

IDENTIFICACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y
REQUERIMIENTOS DE LOS JÓVENES
EMPRENDEDORES EN TUNJA, DUITAMA Y
SOGAMOSO³⁹

Adriana Ximena Gómez Murillo⁴⁰

³⁹Este informe es el resultado de la Fase I de un proyecto de investigación llevado a cabo entre agosto de 2012 y agosto de 2013 titulado Fortalecimiento de las competencias emprendedoras y empresariales en el Departamento de Boyacá, ejecutado por investigadores de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y cofinanciado por La Gobernación de Boyacá.

⁴⁰Investigadora Grupo Gerencia del Valor y Finanzas. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Egresada Escuela de Administración de Empresas, Tunja. Colombia. adriana.gomez@uptc.edu.co

Resumen

La investigación desarrollada consistió en identificar las competencias y requerimientos de los jóvenes emprendedores de la región central del Departamento de Boyacá. El estudio se realizó con estudiantes de grado décimo y once que participaron en los eventos de Lanzamiento del 2do Concurso Departamental de Emprendedores "Creo en mi innovación, emprendo desde mi región"⁴¹ en Duitama, Tunja y Sogamoso, con la aplicación del instrumento de recolección de la información.

Los resultados mostraron que los jóvenes emprendedores poseen la capacidad de desarrollar un espíritu emprendedor e innovador y por ende se debe reforzar sus competencias. Las falencias sobre requerimientos en las áreas empresariales, para poner en marcha la idea de negocio son considerables. Finalmente se propuso el diseño de herramientas permanentes para lograr el fortalecimiento de competencias y requerimientos empresariales en la región.

Palabras clave

Competencias, Emprendimiento, Modelo de negocios, Ideas de negocios, Boyacá.

Abstract

The subject of research developed consisted of identifying competencies, needs and requirements of young entrepreneurs in the central region of the Department. A study was conducted directly in the population objective, entrepreneurs who participated in the events of the launch of the 2nd departmental contest of entrepreneurs "I believe in my innovation, start from my region" in the municipalities of Duitama, Tunja and Sogamoso, where you applied the data collection tool.

The results show that the target population has the ability to develop an entrepreneurial spirit and innovative; but there are considerable shortcomings in terms of technical expertise to set up the business idea; therefore proposes the design of permanent tools to achieve the strengthening of entrepreneurial and business skills.

Key words

Competencies, Entrepreneurship, Business model, Business ideas, Boyacá.

⁴¹ Slogan del proceso del fortalecimiento de las Competencias Emprendedoras y Empresariales en el Departamento de Boyacá, que se desarrollará a través del 2do Concurso Departamental de Emprendedores.

Introducción

El fomento de la cultura del emprendimiento y el impulso del espíritu empresarial son factor esencial en la vida del ser humano. Por un lado el *emprendimiento* es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades existentes en el mercado (MEN, 2006), mientras que el impulso del *espíritu empresarial* es el resultado hacia la creación, mejora, realización y renovación de valor de dichas oportunidades (Urbano y Toledano, 2008: 31). Dichos factores permiten desarrollar habilidades, destrezas y competencias que llevan a la creación de ideas y modelos de negocio de alto impacto, a fin de mejorar la competitividad y desarrollo en el departamento de Boyacá (Proyecto SGI 1041, 2012); por ello el emprendimiento se ha convertido en uno de los objetivos de política concernientes al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas en la región.

Las instituciones y actores estratégicos están comprometidos con el desarrollo económico y social del departamento de Boyacá y lo demuestran a través del desarrollo de planes, programas y proyectos que potencializan las fortalezas propias de la región para una mejor competitividad, que van de acuerdo a las exigencias del mundo globalizado y cada vez más cambiante. Así, la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y su escuela de Administración de Empresas, en articulación con la Gobernación de Boyacá, la Secretaria de Productividad, Tic y Gestión del Conocimiento y la Red Regional de Emprendimiento, iniciaron un proceso para el fomento de la cultura del emprendimiento, mediante el diseño y elaboración de herramientas guía del *2do Concurso Departamental de Emprendedores "Creo en mi innovación, emprendo desde mi región"*, a través del cual se desarrollaron instrumentos de fomento a la cultura del emprendimiento, la innovación y la investigación, y que finalizó con el reconocimiento de emprendedores y empresarios, que participaron del proceso de fortalecimiento de competencias emprendedoras y empresariales en el Departamento. En este contexto, la ejecución del proyecto de investigación, en su primera fase, permitió identificar las competencias, necesidades y requerimientos de los jóvenes emprendedores de Tunja, Duitama y Sogamoso.

