

Panamá

XXV CONGRESO LATINOAMERICANO SOBRE ESPÍRITU EMPRESARIAL
"La Dimensión Humana del Líder Empresarial"

INTRODUCCIÓN

El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi (CDEE-Icesi), se complace en convocar a toda la comunidad latinoamericana vinculada a las áreas académicas asociadas al concepto de Entrepreneurship (Creación de empresas, Espíritu Empresarial, Cultura Empresarial, Empresarismo, Emprendimiento, Emprenderismo, Emprendedurismo, Innovación Empresarial, Iniciativas Empresariales, Dinámica Empresarial, etc.) para que participe activamente en la XXV edición del Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial que se realizará en asocio de Quality Leadership University, en la Ciudad del Saber en Panamá entre el 20 y el 22 de Abril del 2016.



HISTORIA

El **Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial** es un evento diseñado y ejecutado por el **Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi**, que busca crear, impulsar y desarrollar a través de él, una comunidad académica y empresarial latinoamericana preocupada por los temas propios al **Espíritu Empresarial**, a la Educación Empresarial, a la Creación de Nuevas Empresas, y al fortalecimiento competitivo de las empresas ya existentes.

Se han realizado hasta la fecha, 24 Congresos Latinoamericanos sobre Espíritu Empresarial; en los cuales se ha contado con la presencia de conferencistas magistrales de talla mundial, de destacados empresarios latinoamericanos y de investigadores de muchos países que han presentado los resultados de sus investigaciones, desarrollos y experiencias. Muchos de ellos se han realizado en alianzas con prestigiosas universidades latinoamericanas. Las sedes, las universidades asociadas y las fechas de los congresos anteriores se indican a continuación:

COLOMBIA

- Cali (Universidad Icesi) 1987, 1988, 1990, 1994, 1997, 2000, 2004, 2009, 2011, 2013, 2015.
- Bogotá (Universidad Icesi) 2002.
- Bogotá (Universidad EAN - Universidad Icesi) 1992, 1999.
- Medellín (Universidad Pontificia Bolivariana - Universidad Icesi) 1996.

BRASIL

- Florianópolis (Universidad Federal de Santa Catarina- Universidad Icesi) 2008.

COSTA RICA

- San José de Costa Rica (Instituto Tecnológico de Costa Rica - Universidad Icesi) 1988.

CHILE

- Santiago de Chile (Pontificia Universidad Católica de Chile - Universidad Icesi) 1991.

ECUADOR

- Quito (Universidad Andina Simón Bolívar- Universidad Icesi) 2012.

PANAMÁ

- Panamá (Universidad Latina - Universidad Icesi) 2006.

PERÚ

- Lima (Universidad San Ignacio de Loyola - Universidad Icesi) 2007.

PUERTO RICO

- Puerto Rico (Universidad de Puerto Rico, Campus Mayagüez - Universidad Icesi) 1995.

MÉXICO

- Monterrey (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey- Universidad Icesi) 1989.
- Ciudad de México (Universidad Autónoma Metropolitana Campus Xochimilco - Universidad Icesi) 1993.

Los asistentes a este evento son fundamentalmente: estudiantes universitarios y tecnológicos, estudiantes de posgrado, profesores de áreas relacionadas con los distintos niveles educativos, investigadores, profesionales vinculados a organizaciones de apoyo para el sector empresarial, representantes de las diferentes organizaciones financieras, funcionarios de gobierno, empresarios, profesionales independientes, inversionistas, consultores, asesores empresariales y público en general.

Todas estas personas tienen como característica común su interés en una o varias de las siguientes acciones: desarrollar sus empresas, conocer experiencias exitosas que se estén llevando a cabo en diferentes regiones del mundo y que les puedan servir para mejorar el desarrollo de sus propias actividades y programas, establecer nuevas actividades de apoyo empresarial, crear nuevos programas educativos en el área empresarial, formular nuevos proyectos empresariales, identificar nuevas tendencias empresariales, establecer contacto empresariales y/o académicos, actualizar su conocimiento en las distintas áreas relacionadas con “Entrepreneurship”.

CONCEPTO BÁSICO

Tradicionalmente los estudios asociados al área de Entrepreneurship se han concentrado bien sea en los temas propios de generación de valor económico, o de estrategias asociadas al desarrollo de las empresas, o a modelos de empresa, o a muchos de los otros factores técnicos asociados a los procesos empresariales, pero en general poco esfuerzo se ha dedicado a analizar las circunstancias y características que afectan el bienestar del empresario a lo largo de su proceso. Se sabe por ejemplo, que el empresario dedica más tiempo a su labor empresarial que el común de los empleados, y que obviamente esto puede afectar no solo sus opciones de diversión y esparcimiento, sino también sus relaciones familiares, su salud, sus relaciones sociales y su nivel de autosatisfacción.



Los líderes empresariales, tiene un papel protagónico en todo el proceso de la dinámica empresarial que caracteriza una empresa, una región, un país y es muy importante entender los compromisos personales, familiares, sociales que se ven afectados por la actividad empresarial y proponer soluciones que le permitan al empresario lograr las satisfacciones buscadas, sin tener que afectar sustantivamente otros aspectos de su proyección vital.

Desde que el Reino de Butan introdujo el concepto de “Gross National Happiness”, muchas nuevas mediciones se han ido desarrollando sobre este aspecto: Stiglitz et al (2009) indicaron que ya es tiempo de que el énfasis se cambie de medir factores económicos a medir el bienestar de las personas; Helliweell et al (2013) desarrollaron el World Happiness Report; la OECD (2009) ha estado dedicando esfuerzos a las mediciones de “subjective well being”; GEM (2014) introdujo como tema especial el tema de “Entrepreneurship and well being”, GEM Caribbean (2014) introdujo el tema de “Salud y el empresario”; el Papa Francisco ha insistido en diversos mensajes sobre la importancia del ser humano y de su bienestar; y cada día más personas y entidades manifiestan interés en el tema. Por estas razones se busca que el tema central de esta edición del Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial se enmarque en el concepto: “La Dimensión Humana del Líder Empresarial”.

En paralelo con este tema central (Bienestar del Empresario), el Congreso focalizará su esfuerzo en otras cinco áreas temáticas: Ecosistema para la creación y el desarrollo de empresas y empresarios, Educación Empresarial, Modelos de empresas y de empresarios, Gestión de Pyme y de Empresa Familiar, Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica. Para cada una de las seis áreas temáticas, se han definido unos subtemas sobre los cuales se espera recibir trabajos investigativos y de desarrollo.

OBJETIVOS

Los objetivos centrales del XXV Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial son:

1. Identificar la situación de los líderes empresariales latinoamericanos en términos de variables como: Bienestar subjetivo, condiciones de trabajo, balance entre sus ejercicios profesionales y su vida familiar; condiciones de salud del empresario, políticas para el desarrollo armónico de la carrera empresarial y todos aquellos elementos que se asocien directamente al tema central del Congreso.
2. Identificar nuevas formas educativas, para todos los niveles educativos, que permitan que los futuros empresarios dispongan de las competencias empresariales requeridas para acometer, con alto potencial de éxito, sus iniciativas de creación de empresa.
3. Identificar las necesidades de procesos de acompañamiento y de recursos que el Ecosistema para la creación de empresas y el desarrollo de empresarios debe proveer, para lograr el objetivo de una mayor dinámica empresarial, mediante la aparición de más y mejores empresarios y de más y mejores empresas.
4. Analizar diversos modelos de empresa e identificar aquellos que pueden tener mayor probabilidad de ser aplicables en el entorno latinoamericano.
5. Analizar el estado de la Pyme y de la empresa familiar en Latinoamérica.
6. Divulgar los resultados del estudio Global Entrepreneurship Monitor en Latinoamérica .
7. Difundir investigaciones directamente relacionadas con el proceso empresarial.
8. Estudiar los efectos positivos de la Cultura Empresarial en el desarrollo socio-económico de los países y en la dinámica de las empresas.
9. Formular políticas que ayuden a mejorar la efectividad de los procesos de desarrollo empresarial.

ÁREAS TEMÁTICAS

La política de los Congresos Latinoamericanos sobre Espíritu Empresarial siempre ha sido buscar que todas las actividades propias del Congreso (conferencias magistrales, trabajos, talleres, paneles, posters, conversatorios, sesiones cooperativas, etc.) estén orientados a generar conclusiones que sean útiles en el ámbito empresarial y en ese sentido privilegiará los trabajos que ofrezcan estrategias y acciones replicables en los diversos países Latinoamericanos, en las áreas temáticas básicas. En la edición XXV, se trabajar con cinco áreas temáticas y solo se aceptaran trabajos que estén directamente relacionados con los objetivos del Congreso en esas áreas temáticas.

Bienestar del empresario

- La carrera empresarial: expectativas y logros.
- Equilibrio entre vida empresarial y vida personal.
- La seguridad social del empresario.
- La salud del empresario.
- Ética y sensibilidad social del empresario.
- El empresario y su rol familiar y social.
- El riesgo y el temor al fracaso.
- Estilo de vida del empresario.
- El empresario y los reconocimientos.



Ecosistema para la creación y el desarrollo de empresas y empresarios

- Políticas públicas para: educación empresarial, creación de empresa, innovación, desarrollo de Pyme, etc.
- Entidades, componentes y políticas de operación del Ecosistema.
- Proceso de apoyo para las diversas etapas de la tubería empresarial.
- Estrategias de cocreación/redes empresariales.
- Entrepreneurship e indicadores de desarrollo socio-económico.
- Indicadores de efectividad de los ecosistemas y de los programas.
- Interacciones Empresa-Estado –Academia.

