas y proyectos que permitan el fortalecimiento de la población objeto de estudio.

Así mismo plantea como **Objetivos:** Aplicar de forma personalizada el formulario de línea base al menos a 500 beneficiarios del programa de Formalización en la ciudad de Popayán para concretar la II toma de información, el cual incluye información referente a las siguientes secciones:

- Identificación de la microempresa y del propietario - Información del establecimiento - Información económica y de mercado - Información general.

- Elaborar un análisis sobre los resultados obtenidos tras la aplicación de al menos 500 formularios de línea base personalizada a cada beneficiario del programa de Formalización.
- Realizar un análisis comparativo entre el estado inicial y actual de las empresas formalizadas.

Para poder lograr los objetivos propuestos, los investigadores optaron por la siguiente **metodología**, un estudio de corte **Cuantitativo-Descriptivo**, con **Técnica** de operación en campo en el sector establecido, aplicación de encuestas 100% personalizadas. Tomando como **Población**: los Microempresarios de Popayán, tomando una muestra de 400 a 500 Microempresarios Formalizados.

Diagnóstico De La Caracterización De La Base Empresarial De Envigado A 30/03/2012 Y Breves Consideraciones Sobre Aspectos Económicos Y Empresariales Del Municipio. Por: Elver Quintero Montoya, a través de la Secretaria de Desarrollo Económico (2012).

Esta investigación es tomada como referencia científica debido a que, desarrolla la misma temática propuesta en esta investigación, siendo esta una caracterización sobre la base de datos empresarial de Envigado Antioquia, indicando que la secretaria de desarrollo económico de dicho municipio requiere comenzar con la organización de la información de una manera responsable, permanente, escalonada y sistematizada en la cual pueda generar y ofrecer información que sirva para orientar los productos y empresarios (acompañamiento, asesoramiento, capacitación, fomento, etc.) y de esta manera ofertar a la comunidad, de forma eficaz; acomodados a la realidad empresarial del municipio y sobre todo, destinados a las

capacidades económicas, operativas, técnicas y misionales operativas, con que cuenta dicha dependencia de este municipio.

Propone el siguiente **objetivo:** Realizar un Diagnóstico de la Caracterización de la Base Empresarial del municipio de Envigado.

Para poder desarrollar esta investigación los investigadores utilizaron la siguiente

Metodología: basada en la investigación documental, la cual fue tomada como fuente principal (de tipología secundaria) tales como (tablas de datos de empresarios) proporcionados por la Secretaria de hacienda del Municipio de Envigado “Industria y Comercio” a Diciembre de 2011, las tablas de empresarios registrados de la Cámara de Comercio de Aburra Sur a 30 de Marzo de 2012, el Sistema de Información R.U.E. de Confecamaras (tiempo real), el sistema de información de la superintendencia de Sociedades y otras Bases de datos económicos y empresariales autorizadas y disponibles de manera digital. Igualmente se tuvo referencia de informes técnicos del D.A.N.E. el D.N.P., la Cámara de Comercio de Aburra Sur, de Medellín para Antioquia, etc.

Alcance: Predicciones e identificaciones hechas cruzando variables y asumiendo hipótesis tomadas construidas mediante procesos lógicos debidamente sustentados por estudios de tipo Gubernamental. Frente al proceso de investigación como tal; y en lo relacionado con las deducciones e inferencias lógicas aplicadas tanto a las muestras investigadas (para los datos de empresarios –persona natural-) así como para los datos de empresas (–persona jurídica-) definimos el proceso investigativo del tipo cualitativo. En algunos apartes concretos del diagnóstico se pudiese hablar de un proceso de investigación de tipo descriptivo, precisamente

por las predicciones e identificaciones que se hicieron, cruzando variables y asumiendo algunas hipótesis tomadas de las fuentes primarias investigadas.

Procedimiento: El procedimiento que el investigador propone para realizar este trabajo.

- Búsqueda y organización de los documentos (informes, estudios, trabajos, etc.) existentes en la secretaría, sobre las empresas ubicadas en el municipio.

- Entrevista con funcionarios de Industria y Comercio (dependencia de la Secretaria de Hacienda del Municipio) y charlas con funcionarios de planta y contratistas de la Secretaría de Desarrollo Económico, en la búsqueda de informes o documentos sobre el tema.

- Selección de la escasísima información existente y decisión de indagar fuentes secundarias de información (bancos de datos).

- Acceso a las tablas con datos de la Secretaria de Hacienda del Municipio de Envigado donde se encontró información sin depurar y se requirió a la Dirección Operativa de la Secretaría, la adquisición de una tabla con datos de empresas a la Cámara y Comercio de Aburra Sur.

Gestión de la Información.

- Se tomó la decisión de gestionar la información desde cero (identificando elementos críticos de análisis) e iniciando un proceso de arquitectura de datos, donde se planteó, ante todo, la construcción de un Banco de Datos empresariales sólido.

6. Bases teóricas

Esta investigación se orienta bajo las siguientes bases teóricas:

Giovanni E. Reyes, Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, pág. 8. Se reconoce que es únicamente en la esfera de las unidades productivas o empresas en donde se produce estrictamente la riqueza para la sociedad humana. En tal virtud, las condicionantes del entorno –tales como aspectos sociales generales, políticos, macroeconómicos, de vínculos internacionales y de políticas públicas– pueden ayudar o bien obstaculizar el logro real de las potencialidades que ofrecen las empresas o unidades de producción. Estos elementos del entorno son determinantes en la supervivencia, adaptación y, en general, perdurabilidad de las empresas, además del éxito que ellas puedan manifestar.

Giovanni E. Reyes, Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, pág. 16. En el sentido de fomentar el crecimiento económico,

este establece condicionantes ineludibles a las empresas y debe considerarse como un medio y no un fin en sí mismo. Lo importante es que sea un instrumento para el logro del desarrollo.¹¹ Las relaciones en cuanto al comportamiento del crecimiento económico, empleo, inflación y balanza comercial o cuenta corriente, se caracterizan porque, a medida que existe crecimiento económico, pueden generarse fuerzas que promueven inflación.

Giovanni E. Reyes, Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, pág. 21. Este carácter integrado entre crecimiento y desarrollo es enfatizado por el paradigma de desarrollo de la Organización de las Naciones Unidas. Se trata de la reafirmación de que las medidas macroeconómicas centradas en aspectos de producción y su relación con las poblaciones –caso de ingreso per cápita– tienen limitaciones. Entre estas limitantes se encuentra la evidencia de que el desarrollo, si bien es cierto implica una perspectiva económica hasta cierto nivel, no se reduce solo al aspecto de riqueza.

Giovanni E. Reyes, Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, pág. 28. En el área de estudios de entorno, se daría seguimiento a variables sociopolíticas y económicas. Entre ellas se incluirían aquellas que son vitales y de convergencia en la caracterización de las economías de países: empleo, crecimiento económico e inflación. También es importante aquí considerar las condicionantes del medio que afectan a unidades de producción, tales como derechos de propiedad, vigencia, aplicación y profundidad de los tratados de libre comercio, régimen de apertura de las economías, situaciones cambiarias y su incidencia en los niveles de competitividad y perdurabilidad de las empresas.

Rafael Lapiedra, Carlos Devece y Joaquín Guiral, *Introducción a la Gestión de Sistemas de Información en la Empresa*. Primera edición, Editorial Publicacions de la Universitat Jaume I. Pág. 5. Toda persona, toda empresa, y en general toda organización, está continuamente captando una serie de datos, gran parte de los cuales no tienen significación alguna para ella, pero en cambio existen otros datos que le sirven para conocer mejor el entorno que le rodea y también para conocerse mejor. Estos datos, que constituyen la llamada información, le van a permitir tomar decisiones más acertadas. Por ello, la información a tiempo y en la cantidad precisa es un factor clave para toda organización.

Rafael Lapiedra, Carlos Devece y Joaquín Guiral, *Introducción a la Gestión de Sistemas de Información en la Empresa*. Primera edición, Editorial Publicacions de la Universitat Jaume I. Pág. 11. Muchos de los datos capturados por los sistemas de información se refieren al funcionamiento de la organización sirviendo para producir información interna. Esta información interna le proporciona al directivo conocimientos respecto del funcionamiento de la empresa, y si esta está consiguiendo o no sus objetivos.

José Sande, *Economía de la empresa v.7*. Pág. 3, En la actualidad se identifica empresario con la figura del emprendedor que inicia un proyecto empresarial, o con el profesional de la dirección que toma decisiones empresariales. El emprendedor es el que crea y pone en marcha un proyecto empresarial. Cada vez se le da más importancia a la capacidad de emprender, y se estimula el emprendizaje (aprender a emprender).

José Sande, *Economía de la empresa v.7*. Pág. 19, Tradicionalmente las PYME se ocupaban de mercados locales o regionales, mientras las grandes empresas operaban a un nivel nacional o

global. La revolución de las tecnologías de comunicación y de los medios de transporte, han ocasionado que el mercado potencial de las PYME sea mundial. Evidentemente, esta multiplicación de las oportunidades de venta, también multiplica las amenazas de competencia.

José Sande, Economía de la empresa v.7. Pág. 26, Podría pensarse, que no tiene mucho sentido instalarse en un pequeño espacio físico en el que existen una gran cantidad de empresas que se dedican a lo mismo. Sin embargo, estas empresas pueden realizar tareas complementarias y cooperar, desarrollando así una gran ventaja competitiva. El equilibrio adecuado entre cooperación y competencia, es el factor clave del éxito de un clúster.

Los valores de la empresa tradicional son insuficientes para afrontar los retos actuales.

José Sande, Economía de la empresa v.7. Pág. 45, El fin último de la empresa tradicional es crear valor para sus dueños, los accionistas. Este fin está vinculado con unos valores muy concretos: bien propio, competitividad, imagen, racional, jerarquía, uniformidad, comunicación, control y eficiencia.

Pero la realidad está en continuo cambio, lo que hace necesario evolucionar hacia una empresa responsable y sostenible, caracterizada porque los valores tradicionales se integran con los complementarios.

Xavier Orpella, Guía de la empresa saludable, edita ICE Salud. Pág. 4. La situación económica actual y en mercados de alta competitividad, como el nuestro, es vital para las

empresas encontrar nuevas oportunidades de diferenciación y de mejora que permitan no sólo su continuidad, sino también el desarrollo. Las empresas pueden aportar mucho al bienestar de las personas mediante sus productos o servicios, pero también a través de la relación con sus trabajadores, sus políticas, su organización y su interacción con el entorno y la sociedad. Como ya hemos apuntado, el concepto de empresa saludable incluye, entre otros, aspectos relativos al bienestar de los trabajadores, al desarrollo personal, a los estilos y hábitos de vida saludables y al respeto por el medio ambiente.

Xavier Orpella, Guía de la empresa saludable, edita ICE Salud. Pág. 7. La transformación de la empresa comienza por una reestructuración de la forma de organización de la compañía. Además de algunos procesos que se han ido dando durante los últimos años, tales como la reordenación geográfica (como consecuencia directa de la globalización del mercado) y la incorporación a los hábitos productivos de las nuevas tecnologías y formas de comunicación, los líderes que gestionen este cambio deberán pensar cómo transformar el principio clásico de la unidad de mando en modos más flexibles y participativos.

Xavier Orpella, Guía de la empresa saludable, edita ICE Salud. Pág. 16. Las formas de trabajo han ido evolucionando a través del tiempo, y por ello la más idónea para el desarrollo responsable y eficaz de una empresa saludable es el trabajo en equipo; es decir, un grupo de personas que trabajan de una manera coordinada para lograr la correcta ejecución de un proyecto.

7. Marco conceptual

- **Línea Base:** La línea base es un instrumento cuantitativo y cualitativo aplicado al inicio y periódicamente a grupos de actores involucrados en una acción o proyecto de desarrollo económico y social que permite encontrar el cómo, en qué y en cuanto a cambiado la situación actual (antes del proyecto), durante y al finalizar la Acción (situación futura o mejorada).

- **Base de datos:** Es una colección de datos operacionales utilizados por todas las aplicaciones de una organización, una serie de tablas que contienen información ordenada en alguna estructura que facilita el acceso a esas tablas, ordenarlas y seleccionar filas y de las tablas según criterios específicos. Su utilidad: utilizar un único sistema centralizado de almacenamiento de la información.

- **Egresados:** (Men) Persona que ha cursado y aprobado satisfactoriamente todas las materias del pensum académico reglamentado para una carrera o disciplina.

- **Iniciativas empresariales:** Morelos y pavón (2009) Las iniciativas locales de desarrollo constituyen una estrategia de participación y coordinación de acciones de los actores para propiciar que las acciones en pro del desarrollo sean duraderas y adecuadas a las necesidades y demandas de la localidad.

OCDE (2002) establece que las iniciativas de desarrollo generalmente son una respuesta a la necesidades locales y deben estar estructuradas en tres estratos, en primer lugar las estrategias,

que dan un diagnóstico de la problemática económica social que afectan la sociedad; el segundo, estructuras operativas que tratan de ejecutar políticas o mecanismos que incluyen la participación de gobiernos locales, regionales combinadas con las agrupaciones locales; el tercer estrato, las acciones que son el planteamiento y ejecución de las propuestas y programas planteados.