A continuación se encontrará el planteamiento del problema, referentes teóricos, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1. Planteamiento del problema

La creación, seguimiento y fortalecimiento de nuevas empresas es considerada como factor determinante para el crecimiento económico y la competitividad de la región; esto ha despertado el interés de los gobiernos y responsables de la formulación de políticas que buscan mejorar el nivel de vida de los ciudadanos (GEM, 2007: 9). El Global

Entrepreneurship Monitor- GEM⁴² plantea que el papel central de la política económica de un gobierno es fomentar la generación, transferencia, producción y comercialización de conocimiento; un conocimiento que emerja y responda a las oportunidades no explotadas del mercado (Audretsch and Thurik, 2001; en GEM, 2007: 9). En algunos casos este conocimiento se concentra en una región, específicamente en un sector productivo que se ha desarrollado con anterioridad en ella y gracias a externalidades positivas se estimula la creación de nuevas organizaciones y fortalecimiento de las mismas (GEM, 2007: 9). En consecuencia, los sectores gubernamental, educativo, público y privado, comprometidos con el fortalecimiento del tejido empresarial de Boyacá y, respondiendo a las exigencias del mundo globalizado, se han aliado estratégicamente para contribuir al desarrollo económico y social a partir de la identificación de las necesidades del departamento (Proyecto SGI 1041, 2012)

Por estas razones la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y la Escuela de Administración de Empresas, está incorporando a sus estudiantes en proyectos de investigación, para ser parte activa del proceso de desarrollo en el Departamento, enfrentando el reto de no sólo formar individuos para desenvolverse de manera idónea en el mercado laboral, sino para crear sus propias oportunidades laborales de cara a la resolución de diversas problemáticas económicas y sociales que enfrenta el país (Proyecto SGI 1041, 2012).

En el departamento de Boyacá se han realizado algunos esfuerzos buscando el desarrollo de las competencias emprendedoras y empresariales en sus habitantes, pero desafortunadamente se han encontrado barreras que han llevado lentamente los procesos, razón por la cual el proyecto general pretendió fortalecer las competencias emprendedoras y empresariales, a través, del 2do concurso departamental de emprendedores, dicho fortalecimiento se realizó en dos fases: en la primera fase, identificar las competencias y requerimientos de los jóvenes emprendedores en la región central del departamento.

Se trabajó entonces, como interrogante central, sobre ¿Cuáles son las competencias y requerimientos de los jóvenes emprendedores en los municipios de Tunja, Duitama y Sogamoso?

2. Referentes teóricos

2.1 Estado del arte del emprendimiento

El término *emprendimiento* se deriva del francés *entrepreneur* (*pionero*) que viene a su vez del latín *inprendere* que significa acometer (Veeraraghavan, 2009; en Toca, 2010: 45). En el diccionario se define emprender, en su primera acepción, como: "acometer y

⁴² El GEM es un proyecto de investigación en emprendimiento realizado por un consorcio internacional conformado por 59 países de los 5 continentes.

comenzar una obra, un negocio, un empeño o empresa. Se usa más comúnmente hablando de los negocios que encierran dificultad o peligro" (Real Academia Española de la Lengua Española, 1992: 571). Howard H. Stevenson dice que "Los Emprendedores son individuos dedicados a la búsqueda de oportunidades, más allá de los recursos de que disponen" (Kwiatkowski, 2004; en Toca, 2010: 46).

Desde la Economía, Richard Cantillón, introduce por primera vez el concepto de emprendedor, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre (Rodríguez, 2009: 97). En lo neoclásico, Joseph Schumpeter, profesor de Harvard, quien es considerado uno de los pilares en estudio del emprendimiento; utilizó por primera vez el término *entrepreneur* y planteó la existencia de un desequilibrio dinámico causado por el empresario innovador, subrayando su papel para estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad (Rodríguez, 2009: 101).

Desde la sociología, el sociólogo Max Weber precursor del análisis sociológico del emprendimiento, relaciona el espíritu del emprendedor con factores religiosos. Considera que la influencia del contexto social, y más concretamente de los valores sociales imperantes, forma el espíritu emprendedor (Weber, 1905; en Almagro, 2003: 19) Thornton (1999; en Peraza, 2010: 7) en su investigación *The sociology of entrepreneurship*, condensa las dimensiones de esta perspectiva, identificando dos visiones sobre el emprendimiento, la perspectiva de la oferta y la perspectiva de la demanda.

Desde la psicología, el profesor Alfonso Rodríguez (2009), en su estudio *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial* dice que el emprendimiento: "Es una tendencia relacionada con las representaciones o esquemas que el individuo desarrolla de sus comportamientos; es más cognitiva, debido al conocimiento que se genera" (Rodríguez, 2009: 103).