Educación Empresarial

- Educación empresarial en todo el sistema educativo (Primaria, secundaria, profesional, postgrado).
- Metodologías para la educación empresarial (Bricolaje, efectuación, causación, Aprendizaje experiencial, uso de tecnología, etc.).
- Procesos de formación de educadores, asesores, mentores, coaches.
- Unidades educativas empresariales.

Modelos de empresas y de empresarios

- Modalidades empresariales: sector, motivación, aspiraciones
- Perfiles empresariales: género, edad, estrato socioeconómico, nivel educativo
- Empresas sostenibles/sustentables
- Los recursos empresariales y sus estrategias de consecución
- Impacto de las nuevas empresas

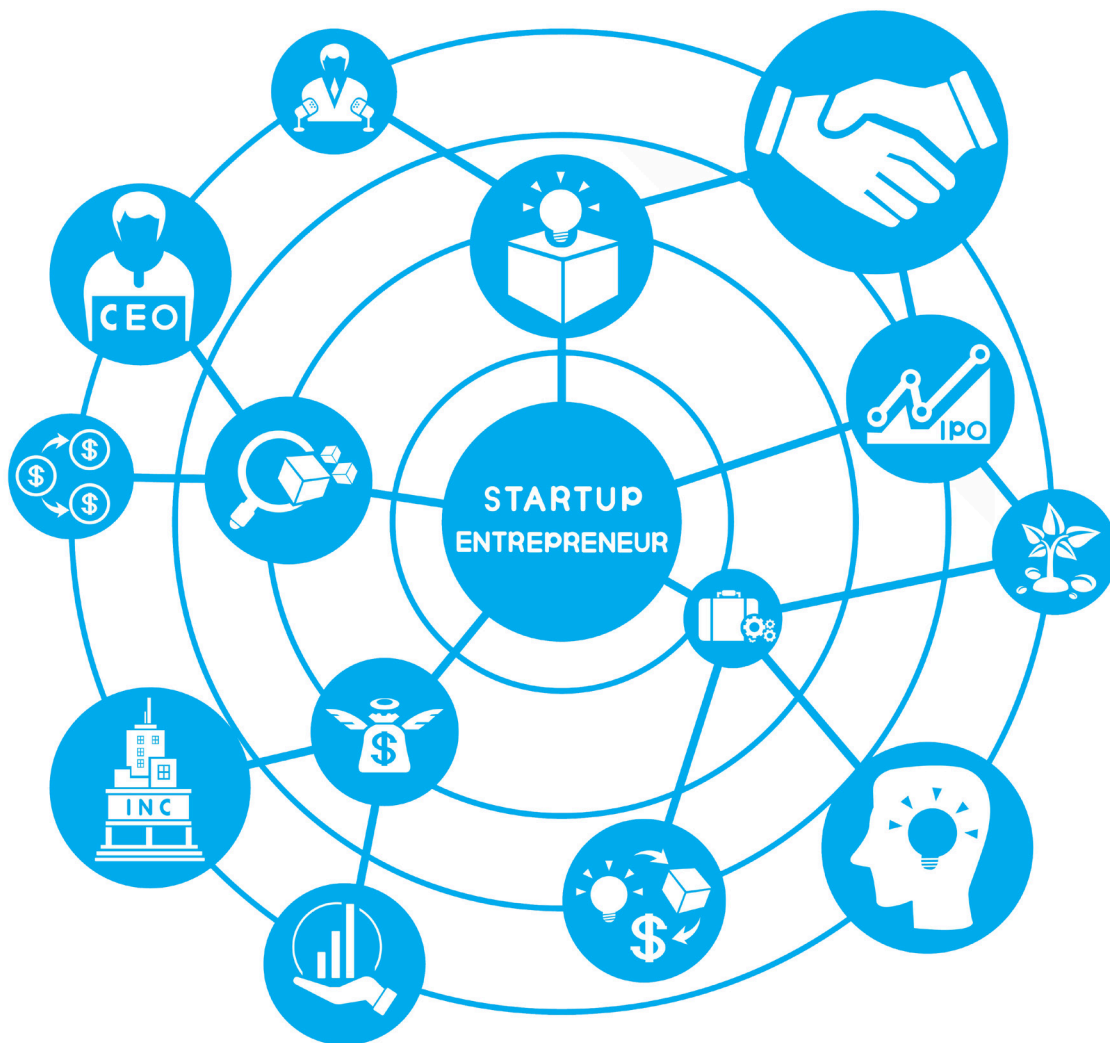
Gestión de Pyme y de Empresa Familiar

- El Espíritu Empresarial y la innovación en la operación de las Pyme y de las empresas familiares
- Asociatividad empresarial: redes entre Pyme y redes de Pyme con gran empresa
- Mecanismos de apoyos específicos para el crecimiento y la internacionalización
- La gestión de la empresa familiar y sus especificidades
- Los procesos de financiación

Global Entrepreneurship Monitor (GEM) en Latinoamérica

- Resultados nacionales 2015
- La tubería Empresarial en GEM
- Análisis longitudinal de resultados GEM
- Otros estudios basados en GEM

Es importante que todos los ponentes tengan la claridad de que este Congreso está focalizado en los temas de creación y desarrollo de nuevas empresas y por ello solo se aceptarán trabajos orientados al análisis de estos temas centrales. Los temas tradicionales de la administración de empresas, de la economía, de las ciencias sociales y humanas que no tengan una relación directa con los procesos de creación y desarrollo empresarial no serán aceptados.



LINEAMIENTOS

ESTRUCTURA

El **XXV Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial** tiene como componentes los siguientes elementos:

1. Conferencias Magistrales: Se invitarán a varios conferencistas magistrales que presenten las últimas conceptualizaciones que sobre los temas básicos del Congreso se han venido dando a nivel mundial. Serán seleccionados y definidos por la dirección académica de evento.
2. Testimonios Empresariales: Se invitaran varios empresarios para que presenten sus testimonios empresariales, cumpliendo el papel de ser modelos a seguir para futuros empresarios. Serán seleccionados y definidos por la dirección académica de evento.
3. Paneles: Se estructurarán varios paneles sobre temas específicos propios a la temática del Congreso. Estos paneles podrán ser propuestos bien sea por la Dirección Académica del Congreso y/o por cualquier persona interesada. En este último caso, se debe hacer un planteamiento muy concreto sobre la orientación del Panel, sobre los participantes y sobre la operación del mismo.
4. Talleres: Se ofrecerán varios talleres aplicados al desarrollo de Competencias Empresariales y ellos pueden ser propuestos por cualquier persona interesada, siguiendo las normas que se indican a continuación.
5. Ponencias: Se ofrecerán varias ponencias sobre proyectos investigativos y/o de desarrollo que se hayan realizado en el último año. Ellas podrán ser propuestas por cualquier persona, pero deben cumplir el requisito de ser inéditas y de ser proyectos que ya se hayan realizado. No se aceptaran trabajos que sean solo revisiones bibliográficas. Se dará prelación a investigaciones y proyectos con sustento empírico y/o con gran aporte conceptual, que permitan su aplicación en otros entornos latinoamericanos.
6. Sesiones de Trabajo Conjunto: Se crearan varios espacios para que los participantes fortalezcan sus redes de contactos, aprendan de los demás participantes, hagan intercambios de ideas, productos, servicios, apoyos, etc. Ellos pueden ser propuestos por cualquier persona interesada siguiendo las normas que se indican a continuación

PROCESO PARA PANELES, TALLERES, PONENCIAS Y SESIONES DE TRABAJO CONJUNTO

Estas actividades surgirán de propuestas realizadas por la comunidad interesada en el desarrollo del Congreso. La selección de estas actividades está sujeta a un proceso de evaluación por parte de la Dirección Académica con apoyo de pares académicos. Algunas de estas actividades se presentarán en sesiones plenarias, otras en sesiones paralelas y otras en sesiones de posters.

El proceso que se debe seguir es el siguiente:

Resúmenes: Los proponentes interesados en formular alguna actividad de esos estilos, deberán presentar **antes del 27 de Noviembre del 2015** un resumen de la actividad propuesta. Dicho resumen se debe enviar a congreso@icesi.edu.co. El resumen debe explicar el alcance general (objetivos, metodología, resultados, conclusiones, participantes, etc.) de la actividad según sea el caso. Para los talleres y las sesiones de trabajo conjunto es importante indicar el público objetivo (profesores, asesores, estudiantes, etc.), la metodología, las actividades, los resultados y aplicaciones anteriores.

Las normas para la presentación de los resúmenes son:

Longitud máxima: 500 palabras (2 páginas).

Tipo de letra: Times New Roman, 12 puntos, espacio 1.5

Título: En negrilla 16 puntos.

Procesador de palabras: Únicamente en Word. (Ver Ejemplo Anexo 1)

Cada resumen debe incluir el nombre, el cargo, la organización, la dirección electrónica, el teléfono (fijo y móvil). El resumen debe estar acompañado de una carta en la cual el proponente certifica que el trabajo es inédito y que no está en consideración para publicación en ninguna revista, o para aceptación en otros congresos e igualmente indicar su decisión de presentar personalmente en el trabajo en el Congreso.

Aprobación de los resúmenes: El Comité Académico y el grupo de pares evaluadores revisarán los resúmenes recibidos y de acuerdo con los criterios de concordancia con objetivos, originalidad, condición de nuevo en la dinámica del Congreso, calidad de inédito en el caso de ponencias, importancia para la audiencia, contribución conceptual, características de aplicabilidad y legibilidad del documento, decidirá cuales Talleres, Paneles, Ponencias y sesiones de trabajo conjunto serán pre-aceptados. **El 18 de Diciembre de 2015** el Comité Académico avisará a los proponentes, por correo electrónico, la decisión tomada sobre sus resúmenes y definirá cuales trabajos deben remitirse en forma completa, para poder ser analizados en forma detallada por el Comité Académico.