- **Empresa:** Organismo o entidad cuyo objeto esencial es producir bienes y/o servicios que satisfagan necesidades de una comunidad con el fin de obtener utilidades utilizando recursos.

- **Espíritu empresarial:** Competencia y riesgo que supone crear una empresa propia; movilizar la energía empresarial dentro de un proceso dinámico que se beneficia de todas las oportunidades que puede ofrecer la economía.

- **Investigación:** Profundización del estudio de una ciencia, proceso, programa, etc.

- **Proceso:** Conjunto de fases sucesivas de un método o sistema que debe seguirse.

- **PYMES:** Pequeña empresa hace referencia a aquella que reúne cierto tamaño mínimo que la habilita a disponer de equipo gerencial, esfuerzo de marketing y algún acceso, aunque limitado, a los flujos financieros formales (bancarios y, eventualmente, del mercado de capitales). en la mayoría de los casos, la PYME es una empresa de origen familiar, dedicada a la prestación de servicios o fabricación de un producto, ya sea intermedio o de consumo final, que orienta su negocio por lo general al mercado interno.

8. Cuerpo de monografía

8.1. Línea Base

La línea base es un instrumento cuantitativo y cualitativo aplicado al inicio y periódicamente a grupos de actores involucrados en una acción o proyecto de desarrollo económico y social que permite encontrar el cómo, en qué y en cuanto a cambiado la situación actual (antes del proyecto), durante y al finalizar la Acción (situación futura o mejorada).

Un estudio de línea Base se realiza, por lo general, en diez pasos: abarca desde la determinación del ámbito de estudio hasta la redacción del informe final. Estos pasos, sin embargo, están enmarcados en tres procesos amplios: determinación del marco muestral, especificación de las variables de estudio y generación, almacenamiento y análisis de los datos.

Una línea de base, esencialmente, está constituida por los valores de un conjunto de indicadores directamente relacionados a las variables clave de un proyecto. Por lo tanto, representan la primera evaluación de la situación de la población beneficiaria o, extensivamente, de los beneficios directos, privados y sociales, que conforman la razón de ser del proyecto. La contraparte de una línea de base es la línea de salida, que muestra el valor de los mismos indicadores luego de concluida la intervención. (Medianero, 2011, p.61).

Los pasos que propone Medianero para la elaboración de una línea base son los siguientes:

1. Determinación del ámbito de estudio.
2. Determinación de los objetivos del estudio.
3. Selección de variables e indicadores del estudio.
4. Determinación del marco muestral.
5. Diseño de instrumentos.
6. Prueba piloto del cuestionario.
7. Realización del trabajo de campo.
8. Construcción de la base de datos.
9. Análisis de datos.

Por considerar que reúne los elementos metodológicos esenciales para desarrollar la propuesta de Línea Base de Egresados Empresarios del CEAD Valledupar, se desarrollaron estos puntos propuestos por Medianero.

8.1.1. Determinación del ámbito de estudio. De acuerdo con Medianero la determinación del ámbito del estudio “implica precisar la población objetivo del proyecto. En el contexto de un estudio de línea de base, debe entenderse por población al conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones. La delimitación de la población implica determinar la unidad de análisis; es decir, el grupo de personas, instituciones u objetos a ser evaluados, lo cual depende del objetivo de la intervención.”ⁱ En el caso que nos ocupa y teniendo en cuenta lo señalado por el autor nuestra población objetivo está constituida por los

egresados del CEAD Valledupar que son reconocidos como empresarios. Partiendo de la información de fuente secundaria en los datos que maneja la VISAEii seccional caribe y los que arrojará el trabajo de campo en aras de complementar los que ya se encuentran registrados en la Universidad. Esta población constituye por lo tanto nuestra unidad de análisis.

8.1.2. Determinación de los objetivos del estudio. Brindar información oportuna y confiable, que permita alcanzar resultados óptimos de eficiencia en la gestión y en los procesos de toma de decisiones de la universidad, entes gubernamentales y no gubernamentales respecto a egresados empresarios de la UNAD.

Actualizar la base de las empresas creadas por los egresados de la UNAD CEAD Valledupar.

Caracterizar las empresas de acuerdo al sector económico perteneciente, tasa de supervivencia de las empresas, el porcentaje de formalización, ubicación y necesidades de capacitación y asistencia técnica.

8.1.3. Selección de variables e indicadores del estudio. Las variables e indicadores son conceptos relacionados. El concepto de indicador es un concepto derivado de otro concepto más amplio: variable. Una variable es una magnitud cuyos valores son objeto de estudio en una acción de monitoreo y evaluación. Puede referirse a individuos, grupos de personas, organizaciones u otra unidad de análisis. La definición de las variables torna susceptibles de medición los temas de evaluación que, por lo general, están relacionados a los objetivos de una

intervención. La identificación y definición de variables es la tarea más importante en el proceso de diseño de un sistema de monitoreo y evaluación.

Siguiendo con la metodología propuesta por Medianero, los indicadores deben ceñirse a los siguientes criterios:

La selección de indicadores debe considerar la idoneidad del indicador respecto de los objetivos del estudio, así como la viabilidad de obtener la información necesaria, bien sea de fuentes propias o fuentes de carácter secundario. Para determinar los indicadores que en cada caso específico serán utilizados, se recomienda el procedimiento siguiente:

- Identificación de las variables relacionadas con los objetivos de la intervención.
- Definición conceptual de las variables, con expreso señalamiento de la unidad de medida.
- Establecimiento de las categorías o niveles de valores que tomará la medición de las variables, con expreso señalamiento de la escala de medición que será utilizada para el procesamiento de la información.
- Procedimiento para recopilar los datos desde las unidades de análisis.
- Indicadores o medidas de resumen de los datos recopilados

Las variables claves están relacionadas con los objetivos de la intervención. Para ello, los objetivos deben ser claros, específicos y mensurables. Cuantificar un objetivo consiste en asociarle patrones que permitan hacerlos verificables. En el caso del presente estudio, se han identificado un conjunto de 23 variables, divididas en 5 variables de fuente secundaria y 18 de fuente primaria. Para el caso de estas últimas, el sistema de información deberá considerar el desarrollo de un cuestionario que permita obtener datos para estas variables y el resumen de los mismos a través de los indicadores seleccionados.

Por lo general, una variable presenta cinco elementos básicos:

- a) Nombre o denominación.
- b) Definición operativa.
- c) Categorías o niveles de los valores de la variable.
- d) Procedimiento para recopilar los datos desde las unidades de análisis.
- e) Indicadores o medidas de resumen de los datos recopilados.

A continuación encontraremos las variables y los indicadores escogidos para desarrollar la evaluación de la información necesaria para elaborar la Línea Base de Egresados Empresarios de la UNAD CEAD Valledupar.

Tabla 1. Variables información de empresarios egresados

NOMBRE	INFORMACIÓN DE EMPRESARIOS EGRESADOS
DEFINICIÓN	Busca concretar la información sobre el nivel de confianza del egresado empresario frente a la gestión que la UNAD desarrolla para dar a conocer sus unidades de negocios o empresas dentro de la comunidad de Egresados Empresarios.
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Considera que la UNAD CEAD de Valledupar ofrece la información necesaria sobre las empresas creadas por sus egresados?
CATEGORÍAS	Excelente Buena Mala Regular
INDICADORES	Porcentaje de aprobación
OBJETIVO ESPECIFICO	Brindar información oportuna y confiable, que permita alcanzar resultados óptimos de eficiencia en la gestión y en los procesos de toma de decisiones de la universidad, entes gubernamentales y no gubernamentales respecto a egresados empresarios de la UNAD.

Fuente: Los autores

Tabla 2. Variable Necesidad de información actualizada

NOMBRE	NECESIDAD DE INFORMACIÓN ACTUALIZADA
DEFINICIÓN	Establece la percepción que el empresario egresado tiene de la necesidad de estar informados de la dinámica empresarial del egresado unadista.
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Cree usted que es necesario contar con una información actualizada de las empresas creadas por egresados de UNAD?
CATEGORÍAS	Si es necesario No es necesario Le es indiferente.
INDICADORES	Porcentaje de aprobación
OBJETIVO ESPECIFICO	Actualizar la información de las empresas creadas por los egresados de la UNAD CEAD Valledupar.

Fuente: Los autores

Tabla 3. Variable tamaño de empresas

NOMBRE	TAMAÑO DE EMPRESAS
DEFINICIÓN	Establece el tamaño de las empresas creadas por egresados de acuerdo al número de empleados
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	Según el número de empleados ¿cómo se clasifica su empresa?
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> - Micro - Pequeña - Medianas
INDICADORES	Porcentajes arrojados
OBJETIVO ESPECIFICO	Establecer el tamaño de las empresas creadas por egresados.

Fuente: Los autores

Tabla 4. Variable tipo de propiedad

NOMBRE	TIPO DE PROPIEDAD
DEFINICIÓN	Determina si el Egresado Empresario hace esfuerzos propios o de qué manera se ha asociado para la puesta en marcha de su empresa.
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Según el aporte de capital que tipo de propiedad es su empresa?
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> -Individual -Familiar -Otras personas -Economía Solidaria
INDICADORES	Porcentajes por tipo de empresa
OBJETIVO ESPECIFICO	Caracterizar las empresas de acuerdo al tipo de propiedad

Fuente: Los autores

Tabla 5. Variable tasa de supervivencia

NOMBRE	TASA DE SUPERVIVENCIA
DEFINICIÓN	Define la permanencia en el tiempo de las empresas creadas por los Empresarios Egresados
TIPO	Cuantitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Qué tiempo tiene funcionando la empresa?
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> - 5 años o menos - Entre 6 y 10 años - Entre 11 Y 15 años - Más de 15 años
INDICADORES	Número de años de permanencia
OBJETIVO ESPECIFICO	Caracterizar las empresas de acuerdo a la tasa de supervivencia

Fuente: Los autores

Tabla 6. Variable formalización

NOMBRE	FORMALIZACION
DEFINICIÓN	Indica las unidades de negocios formalizadas y no formalizadas presentes en la región que hayan sido creadas por egresados de la UNAD CEAD Valledupar Establece el grado de formalidad de las empresas creadas por los Egresados Empresarios
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Se encuentra su unidad empresarial registrada en la Cámara de Comercio?
CATEGORÍAS	<ul style="list-style-type: none"> - Si está afiliada - No está afiliada
INDICADORES	Porcentajes
OBJETIVO ESPECIFICO	Caracterizar las empresas de acuerdo a su nivel de formalización-

Fuente: Los autores

Tabla 7. Variable uso de tics

NOMBRE	USO DE TICS
DEFINICIÓN	Determina el uso del computador y el internet para desarrollo de las actividades de la empresa
TIPO	CUALITATIVAS
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Qué uso le da a las tecnologías de informática y comunicación en las actividades empresariales?
CATEGORÍAS	-Internet – office -No usa
INDICADORES	Porcentajes de uso
OBJETIVO ESPECIFICO	Establecer el porcentaje de empresarios que aplican los conocimientos de Tecnología de la informática y la información en la actividad empresarial.

Fuente: Los autores

Tabla 8. Variable sector económico

NOMBRE	SECTOR ECONOMICO
DEFINICIÓN	Identifica los sectores donde desarrollan la actividad económica los empresarios egresados
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿De acuerdo a su actividad económica a que sector pertenece su empresa o negocio?
CATEGORÍAS	-Agropecuaria y piscícola -Minería -Industria y Manufactura -Construcción -Comercio -Hoteles y restaurantes -Transporte y comunicaciones -Educación -Servicios sociales y de salud -Otras actividades de servicios sociales y comunitarios-
INDICADORES	Porcentajes por sector
OBJETIVO ESPECIFICO	Caracterizar las empresas de acuerdo al sector económico

Fuente: Los autores

Tabla 9. Variable pertinencia con formación recibida

NOMBRE	PERTINENCIA CON FORMACION RECIBIDA
DEFINICIÓN	Señala la relación entre la formación recibida en la UNAD y las actividades empresariales de los Egresados
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	La actividad realizada en su empresa tiene relación directa con el pregrado o posgrado estudiado en la UNAD
CATEGORÍAS	Relación Directa Relación Indirecta No tiene relación
INDICADORES	Porcentajes arrojados
OBJETIVO ESPECIFICO	Determinar que perfiles profesionales se han desarrollado en relación a la actividad empresarial de los egresados.

Fuente: Los autores

Tabla 10. Variable cualificación del empresario

NOMBRE	CUALIFICACION DEL EMPRESARIO
DEFINICIÓN	Establece el nivel de formación especializada que han recibido los empresarios para fortalecer las empresas conformadas.
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Ha realizado postgrados o cursos de actualización que le permitan mejorar procesos involucrados en el desarrollo de su empresa?
CATEGORÍAS	Maestrías Especialización Diplomados Otros
INDICADORES	Porcentajes de cualificación.
OBJETIVO ESPECIFICO	Establecer el nivel de cualificación de los Egresados Empresarios

Fuente: Los autores

Tabla 11. Identificación del perfil profesional

NOMBRE	IDENTIFICACIÓN DE PERFIL PROFESIONAL
DEFINICIÓN	.Busca determinar los perfiles profesionales de los Egresado participantes
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Es egresado de que programa?
CATEGORÍAS	Indefinida
INDICADORES	Porcentajes de cualificación.
OBJETIVO ESPECIFICO	Determinar que perfiles profesionales se han desarrollado en relación a la actividad empresarial de los egresados.