En la década del 80, el emprendedor se define como alguien que sigue motivado por la percepción de beneficios económicos con una elevada motivación de logro (Almagro, 2003: 40) En los noventa se destaca el concepto de la personalidad emprendedora, con un análisis más integral de la figura del emprendedor (Almagro, 2003: 41). Para el emprendedor del siglo XXI, se incorporan otros elementos esenciales como el entorno y sus funciones dentro de la empresa; se define al emprendedor como la persona que acomete una aventura empresarial, con un alto componente de novedad, en relación con las actividades habituales en su entorno (March, 1998; en Almagro, 2003: 45).

2.2 Tendencias del emprendimiento en Colombia

Colombia, ubicada en el grupo de economías impulsadas por la eficiencia⁴³, presenta una TEA⁴⁴ superior a éstas y a las impulsadas por la innovación, aunque semejantes a las impulsadas por los factores, que propician al menos un crecimiento económico positivo, tal como instituciones sólidas, infraestructura, estabilidad macroeconómica, atención básica en salud y educación primaria (GEM, 2010: 24)⁴⁵. Para el año 2010 Colombia tiene una TEA de 20,62%⁴⁶. El estudio muestra el comportamiento de las empresas creadas según la motivación, ya sea por oportunidad o por necesidad. En Colombia la TEA por oportunidad es igual a 12,13%, y la TEA por necesidad de 8,15% (GEM, 2010: 25), esto demuestra que no existe creación de empresas, que verdaderamente obedezcan al aprovechamiento de oportunidades en el mercado.

En el país se identifican programas de emprendimiento con diferentes impulsores: en el sector público está la Red Nacional para el Emprendimiento, el Fondo Emprender del SENA, La Corporación Emprendedores Colombia, el Programa Colombia Joven de la Presidencia de la Republica, los Nodos de Creación e Incubación de empresas. En el Sector Educativo está el Centro de Emprendimiento de la Universidad de Rosario, el Centro de Iniciativa de Emprendimientos Sociales de la Universidad de los Andes, El Programa Emprendedor de la Universidad del Norte, El Programa Emprendedores de la Universidad Javeriana de Cali, el Centro de Consultoría, Innovación y Empresarismo de la Universidad EAFIT, El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) del ICESI y el Tecnoparque. En el Sector Privado están: Empresarios Bolívar, el Club de Emprendedores Coomeva, Ventures y la Red de Emprendedores Bavaria.

Uno de los factores que caracterizan al emprendedor Colombiano, en palabras técnicas, es la creatividad, reconocida en lo cotidiano como la cultura del rebusque. Esta notable creatividad individual está unida a una sobresaliente indisciplina social (Pereira, 2003: 18). Lo cual evidencia que los emprendedores colombianos cuentan con un individualismo excesivo, afectando su capacidad de trabajar en equipo. También se observa que el emprendedor colombiano enfrenta problemas de escasez de recursos para llevar a cabo sus proyectos, principalmente por la ausencia de un mercado de capitales propicio, la escasa cobertura del sistema financiero colombiano, y la baja inversión en I+D (Pereira, 2003: 23).

⁴³ En esta economía está también Argentina, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Croacia, Ecuador, Hungría, Letonia, Macedonia, Montenegro, Malasia, Taiwán, Perú, México, Trinidad y Tobago, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Túnez, Uruguay, Turquía.

⁴⁴ Tasa de Nueva Actividad Empresarial.

⁴⁵ Global Entrepreneurship Monitor.

⁴⁶ Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que se encuentra involucrado en el proceso de creación de empresas, circunscrito entre 0 y 42 meses.

2.3 Competencias emprendedoras

Se comprende por competencias emprendedoras los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para realizar el trabajo de emprendedor de forma efectiva y de calidad (Abud, I et al., 1999; citado en Bogotá Emprende, 2010: 5)

El programa *Bogotá Emprende* es el más amplio en el área de emprendimiento y es el núcleo fundamental de los programas desarrollados en otros departamentos y municipios en Colombia, por lo cual es un referente importante. Ha recogido y articulado las investigaciones elaboradas por la firma consultora Gerencial Limitada en 2003, para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de la Red Colombia Compite; las competencias emprendedoras definidas por el Centro de Empresas y Negocios Santiago Innova, de la municipalidad de Santiago de Chile; y las definidas por el Centro Nueva Empresa, de la Cámara de Comercio de Bogotá.

El modelo agrupa once categorías de competencias generales: capacidad de exploración, pensamiento gerencial, entendimiento estratégico, trabajo en equipo, liderazgo, negociación y relaciones, orientación a objetivos, proactividad, integridad personal, proyección social habilidad personal; las cuales permiten determinar si una persona puede hacer realidad su intención de poner en marcha una nueva empresa y hacerla crecer de manera exitosa (Abud, I et al., 1999, citado en Bogotá Emprende, 2010: 7) Esta fundamentación teórica permite determinar doce competencias emprendedoras que definen el perfil de un emprendedor, de las cuales se diseñó una pregunta tendiente a determinar si está presente en los jóvenes emprendedores del departamento (Ver Tabla 1).