Recepción de Trabajos: Los trabajos en forma completa deben llegar al Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial de la Universidad Icesi (congreso@icesi.edu.co) antes del **5 de febrero del 2016**, incluyendo lo referente a necesidades de equipos audiovisuales, materiales, salones, etc. de acuerdo con los siguientes lineamientos

Longitud máxima: 20 páginas incluyendo anexos, gráficas, bibliografía, etc., y excluyendo hoja de título y hoja de Resumen (Inglés y español)

Tipo de letra: Times New Roman, 12 Puntos, espacio 1.5

Margen izquierdo y derecho: 3,0 cm y 2,5 cm

Margen superior e inferior: 3,0 cm y 2,5 cm

Procesador de texto: Únicamente en Word

(Ver Ejemplo Anexo 2)

Aprobación definitiva de trabajos: El Comité Académico, revisará los trabajos recibidos, haciendo uso de pares evaluadores especializados en los temas, e informará **el 26 de febrero del 2016**, por correo electrónico, la decisión final de aceptación del trabajo bien sea para presentación en sesiones paralelas, en paneles, en talleres, en sesiones de trabajo conjunto o en posters.

Los ponentes tendrán plazo para entregar el documento final, atendiendo las recomendaciones de los pares, hasta **el 18 de Marzo del 2016**. Estos documentos finales se incluirán en las Memorias digitales del Congreso.

Se hará una selección de los 10 mejores trabajos y con ellos se desarrollará un proceso de mejoramiento, con el propósito de elaborar el Volumen 6 de la Colección DICE (Desarrollo Innovación y Cultura Empresarial).

Inscripción de los ponentes: Los ponentes de cada trabajo aceptado deberán pagar su inscripción antes del **1 de Abril del 2016** y confirmar su asistencia, para poder ser incluidos en la programación definitiva y en las memorias del evento. No se aceptará la presentación de trabajos por personas diferentes a los autores. En los casos de trabajos conjuntos (varios autores) tendrá derecho a usar la tarifa especial para ponentes el autor que vaya a hacer la presentación.

CRONOGRAMA

Antes del 27 de Noviembre del 2015	Recepción de resúmenes
18 de Diciembre del 2015	Confirmación de pre-aceptación de trabajos
Antes del 5 de Febrero del 2016	Recepción de trabajos completos
26 de Febrero del 2016	Confirmación de aceptación de los trabajos
18 de Marzo del 2016	Fecha límite recepción de trabajo final con correcciones
1 de Abril del 2016	Fecha límite Inscripción de ponentes
20, 21 y 22 de Abril del 2016	Deliberación del Congreso

COSTOS E INSCRIPCIONES EN DOLARES

	Hasta Marzo 11/2016	Después de Marzo 11/2016
Estudiantes	150 USD	175 USD
Profesores	225 USD	250 USD
Empresarios y público en general	350 USD	375 USD
Ponentes	175 USD	200 USD

PERSONAS DE CONTACTO

Universidad Icesi

Rodrigo Varela Villegas
rvarela@icesi.edu.co
Calle 18, No. 122-135
Teléfonos: (572) 5552334 / 3212002
Ext. 8328
Cali-Colombia

Ana Carolina Martínez
acmarti@icesi.edu.co
Calle 18, No. 122-135
Teléfonos: (572) 5552334 / 3212002
Ext. 8328
Cali-Colombia

Quality Leadership University

Oscar León
oscar.leon@qlu.ac.pa
Calle 45, Bella Vista
Teléfono (507) 264-0777
Ext. 105
Panamá, República de Panamá

Elizabeth Bruce
ebruce@qlu.ac.pa
Calle 45, Bella Vista
Teléfono (507) 264-0777
Ext. 104
Panamá, República de Panamá

Anexo 1. Ejemplo Resumen

ANÁLISIS DEL PROCESO DE CARRERA EMPRESARIAL DE LOS PRACTICANTES EN EMPRESA PROPIA Y EN EMPRESA FAMILIAR

ANA LUCIA ALZATE¹

ALBA TATIANA PEÑA²

ANA CAROLINA MARTINEZ³

RESUMEN

El objetivo de esta investigación fue realizar el seguimiento a los estudiantes de la Universidad Icesi que hicieron práctica en empresa propia o en empresa familiar entre los períodos 1998-2008, con el propósito de identificar los diferentes elementos sociales, culturales e individuales que detonaron la acción de realizar la práctica bajo estas modalidades; revisar las estrategias de acompañamiento que se efectuaron durante la misma; además de relacionarlos con la evolución de la carrera empresarial y la empresa que se planteó como práctica.

Para lograrlo, la investigación se tomó una muestra de 21 egresados que realizaron práctica en estas modalidades, y se realizaron entrevistas en profundidad. Entre los resultados encontramos diferencias interesantes entre la selección del tipo de práctica y las carreras, así como la continuidad de las empresas, la influencia de factores sociales y familiares de acuerdo a las carreras, características distintivas entre los entrevistado. Se han encontrado experiencias de la infancia que han incidido en la decisión, así como el apoyo de familiares y mentores durante el proceso. También se encontraron y analizaron los dilemas familiares, personales y económicos enfrentados durante el proceso de práctica.

¹ Ana lucia Alzate, Ms en Administración con énfasis en Gestión Estratégica, Ingeniera Industrial, Consultora, Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial – CDEE, Universidad Icesi. Asesora Práctica en Empresa Propia y Empresa Familiar, Centro de Desarrollo Profesional CEDEP, Universidad Icesi. Teléfono: (57 1) 213 1462; Teléfono Móvil: 57-3157690536 E-mail: gerencia@caferopasport.com

² Alba Tatiana Peña, Ingeniera Telemática. Investigadora Joven CDEE-Universidad Icesi. Teléfono: 57-2-3212002. Teléfono Móvil: 57-3166094567 E- mail: atpena@icesi.edu.co

³ Ana Carolina Martínez Romero, Ms en Economía Industrial con énfasis en PyMEs, Economista, Directora de Recursos Educativos CDEE-Universidad Icesi. Teléfono: 57-2-3212002. Teléfono Móvil: 57-3148960335 E- mail: acmarti@icesi.edu.co

Todo esto ha permitido construir procesos mejorados de formación en el área de Espíritu Empresarial, y en el acompañamiento a los estudiantes en práctica bajo estas modalidades. Así como la identificación de casos de éxito, que pueden ser referentes y un modelo a seguir para aquellos que están interesados en desarrollarse como empresarios, o iniciar su carrera empresarial en el empresa familiar.

Anexo 2. Ejemplo

ANÁLISIS DEL PROCESO DE CARRERA EMPRESARIAL DE LOS PRACTICANTES EN EMPRESA PROPIA Y EN EMPRESA FAMILIAR

ANA LUCIA ALZATE¹

ALBA TATIANA PEÑA²

ANA CAROLINA MARTINEZ³

RESUMEN

Esta investigación tiene por objeto realizar el seguimiento a los estudiantes de la Universidad Icesi que hicieron Práctica en Empresa Propia o en Empresa Familiar entre los períodos 2005-2008, con los siguientes propósitos: identificar los diferentes factores sociales, culturales e individuales que detonaron la decisión de realizar la práctica bajo dichas modalidades; revisar las estrategias de acompañamiento que se aplicaron durante ellas, identificar los elementos de formación que las favorecieron o las dificultaron, y relacionar estos aspectos con la evolución de su carrera empresarial y con las empresas en las cuales desarrollaron sus prácticas. Un total de 23 egresados que realizaron

¹Ana lucia Alzate, Ms en Administración con énfasis en Gestión Estratégica, Ingeniera Industrial, Consultora, Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial – CDEE, Universidad Icesi. Asesora Práctica en Empresa Propia y Empresa Familiar, Centro de Desarrollo Profesional CEDEP, Universidad Icesi. Teléfono: (57 1) 213 1462; Teléfono Móvil: 57-157690536 E-mail: gerencia@caferopasport.com

²Alba Tatiana Peña, Ingeniera Telemática. Investigadora Joven CDEE-Universidad Icesi. Teléfono: 57-2-3212002. Teléfono Móvil: 57-3166094567 E- mail: atpena@icesi.edu.co

³Ana Carolina Martinez Romero, Ms en Economía Industrial con énfasis en PyMEs, Economista, Directora de Recursos Educativos CDEE-Universidad Icesi. Teléfono: 57-2-3212002. Teléfono Móvil: 57-3148960335 E-mail: acmarti@icesi.edu.co

práctica bajo estas modalidades, durante los periodos evaluados, fueron entrevistados en profundidad, se identificaron los factores sociales, familiares, culturales e individuales que afectaron el desarrollo de la práctica, se identificaron y analizaron los dilemas familiares, personales y económicos enfrentados durante su práctica y se caracterizaron las prácticas y los practicantes.

El trabajo investigativo, permitió plantear mejoras al proceso de formación de los estudiantes y al proceso de acompañamiento que se les brinda. Igualmente permitió identificar casos de éxito que serán referentes y modelos a seguir para otros estudiantes que están interesados en desarrollarse como Empresarios, o iniciar su carrera empresarial en una Empresa Familiar.

PALABRAS CLAVES: Espíritu Empresarial, Carrera Empresarial, Práctica Empresarial, Empresa Propia, Empresa familiar.