Fuente: Los autores

Tabla 12. Impacto de la formación

NOMBRE	IMPACTO DE LA FORMACIÓN
DEFINICIÓN	Busca definir que tanto impacto tuvo la formación recibida en la UNAD a la hora de decidir emprender el negocio o empresa.
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿La empresa fue producto de la formación recibida en la UNAD?.
CATEGORÍAS	SI NO
INDICADORES	Porcentajes de aprobación o desaprobación
OBJETIVO ESPECIFICO	Definir la importancia de la orientación recibida durante su formación en relación con la posibilidad de poner en práctica lo aprendido

Fuente: Los autores

Tabla 13. Promoción Institucional

NOMBRE	PROMOCIÓN INSTITUCIONAL
DEFINICIÓN	Busca obtener información sobre la participación de los egresados empresarios en actividades de promoción y apoyo al emprendimiento por parte de la UNAD
TIPO	CUALITATIVO
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Ha participado de eventos para la promoción y apoyo de egresados empresarios programados por la UNAD?
CATEGORÍAS	SI NO
INDICADORES	Porcentajes de participación en eventos de promoción
OBJETIVO ESPECIFICO	Determinar el porcentaje de participación de los egresados empresarios en los eventos programados por la UNAD

Fuente: Los autores

Tabla 14. Profundización Académica

NOMBRE	PROFUNDIZACIÓN EN FORMACIÓN ACADÉMICA
DEFINICIÓN	.Determina el interés que tiene los empresarios egresados de profundizar su formación con la oferta académica de la UNAD.
TIPO	Cualitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Está interesado en profundizar su formación por medio de la oferta académica de la UNAD?
CATEGORÍAS	SI NO
INDICADORES	Porcentajes de interés demostrado
OBJETIVO ESPECIFICO	Determinar el nivel de interés de los egresados empresarios en la oferta académica de la UNAD

Fuente: Los autores

Tabla 15. Generación de Empleo

NOMBRE	GENERACIÓN DE EMPLEO
DEFINICIÓN	Busca obtener información acerca del empleo que generan las empresas de los egresados
TIPO	Cuantitativa
OBTENCIÓN DE DATOS	¿Cuántos empleos generan su empresa?
CATEGORÍAS	Entre 1 y 5 Entre 6 y 10 Entre 11 y 15 Más de 15
INDICADORES	Número de empleos generados
OBJETIVO ESPECIFICO	Caracterizar las empresas de los egresados empresarios

Fuente: Los autores

8.1.4. Determinación del marco muestral. Para la recopilación de información se consideró el hecho de que, en principio, existen dos tipos generales de estrategias de muestreo: muestreo probabilístico y no probabilístico o dirigido. El muestreo probabilístico es un tipo de muestreo en el que se conoce la probabilidad de seleccionar un miembro individual de la población. El muestreo dirigido es aquel en el que se desconoce la probabilidad de seleccionar cualquier miembro individual de la población. También es un muestreo de conveniencia el cual consiste en elegir aquellos elementos que mejor se adaptan a las conveniencias del investigador, como las personas que, de modo voluntario, están dispuestas a contestar o que están más al alcance del investigador.

Una modalidad de este método es el muestreo en bola de nieve, en el que los individuos seleccionados inicialmente se utilizan como informadores para identificar a otras personas con las características deseadas, éstas a otras, y así sucesivamente. En el caso que nos ocupa el

marco muestral está definido por este tipo de muestro no probabilístico pues partimos de lista de egresados empresarios que figuran en una base de datos manejada por la universidad a los que le preguntamos si conocían de colegas u otros egresados que tuvieran negocios o empresas.

El proceso de muestreo se llevó a cabo en las siguientes etapas:

8.1.4.1. Definición de la población objeto de estudio: Nuestra población objeto de estudio son los egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, que hayan cursados sus periodos de formación en el Centro de Educación de Adultos a Distancia Valledupar y que hayan establecido empresas o negocios luego de su graduación.

8.1.4.2. Seleccionar la estructura de la muestra: La muestra se toma de la base de datos Egresados Empresarios UNAD Zona Caribe, proporcionado por la VISAE..

8.1.4.3. Especificar la unidad muestral: La unidad muestral la constituye el egresado del CEAD-UNAD Valledupar que participe como propietario o socio una empresa o negocio.

8.1.4.4. Seleccionar el método de muestreo: Con el método no probalístico “muestreo en bola de nieve”, se registran la información que los encuestados nos suministran de los egresados empresarios que ellos conocen y que no están identificados por la universidad.

8.1.4.5. Determinar el tamaño de la muestra: Para calcular el tamaño de la muestra a fin de calcular el tamaño de la muestra, asumimos un nivel de confianza es del 95%, un error de

muestreo del 9% y una probabilidad de ocurrencia de 0.05. En base a dichos parámetros, la muestra queda conformada de acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de la fórmula donde no se conoce la población:

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2}$$

Donde n es el tamaño de la muestra

Z nivel de confianza

α nivel de significancia

p margen de probabilidad

q margen de no probabilidad

d margen de error

Tenemos que el nivel de confianza es del 95% tenemos que el nivel de significancia α es de 0.05. Por tabla estadística para un nivel de significancia de 0.05 Z es de 1.96. El margen de probabilidad “ p ” se asume de 0.05 por el nivel de confianza de 95% La “ q ” o el margen de no probabilidad es igual a $1 - p$ es decir $q = 1 - 0.05 = 0.95$. Por último el margen de error de 9% lo tomamos por conveniencia de la investigación. Por operación matemática pasamos a expresar este 9% a expresión decimal tendríamos entonces que $d = \frac{9}{100} = 0.09$

Al reemplazar en la fórmula tenemos

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.09^2} \rightarrow n = \frac{3.8416 \times 0.0475}{0.0081} \rightarrow n = \frac{0.182476}{0.0081} = 22.52$$

Por lo tanto nuestro tamaño de muestra es de 22.

9. Diseño de Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se diseñaron dos instrumentos, uno es un cuestionario donde se involucran variables para la línea base y el otro una ficha de donde se obtendrán datos básicos para la construcción de la base de datos.

9.1. Diseño de cuestionario

De la definición de las variables en los ítems de obtención de datos y categorías construimos el cuestionario para aplicar a los egresados empresarios, esto nos permitió articular las preguntas con los objetivos, las variables; además de garantizar la fluidez, la claridad y la correcta secuencia. En virtud de esto se formularon 13 preguntas con opciones dirigidas a obtener la información pertinente para elaborar la línea base de egresados empresarios.

Las preguntas 1 y 2 buscan captar la percepción que tiene el egresado empresario del interés institucional de la UNAD respecto a los egresados emprendedores. El resto de preguntas nos proporcionan información que nos ayudan a la caracterización del egresado tocando aspectos como la formación, la formalidad, el tamaño de la empresa entre otros.

- *Primera pregunta del cuestionario*

¿Cómo califica la información que la UNAD CEAD Valledupar ofrece sobre las empresas creadas por sus egresados?

Esta pregunta busca concretar la información sobre el nivel de confianza del egresado empresario frente a la gestión que la UNAD desarrolla para dar a conocer sus unidades de negocios o empresas dentro de la comunidad de Egresados Empresarios.

La pregunta planteada fue:

Las opciones de respuestas.

Excelente ; Buena ; Regular y Mala

- *Segunda pregunta del cuestionario*

Establece la percepción que el empresario egresado tiene de la necesidad de estar informados de la dinámica empresarial del egresado unadista.

La pregunta planteada fue:

¿Cree usted que es necesario contar con una información actualizada de las empresas creadas por egresados de UNAD?

Las opciones de respuestas.

Si es necesario; No es necesario; Le es indiferente.

- ***Tercera pregunta del cuestionario.***

Se pretende con esta pregunta establecer el tamaño de las empresas creadas por egresados de acuerdo al número de empleados.

La pregunta planteada fue:

Según el número de empleados ¿cómo se clasifica su empresa?

Las opciones de respuestas.

Micro; Pequeña; Mediana

- ***Cuarta pregunta del cuestionario***

Con esta pregunta se busca determina si el Egresado Empresario hace esfuerzos propios o de qué manera se ha asociado para la puesta en marcha de su empresa

La pregunta planteada fue:

Según el aporte de capital ¿Qué tipo de propiedad es su empresa?

Opciones:

Individual Familiar Otras personas Economía Solidaria

- *Quinta pregunta del cuestionario.*

Define la permanencia en el tiempo de las empresas creadas por los Empresarios Egresados.

La pregunta planteada fue:

¿Qué tiempo tiene funcionando la empresa?

5 años o menos Entre 6 y 10 años

Entre 11 Y 15 años Más de 15 años

- *Sexta pregunta del cuestionario.*

¿Se encuentra su unidad empresarial registrada en la Cámara de Comercio?

Indica las unidades de negocios formalizadas y no formalizadas presentes en la región que hayan sido creadas por egresados de la UNAD CEAD Valledupar Establece el grado de formalidad de las empresas creadas por los Egresados Empresarios.

Las opciones fueron:

Sí está registrada

No está registrada

- *Séptima pregunta del cuestionario*

Para determinar el uso que hacen los empresarios del computador y el internet para desarrollo de las actividades de la empresa se planteó la siguiente pregunta:

¿Qué uso le da a las tecnologías de informática y comunicación en las actividades empresariales?

Internet – office

-No usa

- *Octava pregunta del cuestionario*

Para identificar los sectores donde desarrollan la actividad económica los empresarios egresados se planteó la siguiente pregunta

¿De acuerdo a su actividad económica a que sector pertenece su empresa o negocio?

Agropecuaria y piscícola

Minería

Industria y Manufactura

Construcción

Comercio

Hoteles y restaurantes

Transporte y comunicaciones

Educación Servicios sociales y de salud

Otras actividades de servicios sociales y comunitarios.

• *Novena pregunta del cuestionario*

Para Señalar la relación entre la formación recibida en la UNAD y las actividades empresariales de los Egresados, se planteó la siguiente pregunta:

¿La actividad realizada en su empresa que tipo de relación tiene con el pregrado o posgrado estudiado en la UNAD?

Relación Directa

Relación Indirecta

No tiene relación

• *Decima pregunta del cuestionario*

Para establecer el nivel de formación especializada que han recibido los empresarios para fortalecer las empresas conformadas.

La pregunta planteada fue:

¿Ha realizado postgrados o cursos de actualización que le permitan mejorar procesos involucrados en el desarrollo de su empresa?

Opciones:

Maestrías Especialización Diplomados Otros

• ***Undécima pregunta del cuestionario.***

Busca determinar los perfiles profesionales de los Egresado participantes.

La pregunta planteada fue:

¿Es egresado de que programa?

Opciones:

Regencia en farmacia	Ingeniería de Alimentos
Tecnología en Alimentos	Administración de Empresas
Autoeducación	Psicología
Tecnología en Gestión Comercial	

• ***Duodécima pregunta del cuestionario.***

Busca definir que tanto impacto tuvo la formación recibida en la UNAD a la hora de decidir emprender el negocio o empresa.

La pregunta planteada fue:

¿La empresa fue producto de la formación recibida en la UNAD?

Opciones

Si fue producto de formación No fue producto de formación

• *Trigésima pregunta del cuestionario.*

Busca obtener información sobre la participación de los egresados empresarios en actividades de promoción y apoyo al emprendimiento por parte de la UNAD.

La pregunta planteada fue:

¿Ha participado de eventos para la promoción y apoyo de egresados empresarios programados por la UNAD?

Opciones :

Si ha participado No ha participado

• *Cuadragésima pregunta del cuestionario.*

Determina el interés que tiene los empresarios egresados de profundizar su formación con la oferta académica de la UNAD.

La pregunta planteada fue:

¿Está interesado en profundizar su formación por medio de la oferta académica de la UNAD?

Opciones Si está interesado No está interesado

- *Quincuagésima pregunta del cuestionario.*

Busca obtener información acerca del empleo que generan las empresas de los egresados.

La pregunta planteada fue:

¿Cuántos empleos generan su empresa?

Opciones

Entre 1 y 5 Entre 6 y 10 Entre 11 y 15 Más de 15

9.2. Diseño de ficha básica para Base de Datos.

Con el propósito de actualizar la base de datos de egresados empresarios del CEAD Valledupar se diseñó una ficha donde se obtuvo información actualizada concerniente a identificación, ubicación, tiempo y actividades de los empresarios. Este formulario le denominamos Entrevista para Base de Datos.

Dividida en dos partes una para los datos del empresario y otras para los datos del negocio o empresa.

10. Prueba piloto del cuestionario

Tabla 16. Datos Básicos del empresario

DATOS BÁSICOS DEL EMPRESARIO						
Nombre y apellidos						
No. de Cédula		Edad		Sexo		
Fecha y lugar de nacimiento	Día		Mes		Año	
Departamento	Municipio	Teléfono			Celular	
Correo electrónico						
Dirección						

Fuente: Los autores

Tabla 17. Datos básicos de la empresa

DATOS BÁSICOS DE LA EMPRESA	
Razón social de la empresa	
Dirección de la empresa	
Fecha de creación	

Actividad principal	
---------------------	--

Fuente: Los autores

Se hizo una valoración del cuestionario conveniente para asegurar la efectividad del mismo, en cuanto a la articulación de los interrogantes con los objetivos del estudio. Para ello desarrollamos la siguiente lista de comprobación.