2.4 Los Requerimientos

Entendidos como los conocimientos teóricos sobre las áreas funcionales de la empresa, son vitales para emprender una idea o llevar a cabo un modelo de negocio. Los términos del concurso especifican cuatro módulos (financiero, mercados, procesos estratégicos y el operativo). Se diseñaron preguntas para la determinación de requerimientos (Ver Tabla 2).

Tabla 1. Competencias que definen el perfil emprendedor.

No	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	PREGUNTAS PLANTEADAS
1	ORIENTACIÓN A OBJETIVOS	Capacidad de encaminar todos los actos al logro esperado, actuando con velocidad y sentido de urgencia ante decisiones importantes necesarias para cumplir o superar a los competidores, las necesidades del cliente o para mejorar la organización.	¿Confío en mis capacidades para cumplir los objetivos que me propongo?
2	INNOVACIÓN Y DESARROLLO	Capacidad para modificar las cosas, incluso partiendo de formas o situaciones no pensadas con anterioridad, sin que necesariamente exista un requerimiento externo que lo empuje.	¿Busco en diferentes situaciones una nueva idea para trabajar?
3	CAPACIDAD DE EXPLORACIÓN	Implica idear soluciones nuevas y diferentes ante problemas o situaciones requeridos por el propio puesto, la organización, los clientes o el segmento de la economía donde actúe.	¿Pienso en la manera de obtener mejores resultados?
4	TRABAJO EN EQUIPO	Implica la capacidad de colaborar y cooperar con los demás, de formar parte de un grupo y de trabajar juntos.	¿Trabajo fácilmente con personas que tengan distintos puntos de vista?
5	CAPACIDAD DE APRENDIZAJE	Capacidad de adquirir un determinado entendimiento que lleva a la modificación de actitudes y comportamientos por medio de la adquisición de conocimiento, habilidades y valores, gracias a estudios o experiencia.	¿Adquiero fácilmente nuevos conocimientos?
6	PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN	Capacidad de determinar las metas y prioridades del negocio, estipulando la acción, los plazos y los recursos requeridos. Incluye la instrumentación de mecanismos de seguimiento y verificación de información.	¿Planeo la ejecución de mis deberes?
7	TOMA DE DECISIONES	Tiene la capacidad de síntesis a la hora de tomar decisiones y de darle soluciones acertadas a situaciones inesperadas o problemáticas futuras.	¿Tomo mis propias decisiones?
8	EMPODERAMIENTO	Dar poder al equipo de trabajo potenciándolo. Hace referencia a fijar claramente objetivos de desempeño con las responsabilidades personales correspondientes. Emprende acciones eficaces para mejorar el talento y las capacidades de los demás.	¿Me fijo metas claras y que sean alcanzables?

9	LIDERAZGO	El liderazgo es un intento de influencia interpersonal, dirigido a través del proceso de comunicación, al logro de una o varias metas. Es la capacidad de auto gestionar su trabajo y/o orientar y apoyar la acción de otros al cumplimiento de objetivos; asimilando la misión, valores y metas de la Institución.	¿Empleo nuevos métodos que orienten los objetivos de mi empresa?
10	PROACTIVIDAD	Actitud permanente de adelantarse a los demás en su accionar. Es la predisposición a actuar en forma proactiva y no sólo pensar en que hay que hacer en el futuro.	¿Tomo las iniciativas en diferentes reuniones en mi empresa?
11	PENSAMIENTO EMPRENDEDOR	El emprendedor actúa sobre el medio para cambiarlo, resuelve situaciones, tiene iniciativa. Sus sueños los vuelve realidad a través de la acción. Organiza la información y la transforma en soluciones prácticas.	¿Consenso las opiniones de los trabajadores para tomar una decisión?
12	PENSAMIENTO ESTRATÉGICO	Conoce cuál debe ser su negocio, a donde se quiere llegar con la empresa y como alcanzar este objetivo. Hace un análisis estratégico (amenazas y oportunidades) para formar un marco de referencia para la toma de decisión futuras de la empresa.	¿Empleo herramientas que me permiten mejorar continuamente?