ABSTRACT

This research is intended to monitor Students of Icesi University that made their Practical Training Semester on their Own Business or Family Business, during the 2005- 2008 period, for the following purposes: identifying the different social, cultural and individual decision detonated to make the practice under those rules, to review the accompanying strategies applied during them, identify the elements of training that favored or hindered, and relate these aspects to the evolution of his business career with the companies in which developed practices. A total of 23 graduates to practice under these procedures performed during the periods assessed, were interviewed in depth, identify the social, family, cultural and individual characteristics that affect the development of practice, were identified family, personal and economic dilemmas encountered during their practice and characterized the practices and practitioners.

The investigative work, allowed us to propose improvements to the training of students and mentoring process that is offered. Also identified success stories will be references and models for other students who are interested in developing as entrepreneurs, or start your business career in a Family Business.

KEY WORDS: Entrepreneurship, Entrepreneurial Career, Practical Training, Own Business, Family Business.

1. ANTECEDENTES.

En una economía globalizada, caracterizada por el alto grado de innovación empresarial, desarrollar el espíritu empresarial tiene gran importancia para lograr que las empresas nuevas y existentes logren mantener su ventaja competitiva. Como indicó Rasheed en el 2000, el papel de la educación en la identificación y el fomento del potencial empresarial entre los jóvenes es una política que cada día se hace más fuerte al interior de las instituciones educativas. Existen investigaciones que han demostrado que se puede incrementar el número de empresarios en una sociedad, si se brinda a los jóvenes una perspectiva positiva sobre la viabilidad y la conveniencia de que ellos se integren a la generación de nuevas iniciativas empresariales.

El Proyecto educativo de la Universidad Icesi, busca formar individuos autónomos que después de recopilar la información pertinente son capaces de analizar y tomar las decisiones apropiadas. Dicho proyecto busca desarrollar entre otras capacidades las siguientes: La capacidad de relacionarse con los otros en la expresión de ideas y sentimientos, y en la transmisión y recepción de información. La capacidad intelectual incluye la aptitud para la investigación, el análisis, la síntesis, la conceptualización, el manejo de información, el pensamiento sistémico, el pensamiento crítico y la solución de problemas. La capacidad de trabajo personal efectivo involucra la capacidad de planeación, de actuación efectiva, de reconocimiento del cambio, de innovación, de autocrítica y de aprendizaje personal permanente. La capacidad de trabajo en equipo agrupa las capacidades de liderazgo, las relaciones interpersonales, el trabajo bajo presión y la negociación.

Los diez valores que la Universidad Icesi se ha propuesto consolidar en sus estudiantes son: responsabilidad, autoestima, perseverancia, autonomía, curiosidad intelectual, honestidad, justicia, tolerancia, solidaridad y respeto por la naturaleza.

Este Proyecto educativo está conformado por tres ejes: la estrategia del aprendizaje activo, el planteamiento curricular y el desarrollo de las capacidades y la consolidación de los valores. Se fundamenta en un equilibrio entre la formación profesional, la formación liberal y la formación humana y social de sus estudiantes.

Desde su fundación uno de los elementos fundamentales de la dinámica educativa de la Universidad ha sido el desarrollo en sus estudiantes de una actitud empresarial basada en los

principios y valores propios del Espíritu Empresarial. Para ello existe el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial – CDEE, cuya misión es forjar, a través de procesos académicos y con la participación permanente de la comunidad académica y empresarial, esa *Nueva Cultura*, llena de innovación y de responsabilidad social, que sea el motor del desarrollo, en todas sus facetas.

El CDEE, considera que la formación de empresarios e intraempresarios es un proceso en el cual intervienen un sinnúmero de variables sociales, culturales, psicológicas y económicas que contribuyen, con un conjunto de conocimientos específicos, a desarrollar una serie de competencias que buscan lograr que estas personas en formación tenga altas probabilidades de convertirse en un empresario o intraempresario exitoso, capaz de generar riqueza y desarrollo social a lo largo de su vida.

Se entiende el concepto de competencias empresariales, como el conjunto de atributos (motivaciones, actitudes, valores, conocimientos y habilidades) de una persona que se manifiesta en comportamientos que son definibles, observables y medibles, y que están casualmente vinculados con un desempeño superior en la acción empresarial.

El CDEE considera que hay trece competencias básicas a desarrollar y ellas son: Visión de carrera empresarial, Sensibilidad social, Orientación al logro, Orientación a la acción, Autoconfianza, Amplitud perceptual, Flexibilidad, Empatía, Pensamiento conceptual, Orientación al mercado, Gestión de empresa, Construcción de redes empresariales y Toma de decisiones.

Uno de los elementos importantes del proceso formativo de la Universidad Icesi es el semestre de práctica empresarial que se considera como una experiencia educativa excepcional, pues permite al estudiante tener un contacto directo con su ejercicio profesional antes de su graduación. Este proceso de semestre de práctica lo coordina el Centro de Desarrollo Profesional que está conformado por un equipo interdisciplinario de profesionales que acompañan al estudiante en toda la ruta requerida para la realización de dicha práctica. La Universidad Icesi ofrece varias opciones de practica entre las cuales están: Práctica como Empleado (Empresas privadas o públicas con ánimo o sin ánimo de lucro, nacional e Internacionalmente), Práctica en Empresa Propia y Práctica en Empresa Familiar.

El estudiante a lo largo del proceso que desarrolla con el Centro de Desarrollo Profesional y en paralelo con la formación recibida en su programa académico, tiene la libertad de escoger que tipo de práctica desea realizar. Cuando un estudiante decide realizar su práctica, bien sea en creación o desarrollo de su propia empresa o en empresa familiar, es necesario que él presente una propuesta

específica de trabajo, que justifique el porqué de esa modalidad de práctica y que incluya entre otros los siguientes aspectos: situación actual de la empresa, objetivos y metas a alcanzar durante el semestre de práctica, problemas y dificultades para el logro de esos objetivos, Plan de trabajo, que obviamente debe incluir esquemas de trabajo y cronograma de ejecución de actividades, y mentor o asesor para el desarrollo de la práctica tanto desde el lado de la Universidad como de la empresa. Este documento debe sustentarse ante el Director de Carrera, El Centro de Desarrollo Profesional y el Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial, para su aprobación e implementación.

Una vez que la practica ha sido aprobada, la Universidad le asigna un tutor, que debe conocer la dinámica y la filosofía de formación empresarial que imparte el Centro de Desarrollo de Espíritu empresarial CDEE y dicho asesor debe supervisar y orientar al estudiante para garantizar que se cumplan los objetivos planteados y se desarrollen las competencias empresariales ya indicadas.

El objetivo de la práctica en empresa propia o en empresa familiar, es el dar inicio a una carrera empresarial como empresario independiente, o como Intreaempresario, y que dicha carrera empresarial se vuelva su opción de vida y su ejercicio profesional. (Alzate A. & Willman S., 2008). A lo largo de esta experiencia educativa el estudiante tendrá la oportunidad de enfrentar en forma vivencial los retos que este tipo de ejercicio profesional les demandan.

Estas dos opciones de práctica se empezaron a ofrecer desde el año 98, inicialmente en una forma experimental para validarlas, pero año tras año se ha incrementado el número de estudiantes que optan por este tipo de prácticas. Dado que ya ha transcurrido algún tiempo de la implementación de estas opciones y de que existe un número importante de estudiantes que las ha seguido se considera conveniente entrar a analizar los resultados obtenidos con el propósito de identificar procesos de mejoramiento de dichas prácticas.

2. PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El Proceso de práctica en empresa propia y/o en empresa familiar, como cualquier otro proceso productivo, es susceptible de ser mejorado y para ello se requiere hacer una evaluación periódica que mida el impacto efectivo que ha tenido dicho proceso sobre los estudiantes y sobre las empresas en las cuales ellos han intervenido. Para ello es fundamental que los mismos “clientes” (en este caso: los estudiantes que han realizado su práctica empresarial bajo las modalidades mencionadas) proporcionen información sobre los logros alcanzados en el proceso y recomendaciones sobre las mejoras que se le pueden hacer al “producto” (en este caso: los procesos

de formación y de acompañamiento brindado por parte de la universidad durante su carrera universitaria).

Por ello los objetivos de esta investigación estuvieron orientados a los siguientes propósitos:

- Identificar los factores sociales, culturales, familiares e individuales que incidieron en la determinación de estos estudiantes para optar por una carrera empresarial, ya sea creando una Nueva Empresa o participando en desarrollo de la Empresa de su familia.
- Analizar el proceso de acompañamiento diseñado por la Universidad para estos estudiantes, determinando los elementos que han sido útiles, y aquellos que deben ser ajustados para el desarrollo de la carrera empresarial y de las empresas.
- Identificar los ajustes que se deben hacer en los procesos de formación en el área de educación empresarial.
- Analizar la evolución de esos estudiantes como empresarios o intraempresarios.
- Evaluar el desarrollo de las competencias empresariales.
- Identificar nuevos elementos de apoyo que ellos pueden requerir para el desarrollo de sus empresas.
- Elaborar casos de estudio para el uso de las clases de formación empresarial.

Se decidió analizar las cohortes 2005 a 2008, por ser estas las que han tenido un proceso ya más estandarizado y en las cuales el modelo se ha aplicado cabalmente.

3. MARCO CONCEPTUAL

Para analizar el proceso de desarrollo de estos estudiantes a lo largo de su carrera empresarial, se encontró que el modelo desarrollado por Dyer Jr. (1994) y modificado posteriormente por Bedoya y Varela en el 2005 en su trabajo Modelo de Desarrollo Empresarial basado en Competencias Empresariales, era una herramienta adecuada para considerar los distintos factores requeridos para el desarrollo de esta investigación.