¿Responde el cuestionario a los objetivos de la investigación?

La respuesta es sí. Las preguntas fueron formuladas teniendo en cuenta los objetivos propuestos, articuladas con las variables planteadas y los indicadores establecidos.

¿Son necesarias todas las preguntas?

Fueron preguntas formuladas pensando en obtener información concreta, por lo anterior el número de preguntas fue el apropiado (15) para la información indispensable para la investigación.

¿Podrá el encuestado contestar a todas las preguntas?

La mayoría de las preguntas fueron contestadas sin una explicación previa. Las que están relacionadas con la gestión de la Universidad, la necesidad de información y en general donde las respuestas no dependían del encuestado se dio una explicación simple, lo que permitió que la entrevista resultara sencilla.

¿Los encuestados están en disposición de contestar todas las preguntas?

En cuanto al cuestionario para Línea Base no hubo inconvenientes, en los datos personales con que se actualizó La Base Datos algunos se mostraron renuentes, por temas de seguridad.

¿Es de una extensión razonable?

Considerando que son preguntas puntuales, cuyas respuestas no requieren de mayor análisis y por consiguiente se responden en un lapso de tiempo muy corto: de 5 a 7 minutos, la extensión de 15 preguntas es óptima para este tipo de estudios.

¿La secuencia de preguntas es correcta?

Al estar basada en la definición de variables e indicadores, la secuencia de las preguntas estuvo orientada a obtener datos de manera ordenada, para evitar entrar en ambigüedades y recolectar la información estrictamente necesaria.

¿Se incluyeron transiciones e introducciones en el cuestionario?

No se fue necesarios incluir transiciones o introducciones.

11. Realización del trabajo de campo

Las actividades realizadas para la recopilación efectiva de los datos, estuvieron orientadas fundamentalmente en la consecución de los contactos. Iniciando con la base de datos suministrada por la universidad, se tuvo una comunicación vía telefónica, donde se realizó una presentación resumida del estudio y se concertaron citas para las entrevistas.

Una vez realizadas las entrevistas se aplicó la modalidad del muestreo en bola de nieve, en el que los empresarios los utilizamos como informadores para identificar a otras personas con las características deseadas.

Es importante desatacar la disposición y amabilidad que mostraron todos los entrevistados, circunstancia que facilitó sobre manera la aplicación de los instrumentos de recolección de información.

La recolección de datos en campo fue realizada por los dos responsables del estudio, es decir no se vinculó personal distinto a los investigadores.

Tabla 18. Listado de Egresados Empresario CEAD -Valledupar

Fidian de Jesús Sosa
Claudia Yaneth Pérez
William Andrade Sánchez
Jaqueline Margot Montes peña
Ramón Berdugo Gómez
Fabel Elias Coronel Pitre
Héctor Armando Ascanio
Jacqueline Padilla Santamaría
Alfonso Enrique Cuello Daza
Jorge Salinas
Hernando José Escalona Brochero
Tito Pumarejo Jusbún

Fuente: VISAE, Zona Caribe

De este listado se pudieron contactar directamente un total de 9 egresados, dos de ellos no fue posible encontrarlos fundamentalmente por datos desactualizados y 1 se localizó pero no se pudo concretar la cita.

Tabla 19. Egresados Empresarios por Muestreo Bola de Nieve

Alfredo pinto maestre
Isaid Trujillo Pabon
Yohana Margarita Arias Martinez
Oscar de Jesus Villero Castro
Marelbys Caro Hernandez
Alberto Luis torres Rapelo
Luis Ricardo Theran arroyo
Helena María Gutiérrez Pumarejo
Cesar Antonio Almario Sánchez
Julia Yaneth Cuesta Vinazsco
Rosa Gutiérrez Armenta
Franklin Leal córdoba
Samuel Chaparro

Fuente: Los autores

De acuerdo al desarrollo del estudio, se hicieron entrevistas personales y entrevistas telefónicas. A continuación presentamos las entrevistas por cada modalidad.

Tabla 20. Encuestados por modalidad de entrevista

Entrevista personal	Entrevista telefónica
Alfredo Pinto Maestre	Fidian de Jesús sosa
Yohana margarita Arias Martínez	Claudia Yaneth Pérez
Oscar de Jesús villero	Samuel Chaparro
Alberto Luis Torres Rapelo	Julia Yaneth Cuesta Vinazsco
Luis Ricardo Teherán Arroyo	Isaid Trujillo Pabón
Helena Gutiérrez Pumarejo	William Andrade Sánchez
Cesar Antonio Almario Sánchez	
Rosa Gutiérrez Armenta	
Franklin Leal Córdoba	
Samuel Chaparro	
Jaqueline Margot Montes Peña	
Fabel Elias Coronel Pitre	
Jacqueline Padilla Santamaría	
Jorge Salinas	
Tito Pumarejo Jsbún	
Marelbys Caro Hernández	

Fuente: Los autores

12. Construcción de la base de datos

Nombre	Identificacion	Edad	Sexo	Fecha de nacimiento	Lugar		Correo	Direccion	Razon social	Direccion empresa	Fecha de creacion	Actividad principal	Programa del que egreso
Alfredo Pinto Maestre	77012913	55	Masculino	28/12/1961	Valledupar	3168758707	alfrepima@yahoo.com	Mz b casa 21 conjunto argentina	Coomulcaribe	Calle 25 n° 17-30	Noviembre de 2010	Comercializacion de productos agricolas	Administracion de empresas
Yohana Margarita Arias Martinez	49.786.559	39	Femenino	20/07/1978	Valledupar	3116836432	yohana.kaku@hotmail.com	Mz 2 casa 4b casa de la pradera	Yohana arias m (reposteria)	Mz 2 casa 4b casa de la pradera	Mayo de 2009	Reposteria y pasteleria	Ingenieria de alimentos
Tito Modesto Pumarejo Hazbún	77.013.982	55	Masculino	18/05/1962	Valledupar	3116546295	tipumaha@yahoo.es	Kra 7a n°10-44 apartamento 301	Centro regional de oncologia	Calle 16 b n°12-24 centro	Abril de 2003	Servicios de salud de alta complejidad	Administracion de empresas
Oscar de Jesus Villero Castro	77.007.197	60	Masculino	24/04/1957	Valledupar	3126009171	oscar_villero_castro@yahoo.es	Calle 9a n° 22-53 local 1	Inversiones para el desarrollo social	Calle 9a n° 22-53 local 1	Marzo del 2016	Servicio de asesoria de proyectos	Ingenieria de alimentos
Fabel Elias Coronel Pitre	5.499.926	53	Masculino	20/09/1965	Valledupar	3157739102	fabelcoronel2005@hotmail.com		Ferroagro del valle	Calle 21 n° 17-12	Marzo del 2002	Comercializacion	Administracion de empresas
Marelbys Caro Hernandez	49.606.200	36	Femenino	27/06/1981	Valledupar	3183774144	marelbis_c@hotmail.com	Cra 38 # 4-42 c.c santillana mz a c 18	Drogas la receta 1.1	Mz 10 casa 202 brisas la popa	Junio del 2017	Venta de medicamentos	Ingenieria de alimentos/rejencia en farmacia
Jorge Maciel Salinas Diaz	77.026.749	50	Masculino	14/05/1967	Chimichagua	3157661157	jorge.salinas@htss.com	Mz g casa 2	Hts sas	Cra 7 n° 19b-09	Marzo de 2005	Comercio de equipos y respuestos hidraulicos	Administracion de empresas
Yaqueline Marineth Padilla Santamaria	36.456.782	48	Femenino	08/04/1969	Valledupar	3103648019	angelito8469@hotmail.com	Cra 12a n° 28-94	Papeleria alf	Cra 3 #5-21	Octubre de 2017	Venta y comercializacion de papeleria	Administracion de empresas
Alberto Luis Torres Rapelo	77.176.432	43	Masculino	20/07/1973	Valledupar	3205488154	albertorapelo@gmail.com	Mz b casa 37 urbanizacion las margaritas	Corporacion para la investigacion y el fomento empresarial	Calle 7d #16-51	Octubre del 2001	Servicio de asesoria	Ingenieria de alimentos
Luis Ricardo Theran Arroyo	15.249.736	52	Masculino	24/04/1965	Ariguani	3114144799	teranarroyo@gmail.com	Calle 17 # 8-15	La mejor panaderia de reposteria	Calle 17 # 8-15	Febrero de 1990	Produccion de alimentos	Ingenieria de alimentos
Jaqueline Margot Montes Peña	49.741.149	50	Femenino	18/12/1966	Valledupar	3157342548	jacquelinemontes1812@gmail.com	Mz 2 casa 19 mareigua	Liceo luis antonio robles	Mz 2 casa 19 mareigua	Febrero de 1995	Servicios educativos	Etnoeducacion
Helena María Gutierrez Pumarejo	49.734.180	52	FEMENINO	31/05/1965	VALLEDUPAR	3152715063	hmariagp@hotmail.com	Tra 8 N° 2c-68	CONSTRUCCION INVERSIONES GUTIERREZ PUMAREJO	Edif. Pumarejo Cotes	Febrero del 2007	Finca raiz y construccion	administracion comercial y de negocios

										oficina 402			
Ramón Berdugo Gómez	18.969.463	48	MASCULINO	18/11/1968	CURUMANI	3114142460	ramonberdugo@gmail.com	Calle 13 N° 17-18	DISTRIBUIDOR OMNILIFE DE COLOMBIA	Calle 13 No. 17-18	Mayo del 2006	Comercialización	psicología
César Antonio Almario Sánchez	73.162.544	44	MASCULINO	21/09/1973	MARIALABAJA	3157439450	cibercas8@hotmail.com	Calle 55 N° 31-79 Don carmelo	FUNDACION INVESTIGACION DESARROLLO Y CULTURA	Cra 5 N° 25a-70	Septiembre del 2003	Servicios de asesoría	ingeniería de alimentos
Julia Yaneth Cuesta Vinazco	35.892.135	37	FEMENINO	17/10/1980	CALI	3175749872	julia6959@hotmail.com	MZ F CASA 1 VILLA TAXI	JAOO ACCESORIOS	MZ F CASA 1 VILLA TAXI	Marzo del 2003	Elaboración y comercialización de accesorios	administración de empresas
Rosa Gutierrez Armenta	49.743.076	47	FEMENINO	10/06/1970	VALLEDUPAR	3162474933		Calle 7B N° 19C 1-05	PELUQUERIA ROSA	Calle 7B N° 19C 1-05	Marzo de 1982	Servicios de belleza	tecnología admn coestion comercial
Franklin LealL Cordoba	77.018.603	53	MASCULINO	14/08/1963	VALLEDUPAR	3135102837	franklin.lealco@gmail.com	Calle 19B N° 12-87	LEAL EMPRESORES	Cra 11 N° 19B-42	Marzo del 2002	Industria de arte gráfica	ingeniería de alimentos
William Andrade Sanchez	726.476	47	MASCULINO	04/04/1970	DUITAMA	3207113274	aswillyam@misana.edu.co	Cra 6 N° 45-33	GESTORES DEL DESARROLLO HUMANO INTEGRAL	Cra 6 N° 45-33	Octubre del 2014	Consultoría de servicios	psicología
Claudia Yaneth Perez Cendales	52.798.401	37	FEMENINO	23/05/1980	CHINAVITA	3105859971	pyaneth@yahoo.es	Cra 12 N° 10-39	HELADERIA EL ARCOIRIS	Cra 12 N° 12-39	Enero del 2016	comercialización de alimentos	administración de empresas
Fidian Jesus Sosa	5.00.095	50	MASCULINO	17/10/1967	ASTREA	3106432345	fidean17@hotmail.com	calle 11 N°10-39 curumani	DROGUERIA FARMACUR	Calle 11N° 10-39	Enero de 2006	comercialización de Medicamentos	regencia en farmacia
Samuel Chaparro Duran	18938980	55	MASCULINA	06/03/1963	ZAPATOCA	3173397472	sachadu.433@hotmail.com	Granadillo casa 38	Lacteos Sabelsa	Calle 44 23°-48	Febrero 2006	Fabrica y comercialización productos lacteos	ingeniería de alimentos

13. Análisis de datos

La información obtenida fruto de la recopilación de un amplio conjunto de observaciones, se transformó en información organizada mediante el uso de la estadística descriptiva, en nuestro caso en cada grafica se hizo el análisis de una sola variable, por consiguiente, la técnica de análisis de datos utilizada fue la univariable.