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 2. Definición de los Módulos o áreas funcionales de la empresa

MODULO	DESCRIPCION	PREGUNTAS PLANTEADAS
FINANCIERO	Suministra información importante sobre los movimientos constantes de dinero, las entradas, salidas y flujo de dinero. Permite conocer de forma clara los presupuestos y el marco financiero de la idea de negocio y tener el máximo aprovechamiento de los recursos y una utilización eficiente de los mismos.	-Conozco los conceptos financieros y el manejo de los libros contables. -Se la importancia que tiene los estados financieros en la toma de decisiones de una empresa. -Cuando tengo una idea sé cuánto dinero necesito para ponerla en marcha. -Tengo maneras de conocer mis gastos, costos y la rentabilidad que deseo ganar.
MERCADOS	Área que se encarga de canalizar los bienes y servicios desde el producto hasta el consumidor final. Tiene en cuenta el marketing mix por lo tanto	-Estudio mi posible competencia. -Conozco medios por los que puedo dar a conocer mi idea de negocio.

	realiza labores de planeación, ejecución y conceptualización de precio, promoción, distribución y la competencia.	-Estudio las necesidades del mercado para brindar un producto que pueda satisfacerlas. -He pensado en posibles estrategias de marketing para alcanzar los objetivos de mi idea de negocio.
PROCESOS ESTRATEGICOS	Busca implementar la plataforma estratégica de la idea de negocio, su misión, visión, objetivos y la organización de cada una de las funciones de la empresa.	-Conozco las áreas que constituyen una empresa. -Sé cómo se elabora una misión y visión empresarial. -Tengo claro los objetivos que quiero alcanzar con mi idea de negocio. -Tengo clara las formas para dar a conocer la propuesta de valor de mi idea de negocio.
OPERATIVO	Es la encargada de implementar planes de acción que permitan llegar de manera exacta al mercado objetivo.	-Conozco las diferentes formas o canales de distribución de un producto. -Sé cómo distribuir y hacer llegar mi producto al consumidor final.

Fuente. Elaboración propia.

3. Marco metodológico

Para la identificación de las competencias y requerimientos de los jóvenes emprendedores, se realizó una investigación descriptiva, donde inicialmente se indagó acerca del significado del término competencia y especialmente se revisó literatura acerca las competencias que poseen o deberían tener los emprendedores, pues se ha establecido que ellos poseen ciertas características o competencias que de alguna manera les permiten arriesgarse y persistir en sus emprendimientos. *Las competencias seleccionadas fueron: orientación a objetivos, innovación y desarrollo, capacidad de exploración, trabajo en equipo, capacidad de aprendizaje, planificación y organización, toma de decisiones, empoderamiento, liderazgo, proactividad, pensamiento emprendedor y pensamiento estratégico.*

El siguiente paso consistió en la construcción de un instrumento, el cual permitiera identificar si las competencias establecidas están presentes en los jóvenes emprendedores de Tunja, Duitama y Sogamoso; adicionalmente se incluyeron preguntas acerca de conocimiento en mercados, finanzas, logística o canales de distribución (operativo) y procesos estratégicos, conocimientos empresariales que

facilitan al emprendedor la elaboración y puesta en marcha de su plan de negocio. Para el estudio se concibió como población de emprendedores a los estudiantes de grados 10 y 11 de los colegios técnicos de Tunja, Duitama y Sogamoso, que participaron de los eventos de lanzamiento en la Categoría 1 *Tengo una Idea*⁴⁷ del proceso del *2do Concurso Departamental de Emprendedores*. Se identificaron 156 jóvenes que tenían una idea de negocio innovadora, que pudieran potencializar su perfil emprendedor y su habilidad en cuanto a los conocimientos técnicos en los módulos definidos en la investigación general sobre *Fortalecimiento de las Competencias Emprendedoras y Empresariales del Departamento de Boyacá*. A estos 156 participantes se les aplicó un cuestionario que permitió identificar de forma muy general sus competencias y requerimientos.

El instrumento aplicado se dividía en dos partes. La primera parte hace referencia al perfil emprendedor, donde se incluyeron preguntas que corresponden a 12 competencias emprendedoras previamente definidas y la segunda parte hace referencia a las necesidades y requerimientos con preguntas referentes a cuatro áreas empresariales: financiera, mercados, procesos estratégicos y operativo, denominados Módulos⁴⁸ (Ver anexo 1).

Finalmente se clasificó la información, se realizó la tabulación y el procesamiento (Ver Anexo 2).

4. Resultados

La investigación demostró que las competencias en las cuales los jóvenes emprendedores tienen mayores debilidades son⁴⁹:

1. **Innovación y desarrollo:** De los 156 jóvenes encuestados el 66,03% manifestaron que *a veces* buscan en diferentes situaciones una nueva forma para trabajar la idea de negocio y un 8,33% que *casi nunca*. La mayor parte no ha desarrollado esta competencia alrededor de la idea de negocio.
2. **Capacidad de exploración:** El 60,26% *a veces* emplea nuevas formas para orientar sus metas, un 36,54% siempre y un 3,21% *casi nunca*; un alto porcentaje solo *a veces* tiene la capacidad de exploración para modificar las cosas, de examinar nuevas formas y de darle solución a las situaciones que le permitirán alcanzar sus metas.

⁴⁷ Categoría definida en los términos de referencia del 2do Concurso Departamental de Emprendedores aprobado por la Secretaría de Productividad, Tics y Gestión del Conocimiento, la UPTC y La Red Regional de Emprendimiento. La convocatoria fue pública.