Este modelo como lo indica la figura 1, tiene cuatro grandes etapas: *la Selección de Carrera*, *la Socialización de Carrera*, *la Orientación de Carrera* y *el Desarrollo de Carrera*, y cada una de ellas tiene una serie de factores que permiten entender y explicar cada una de ellas.

La *Selección de Carrera* explica los factores individuales, sociales y económicos, que influyen como antecedentes en la selección de carrera. De igual forma, en la *Socialización de Carrera* se incluyen las experiencias personales que preparan al individuo para asumir ya sea la creación y/o dirección de una empresa. Entre éstas experiencias podemos mencionar las de la infancia, la primera experiencia laboral, los diferentes aspectos educativos y las primeras experiencias empresariales. En la *Orientación de Carrera*, se analiza el desarrollo de la identidad ya sea como empresario o cómo intraempresario, y aquí cobra un papel fundamental todo el proceso de gestión empresarial, los primeros pasos del individuo como empresario o intraempresario y todas las experiencias y aprendizajes alrededor del mismo. El *Desarrollo de Carrera*, caracteriza las principales situaciones que se presentan al inicio, mitad y final de la carrera empresarial, indicando los principales éxitos o fracasos vividos (Dilemas); en la relación con la dinámica personal, familiar y de negocio del individuo.

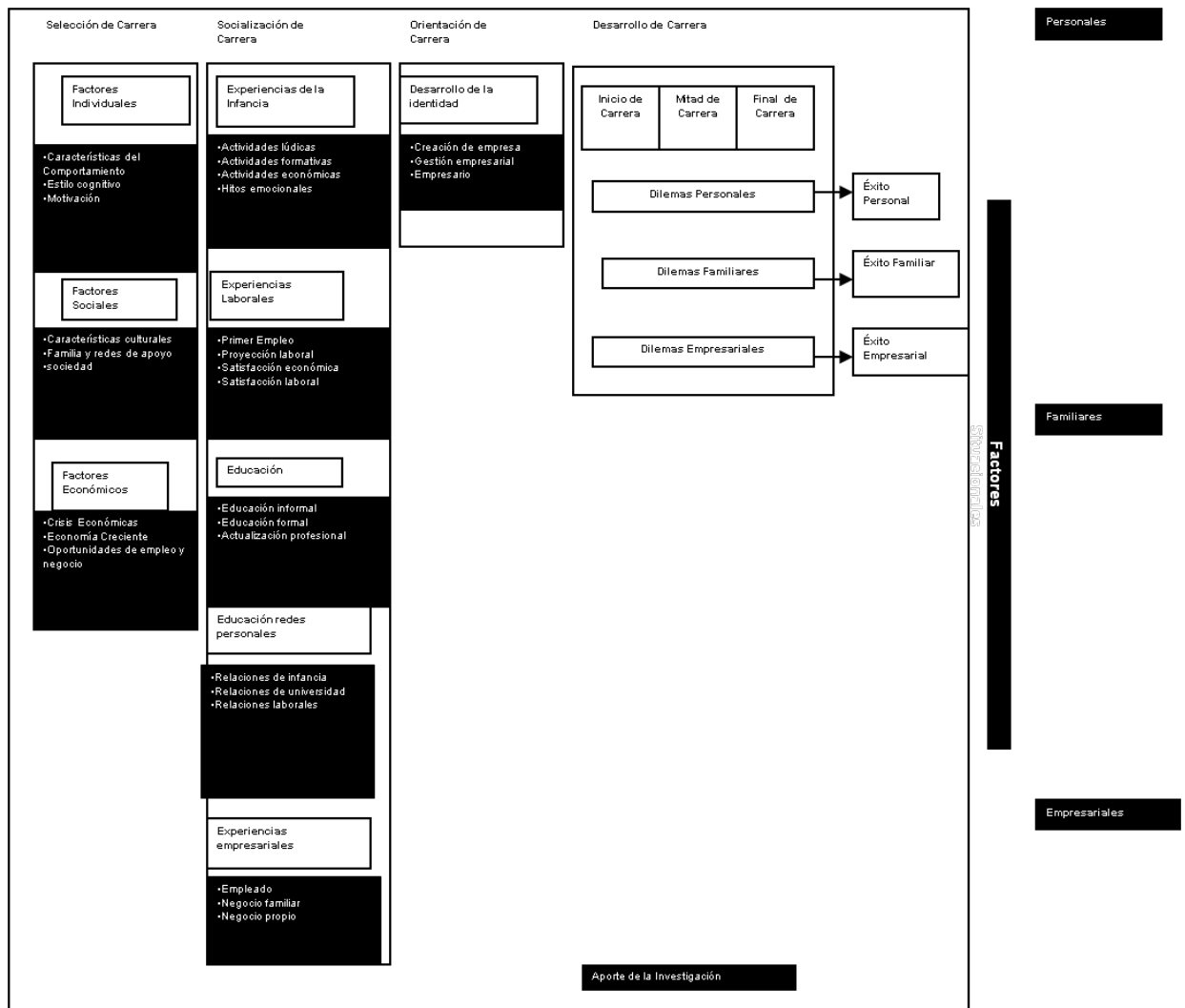


Figura No. 1: Modelo extendido

El otro factor conceptual que se consideró necesario para este análisis fueron las 13 Competencias Empresariales identificadas por el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial como propias de un empresario o intraempresario de éxito que se expresan de la siguiente forma:

- *Visión de Carrera Empresarial:* Es la proyección como empresario en el corto, mediano y largo plazo, mediante la formulación de estrategias y acciones para alcanzarla.
- *Sensibilidad Social:* Es comprender y aplicar la idea de que el progreso y el bienestar se deben construir respetando al ser humano y a la naturaleza; que éste debe beneficiar a todos los actores sociales, y que todos debemos cumplir nuestra labor dentro de un marco ético y de un proceso de conciencia social.

- *Orientación al Logro:* Es preocuparse por alcanzar estándares de excelencia superiores a los ya existentes.
- *Autoconfianza:* Es el convencimiento íntimo de sentirse capaz de realizar con éxito una determinada tarea o misión, ya que se tienen los conocimientos, la sensibilidad, la actitud y la energía para lograrlo.
- *Amplitud Perceptual:* Es explorar diversos entornos, más allá de su círculo inmediato de experiencias y referencias, e interpretarlos para derivar formas de aplicación que permiten identificar nuevas oportunidades y crear elementos empresariales innovadores.
- *Flexibilidad:* Es la disposición de adaptarse a nuevos contextos, situaciones, medios y personas, en forma rápida y adecuada, con el fin de poder realizar innovaciones empresariales.
- *Empatía:* Es comprender las emociones, necesidades e intereses de las personas con quienes no relacionamos en los diferentes escenarios de la actividad empresarial.
- *Pensamiento Conceptual:* Es identificar las relaciones que existen entre los diferentes componentes de situaciones complejas, que pueden o no, estar directamente relacionados, para construir nuevos elementos empresariales.
- *Orientación al Mercado:* Es considerar, permanentemente, las condiciones y tendencias del mercado en todas las decisiones de creación y gestión empresarial.
- *Gestión de Empresa:* Es reunir, integrar y orientar de manera creativa los recursos requeridos para iniciar, mantener y crecer la actividad empresarial.
- *Construcción de Redes Empresariales:* Es buscar, establecer, mantener y desarrollar relaciones con personas y entidades, para alcanzar los objetivos empresariales.
- *Toma de Decisiones:* Es analizar las diversas alternativas que se tienen para determinar los mejores caminos a seguir, asumiendo los riesgos, y haciéndose responsable de los resultados logrados.
- *Orientación a la Acción:* Es la energía, la fuerza, el coraje, y la dedicación requerida, para llevar a cabo por iniciativa propia, todas las acciones necesarias para volver realidad las ideas, las propuestas, las oportunidades y los proyectos empresariales.

4. DESARROLLO METODOLÓGICO

4.1. DISEÑO DEL ESTUDIO

Para el levantamiento de la información se diseñó un cuestionario de trabajo basado en las consideraciones propuestas por Dyer (1994) y mejorado por Bedoya y Varela (2005), con el propósito de poder analizar tanto a los estudiantes que realizaron su práctica en empresa propia como aquellos en empresa de familia.

El cuestionario que está en el anexo 1 estructuralmente está compuesto de tres secciones: La primera, que tiene 10 preguntas se utiliza para analizar el proceso de *Selección de Carrera*, e indaga sobre los factores claves que desencadenaron la decisión de los estudiantes para realizar su práctica en empresa propia o familiar; la segunda compuesta por 7 preguntas, está diseñada para realizar el proceso de *Acompañamiento* y busca determinar la utilidad de las asesorías y los acompañamientos brindados durante el desarrollo de la práctica; la tercera que tiene entre 7 y 10 preguntas dependiendo de la continuidad de la empresa analiza el proceso de *Orientación de Carrera*, e indaga acerca de la evolución de la carrera empresarial del estudiante y de la empresa. A través de todo el cuestionario, se diseñaron preguntas que ayudaran a identificar los dilemas a nivel personal, familiar o empresarial de los entrevistados. Adicionalmente, se diseñó un formato llamado Mapa de Eventos (Ver Anexo 2), en el cual se consignaban los eventos más relevantes ocurridos a los entrevistados durante su vida, a nivel personal, familiar, económico y empresarial.