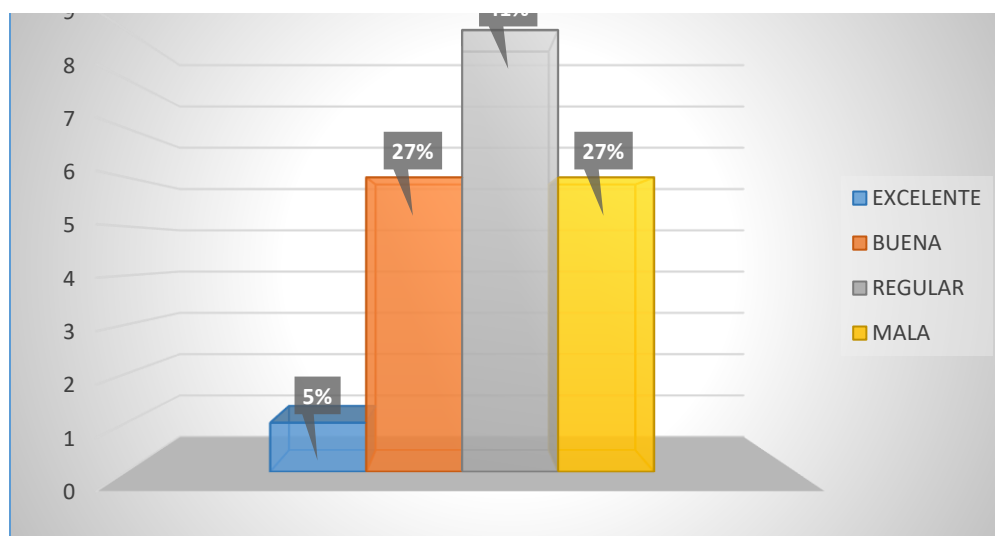
La información analizada fue la recolectada mediante la entrevista a los empresarios egresados, a los que se les presentó un cuestionario de 15 preguntas. A continuación, se presenta el resultado de acuerdo a los 22 encuestados.

¿CÓMO CALIFICA LA INFORMACIÓN QUE LA UNAD CEAD VALLEDUPAR OFRECE SOBRE LAS EMPRESAS CREADAS POR SUS EGRESADOS?

Que percepción tiene los egresados empresarios de la información que maneja la Universidad sobre sus negocios o empresas, es importante tener conocimiento sobre este particular, pues a partir de esta información podemos empezar a orientar procesos para el empoderamiento de los empresarios con la universidad y con sus pares.

Tabla 21. Información ofrecida por la UNAD

¿CÓMO CALIFICA LA INFORMACIÓN QUE LA UNAD CEAD VALLEDUPAR OFRECE SOBRE LAS EMPRESAS CREADAS POR SUS EGRESADOS?			
EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALA
1	6	9	6
5%	27%	41%	27%

Grafica 1. Información ofrecida por la UNAD

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

De los empresarios participantes el 41% considera que la información que ofrece la UNAD en cuanto a las empresas creadas por sus egresados es regular, mientras que los que consideran que es buena representan el 27% al igual que los que creen que es mala, solo un 5% dice que es excelente. Este panorama debe llamar la atención de las directivas de la universidad en cuanto a que debe mejorar la estrategia del flujo de información entre este interesante grupo especial de egresados.

¿CREE USTED QUE ES NECESARIO CONTAR CON UNA INFORMACIÓN ACTUALIZADA DE LAS EMPRESAS CREADAS POR EGRESADOS DE UNAD?

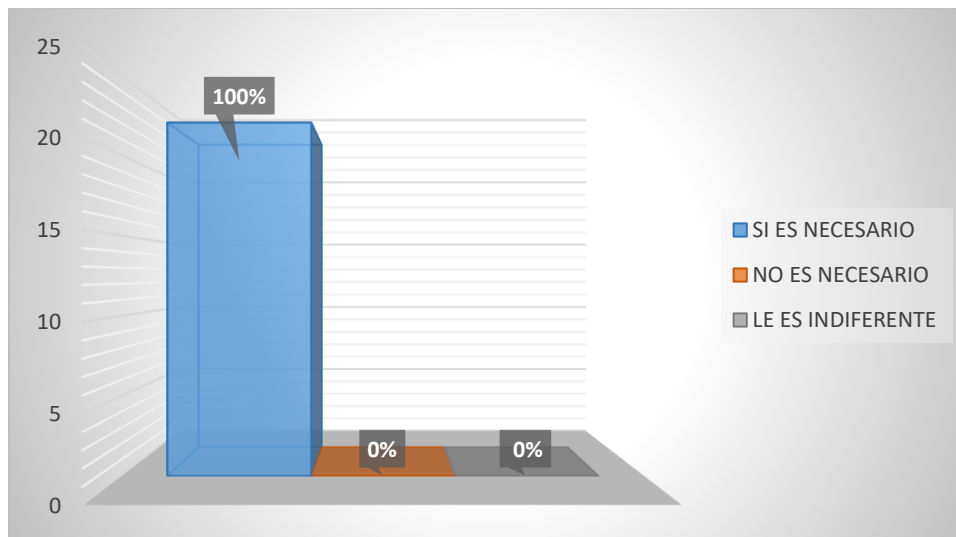
Esta información está directamente relacionada con el interés que tienen los participantes sobre la necesidad de estar actualizados frente a la oferta de bienes y servicios que tienen los egresados.

Tabla 22. Necesidad de información actualizada

¿CREE USTED QUE ES NECESARIO CONTAR CON UNA INFORMACIÓN ACTUALIZADA DE LAS EMPRESAS CREADAS POR EGRESADOS DE UNAD?		
SI ES NECESARIO	NO ES NECESARIO	LE ES INDIFERENTE
22	0	0
100%	0%	0%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 2. Necesidad de información



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

En esta pregunta la respuesta fue categórica el 100% de los entrevistados considera que si es necesario contar con una información actualizada sobre las empresas creadas por egresados de la UNAD.

SEGÚN EL NÚMERO DE EMPLEADOS ¿CÓMO SE CLASIFICA SU EMPRESA?

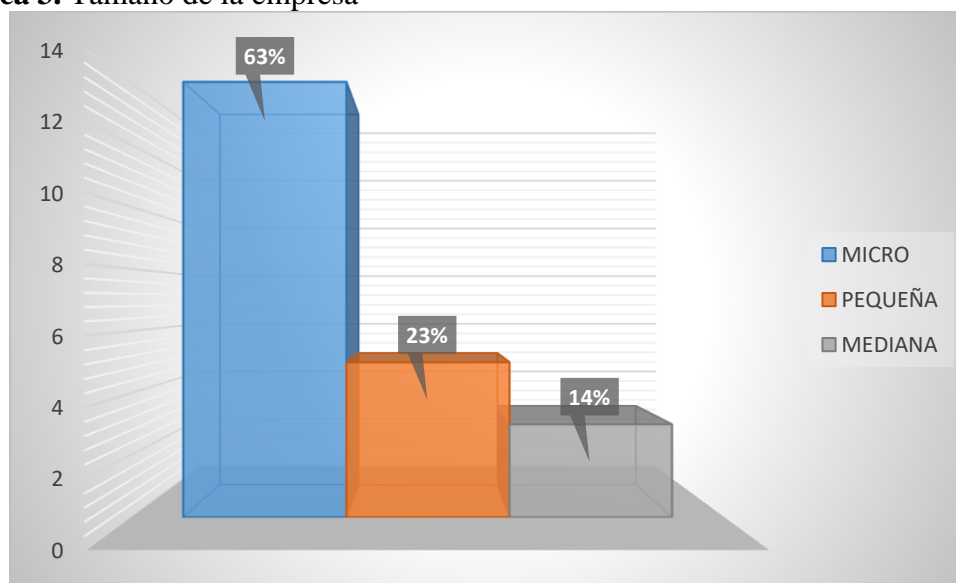
El tamaño de las empresas relacionada con el número de empleados es un indicador importante a la hora de medir el impacto que tienen las empresas y negocios de los egresados empresarios.

Tabla 23. Tamaño de la empresa

SEGÚN EL NÚMERO DE EMPLEADOS ¿CÓMO SE CLASIFICA SU EMPRESA?		
MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA
14	5	3
63%	23%	14%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 3. Tamaño de la empresa



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

En este ítem encontramos que el 63% son microempresas es decir que no superan los 10 (diez) empleados, el 23% tienen entre 11 y 50 empleados y el 14% maneja entre 51 y 200 empleados entre directos e indirectos.

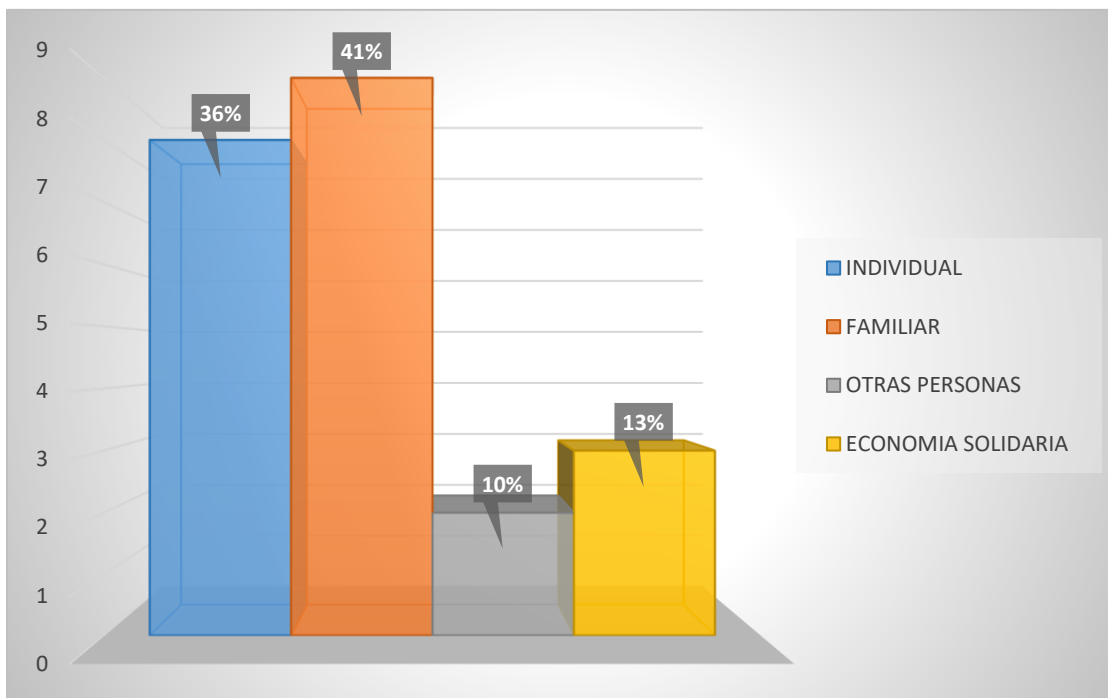
¿SEGÚN EL APORTE DE CAPITAL QUE TIPO DE PROPIEDAD ES SU EMPRESA?

Las organizaciones encuestadas fueron clasificadas de acuerdo con su tipo de propiedad en individuales, familiares, con otras personas y de economía solidaria. Esta clasificación busca determinar quiénes hacen la inversión de capital en este tipo de empresas si se trata de esfuerzos individuales (empresa unipersonal); si la composición del patrimonio involucra a más de una persona, independientemente del tipo de sociedad que se organice (sociedad con otras personas); o si quienes aportan el capital y/o trabajo son miembros del mismo núcleo familiar (sociedad familiar); o se trata de un esfuerzo conjunto para crear una persona jurídica de derecho privado, cuyas actividades deben cumplirse con fines de interés social y sin ánimo de lucro (economía solidaria).

Tabla 24. Participación por tipo de sociedad

¿SEGÚN EL APORTE DE CAPITAL QUE TIPO DE PROPIEDAD ES SU EMPRESA			
INDIVIDUAL	FAMILIAR	OTRAS PERSONAS	ECONOMIA SOLIDARIA
8	9	2	3
36%	41%	10%	13%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 4. Participación por tipo de sociedad

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

De acuerdo al gráfico N° 4, de los 22 encuestados el 36% es de propiedad individual, el 41% es de tipo familiar el 10% en sociedad con otras personas y el 13% de economía solidaria.

¿QUÉ TIEMPO TIENE FUNCIONANDO LA EMPRESA?

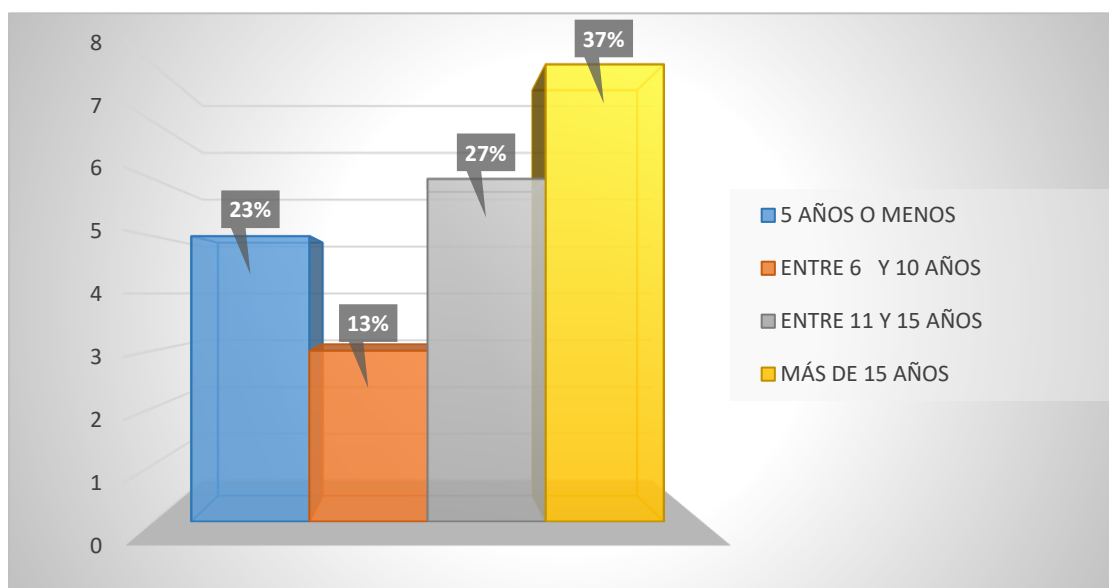
La permanencia de las empresas está determinada, en gran medida, por su estabilidad o posicionamiento. Según la encuesta, aproximadamente el 37% de los participantes tienen más de 15 años de creadas, el 27% tiene entre 11 y 15 años, el 13% tiene entre 6 y 10 años y las más recientes con menos de 5 años representan el 23%.