⁴⁸ Nombre técnico propuesto por los autores del concurso.

Es de esperarse que en jóvenes estudiantes de los dos últimos años de bachillerato, las debilidades sean de la dimensión que este estudio reporta, pero el objetivo fue identificarlas para continuar con el proceso de Fortalecimiento de las mismas, en la fase II del Proyecto Macro.

3. **Trabajo en equipo:** El 49,36% *a veces* trabajan en equipo, se evidencia que el mayor porcentaje lo hace por conveniencia, no poseen cultura de trabajo en equipo; un 35,90% *siempre* trabajan fácilmente con otras personas mientras que un 14,74% *casi nunca*.
4. **Planificación y organización:** El 46,15% *a veces* planea la ejecución de los deberes, el 41,03% *siempre* y el 12,82% *casi nunca*; se hace necesario fortalecer la planificación y organización para alcanzar las metas, acciones, plazos y recursos.
5. **Liderazgo:** Un 51,92% manifestaron que *a veces* asumían responsabilidades para lograr un bien común, un 41,03% *siempre* y 7,05% *casi nunca*; es pertinente orientar y apoyar la acción de otros al cumplimiento de objetivos, en beneficio personal y de las personas que de él dependan.
6. **Proactividad:** El 59,62% *a veces* toman la iniciativa en diferentes reuniones, un 23,08% *casi nunca* y un 17,31 *siempre*; la falta de iniciativa por parte de los emprendedores encuestados es evidente.
7. **Pensamiento emprendedor:** El 57% *a veces* cuestionan todas las opiniones que se dan para emprender nuevas ideas, un 21,79% *siempre* y un 20,51% *casi nunca*, se debe fortalecer para actuar sobre el medio y cambiarlo, buscando soluciones prácticas para resolver problemas inesperados.
8. **Pensamiento estratégico:** El 50,64% *a veces* emplea herramientas que permitan mejorar continuamente, un 44% *siempre* lo hacen y un 5,77% *casi nunca*, es fundamental a la hora de alcanzar los objetivos del negocio, de lo contrario el negocio no avanza y deja de ser competitivo.

Las competencias en las cuales los emprendedores muestran fortalezas son: *orientación a logros, capacidad de aprendizaje, toma de decisiones y empoderamiento*.

Dentro de los requerimientos se identificó que hay debilidades en todos los módulos:

1. El Módulo *Financiero* sobre los *conceptos financieros y el manejo de libros contables*, donde alrededor de 80% de los emprendedores manifiestan no tener conocimiento sobre el tema o más o menos conocerlos.
2. En el Módulo de *Mercados*, en cuanto *al estudio de las verdaderas necesidades del mercado*, casi el 50% no lo hacen, lo que hace evidente una amenaza. En cuanto *a la utilización de estrategias para alcanzar el objetivo propuesto*, un 28,85%

manifestaron no haber pensado en posibles estrategias de marketing, aunque no es un porcentaje muy alto si es significativo, ya que dichas estrategias son la base para que la idea de negocio funciones de manera exitosa.

3. El Módulo de *Procesos* estratégicos, en cuanto al *conocimiento de las áreas empresariales*, un 46,79% manifestaron saber cuáles son las áreas que constituyen una empresa; mientras el 19,23% no saben, sumado a éste el 33,97% que más o menos saben, es necesario un refuerzo.
4. El Módulo *Operativo*, sobre si se *conocen las diferentes formas o canales de distribución de un producto*; el 16% de los emprendedores manifestaron no saber; el 46,79% dicen conocer más o menos, mientras que el 36,54% dicen conocerlos; más o menos el 50% tiene grandes dudas sobre el tema.

Conclusiones y recomendaciones

Se observó que los jóvenes emprendedores de la Región Central del Departamento, se limitan a la hora de generar nuevas ideas y de crear nuevas oportunidades en ambientes cambiantes, a pesar de poseer la capacidad de tomar sus propias decisiones y fijar metas claras y alcanzables. Tienen un alto interés por conocer su competencia y estudiarla detenidamente, pero presentan dificultades como no estudiar las necesidades reales del mercado, no brindar un producto que pueda satisfacerlas y no utilizar estrategias claves para alcanzar el objetivo propuesto. El poco conocimiento teórico de las áreas de la empresa se evidencia en el desconocimiento sobre estrategias de mercadeo, conceptos financieros, formas de dar a conocer la propuesta de valor y canales de distribución.