La encuesta estaba diseñada para que el entrevistado trate de recordar y evaluar sus condiciones antes y durante la realización de la práctica y tratando de evitar las percepciones que él pueda tener en el momento actual.

Tanto el cuestionario como el mapa de eventos sufrieron ajustes durante la etapa piloto que se realizó con el propósito de unificar visiones y conceptualizaciones entre los entrevistadores.

4.2. PARTICIPANTES

Al analizar los estudiantes de la Universidad Icesi que realizaron su práctica empresarial bien sea en empresa propia o en empresa de familia, se encontró que 43 estudiantes la habían realizado entre el 2005 y 2008. De estos 43 estudiantes fue posible ubicar a 36 estudiantes, pero solo se pudieron entrevistar 23.

La tabla 1 presenta la composición de la muestra, y de ella se observa que 21,7% de los estudiantes encuestados realizaron su práctica bajo la opción de Empresa familiar, mientras el 78,3% lo hicieron bajo la opción de Empresa propia. Es interesante observar como los estudiantes de

Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Telemática, Diseño Industrial y Derecho, se concentraron en la opción de creación de empresa, mientras que los estudiantes de Administración de Empresas se concentraron en el área de Empresa Familiar.

	Práctica en Empresa propia	%	Práctica en Empresa familiar	%
Administración de empresas	1	5,6%	3	60%
Derecho	2	11,2%	0	0%
Diseño Industrial	6	33,3%	1	20%
Economía y Negocios Internacionales	2	11,2%	1	20%
Ingenieros de Sistemas	5	27,5%	0	0%
Ingenieros Telemáticos	2	11,2%	0	0%

Tabla 1. Característica de la muestra.

Es importante anotar que los estudiantes de Administración de Empresas tomaron al menos dos cursos de creación de empresa, los estudiantes de Derecho no tomaron ningún curso de este tipo, y los demás estudiantes tomaron al menos un curso, dentro de su currículo académico. Las empresas en las cuales se realizaron las prácticas, fuesen empresas nuevas o existentes de familia, estaban ubicadas 17,4% en manufacturas, el 31,13% en consultoría, el 30,4% en software, el 21,7% en diseño, el 8,7% en comercializan, y las restantes en algunos otros tipos de servicios.

4.3. ANÁLISIS DE LOS DATOS

Dada la naturaleza del proceso investigativo, encuesta personal en profundidad, se recogieron testimonios muy detallados que en muchas ocasiones se salían del marco definido por el formulario y por ese motivo para el procesamiento fue necesario primero transcribir todas esas entrevistas para luego ir identificando características asociadas a las distintas variables e ir precisando posteriormente la relación de esas variables con cada uno de los factores que se estaba analizando. Este análisis textual amplia notablemente la variabilidad de respuestas pero permite recoger aspectos valiosos de cada uno de los entrevistados en términos de sus experiencias vitales y empresariales.

Todos estos datos fueron procesados y tabulados para identificar las distintas variables que se querían analizar en esta investigación.

5. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los resultados de esta investigación se han organizado en función primero que todo de las diversas etapas de la carrera empresarial: *Selección, socialización, orientación, desarrollo* y dentro de ellas se tratarán de analizar tanto las competencias empresariales como los factores individuales, sociales o económicos que pudieren ser de importancia. Posteriormente se analizarán los efectos de *formación y acompañamiento*.

5.1. Selección de Carrera

Factores Individuales

La Tabla 2 muestra las competencias empresariales evidenciadas en cada uno de los grupos estudiados. En relación a esta Tabla, se observa que las competencias más explicitadas por los dos grupos son: *Orientación a la Acción* (mostrando comportamientos que evidencian en sus acciones compromiso total, determinación, perseverancia y energía); *Autoconfianza* (haciendo evidentes características tales como: confianza en sí mismos, competencia consigo mismos, poco temor a las fallas y optimistas); *Amplitud Perceptual y Flexibilidad* (son poco convencionales, no aceptan el statu-quo, son recursivos, resuelven problemas, son creativos, se adaptan fácilmente a situaciones y circunstancias).

Hay una diferencia interesante en la evidencia de la competencia *Visión de Carrera Empresarial*, pues claramente los que realizaron práctica en Empresa Propia se ven como empresarios en mayor proporción que los que hicieron práctica en Empresa de Familia, y en ese sentido se los nota orientados a la oportunidad, con iniciativa, con líderes, con decisión y con una amplia noción de libertad. Como contraparte, los que hicieron práctica en Empresa Familiar tienen una tendencia a preocuparse por el bienestar de los demás y del medio que los rodea, y manifiestan tolerancia, integridad, confiabilidad y altas dosis de responsabilidad personal (*Sensibilidad Social*).

Competencia Empresarial	Estilo de Práctica	
	Empresa Familiar	Empresa Propia
Visión de Carrera Empresarial	20,0%	55,6%
Amplitud Perceptual - Flexibilidad	60,0%	55,6%
Autoconfianza	60,0%	66,7%
Empatía	20,0%	11,1%

Construcción de Redes	40,0%	27,8%
Pensamiento Conceptual	40,0%	11,1%
Gestión de Empresa	40,0%	33,3%
Orientación al logro	40,0%	22,2%
Orientación a la acción	80,0%	72,2%
Orientación al mercado	20,0%	11,1%
Sensibilidad Social	60,0%	33,3%

Tabla 2. Factores Individuales: Competencias Empresariales

Motivación	Estilo de práctica:			
	Empresa Familiar		Empresa Propia	
	Cases	Col Response %	Cases	Col Response %
Necesidad de Aprobación	3	60,0%	2	12,5%
Necesidad de Recibir beneficios monetarios	2	40,0%	7	43,8%
Necesidad de independencia//Logro	5	100,0%	16	100,0%

Tabla 3. Factores Individuales: Motivación

La Tabla 3, presenta las diferentes motivaciones de los practicantes al iniciar su carrera empresarial. Se observa en los dos grupos que todos ellos tienen una amplia necesidad de independencia y de logro, pero existen diferencias entre las necesidades de aprobación que son altas para los casos de Empresa Familiar y mucho menos significativas en el caso de Empresa Propia. Pudiera pensarse que en el caso de Empresa Familiar los jóvenes se sienten presionados por la estructura de la familia y obviamente su gran preocupación es el demostrar a la familia que si son capaces de operar dentro de esas organizaciones. Los beneficios monetarios aparecen en ambos casos como un factor importante pero no prioritario.

Factores Sociales

En la Tabla 4, se analizan características culturales que afectaron la decisión de selección de práctica. El influjo Familiar hace referencia a los elementos familiares que influyen en la decisión del individuo de ser empresario tales como: apoyo de los padres que lo orientan hacia la vida empresarial, cultura familiar empresarial, los padres los invitan a participar del desarrollo de la idea, entre otros. El influjo Personal hace referencia a factores personales como por ejemplo la rebeldía hacia las normas vigentes o el conocimiento de una empresa que le entusiasma. El Influjo de la Educación hace relación a la orientación empresarial que le puedan haber dado al individuo en el colegio o en la universidad, o en cualquier ciclo formativo. El Influjo del Entorno tiene que ver con

la influencia que puede ejercer en él lo que lo rodea, como la invitación de un tercero a asociarse o a que le ofrezcan un producto/servicio para distribuir, o la imagen que la sociedad tiene de los empresarios.

Factores Culturales	Estilo de Práctica	
	Empresa Familiar	Empresa Propia
Influjo Familiar	100,0%	38,9%
Influjo Personal	40,0%	27,8%
Influjo de la Educación	60,0%	33,3%
Influjo del Entorno	20,0%	55,6%

Tabla 4. Características Culturales

Entre los entrevistados que optaron por hacer su práctica en la Empresa familiar, el influjo más importante fue *la Familia*, ósea que efectivamente el estudiante ha recibido una serie de estímulos previos, impulsos positivos, para que tome la decisión de vincularse a la empresa familiar. El otro factor que fue importante en la decisión de hacer práctica en la Empresa familiar fue el influjo *Educativo* que seguramente le indico la valía de la labor que había realizado la familia y la importancia de que el continuase ese proceso.

En el caso de los estudiantes que realizaron práctica en empresa propia el mayor influjo fue el *Entorno* que seguramente le genero oportunidades y retos para desarrollar esa nueva empresa.

Familia y Redes de Apoyo	Estilo de Práctica	
	Empresa Familiar	Empresa Propia
Apoyo de la Universidad	100,0%	50,0%
Apoyo de un Tercero	40,0%	27,8%
Apoyo de la Familia	80,0%	33,3%
Poco o Ningún Apoyo	20,0%	27,8%

Tabla 5. Influencia de Redes de Apoyo

Como lo indica la Tabla 5 tanto en el caso de práctica en Empresa Familiar como en el caso de Empresa Propia el principal factor de apoyo fue el ofrecido por la *Universidad*, seguido por el apoyo de la familia. Sin embargo, estos apoyos son más valorados para el caso de práctica en Empresa familiar que en el caso de Empresa propia.

5.2. Socialización de Carrera

Términos de la Socialización de la carrera, se encontraron relevantes las relaciones desarrolladas dentro de la *Universidad* y las *Experiencias empresariales previas*.

Relaciones en la Universidad

Como lo indica la Tabla 6, las relaciones con compañeros universitarios o egresados de la universidad en proceso de creación de empresa son los factores más importantes en términos de los apoyos que la Universidad pudo brindarles durante el periodo electivo. En el caso de los que escogieron práctica como Empresa propia este factor es aún más pronunciado pero también se reconocen como importantes el haber trabajado dentro de la Universidad o haber participado en investigaciones en la Universidad.