Tabla 25. Tiempo de funcionamiento

¿QUÉ TIEMPO TIENE FUNCIONANDO LA EMPRESA?			
5 AÑOS O MENOS	ENTRE 6 Y 10 AÑOS	ENTRE 11 Y 15 AÑOS	MÁS DE 15 AÑOS
5 23%	3 13%	6 27%	8 37%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 5. Tiempo de funcionamiento



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

¿SE ENCUENTRA SU UNIDAD EMPRESARIAL REGISTRADA EN LA CÁMARA DE COMERCIO?

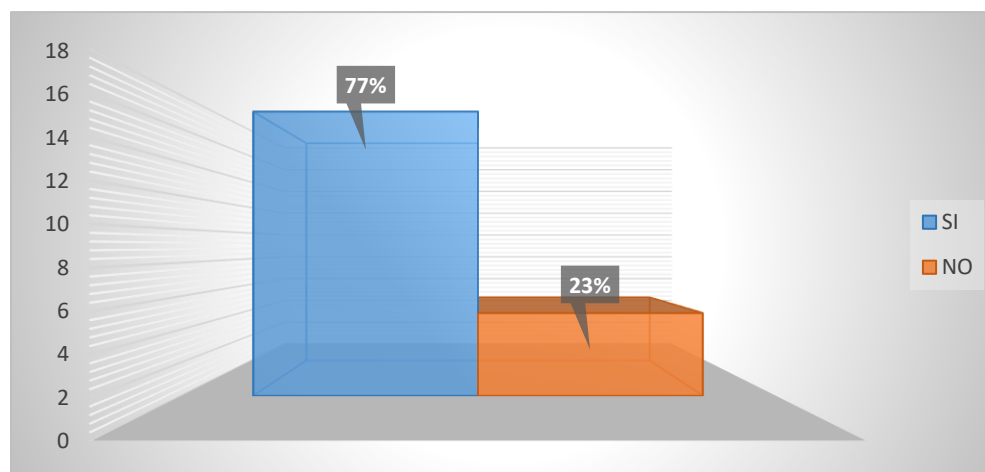
La formalización de las empresas es un factor determinante a la hora de mostrar seriedad a los procesos y cumplimiento de las obligaciones lo que a su vez genera confianza hacia los clientes.

Tabla 26. Formalización Empresarial

¿SE ENCUENTRA SU UNIDAD EMPRESARIAL REGISTRADA EN LA CÁMARA DE COMERCIO?	
SI	NO
17 77%	5 23%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 6. Formalización de empresas



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

La formalización de las empresas o negocios basados en la inscripción a la Cámara de Comercio de Valledupar registra un 77% de los encuestados inscritos y un 23% no inscritos, lo que nos lleva a concluir que nuestros empresarios egresados en su mayoría tienen la visión de formalización y de los beneficios que ella trae. Los que no están registrados consideran que aún no lo necesitan.

¿QUÉ USO LE DA A LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMÁTICA Y COMUNICACIÓN EN LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES?

La mayoría de empresas posee computador e Internet. Sin embargo, un 14% de las mismas no hace uso del computador. Por tratarse de una herramienta tan importante para el desarrollo empresarial, es importante que se tomen medida para que al menos en el universo de estos 22 empresarios la cobertura sea total.

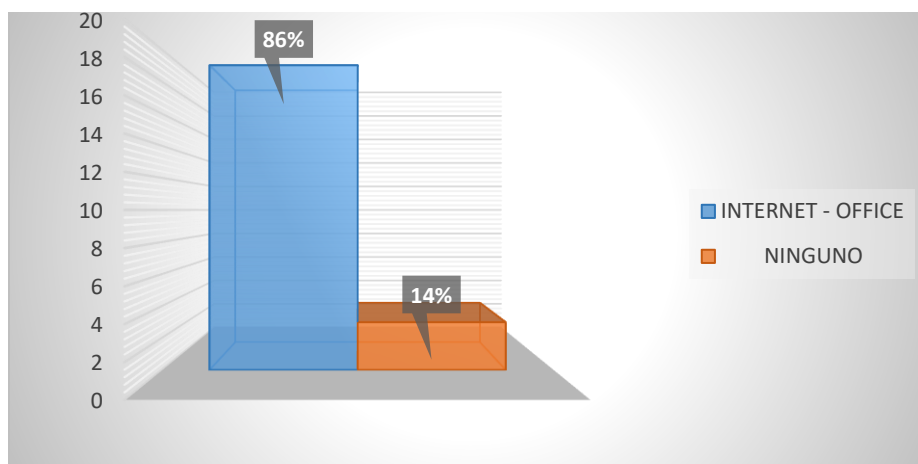
El uso de tecnologías informáticas y de comunicaciones posibilita y facilita el flujo de información y la sistematización de procesos, la incursión en nuevos mercados y la transmisión de conocimientos. Por dicha razón, se preguntó a los empresarios por la utilización de computador e Internet.

Tabla 27. Uso de las TICS

¿QUÉ USO LE DA A LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMÁTICA Y COMUNICACIÓN EN LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES?	
INTERNET - OFFICE	NINGUNO
19	3
86%	14%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 7. Uso de las TICS



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

¿DE ACUERDO A SU ACTIVIDAD ECONÓMICA A QUE SECTOR PERTENECE SU EMPRESA O NEGOCIO?

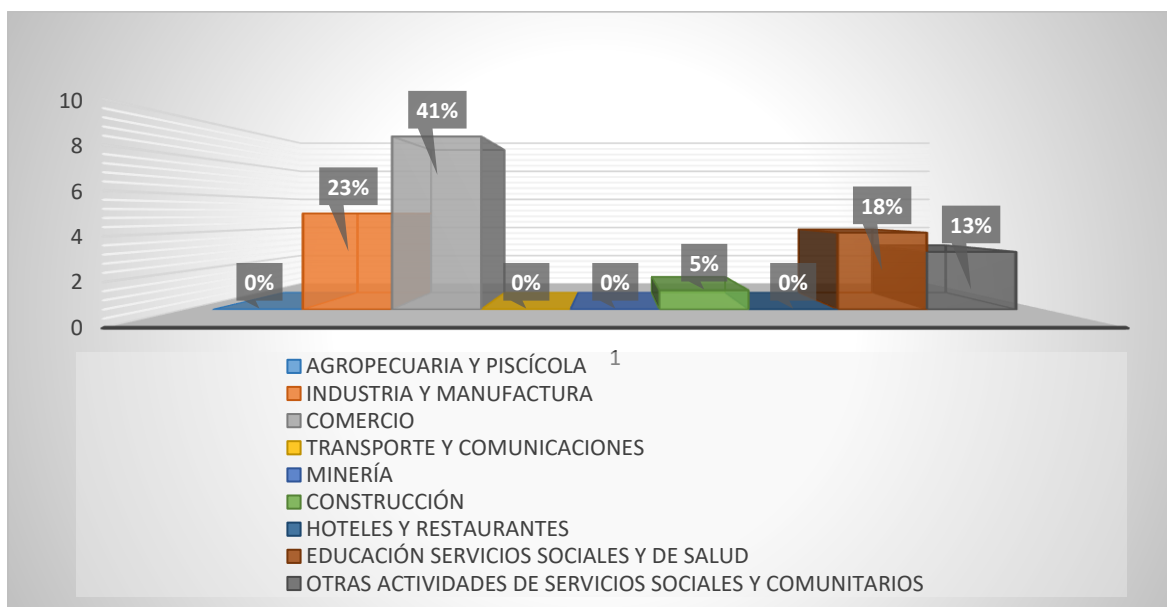
Este aspecto de la encuesta parte de la identificación y análisis de los sectores económicos en donde desarrollan la actividad las veintidós empresas de la muestra. La muestra de empresas seleccionadas, presenta resultados interesantes con relación a la sectorial. Vemos que los egresados empresarios en su mayoría han optado por desarrollar sus actividades en el sector del comercio con un 41%, le siguen en importancia la industria con un 23% y la educación y servicios sociales con 18% constituyen los sectores de mayor peso.

Tabla 28. Sector Económico

¿DE ACUERDO A SU ACTIVIDAD ECONÓMICA A QUE SECTOR PERTENECE SU EMPRESA O NEGOCIO?								
Agropecuaria y piscícola	Industria y manufactura	Comercio	Transporte y comunicaciones	Minería	Construcción	hoteles y restaurantes	Educación servicios sociales y de salud	Otras actividades de servicios sociales y comunitarios
0	5	9	0	0	1	0	4	3

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 8. Sector Económico



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

¿LA ACTIVIDAD REALIZADA EN SU EMPRESA QUE TIPO DE RELACIÓN TIENE CON EL PREGRADO O POSGRADO ESTUDIADO EN LA UNAD?

Esta es una pregunta de línea institucional, se pretende saber qué tipo de relación tienen las actividades que desarrollan los empresarios con la formación recibida, es decir, como se ve reflejado el perfil profesional de los empresarios en la actividad empresarial.

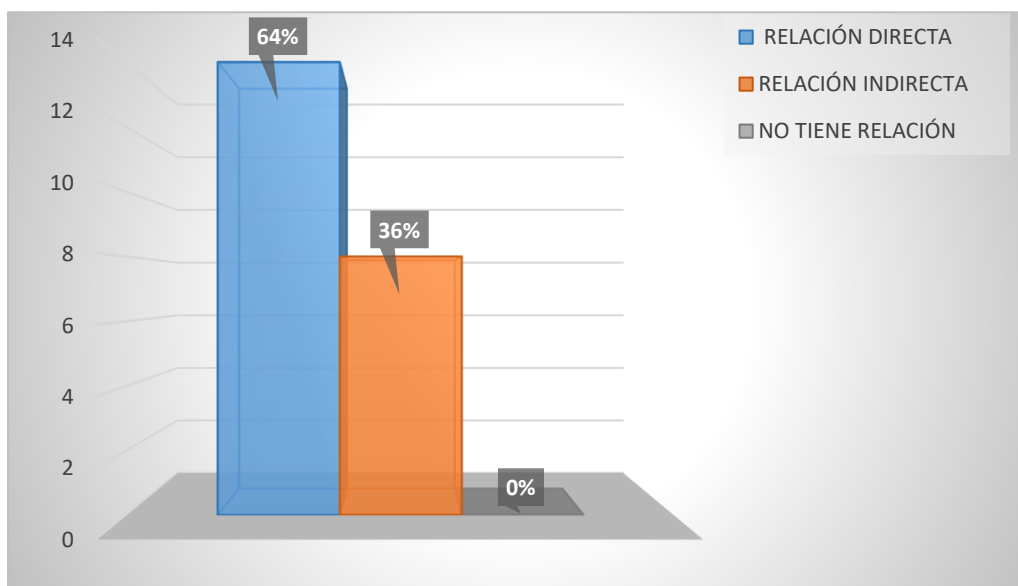
De acuerdo a lo que encontramos en las respuestas de los participantes la gran mayoría se encuentra aplicando los conocimientos adquiridos en su empresa o negocio. El 64% expresa que la relación entre lo que hacen como empresarios y lo que estudiaron es directa.

Tabla 29. Perfil profesional en relación con la actividad empresarial

¿LA ACTIVIDAD REALIZADA EN SU EMPRESA QUE TIPO DE RELACIÓN TIENE CON EL PREGRADO O POSGRADO ESTUDIADO EN LA UNAD?		
RELACIÓN DIRECTA	RELACIÓN INDIRECTA	NO TIENE RELACIÓN
14 64%	8 36%	0 0%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 9. Perfil profesional en relación con la actividad



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

¿HA REALIZADO POSTGRADOS O CURSOS DE ACTUALIZACIÓN QUE LE PERMITAN MEJORAR PROCESOS INVOLUCRADOS EN EL DESARROLLO DE SU EMPRESA?