Siendo el emprendimiento una materia obligatoria para todos los colegios, que además forma a los estudiantes, vale resaltar la importancia de realizar talleres participativos, en donde se les retroalimente en competencias emprendedoras; así como también se les fortalezcan los conocimientos en cada uno de los módulos: finanzas, operativo, procesos estratégicos y mercados. Adicionalmente, crear un aula virtual implantada en la plataforma de la Universidad donde los jóvenes emprendedores puedan interactuar y utilizar diferentes herramientas como foros, lecturas, talleres y videos, para fortalecer sus conocimientos técnicos y fomentar las competencias propias.

Para finalizar, es preciso tener en cuenta que del total de la población en estudio, 40 jóvenes emprendedores consiguieron hacer parte del proceso de fortalecimiento, gracias a que lograron consolidar su idea de negocio, 34 de ellos fueron premiados como ganadores del *2do Concurso Departamental de Emprendedores en el Departamento de Boyacá*, en la Categoría *1 Tengo una Idea*. Lo anterior hace evidente que existe un

gran potencial de emprendedores que no está siendo atendido respecto a la formación, asesoría y fortalecimiento del emprendimiento.

En Boyacá la población de potenciales emprendedores requiere capacitación, asesoría y fortalecimiento, posible de ofrecer en un programa bien estructurado que involucre:

1. A las instituciones interesadas: el sector gubernamental, la academia, el sector público y privado.
2. Un currículo con un sistema de aprendizaje que desarrolle en los estudiantes los atributos y características propias de un emprendedor y sus requerimientos teóricos, durante los años de bachillerato.
3. Un programa de acompañamiento para los emprendedores, que una vez graduados de bachillerato hayan o no puesto en marcha su proyecto de emprendimiento y promover la creación de empresa a largo plazo.

ANEXO 1. Instrumento de recolección de la información.

2 Concurso Departamental de Emprendedores

Boyacá | MINISTERIO DE EDUCACIÓN | MINISTERIO DE SALUD | MINISTERIO DE TRABAJO | MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS | MINISTERIO DE AGRICULTURA Y RORCADERÍA | MINISTERIO DE CULTURA Y RECREACIÓN | MINISTERIO DE TURISMO | MINISTERIO DE VIVIENDA Y OBRAS PÚBLICAS | MINISTERIO DE TRANSPORTE | MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL | MINISTERIO DE INTERIORES | MINISTERIO DE JUSTICIA Y PACE

REPÚBLICA DE COLOMBIA

CUESTIONARIO EMPRENDEDORES (A)

1. DATOS GENERALES

NOMBRES Y APELLIDOS: _____

Ejeda: _____ Municipio: _____

NIVEL ACADÉMICO: Primaria Incompleta: _____ Primaria completa: _____ Secundaria Incompleta: _____ Secundaria completa: _____ Técnico o Tecnólogo: _____ En: _____ Universitario: _____ En: _____

Dirección: _____

Tiempo que ha dedicado a su idea de negocio: _____ 3 meses a 1 año: _____ 1 a 2 años: _____

Sector al que pertenece su idea de negocio: _____

Su idea de negocio fue generada por: Necesidad: _____ Por tradición: _____ Por oportunidad: _____

2. COMPETENCIAS

El siguiente cuestionario contiene enunciados que permiten conocer las competencias emprendedoras y empresariales que usted posee como empresario, es de gran importancia conocerlas para realizar el fortalecimiento de las competencias que usted necesita en cada una de las etapas del proceso para posteriormente desarrollar procesos de fomento de la cultura del emprendimiento, la innovación y la investigación en el departamento.

Las cuidadosamente cada ítem y conteste de forma objetiva, señalando con una X la casilla que más lo identifica: **¡CASI NUNCA, A VECES Y SIEMPRE!**

ÍTEM	CASI NUNCA	A VECES	SIEMPRE
Confío en mis capacidades para cumplir los objetivos que me propongo.			
Busco en diferentes situaciones una nueva forma para trabajar mi idea de negocio.			
Emplico nuevas formas para orientar mis metas.			
Trabajo fácilmente con personas que tengan distintos puntos de vista.			
Adquiero fácilmente nuevos conocimientos.			
Planeo la ejecución de mis deberes.			
Tomo mis propias decisiones.			
Me fijo metas claras y que sean alcanzables.			
Asumo responsabilidades para lograr un bien común.			
Tomo las iniciativas en diferentes reuniones.			
Cuestiono todas las opiniones que se dan para emprender nuevas ideas.			
Emplo herramientas que me permitan mejorar continuamente.			

3. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

A continuación encontrará una lista de afirmaciones clasificadas por módulos o áreas empresariales, por favor ídela cuidadosamente y marque con una X la respuesta que está de acuerdo al desarrollo de su idea de negocio.