Relaciones en la Universidad	Estilo de Práctica	
	Empresa Familiar	Empresa Propia
Trabajo en la Universidad	0,0%	44,4%
Investigación en la Universidad	0,0%	22,2%
Creación de Empresa con Compañeros o Egresados	40,0%	61,1%
Otras Relaciones	40,0%	0,0%

Tabla 6. Relaciones en la Universidad

Experiencias Empresariales Previas

La Tabla 7 resalta la importancia que para los dos grupos ha tenido el haber trabajado en Empresas familiares, y ellos indican que en ese proceso existió una transferencia de actitud empresarial bastante importante.

Experiencias Empresariales	Estilo de Práctica			
	Empresa Familiar		Empresa Propia	
	Cases	Col Response %	Cases	Col Response %
Trabajo en empresa familiar	5	100,0%	15	100,0%
Trabajo en empresas independientes	2	40,0%	4	26,7%
Practicas de cursos en empresas	1	20,0%	1	6,7%
Otros	1	20,0%	1	6,7%

Tabla 7.Experiencias Empresariales

5.3. Orientación de Carrera

Desarrollo de Identidad

De los 5 estudiantes que hicieron su práctica en Empresa Familiar, 3 de ellos siguen trabajando con su familia, 1 creó su propia empresa y otro cambió temporalmente su orientación y hoy es empleado.

De los que hicieron su práctica creando Empresas, 9 continúan hoy con empresa activa, 7 mantienen su ideal de ser empresarios pero su empresa no está todavía consolidada y 2 han pospuesto su deseo de ser empresarios.

Cuando se analizó la proyección futura de los entrevistados el 100% de los que realizaron práctica en Empresa Familiar se ve como empresario independiente en el futuro. De los que realizaron práctica en Empresa Propia el 87,5% se ve como empresario en el futuro. Es muy probable que las dificultades vividas en el intento de arrancar empresa durante el semestre de práctica o con posterioridad a él, haya generado este cambio de percepción en estos empresarios.

5.4. Desarrollo de Carrera

Dilemas al Inicio de Carrera

Uno de los datos más interesante de esta investigación fue la identificación de estos dilemas, pues en el caso de los que hicieron práctica en la Empresa Familiar los dilemas estaban en poder ingresar adecuadamente a la Empresa Familiar (60%), en el temor a defraudar la familia (20%), en su capacidad de demostrar sus competencias empresariales (20%) y en el manejo de las relaciones (20%). En cambio, en el caso de los que hicieron práctica en Empresa Propia, los grandes dilemas eran la inestabilidad económica (73%), temor al fracaso y a lo desconocido (40%), dudas sobre sus competencias empresariales (27%).

También se encontró que en los que hicieron práctica en Empresa Familiar el tener que mezclar relaciones familiares con lo laboral, y los posibles conflictos familiares hicieron parte de los grandes dilemas. En cambio, en los que hicieron práctica en Empresa Propia, los grandes dilemas en términos familiares fueron las presiones de la familia positivas y negativas sobre la búsqueda de ser

empresario, y muy especialmente la inquietud de la familia sobre el futuro económico de las empresas y claro de ellos como empresarios.

En lo que hace relación a los dilemas de tipo empresarial, para los que hicieron práctica en Empresa Propia las grandes dificultades estuvieron asociadas a problemas de identificación de estrategias empresariales, a escasez de recursos, al riesgo del fracaso de la empresa, a la estructura de la empresa y a las dificultades financieras. Para los que hicieron práctica en Empresa Familiar no fueron importantes ni la posibilidad de liquidar la empresa, ni la mala estructuración de la empresa y los otros factores ya mencionados tenían pesos muy parecidos

Dilemas Durante el Desarrollo de la Carrera Empresarial

Durante el Desarrollo de la Carrera Empresarial, no se han hecho evidentes Dilemas Personales a nivel general. Dentro de los Dilemas Familiares en esta etapa, se observa que surgen principalmente en los que han realizado práctica en la Empresa Familiar, pues ya empiezan a plantear una visión de la empresa que puede diferir de la visión del padre – fundador. Al mismo tiempo, están *preocupados por ser escuchados, hacer valer sus propuestas y demostrar que son viables.*

Por último, los Dilemas Empresariales se hacen evidentes en los que han realizado práctica en su Propia Empresa, haciéndose latentes preguntas acerca de *cómo hacer crecer la empresa, qué hacer cuando no se presentan ingresos durante un período de tiempo, cómo determinar si es el momento adecuado para implementar nuevas ideas de negocio, etc.* Preguntas en general orientadas al adecuado funcionamiento de la empresa.

5.5. Formación y Acompañamiento

Fortalezas de la Universidad

Fortalezas de la Formación en la Universidad Icesi	Estilo de práctica:			
	Empresa Familiar		Empresa Propia	
	Casos	Col Response %	Casos	Col Response %
Brinda herramientas para ser empresario			1	7,1%
Enseña a desarrollar habilidades para afrontar situaciones	1	25,0%		
Desarrolla habilidades de comunicación	2	50,0%	2	14,3%

Desarrollo de habilidades tecnológicas			1	7,1%
Da herramientas administrativas	2	50,0%	3	21,4%
Conferencias relacionadas con la carrera			2	14,3%
Apoyo de la universidad durante la practica			1	7,1%
Asesoría de los mentores durante la práctica	1	25,0%	4	28,6%
Apoyo del Start-Up Café en asesoría			2	14,3%
Asesoría brindada por el CDEE			1	7,1%
Forma profesionales exitosos y con valores éticos	2	50,0%	4	28,6%
La práctica ayuda a perfeccionar lo aprendido en los cursos	3	75,0%	4	28,6%
Lo aprendido en las materias es muy aplicable en los negocios	1	25,0%	2	14,3%
Otros	2	50,0%	4	28,6%

Tabla 8. Fortalezas de la Universidad

Uno de los aspectos más importantes de esta investigación era indudablemente identificar aspectos positivos y negativos que la Universidad como un todo y el Centro de Desarrollo de Espíritu Empresarial en particular ofrecen a los estudiantes para el desarrollo exitoso de su práctica. En opinión de los estudiantes que hicieron práctica en empresa familiar consideran muy importante la práctica en sí, pues indudablemente les ayuda a perfeccionar lo aprendido en los cursos, pero reconocen la validez y la importancia de la formación recibida en habilidades de comunicación y en herramientas administrativas. Los estudiantes que hicieron práctica en empresa propia, reconocen también la validez de la práctica pero le dan mucha importancia al apoyo de los mentores durante la práctica, al conocimiento en habilidades de comunicación, a las herramientas administrativas, al apoyo del Start-Up Café, a la formación empresarial, y a los apoyos brindados por la Universidad y el CDEE. Ambos grupos tienen la percepción de que la Universidad cumple bien su papel en formar profesionales exitosos y con altos valores éticos. Es un poco preocupante el que los estudiantes que hacen práctica en empresa propia no le den la relevancia que los directivos esperarían a la finalidad de la Universidad de formar empresarios. Igualmente, es muy importante el reconocimiento que se le hace al Start-Up Café aunque posiblemente muy pocos de los participantes alcanzaron a beneficiarse de sus servicios.

Otro de los temas que se investigó, fue el papel que algunas materias de los currículos pudieron jugar en el desarrollo de las prácticas. En el caso de los estudiantes que hicieron práctica en empresa familiar: costos (50%), creatividad (25%), economía (25%), contabilidad (25%), estadística (25%), planeación estratégica (25%), y teorías administrativas (25%), fueron de gran trascendencia.

Para los que hicieron práctica en empresa propia: creatividad (37%), contabilidad (31%), mercadeo (31%), Programa de Desarrollo profesional (23%), Economía (23%), fueron las más importantes.

Aspectos a Mejorar de la Formación de la Universidad

La Tabla 9, presenta los aspectos, que según los practicantes deben ser mejorados por parte de la Universidad para fomentar en mejor forma, el desarrollo de una carrera empresarial. Los estudiantes que hicieron práctica en Empresa Familiar, consideran que se debe tener un mejoramiento metodológico en los diversos cursos con el propósito de dar un mayor acercamiento a la parte práctica, y plantean su debilidad en los temas asociados con el manejo de personal. También mencionan que faltó apoyo de la Universidad durante la práctica y mayor formación en el tema de alternativas de financiación.

Los entrevistados que hicieron práctica en Empresa Propia consideran que les faltaron cursos que los motivaran y los formaran más en el área de creación de empresas (es necesario recordar que algunos estudiantes en su estructura curricular no tomaron cursos en esta área o solamente tomaron un curso). También, manifiestan su preocupación por debilidades formativas en las aéreas contables y legales, y en el área administrativa. También manifestaron quejas sobre el apoyo de la Universidad sobre la práctica, y en dos casos, que suponemos que fueron los de Derecho, manifestaron su disgusto con el diseño curricular de sus programas que no toca el tema de creación de empresas en ninguna instancia.