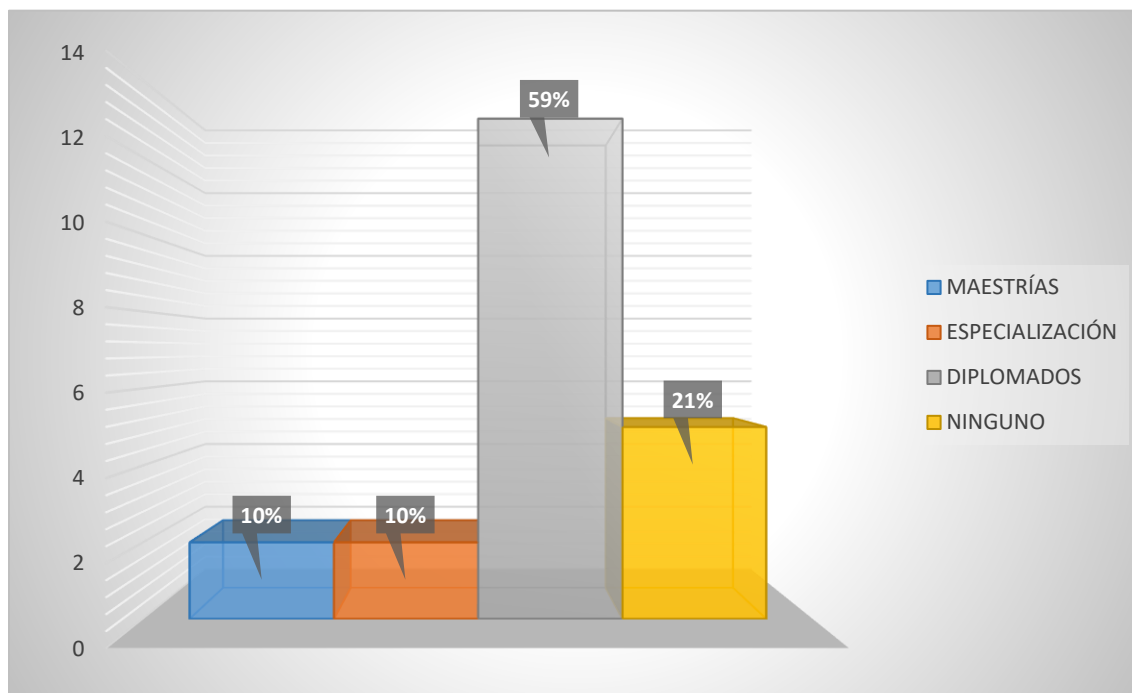
Los egresados de la UNAD tienen como característica principal el deseo de superarse cada día, por eso la gran mayoría se preocupa por continuar profundizando sus conocimientos en pro de desarrollar competencias complementarias que les permitan ser competitivos. En este grupo especial de egresados esa característica está marcada además del beneficio personal por los beneficios colectivo que da la visión empresarial. Por eso la encuesta quiso indagar acerca de qué nivel de profundización han adquirido después de graduarse y si eso ha contribuido mejorar los procesos involucrados en el desarrollo de su empresa o negocio.

En este ámbito de actualización académica la gran mayoría han realizado diplomados con una participación del 59%, se reparten maestrías y especializaciones con el 10% cada una. De los participantes el 21% expresa que no ha realizado profundizaciones o actualización alguna, dato que se debe tener en cuenta para hacerles una oferta institucional de parte de la Universidad

Tabla 30. Nivel de actualización

¿HA REALIZADO POSTGRADOS O CURSOS DE ACTUALIZACIÓN QUE LE PERMITAN MEJORAR PROCESOS INVOLUCRADOS EN EL DESARROLLO DE SU EMPRESA?			
MAESTRIA	ESPECIALIZACIÓN	DIPLOMADOS	NINGUNO
2	2	13	5
10%	10%	59%	21%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar

Grafica 10. Nivel de actualización académica

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

¿ES EGRESADO DE QUÉ PROGRAMA?

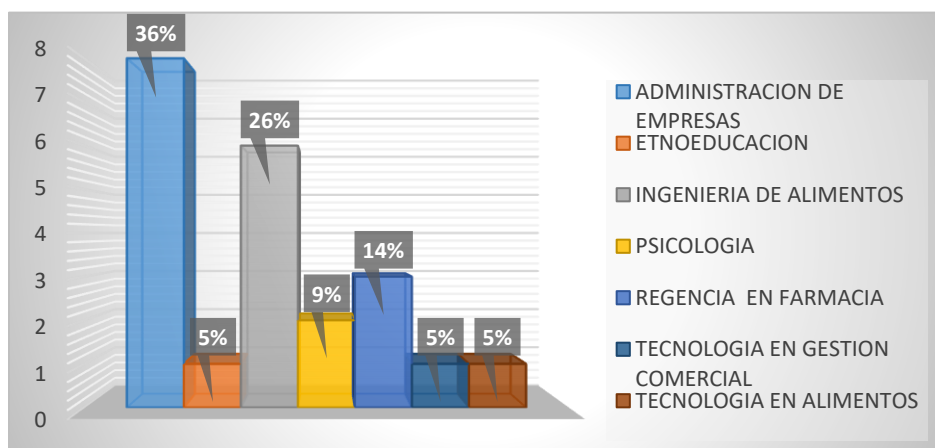
La mayor cantidad de egresados empresarios participantes en la encuesta se encuentran en los programas de Administración de Empresas e Ingeniería de alimentos con una participación del 36% y 26% respectivamente. Regencia en Farmacia se destaca también con un 14% y Psicología con el 9%. Tecnología en alimentos, Tecnología en Gestión Comercial y autoeducación registran una participación del 5% cada una. Este panorama muestra como los egresados no importa el programa del sean egresados son capaces de llevar a cabo sus proyectos empresariales a feliz término. Administración de empresas es el programa que más aporta empresarios, esto se debe al perfil específico que le brinda el plan de estudios y la orientación del perfil ocupacional.

Tabla 31. Empresarios egresados por Programa

¿Es egresado de que programa?						
Administración de empresas	Etno educación	Ingeniería de alimentos	Psicología	Regencia en farmacia	Tecnología en gestión comercial	Tecnología en alimentos
8 36%	1 5%	6 26%	2 9%	3 14%	1 5%	1 5%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

Gráfica 11. Empresarios Egresados por programas



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

¿LA EMPRESA FUE PRODUCTO DE LA FORMACION RECIBIDA EN LA UNAD?

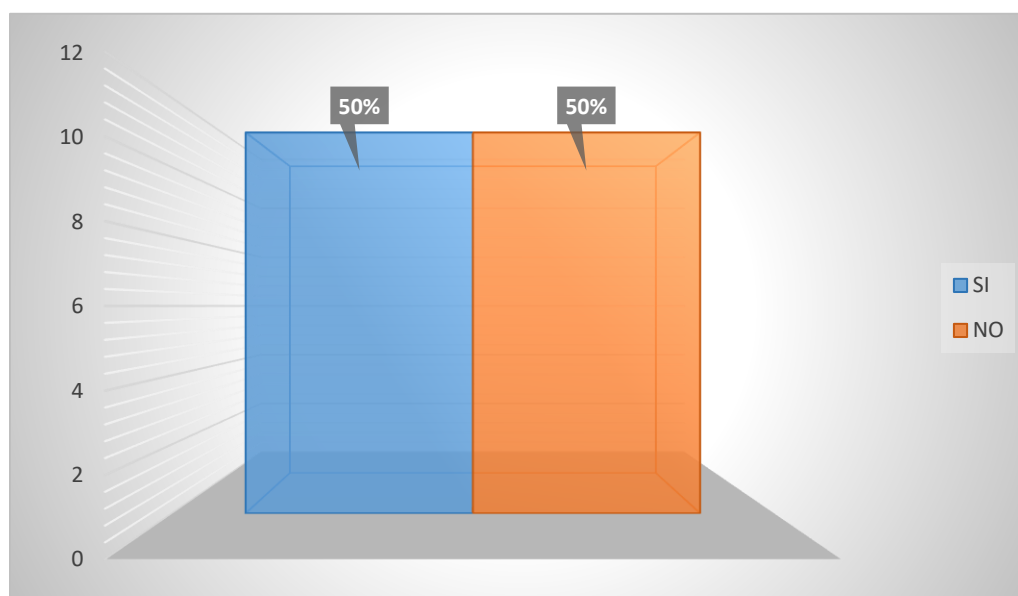
Esta pregunta tiene la intención de indagar dentro de los participantes si los proyectos empresariales fueron concebidos mientras hacia su tránsito por la universidad, o ya tenían o participaban en empresas ya establecidas y los que lo hicieron para reforzar el conocimiento y ampliar el horizonte. Claramente la mitad de los participantes declararon que gracias a formación recibida en la UNAD, fue posible concretar la organización de su negocio o empresa. El 50 % restante señaló que por una u otra razón ya venían trabajando o era un proyecto anterior.

Tabla 32. Empresas producto de la formación recibida

LA EMPRESA FUE PRODUCTO DE LA FORMACION RECIBIDA EN LA UNAD	
SI	NO
11	11
50%	50%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

Grafica 12. Empresas producto de la formación académica



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

¿HA PARTICIPADO DE EVENTOS PARA LA PROMOCION Y APOYO A LOS EGRESADOS EMPRESARIOS PROGRAMADOS POR LA UNAD?

La promoción institucional de las empresas de los egresados por parte de la UNAD, tiene un efecto de motivación importante, además de fomentar las redes de empresarios que en colectivo puedan explorar nuevos mercados y consecución de potenciales clientes.

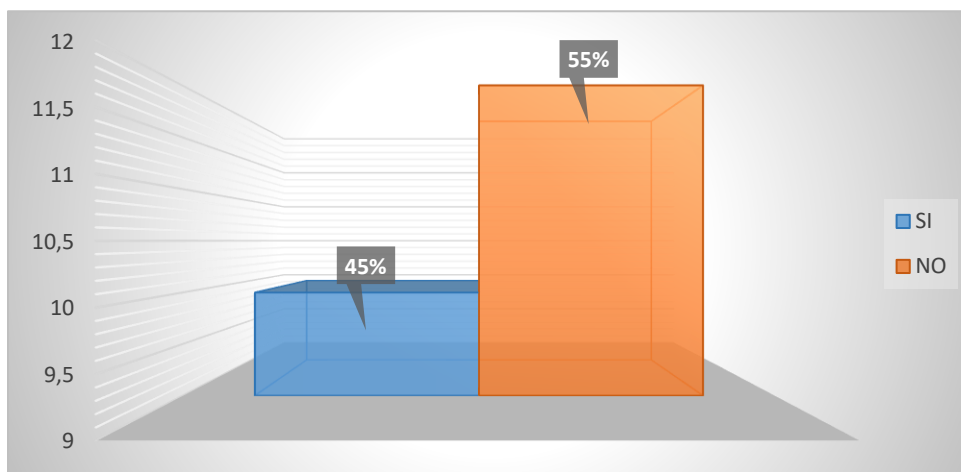
Llama la atención que la mayoría de los empresarios participantes el 55%, manifiesta que no ha participado en eventos de promoción de cultura emprendedora y formación para el emprendimiento programados por la UNAD. Muy a pesar de que por medio de Vicerrectoría de Servicios a Aspirantes, Estudiantes y Egresados (VISAE) se ejecuta de manera permanente estrategias de acompañamiento y visibilización tanto a nivel nacional como regional. Cabría entonces indagar sobre las convocatorias que se hacen para la realización de estos eventos.

Tabla 33. Participación en eventos de promoción

¿HA PARTICIPADO DE EVENTOS PARA LA PROMOCION Y APOYO A LOS EGRESADOS EMPRESARIOS PROGRAMADOS POR LA UNAD?	
SI	NO
10	12
45%	55%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

Grafica 13. Participación En eventos de promoción



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

¿ESTA INTERESADO EN PROFUNDIZAR SU FORMACIÓN POR MEDIO DE LA OFERTA ACADEMICA DE LA UNAD?

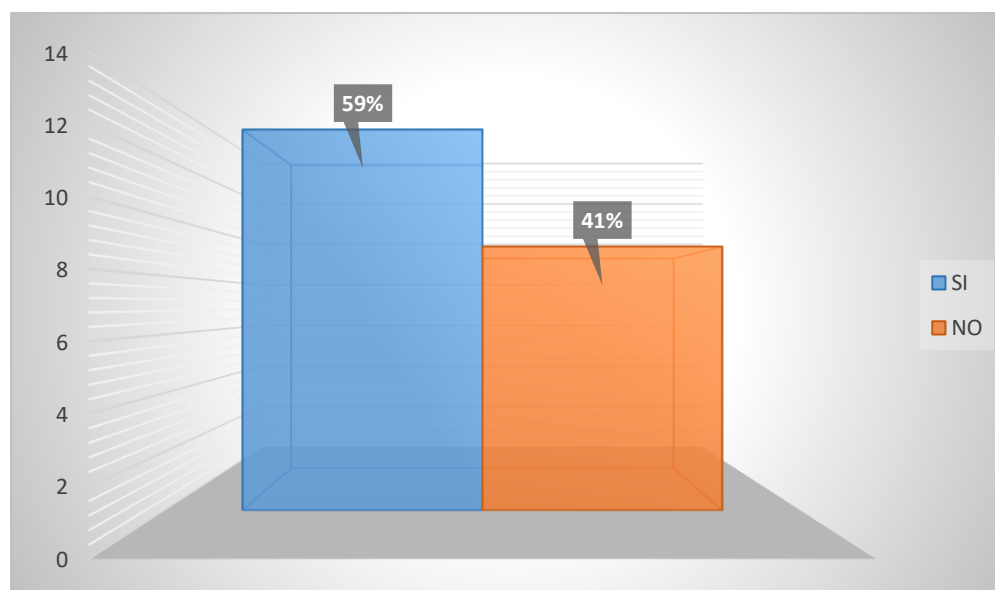
Con esta pregunta se pretende conocer que tanto interés tienen los egresados empresarios en seguir profundizando su formación con la oferta de la UNAD, la mayoría no conoce los beneficios que como egresado tienen al tomar la decisión de continuar con su formación Postgradual. El 59% de los participantes mostró interés en seguir estudiando en la UNAD, de acuerdo a las necesidades específicas de la empresa o negocio. EL 41% tiene la percepción de que su ciclo de formación ya termino y enfocan su interés en el crecimiento de la empresa.