	SI	NO	MÁS O MENOS
1. MÓDULO: FINANCIERO			
Conozco los conceptos financieros y el manejo de los libros contables.			
Se la importancia que tiene los estados financieros en la toma de decisiones de una empresa.			
Cuando tengo una idea sé cuánto dinero necesito para ponerla en marcha.			
Tengo maneras de conocer mis gastos, costos y la rentabilidad que deseo ganar.			
2. MÓDULO: MERCADOS			
Estudio mi posible competencia.			
Conozco mejor a los que puedo dar a conocer mi idea de negocio.			
Conozco las necesidades del mercado para brindar un producto que pueda satisfacerlas.			
Tengo pensado en posibles estrategias de marketing para alcanzar los objetivos de mi idea de negocio.			
3. MÓDULO: PROCESOS ESTRATÉGICOS			
Conozco las áreas que constituyen una empresa.			
Sé cómo se elabora una misión y visión empresarial.			
Tengo claro los objetivos que quiero alcanzar con mi idea de negocio.			
Tengo claro las formas para dar a conocer la propuesta de valor de mi idea de negocio.			
4. MÓDULO: OPERATIVO			
Conozco las diferentes formas o canales de distribución de un producto.			
Sé cómo distribuir y hacer llegar mi producto al consumidor final.			

¡MUCHAS GRACIAS!

ANEXO 2. Tabulación Competencias, necesidades y requerimiento de los emprendedores de Duitama, Tunja y Sogamoso.

COMPETENCIAS EMPRENDEDORES					
ÍTEMS	CASI NUNCA	A VECES	SIEMPRE	SIN RESPUESTA	TOTAL
1	5	54	97	0	156
2	13	103	40	0	156
3	5	94	57	0	156
4	23	77	56	0	156
5	3	65	88	0	156
6	20	72	64	0	156
7	3	55	98	0	156
8	4	54	98	0	156
9	11	81	64	0	156
10	36	93	27	0	156
11	32	90	34	0	156
12	9	79	68	0	156
NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS					
MOD: FINANCIER O	SI	NO	MAS MENOS	O SIN RESPUESTA	TOTAL
1	32	49	75	0	156
2	62	27	67	0	156
3	79	21	56	0	156
4	92	13	51	0	156
MODULO: MERCADOS					
1	93	19	42	2	156
2	80	27	47	2	156
3	65	24	60	7	156
4	49	45	61	1	156
MODULO: PROCESOS ESTRATEGICOS					
1	73	30	53	0	156
2	98	17	41	0	156
3	107	7	40	2	156
4	70	16	69	1	156
MODULO: OPERATIVO					
1	57	25	73	1	156
2	63	21	70	2	156

Fuente. Elaboración propia.

Referencias

- ALMAGRO, L. (2003). *Perfil Psicológico del Auto empleado*. Tesis doctoral no publicada. Universidad Complutense de Madrid, España. Recuperado en el 20 Agosto de 2012 de: <http://biblioteca.ucm.es/tesis/psi/ucm-t26888.pdf>
- BOGOTÁ EMPRENDE. (2010). *Identifica y potencializa tus competencias emprendedoras*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012 de: http://www.bogotaemprende.com/documentos/3551_26_03_10_1doc_competencias.pdf
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). (2007). *Reporte de resultados*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012 de: <https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=AYkGak4q8Vw%3D&tabid=809>
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). (2010). *Reporte de resultados*. Recuperado el 28 de Agosto de 2012 de: <https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=eQ4Bq-h2Mxk%3D&tabid=809>
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL (MEN). (2006). *Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012 de: http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-94653_archivo_pdf.pdf
- PERAZA, L. (2010). *Estudio prospectivo sobre los Centros de Emprendimiento en Colombia: Tendencias, escenarios y estrategias en la generación de oportunidades laborales alternativas*. Tesis de grado. Universidad del Rosario, Bogotá, Recuperado el 20 de Agosto de 2012 de: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/2050/1/1032360205-2010.pdf>
- PEREIRA, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiana. *Revista de Economía, Gestión y Desarrollo*, (1), pp. 9–26. Recuperado el 20 de Agosto de 2012 de: http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_1/art1.pdf
- PROYECTO SGI 1041. (2012). *Fortalecimiento de las competencias emprendedoras y empresariales en el departamento de Boyacá*. Tunja: Grupos de Investigación Codel–Gevafi, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (1992). *Diccionario de la Lengua Española*. (22a ed.), p. 571. Madrid, España.
- RODRÍGUEZ, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento y Gestión*, (26), pp. 94-119. Recuperado el 23 de Agosto de 2012 de: http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/4_Nuevas%20perspectivas%20para%20entender%20el%20emprendimiento%20empresarial.pdf
- TOCA, C. (octubre–diciembre de 2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: Explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, Vol. 26, (117), pp. 41–60. Recuperado el 20 de agosto de 2012 de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v26n117/v26n117a03.pdf>
- URBANO, D. & TOLEDO, N. (2008). *Invitación al Emprendimiento, una aproximación a la creación de empresas*. Barcelona, España: Editorial UOC.