Falencias de la Formación de la Universidad	Estilo de práctica:			
	Empresa Familiar		Empresa Propia	
	Casos	Col Response %	Casos	Col Response %
Metodología muy teórica y poco práctica	3	60,0%		
Falencias en el área contable y legal			6	42,9%
No tiene un enfoque administrativo			4	28,6%
Pocos cursos que motivan la creación de empresa			7	50,0%
Falta orientación para el manejo de personal	2	40,0%	1	7,1%
La carrera no brinda la posibilidad de realizar practica en Empresa Propia			2	14,3%
Falta de apoyo de la Universidad durante la práctica	1	20,0%	3	21,4%

Falta de información en alternativas de financiación	1	20,0%	1	7,1%
Otros	1	20,0%	4	28,6%

Tabla 9. Aspectos a Mejorar de la Formación de la Universidad

El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial – CDEE

Al preguntarle a los estudiantes que hicieron prácticas sobre el papel que había jugado el Centro de Desarrollo de Espíritu empresarial en su proceso empresarial, y al apoyo que esperaba en el futuro de dicha unidad, es importante destacar que ambos grupos, el de Empresa Familiar y el de Empresa Propia, esperan contar con apoyo y asesoría de dicho Centro en sus acciones futuras, reconocen la importancia de la ayuda brindada por el Start-Up Café; pero sugieren que éste mejore más aún su infraestructura, dan importancia a la Red de Empresarios Icesi, pero consideran que el Centro como tal no hace suficiente difusión de sus actividades.

6. CONCLUSIONES

Aunque la muestra de estudiantes entrevistados cubre alrededor del 50% de los estudiantes que hicieron prácticas en creación de empresa o en empresa familiar en el periodo 2005-2008, y aunque el tiempo transcurrido desde la terminación de su práctica es relativamente corto, hay varios aspectos que surgen de esta investigación que se deben destacar y utilizar para hacer los ajustes académicos necesarios. Entre ellas están:

- El proceso que la Universidad Icesi ha establecido para este tipo de prácticas ha sido eficaz pues una proporción superior al 80% ha continuado con la trayectoria empresarial que escogió en su semestre de práctica y hoy muchos de ellos tienen su propia empresa en operación o están todavía luchando para cumplir su ideal de ser empresarios. Dado que este proceso en la Universidad Icesi es completamente voluntario y optativo, se infiere que durante la permanencia en la Universidad estos jóvenes lograron clarificar su propósito y su orientación de carrera, y que la Universidad con los procesos de formación y de acompañamiento les brindó una posibilidad de realización que estaba alineada con su visión de carrera empresarial.
- Es necesario que la Universidad intensifique la formación en las áreas propias a la creación de empresas, ya que muchos estudiantes manifestaron que ésta no había sido

suficiente para su desarrollo bien fuera como empresarios independientes o como miembros de la empresa familiar.

- Es fundamental garantizar que todos los estudiantes que vayan a hacer semestre de práctica en creación de empresas o en empresa familiar tengan una formación no sólo en el área de creación de empresa, sino también en las aéreas de gestión empresarial, pues de otra forma es muy difícil para los tutores brindarles apoyo.
- Es necesario que el CDEE diseñe mecanismos que permitan que los estudiantes de la Universidad conozcan mejor las actividades y los servicios que prestan. En este sentido los eventos como el Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, ExpoIcesi, Seminarios sobre Espíritu Empresarial, conferencias, etc. Deben de difundirse en mejor forma entre los estudiantes, igualmente es muy importante que los profesores de los cursos propios del CDEE presenten el CDEE y sus actividades a los estudiantes y generen diferenciación de estos cursos sobre los cursos de la facultad de Administración.
- El Start-Up Café, el Centro Alaya, la Red de empresarios Icesi, deben tener una mayor cercanía con los estudiantes en práctica y se debe asegurar que los tutores representen la filosofía del CDEE.
- Los procesos educativos del CDEE deben fortalecer su trabajo en el desarrollo de las competencias empresariales y muy especialmente la motivación hacía la carrera empresarial.
- Dada la importancia que las acciones de la familia tienen en la orientación empresarial de los estudiantes, es necesario diseñar acciones y programas con los padres y madres de los alumnos y muy especialmente con los padres y madres que son empresarios para que estimulen en sus hijos el interés hacía la actividad empresarial. En este sentido, se debe también fortalecer la investigación en la Universidad en el tema de Familia Empresaria.
- Dadas las dificultades que muchos alumnos tuvieron en la identificación de los recursos financieros, es importante fortalecer los cursos y la asesoría de ellos con la identificación de alternativas de financiación, y desarrollar mecanismos de acercamiento a empresarios.
- Es conveniente que alrededor del Centro Alaya y del Start-Up Café, se puedan identificar profesionales expertos en ciertas aéreas de la actividad empresarial de forma tal que le puedan prestar acompañamiento a los estudiantes y al tutor en áreas muy específicas en que posiblemente el tutor no tiene el conocimiento o la experiencia más detallada. Es necesario

diseñar un mecanismo de seguimiento a estos jóvenes a lo largo del tiempo para identificar las circunstancias y dilemas que van a vivir en las próximas etapas de su empresa y saber cómo será su desarrollo como Empresarios.

- Es conveniente en unos dos o tres años replicar esta investigación para evaluar si los ajustes curriculares y operacionales que se hagan a los procesos de práctica han generado los efectos buscados.

BIBLIOGRAFÍA

- Alzate A., A. L., & Willman C., S. (2008). *Práctica en Creación de Empresa o Negocio Propio y en Empresa Familiar*. Cali, Colombia: Centro de Desarrollo Profesional - Universidad Icesi.
- Dyer Jr., W. G. (1994). Toward a Theory of Entrepreneurial Career. In *Entrepreneurship Theory and Practice* (pp. 7 - 21).
- Kousilsy, M. L. (1980). Predictors of Entrepreneurship in a Simulated Economy. In *The Journal of Creative Behavior* (pp. 14 (3), 175 - 199).
- McClelland, D. C. (1962). Business Drive and National Achievement. *Harvard Business Review*.
- Rasheed, H. S. (2000). *Education and Venture Creation*. Tampa: University of South Florida.
- Varela V., R., & Bedoya A., O. (2006). Desarrollo de Empresarios Basado en Competencias Empresariales: el Caso de Jóvenes con Empresa. *XVII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial*. Panamá.
- Varela V., R., & Bedoya A., O. L. (2005). *Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias Empresariales*. Cali, Colombia: CDEE - Universidad Icesi.
- Varela, V. R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*.

ANEXO 1
ENTREVISTA
PRÁCTICA EN EMPRESA PROPIA O EN EMPRESA FAMILIAR

Selección de Carrera

1	Qué lo llevó a tomar esa decisión y qué tanta claridad tenía al tomar dicha decisión?
2	Qué ventajas y desventajas veías en realizar la práctica bajo esta modalidad?
3	Tuvo algún tipo de inconveniente familiar al tomar esta decisión?
4	Qué dijeron sus amigos y su círculo social más cercano?
5	Desde cuándo recuerda que comenzaron a recibir información acerca de la creación de empresas por parte de la Universidad?
	Algún compañero le habló de lo que era hacer práctica en Empresa Propia?
6	Qué actividades realizó con la orientación de la Universidad antes de realizar su práctica empresarial?
7	Cómo se sentía usted respecto a su experiencia como estudiante de práctica en Empresa Propia o en Empresa Familiar, respecto de las experiencias de los demás compañeros que estaban realizando su práctica profesional como empleados?
8	Qué le generaba incertidumbre en el momento de tomar la decisión de hacer práctica en Empresa Propia o en Empresa Familiar o ser empleado?
9	Cómo influyó la Universidad en esa decisión?
10	Cuál era el grado de desarrollo de la Idea?

Acompañamiento

11	De qué personas recibió apoyo y cuáles de ellas considera que fueron fundamentales para avanzar en ese proceso y de qué forma lo ayudaron?
12	Qué tipo de apoyo recibió de la Universidad y cómo lo calificaría?
12	Qué elementos considera debieron haber sido importantes desde el apoyo de la Universidad y no fueron otorgados?
13	Qué materias en su opinión han sido útiles para el desarrollo de su gestión como empresarios?
14	En qué áreas se sentían más débiles al inicio?
15	Qué representó para su desarrollo profesional el haber realizado la practica en su Propia Empresa o en la Empresa de su Familia?
	Del proceso de Práctica: qué esperaba, qué recibió, que le sobró y qué le faltó?
	Al final de la práctica, qué debilidades se fortalecieron y cuáles quedaron aún por desarrollar?
16	Continuó con la idea empresarial con que desarrolló su práctica empresarial / Continua laborando en la empresa familiar?

Orientación de Carrera Empresarial

No Continuó con la Empresa

17	Qué ocurrió?
18	Cuáles fueron las razones para desistir de la idea?
19	Cambió de idea y desarrolló una nueva?, evolución? (Si la respuesta es afirmativa, se pueden continuar con las preguntas de creación de empresas)
20	Ha tenido otros intentos con nuevas iniciativas empresariales?
21	Si no lo intentó, porqué,
22	Qué le hizo darse cuenta de que el ser empresario no era tu mejor opción de desarrollo profesional?
23	Volvería a intentar crear una empresa? (Sólo si hay espacio para la consideración de ser empresario)
24	Qué requeriría para volver a intentarlo desde la perspectiva personal, familiar y empresarial? (Sólo si ha respondido afirmativamente a la pregunta anterior)
25	Qué tiene proyectado para su desarrollo profesional?
26	Qué tan útil fue la práctica para lo que está haciendo hoy en día?

Continuó con la Empresa

17	Cómo ha evolucionado la idea?
18	Qué habilidades ha adquirido durante el proceso de crecimiento de la empresa?
19	Qué situaciones relevantes en términos empresariales ha afrontado?
20	Qué situaciones relevantes a nivel personal ha tenido que hayan influido sobre la empresa?
21	Cómo te ven tus compañeros y los que se mostraban reacios hoy y cómo ves a tus compañeros?
22	Qué tiene proyectado para su desarrollo profesional?
23	Esperaría algún tipo de ayuda por parte del CDEE para esos proyectos futuros y de qué tipo?