Tabla 34. Interés en formación Postgradual en la UNAD

¿ESTA INTERESADO EN PROFUNDIZAR SU FORMACIÓN POR MEDIO DE LA OFERTA ACADEMICA DE LA UNAD?	
SI	NO
13	9
59%	41%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

Grafica 14. Interés de formación



Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

¿CUANTOS EMPLEOS GENERA SU EMPRESA O NEGOCIO?

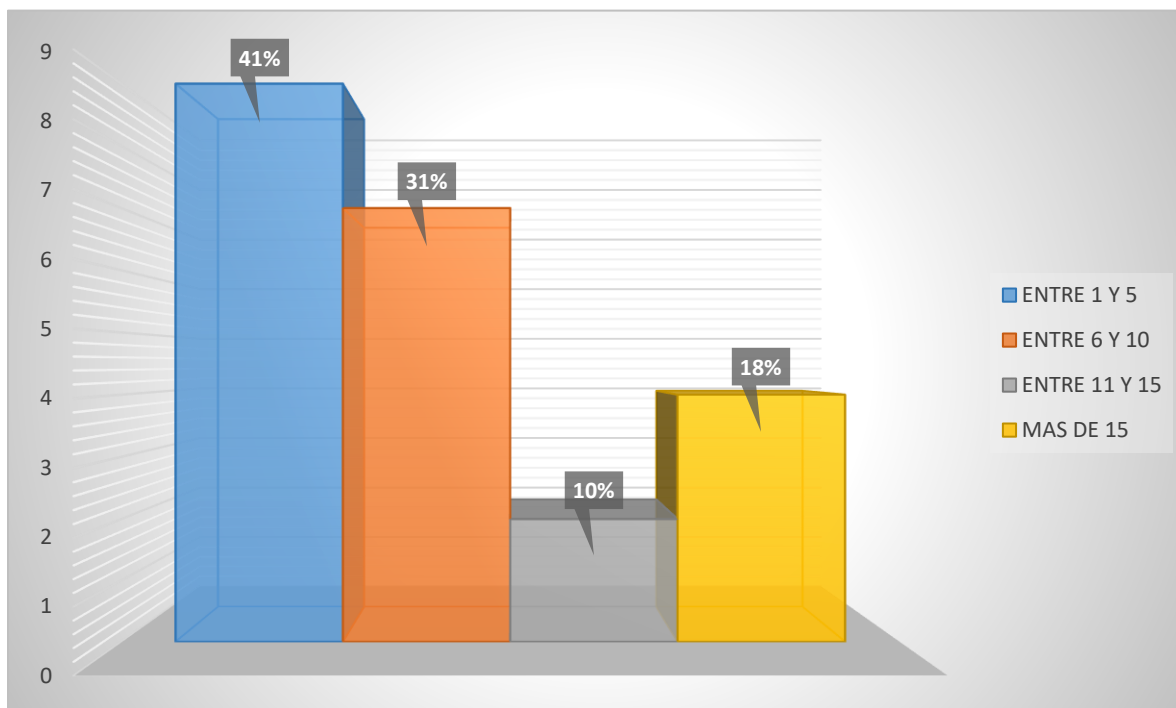
Teniendo en cuenta que este es una evaluación inicial de la situación de los egresados empresarios UNAD – CEAD Valledupar, no se profundizó en este significativo ítem de la generación de empleo, pues tiene varias aristas que vale la pena se profundicen en un estudio ulterior. Lo que se busca es tener un referente cuantitativo de la generación de empleo de las empresas en las que participan nuestros egresados, esto dará la visión general necesaria para seguir indagando alrededor de la calidad de los empleos, el nivel de remuneración, cuales son permanentes, directos o indirectos y otros aspectos igual de importantes.

Se presenta la ilustración 15 la cual muestra que el 41% de los empresarios participantes generan a través de sus empresas entre 1 y 5 empleos; el 31% entre 6 y 10 empleos; el 10% entre 11 y 15 empleos y 18% generan más de 15 empleos. Aunque no se planteó un análisis bidimensional se infiere a mano alzada que esta generación de empleo está relacionada con el tamaño de las empresas, donde las micro y pequeñas empresas aportan la mayoría de los empleos sumando el 72% mientras que las que generan entre 11 y 15 empleos representan el 10% y más del 15 el 18%.

Tabla 35. Generación de empleo

¿CUANTOS EMPLEOS GENERA SU EMPRESA O NEGOCIO?			
ENTRE 1 Y 5	ENTRE 6 Y 10	ENTRE 11 Y 15	MAS DE 15
9	7	2	4
41%	31%	10%	18%

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

Grafica 15. Generación de Empleo

Fuente: Encuesta Línea Base Empresarios Egresados UNAD –CEAD Valledupar.

14. Conclusiones

La realización de este estudio permitió cumplir con el objetivo general en dos aspectos fundamentales: primero la *evaluación inicial* de la situación de los egresados empresarios de la UNAD CEAD Valledupar y en segundo lugar la *valoración de la información* obtenida a través de la aplicación de los instrumentos diseñados para tal efecto.

Con la Línea Base, se soporta la información que debe tener “La *evaluación inicial*” a través de variables e indicadores que nos señalan *el punto de partida para hacer el seguimiento al comportamiento de las empresas y los empresarios a través del tiempo.*

La valoración, hace referencia a la utilidad y el aprovechamiento de la información, si solo tenemos datos de números, observaciones, hechos, cifras pero sin contexto particular, ese dato carece de sentido informativo, ese el aporte que este trabajo quiere dejar en consideración a nuestra comunidad: que los datos de nuestros empresarios egresados tengan sentido, relevancia y entendimiento, y se constituyan en la base de las acertadas decisiones que se tomen en cualquier proceso en el que participen.

En lo institucional la Universidad a pesar de tener estrategias bien definidas en sus políticas de promoción de la cultura de emprendimiento y acompañamiento a egresados, se demostró que debe mejorar los procedimientos de convocatoria para que los empresarios egresados puedan conocer de primera mano todo lo que se está haciendo en pro de ellos.

En el mismo sentido se puede señalar en cuanto al interés que genera en los egresados empresarios la posibilidad de hacer estudios posteriores a su pregrado, en lo fundamental la

mayoría desconoce las ventajas y beneficios que tienen los que deseen seguir profundizando su formación.

En cuanto al tamaño de las empresas el 87% son micros y pequeñas empresas.

En cuanto al tipo de propiedad la mayoría se concentra en propiedad individual con 41% y la familiar con un 36%.

En cuanto al tiempo de supervivencia la mayoría tiene más de 15 años funcionando, lo que es un buen indicador de la solidez de las empresas de nuestros egresados. Es contundente la cifra que arroja el nivel de formalización tomando como referencia la inscripción a la Cámara de Comercio de Valledupar. De las 22 empresas o negocios consultados el 77% se encuentra registrado en la mencionada Cámara.

El uso de las TIC's tiene un registro del 86% de uso, sin embargo el 14% de no uso, es alto, por considerar que actualmente es muy sencillo acceder a estas tecnologías por el costo y gran oferta que existe del servicio. Con el agravante de que al tratarse de empresas o negocios el no uso de estas tecnologías repercute negativamente en aspectos como la competitividad, el acceso a mercados y en general publicidad y mercadeo.

Por sectores económicos se destacan el comercio con un 41% con actividades como comercialización de medicamentos, de alimentos y equipos y productos agropecuarios. Le sigue

en importancia la industria y manufactura destacándose actividades como la fabricación de alimentos y la confección de accesorios.

Como se trata de una evaluación inicial de aspectos cualitativos, es importante señalar lo concerniente a la actualización de los empresarios, en este ítem encontramos que la gran mayoría se han actualizado a través de la modalidad de diplomados con el 59%, pero también se reporta un 21% de empresarios que no han pasado por procesos de actualización o profundización, lo que prende las alarmas, pues consideramos que es muy alto por tratarse de egresados de la UNAD con visión emprendedora.

15. Opinión personal

Desde el aprendizaje de esta experiencia académica y teniendo en cuenta la condición de egresados de La UNAD- CEAD Valledupar, nuestro punto de vista puede tener un sesgo de subjetividad, sin embargo, teniendo en cuenta el contexto de la investigación y el enfoque de la misma podemos aventurarnos a expresar nuestra opinión. En el plano general comprobamos que la cultura de emprendimiento hace parte del ADN del egresado unadista, existe una convicción de que hacer empresa es el mejor camino para procurarse una calidad de vida de acuerdo a los esfuerzos y las oportunidades, que la edad no es impedimento pues encontramos empresarios de distintas edades que no solo llegaron a concretar la posibilidad de hacer empresa sino que han sostenido durante varios años ese proyecto de vida que un día visualizaron.

La situación actual de los egresados empresarios, está marcada por la falta de organización y la visión de crecimiento en el mediano y largo plazo. Los deseos de fortalecerse deben ir acompañado de una planificación centrada en metas más concretas, es ahí donde pensamos que la UNAD debe centrar sus esfuerzos en el acompañamiento que se le hace este grupo especial de egresados.

Creemos que debe empezar por hacer más visible la propuesta institucional, tanto en la profundización y cualificación académica como el resto de herramientas que posee la Universidad y que pueden ser útiles entrar en la dinámica de crecimiento de las empresas. Una estrategia puede ser el de la motivación, haciendo un reconocimiento a los que muestren resultados éxitos, dignos de ser resaltados para incentivar a los que ya están consolidados pero sobre todos a aquellos que están empezando.

Este estudio es solo un punto de partida para que en el futuro se realicen investigaciones más profundas, en busca de consolidar la identidad y la cultura de emprendimiento característica de nuestros egresados.

Bibliografía

Acuerdo No. 016 Mayo 6 de 2011, C.S.U) Programas, servicios y estrategias para Egresados
UNAD

Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid España, Análisis De Los Factores Que Contribuyen
Al Éxito De Proyectos Empresariales (2008).

Cámara de Comercio del Cauca, Informe De La II Línea Base Aplicada A Los Beneficiarios Del
Programa De Formalización Y Fortalecimiento Empresarial De 500
Microempresarios Ubicados En Popayán (2011).

César Augusto Caballero Reinoso Director del Departamento Administrativo Nacional De
Estadística Dirección De Regulación, Planeación, Normalización Y Estandarización
– Dirpen. Línea Base Aspectos Metodológicos. Bogotá, (2004).

Departamento Administrativo Nacional de Estadística Dirección de Regulación, Planeación,
Normalización y Estandarización - DIRPEN Línea Base Aspectos Metodológicos.
Bogotá, (2004).

Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa Española, Informe del Grupo de
Trabajo de Crecimiento Empresarial del Observatorio de la PYME. (2011).

Elver Quintero Montoya, Secretaria de Desarrollo Económico, Diagnóstico De La Caracterización De La Base Empresarial De Envigado A 30/03/2012 Y Breves Consideraciones Sobre Aspectos Económicos Y Empresariales Del Municipio (2012).

Giovanni E. Reyes, Proyecto de Investigación Gestión Empresarial y Desarrollo Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, (2012).

José Sande, Economía de la empresa v.7 www.librosdetextogratis.com (2012) .

Nelson Fabián Ibáñez Piedrahíta, Nidia Esmeralda Morón Olis y Juan Carlos Rojas. Análisis de información e implementación de la Base de Datos del Observatorio De Empresas de Familia del Centro de Desarrollo de Empresas de Familia CEDEF. Universidad De La Salle Facultad De Administración De Empresas Bogotá (2006).

Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología Proyecto Sistema de Evaluación Permanente Programa Ondas Fase 1 DOCUMENTO 5 Manual de Orientaciones para la Construcción la Línea de Base de Indicadores y el levantamiento de información primaria (2010).

Rafael Lapiedra, Carlos Devece y Joaquín Guiral, Introducción a la Gestión de Sistemas de Información en la Empresa. Col•lecció Sapientia, 53 Primera edición, Editorial, Publicacions de la Universitat Jaume I. (2011).

Roberto Hernández Sampieri , Carlos Fernández Collado y María del Pilar Baptista Lucio

Metodología de la Investigación, Quinta Edición. México (2003)

Xavier Orpella, Guía de la empresa saludable, edita ICE Salud. (2009) Cambra Oficial de Comerç,

Industria y Navegación de Barcelona.

Webgrafia

<http://www.dinero.com/empresas/articulo/cargos-contras-una-epm-por-infracciones-de-regimen-de-proteccion-de-datos-personales/221809>

<http://www.psicol.unam.mx/Investigacion2/pdf/METO2F.pdf>

http://www.univo.edu.sv:8081/tesis/021532/021532_Cap3.pdf

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf