



Universidad **Mariana**

Estado actual de los egresados empresarios de la Universidad Mariana en el ámbito social,
económico y ambiental

María Valeria Fajardo Villarreal
Nicolás Vladimir Guancha Burbano

Universidad Mariana
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Administración de Negocios Internacionales

San Juan de Pasto

2024

Estado actual de los egresados empresarios de la Universidad Mariana en el ámbito social,
económico y ambiental

María Valeria Fajardo Villarreal
Nicolás Vladimir Guancha Burbano

Informe de investigación presentado como trabajo de grado para optar al título de
Administradores de Negocios Internacionales

Mg. Jorge Arturo Dorado Goyes
Mg. German Alfredo Gómez Achicanoy
Asesores

Universidad Mariana
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
Administración de Negocios Internacionales
San Juan de Pasto
2024

Artículo 71: los conceptos, afirmaciones y opiniones emitidos en el Trabajo de Grado son responsabilidad única y exclusiva del (los) Educando (s)

Reglamento de Investigaciones y Publicaciones, 2007
Universidad Mariana

Contenido

	Pág.
Introducción	9
1. Problema de Investigación	10
1.1 Planteamiento del problema	10
1.1.1 Formulación del problema	10
1.2 Justificación	10
1.3 Objetivos	11
1.3.1 Objetivo general	11
1.3.2 Objetivos específicos	12
1.4 Marco referencial	12
1.4.1 Antecedentes	12
1.4.1.1 Antecedentes internacionales.	12
1.4.1.2 Antecedentes nacionales.	14
1.4.1.3 Antecedentes regionales.	16
1.4.2 Marco contextual	17
1.4.3 Marco teórico	19
1.4.3.1 Aspectos sociales.	19
1.4.3.2 Aspectos económicos.	21
1.4.3.3 Aspectos ambientales.	22
1.4.3.4 Caracterización.	23
1.4.3.5 Formación.	23
1.4.4 Marco legal	24
1.5 Metodología	25
1.5.1 Paradigma: positivista	25
1.5.2 Enfoque: cuantitativo	26
1.5.3 Las técnicas de investigación.	27
2. Presentación de Resultados	29
2.1 Desarrollo primer objetivo	29
2.1.1 Aspectos sociales	29
2.1.2 Aspectos económicos	31

2.1.3 Aspectos ambientales	32
2.1.4 Caracterización	33
2.2 Desarrollo segundo objetivo	34
2.2.1 Caracterización social	38
2.2.2 Análisis caracterización social	47
2.2.3 Caracterización económica	49
2.2.4 Análisis caracterización económica	53
2.2.5 Caracterización ambiental	54
2.2.6 Análisis caracterización ambiental	57
2.3 Desarrollo tercer objetivo	60
2.3.1 Propuesta de cursos	60
3. Conclusiones	68
4. Recomendaciones	70
Referencias Bibliográficas	71
Anexos	74

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Operacionalización de variables	28
Tabla 2. Tamaño real de la población	37
Tabla 3. Tamaño real de la facultad de Ciencias contables, económicas y administrativas	38
Tabla 4. Tamaño real de la población egresada de la Facultad de Ciencias de la salud	38
Tabla 5. Tamaño real de la población egresada de la Facultad de Educación	39
Tabla 6. Tamaño real de la población de la Facultad de Humanidades y Ciencias sociales	39
Tabla 7. Tamaño real de la población egresada de la Facultad de Ingeniería	39
Tabla 8. Curso 1	62
Tabla 9. Curso 2	63
Tabla 10. Curso 3	64
Tabla 11. Curso 4	65
Tabla 12. Curso 5	66
Tabla 13. Curso 6	67
Tabla 14. Estrategia de fortalecimiento de competencias emprendedoras a través de net working	68

Índice de Gráficas

	Pág.
Gráfica 1..Género	41
Gráfica 2. Edad	41
Gráfica 3. Estrato socioeconómico	42
Gráfica 4. Condición laboral antes de emprender	42
Gráfica 5. Facultad a la que pertenece	43
Gráfica 6 Ultimo nivel de formación	43
Gráfica 7. Facultad de ciencias contables, económicas y administrativas por programa	44
Gráfica 8. Facultad de ciencias de la salud por programa	44
Gráfica 9. Facultad de humanidades y ciencias sociales por programa	45
Gráfica 10. Facultad de Ingeniería por programa	45
Gráfica 11. Empresarios interesados en recibir practicantes de la Universidad Mariana	46
Gráfica 12. Empresarios que han recibido practicantes de la Universidad Mariana por programa	46
Gráfica 13. Incidencia de la Universidad Mariana en la creación de empresa	47
Gráfica 14. Aplicación de los conocimientos recibidos en sus empresas	48
Gráfica 15. Acompañamiento recibido para la creación de empresa por parte de alguna entidad	48
Gráfica 16. Obtención de recursos para la creación de su empresa y/o negocio	51
Gráfica 17. Capital inicial	51
Gráfica 18. Apoyo financiero recibido por parte de alguna entidad	52
Gráfica 19. Obstáculos presentados al momento de crear la empresa	52
Gráfica 20. Sector en el que operan las empresas	53
Gráfica 21. Número de empleados con que cuenta la empresa o negocio	54
Gráfica 22. Valor actual estimado del negocio	54
Gráfica 23. Tiempo de las empresas que llevan ejerciendo su actividad en el mercado	55
Gráfica 24. Importancia del cuidado ambiental en las empresas y/o negocios	57
Gráfica 25. ¿Su empresa cuenta con estrategias de cuidado ambiental?	57
Gráfica 26. Actividades realizadas por las empresas y/o negocios para la protección y cuidado del medio ambiente	59

Índice de Anexos

	Pág.
Anexo A. Herramienta de recolección - Encuesta	76
Anexo B. Base de datos	95
Anexo C. Cronograma de actividades	96
Anexo D. Presupuesto	97

Introducción

Esta propuesta de investigación es realizada por coinvestigadores del proyecto de investigación profesoral “Estado actual de los Egresados Empresarios de la Universidad Mariana en el Ámbito Social, Económico y Ambiental” realizada por los investigadores Jorge Arturo Dorado Goyes, German Alfredo Gómez Achicanoy y Galo Miller Díaz Timaná, quienes también se desempeñan como asesores de proyecto.

En el presente documento se desarrolla una propuesta de investigación la cual está enfocada en conocer el estado actual de los egresados empresarios de la Universidad Mariana en cuanto al ámbito social, económico y ambiental, además de su impacto en las aspiraciones de crecimiento y en el éxito de sus empresas. Esto en función de la gestión y el desarrollo empresarial.

Este proyecto ofrece una valiosa contribución al estudio del emprendimiento al identificar las competencias de los graduados universitarios y su impacto en la formación de nuevas empresas. Este trabajo proporciona bases tanto teóricas como empíricas en el ámbito de la economía empresarial y la educación. Los hallazgos de esta investigación incrementan la comprensión de las habilidades, aptitudes y destrezas de los emprendedores, y sugieren que las universidades tienen el potencial de mejorar la capacidad de sus egresados para crear empresa. (Sánchez, 2017)

Teniendo en cuenta, el estudio de impacto del programa emprendedor de la Universidad Tecnológica de Bolívar, según Arraut et al., (2011), se destaca la relevancia de formar personas con competencias básicas para desarrollarse como emprendedores, es decir, individuos que cultivan un espíritu empresarial. El programa de emprendimiento de, a través de la educación, crear empresarios, experiencia técnica y la capacidad de aprovechar oportunidades del mercado. Estos empresarios deben ser capaces de crear negocios altamente innovadores y orientados a resolver problemas. Existe un proceso claro para el emprendimiento, que incluye fuentes de capacitación y generación de ideas de negocio, el cual guía al estudiante en su decisión de convertirse en empresario. En este contexto, se deduce la importancia del emprendimiento en la formación de pregrado.

1. Problema de Investigación

1.1 Planteamiento del problema

La Universidad Mariana no cuenta con información actualizada de los egresados empresarios, para futuros eventos o capacitaciones que se puedan realizar, por esta razón es tan importante llevar a cabo un acercamiento con cada uno de los egresados para la actualización de datos y para tener un acercamiento con cada uno.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cuál es el estado actual de los Egresados Empresarios en el ámbito Social, Económico y Ambiental de la Universidad Mariana en el periodo 2016-2021?

1.2 Justificación

Este proyecto permite identificar el estado actual de egresados empresarios de la Universidad Mariana el ámbito social, económico y ambiental a través de las variables de caracterización, la caracterización sociodemográfica y de emprendimientos empresariales, para este propósito, el proyecto presenta bases teóricas y empíricas para el campo de la economía empresarial y la educación, con una metodología basada en el paradigma positivista, orientada a la investigación cuantitativa, que emplea la recolección de datos para probar hipótesis mediante la medición numérica a y el análisis estadístico. Esta metodología permite analizar la experiencia obtenida a través de encuestas y realizar una investigación tanto descriptiva como analítica, ya que la información resultante se describe de manera detallada, aspectos relevantes en para este estudio, además se presenta una población y muestra parte del total de egresados reportados por la Unidad de Emprendimiento que corresponde a una población de 120 emprendedores registrados en la base de datos.

Es importante destacar la relevancia de caracterizar a los egresados, y así Giraldo et al., (2006) resaltan la importancia de llevar a cabo investigaciones y estudios de seguimientos a los egresados

de instituciones educativas. Dado la fluctuante situación económica y social en la que se desenvuelven los egresados, y su interacción con el entorno y la institución de la que se titulan, es esencial que estas investigaciones se actualicen de manera constante para incorporar los nuevos cambios y asegurarse de que estos sean interpretados debidamente.

Los hallazgos de esta investigación ofrecen un conocimiento más detallado sobre las habilidades, aptitudes y destrezas de los emprendedores, así como de su contribución activa al desarrollo y la creación de empleo en los ámbitos local, nacional y global. Este análisis abarca variables como los aspectos sociales, ambientales y económicos.

El área de emprendimiento institucional de la Universidad Mariana está comprometida con el desarrollo y fortalecimiento del liderazgo, el trabajo en equipo, la innovación y el emprendimiento. Su objetivo es fomentar una cultura emprendedora en estudiantes y egresados, con una conciencia social que permita encontrar soluciones creativas a los problemas y necesidades del entorno. Esta área promueve la investigación y la innovación social para mejorar el desempeño organizacional. Actualmente, la unidad de emprendimiento y los docentes de cursos relacionados han motivado a muchos egresados a crear sus propias empresas. No obstante, no existe un estudio que refleje el estado actual de estos egresados empresarios y su impacto en los ámbitos social, económico y ambiental.

La presente investigación permitirá obtener información oportuna de los egresados empresarios a través de la caracterización, permitiendo obtener información muy relevante de graduados o egresados empresarios, en torno a lograr identificar sus aportes en los ámbitos mencionados anteriormente.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Caracterizar la gestión emprendedora y empresarial de los egresados empresarios de la Universidad Mariana

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar las variables de caracterización social, económica y ambiental de las empresas de egresados.
- Recopilar datos por medio de un proceso de aplicación de un instrumento de recolección de información a fuente primaria.
- Realizar la caracterización social, económica y ambiental de los egresados emprendedores de la Universidad Mariana.
- Propuesta de formación y capacitación

1.4 Marco referencial

1.4.1 Antecedentes

1.4.1.1 Antecedentes internacionales. A continuación, se describen los antecedentes internacionales que aportaron a la investigación.

Título: Diseño de un sistema de egresados y una estrategia para dicho sistema.

País: Perú

Autores: Jorge Mori Valenzuela, Lucas Sempé, Raymundo Colquehuanca Achulli, Luis Guerrero Ortiz, Patricia Andrade Pacora, Jose Gargurevich Valdéz, Jose Silva Martínez

Entidad:

Pro-Calidad

Año: 2018

Objetivos

Objetivo General: Proveer información sobre la situación de los egresados de las Instituciones de Educación Superior (IES) para contribuir a la mejora de su oferta educativa y al diseño de un sistema permanente de seguimiento de egresados que puedan utilizar estas instituciones.

Objetivos específicos:

1. Revisar y actualizar la base de datos de egresados de cada institución o carrera seleccionada, informando sobre su estado actual y las condiciones necesarias para su actualización.
2. Investigar la percepción de los egresados hacia su institución educativa y el nivel de satisfacción con la formación que recibieron.
3. Analizar el vínculo entre los egresados y su institución, así como los mecanismos institucionales que existen para mantener un contacto continuo con ellos.
4. Examinar la situación de inserción laboral de los egresados y las iniciativas de la institución para apoyar esta transición.
5. Analizar la trayectoria profesional de los egresados y su desempeño actual, considerando tanto su perspectiva personal como la de sus empleadores.

Aporte: Esta investigación permite identificar información clave acerca de la situación de los egresados de las Instituciones de Educación Superior (México, España, Colombia; Chile), como también el insumo que se necesita para la mejora de la oferta académica, buscando así una incidencia directa en la comunidad universitaria y por supuesto en la sociedad en general.

Conclusiones: Se observa un marcado sesgo hacia lo teórico en la formación, junto con limitaciones materiales que algunos instructores han abordado con creatividad. La falta de oportunidades para realizar prácticas profesionales es una queja común, aunque muchos también destacan su identificación con la institución y el trato considerado recibido. No parece haber una comprensión clara del perfil de egreso como una garantía de resultados uniformes para todos. Las experiencias positivas compartidas no están directamente relacionadas con la formación académica propiamente dicha.

También se manifiesta la necesidad de distinguir varios niveles en las respuestas de los egresados. El primer nivel es el reconocimiento y valoración de la experiencia en su conjunto, ilustrado a través de personas y situaciones particulares de especial significado. El segundo nivel incluye la identificación indirecta y discreta de algunas limitaciones o dificultades del proceso formativo, que se subordinan al nivel anterior. El tercer nivel es el discernimiento crítico de la experiencia, que implica una mayor distancia y la formulación de cuestionamientos directos a situaciones específicas.

El Sistema de Seguimiento a Egresados, en relación con la investigación sobre los temas de formación y currículo, debe abordar los tres niveles de respuesta de los egresados. Esto garantizará una mayor transparencia y proporcionará información valiosa para mejorar la formación.

1.4.1.2 Antecedentes nacionales. A continuación, se describen los antecedentes nacionales que aportaron a la investigación.

Título: Estado actual de las prácticas con egresados de las unidades académicas de la Universidad de Antioquia, Colombia.

Autores: Liliana María Troncoso Piedrahíta, Diana María Orozco Soto, Jakeline Duarte Duarte, Angélica María López Velásquez, Claudia Marifely Taborda Gil, Jhon Alexander Flórez Ríos.

Universidad: Universidad de Antioquia, Colombia.

Año: 2013

Objetivos

Objetivo general: Levantar el estado de las prácticas en relación con los egresados que realizan las diferentes unidades académicas de la Universidad de Antioquia.

Objetivos específicos:

1. 1. Evaluar la relevancia de la política de egresados en el contexto nacional e internacional, con el objetivo de identificar la coherencia y consistencia entre las acciones implementadas y las directrices establecidas en los documentos oficiales.
2. Revelar las percepciones que las unidades académicas tienen sobre los egresados, ya que estas sustentan la filosofía y las acciones que se llevan a cabo.
3. Describir los procesos académicos y administrativos relacionados con los egresados en cada unidad académica, con el objetivo de identificar sus diferencias y similitudes. Además, identificar el perfil del personal encargado de los temas de egresados, considerando que las características de estas personas influyen directamente en el enfoque adoptado y en las evaluaciones de este.

Aporte: Esta investigación permite conocer e identificar la importancia de realizar un seguimiento a los egresados de las instituciones de educación superior, cuál es la responsabilidad social de la misma sobre el egresado, la importancia de la relación universidad-egresado y la importancia del seguimiento de egresados para la institución.

Conclusiones: Cada programa académico maneja la relación con sus egresados mediante sus propias estrategias, independientemente de los mecanismos institucionales establecidos para este propósito. Esto resulta en un uso ineficiente de los recursos, duplicación de esfuerzos, falta de conocimiento sobre prácticas exitosas y una débil coordinación entre las unidades académicas y el Programa de Egresados.

Respecto a las prácticas implementadas por las unidades académicas, se destacan: la realización de estudios de seguimiento a egresados, principalmente para fines de acreditación de los programas académicos; la comunicación con los egresados para compartir información de interés general, ofertas de empleo y eventos académicos. Esto sugiere un enfoque meramente instrumental de la comunicación y una estrategia dialógica débil, en la que el egresado no es visto como un interlocutor con el que se pueda construir un proyecto universitario compartido.

1.4.1.3 Antecedentes regionales. A continuación, se describen los antecedentes regionales que aportaron a la investigación.

Título: Modelo de estudio de egresados universitarios. Experiencia de las facultades

Autores: Oscar Valverde Riascos, María Fernanda Acosta Romo, Andrea Lorena Arteaga Flóres, Magda Mireya Salazar Suárez, María Alejandra Mora, Felipe Benavides

Universidad: Universidad Mariana

Año: 2022

Objetivos

Objetivo General: Caracterizar a los egresados de la Universidad Mariana – Pasto- en los ámbitos personal, laboral y académico, y examinar el impacto que los egresados tienen en sus respectivos campos de acción e influencia.

Objetivos específicos

1. Contrastar el perfil de los egresados con las necesidades del mercado laboral en el ámbito social.
2. Reconocer las contribuciones de los egresados en los campos sociopolítico, artístico, empresarial, deportivo, académico, científico y cultural.
3. Conocer la situación laboral de los egresados en el momento de su graduación.
4. Examinar cómo se perciben a los egresados en empresas e instituciones públicas y privadas de Pasto y las áreas cercanas.
5. Identificar ejemplos de egresados exitosos en función de su posición y desempeño en los ámbitos sociopolítico, empresarial, deportivo, académico, científico y cultural.
6. Identificar y detallar las características de los egresados en términos de variables personales, laborales y académicas.

Aporte: Esta investigación permite tener un conocimiento más amplio sobre los egresados por facultades de la Universidad Mariana y como ha sido su desempeño en el ámbito personal, laboral y académico, esta investigación es de gran importancia ya que nuestro objeto de estudio son los egresados empresarios de la Universidad anteriormente mencionada.

Conclusiones: Los egresados subrayan la importancia de continuar con el desarrollo de programas curriculares basados en competencias, ya que este enfoque no solo permite a los estudiantes adquirir conocimientos, sino también aplicarlos en contextos específicos.

A pesar de haber terminado su formación académica en las aulas, los egresados siguen siendo parte de su alma mater. Por ello, consideran importante con su opinión en las reformar curriculares y otras actividades relacionadas con los programas de estudio.

1.4.2 Marco contextual

Municipio de Pasto

Pasto es un municipio colombiano y la capital del departamento de Nariño. Su cabecera municipal tiene el nombre de San Juan de Pasto, ubicado en el suroccidente de Colombia. La ciudad se encuentra en medio de la cordillera de los Andes, en una región montañosa llamada el Nudo de los Pastos. Se sitúa en el Valle de Atriz, al pie del volcán Galeras y muy cerca de la línea del Ecuador.

El territorio municipal abarca un total 1181 km², de los cuales 14,7 km² corresponden al área urbana.

Según las proyecciones del censo de población y vivienda de DANE-2018, para el año 2020, Pasto registra una población de 392,589 habitantes. De estos, 185,141 son hombres lo que representa el 47,15% de la población, y 207,448 son mujeres, constituyendo 52,84%. La población de niños, niñas, adolescentes y jóvenes, comprendida entre 0 y 29 años, asciende a 168,028 personas, representando al 43% de la población total de habitantes.

En 2021, la Cámara de Comercio de Pasto reportó la existencia de 26,896 unidades empresariales activas, con la persona natural siendo el tipo de organización predominante. En Nariño, hay nueve universidades formalmente establecidas. De estas, tres son públicas: Universidad de Nariño, Universidad Nacional Abierta y a Distancia, y la Escuela Superior de Administración Pública. Las seis restantes son privadas: Universidad Mariana, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Universidad Cesmag, Fundación Universitaria San Martín, Universidad Cooperativa de Colombia y Universidad Antonio Nariño.

Universidad Mariana

La Universidad Mariana surgió a partir de una propuesta presentada en el II Congreso Internacional de Exalumnas Franciscanas, que tuvo lugar en San Juan de Pasto del 10 al 14 de enero de 1964. En este evento, que reunió a delegaciones de diversas regiones del país y del mundo relacionadas con la Comunidad de Hermanas Franciscanas, se discutieron y aprobaron varias propuestas incluyendo la decisión de solicitar a la Congregación de Hermanas Franciscanas de María Inmaculada la creación de una institución de educación superior en la ciudad. La iniciativa buscaba ampliar la formación educativa de los estudiantes, especialmente de las mujeres de Nariño, ya que la Comunidad ofrecía formación desde kínder hasta bachillerato, pero era necesaria una opción universitaria para completar la educación.

En la actualidad, la Universidad Mariana dispone con cinco facultades que ofrecen una amplia gama de programas de pregrado y posgrado. Estas facultades son: la Facultad de Educación, la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la Facultad de Ciencias de la Salud, la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas y la Facultad de Ingeniería.

El 19 de Julio de 2022, mediante la resolución 014045, el Ministerio de Educación Nacional otorgó a la Universidad Mariana la Acreditación Institucional en Alta Calidad. Este reconocimiento implica un compromiso continuo de la universidad para fomentar profesionales competentes en los aspectos humanos y académicos, con un espíritu crítico, sentido ético y compromiso social, contribuyendo así al desarrollo del país. La misión de la Universidad Mariana es clara, coherente y alineada con su identidad institucional, basada en sus elementos diferenciadores. Esta misión

expresa su propósito, motivaciones y orientación hacia la educación, así como sus metas para satisfacer las necesidades y expectativas de sus grupos de interés.

La Universidad Mariana es altamente reconocida en la región por sus proyectos de interacción social y por la calidad de sus egresados, quienes se destacan por una formación integral que abarca aspectos profesionales y humanísticos. La universidad ofrece programas académicos de alta calidad que responden a las necesidades del entorno en las áreas de Salud, Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, Educación, Humanidades y Ciencias Contables, e Ingeniería. La universidad cuenta con 45 programas académicos, que incluyen 3 tecnologías, 23 pregrados, 9 especializaciones, 9 maestrías y 1 doctorados, algunos de los cuales tienen acreditación nacional e internacional.

1.4.3 Marco teórico

1.4.3.1 Aspectos sociales. Índice de Desarrollo Humano (IDH): Es una medida establecida por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), su propósito y finalidad es dar a conocer el grado de progreso de cada país. Esta es una herramienta realmente importante para el progreso y acceso al conocimiento, a la experiencia y a todos los recursos necesarios para que la población de un país pueda construir un futuro mejor.

Según Higueta y Cardona (2018), el índice de Desarrollo Humano (IDH) evalúa tres dimensiones fundamentales de la vida humana: la esperanza de vida, el nivel educativo, y el nivel de vida digno el cual es medido por el PIB per cápita. Este indicador es fundamental para diagnosticar el estado del desarrollo a nivel global y para guiar la implementación de políticas que aborden las deficiencias identificadas.

Pobreza: Townsend (1979) describe la pobreza como una forma de privación relativa, implicando la insuficiencia o falta (en lugar de la total ausencia) de dietas, servicios, normas y actividades que son habituales en la sociedad. Es relevante desde un punto de vista social, debido a que los diferentes emprendimientos traen consigo demanda laboral, lo que es muy beneficioso para la comunidad en general. En esta conceptualización, es fundamental distinguir que, aunque la

pobreza y la desigualdad coexisten en la sociedad, son conceptos diferentes y tienen implicaciones distintas en los ámbitos social, económico y político (COLMEX, 2018). La pobreza se define como una violación y una carencia sistemática en el ejercicio completo de los derechos económicos, sociales y culturales.

Coefficiente de Gini (desigualdad): La desigualdad económica se refiere a las diferencias en la distribución de activos, bienestar o ingresos entre la población (OECD, 2015). En otras palabras, se trata de la variabilidad en la distribución del ingreso, el consumo u otros indicadores de bienestar (Litchfiel, 1999).

Durkheim diferenciaba entre la desigualdad externa y la interna. La desigualdad externa hace referencia a las diferencias impuestas por circunstancias sociales que están fuera del control de las personas. Esta forma de desigualdad está relacionada con un estatus adscrito que se basa en variables como el sexo, la edad o el grupo étnico.

Educación: De acuerdo con Rufino Blanco, un educador español (1861-1936), la educación es un proceso de evolución guiada racionalmente de las capacidades específicas del ser humano, con el fin de lograr su perfección y formar su carácter, preparándolo tanto para la vida individual como social, y así alcanzar la mayor felicidad posible. Por otro lado, la Teoría del Aprendizaje de Piaget sostiene que el aprendizaje es un proceso que tiene sentido en contextos de cambio, lo que implica que aprender consiste en saber adaptarse a nuevas circunstancias.

Una educación de calidad puede determinar el desarrollo y progreso de una sociedad, debido a que logra que las personas sean capaces de crear sus propias opiniones e ideas, ser más creativas, tener un criterio propio y ser más valientes al emprender sus propios proyectos. Además, estas cualidades son ampliamente demandadas en las empresas y organizaciones ya sea públicas o privadas, necesitan de talento para su funcionamiento. Una educación y formación de calidad proporcionan visión global lo que permite comprender el entorno de una manera más precisa.

Salud: Según Emilio Pariente Rodrigo, Ana Belén García-Garrido, Francisca Gómez Molleda, Encarnación Gálvez Castillo, Josefina González Expósito, Isabel López León, Patricia Rojo

Cárdenas y Giusi Alessia Sgaramella, la calidad de vida relacionada con la salud (CVRS) se evalúa midiendo el impacto de una enfermedad y su tratamiento en el bienestar percibido por el paciente. Patrick y Erickson definen la CVRS como el cambio en la valoración de la vida, considerando las percepciones de limitaciones físicas, psicológicas y sociales, así como la reducción de oportunidades debido a la enfermedad, sus secuelas, el tratamiento y/o las políticas de salud.

Seguridad social: De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo, la seguridad social proporciona protección para el acceso a atención médica y asegura la estabilidad económica en situaciones como vejez, desempleo, enfermedad, invalidez, accidentes laborales, maternidad o la pérdida del sostén familiar.

El Ministerio del Trabajo define la seguridad social como un sistema compuesto por entidades tanto públicas como privadas, así como normas y procedimientos. Este sistema incluye regímenes de pensiones, salud, riesgos laborales, subsidio familiar y servicios sociales complementarios regulados por la ley.

Definida por la OIT y la ONU como un derecho fundamental, la seguridad social, que abarca la protección de la salud, pensiones y desempleo mediante cotizaciones e impuestos, sigue siendo un reto universal en un mundo globalizado, aunque solo una pequeña proporción de la población mundial la disfruta plenamente.

1.4.3.2 Aspectos económicos. A continuación, se describen los aspectos económicos y sus principales conceptos

Demografía (población): Según Kotler y Armstrong (2008) “la segmentación demográfica divide al mercado en grupos con base en variables demográficas como lo son edad, sexo, tamaño, ciclo de vida, ingreso, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad” (p. 166). Malthus sostenía que la población se duplica cada 25 años, creciendo en progresión geométrica y mostrando un crecimiento exponencial, basándose en los datos de crecimiento poblacional de Gran Bretaña en el siglo XVIII. La demografía ofrece una perspectiva sobre el estado de la población de una

sociedad, ofreciendo datos sobre cómo factores sociales y económico han influido en la evolución de componentes demográficos como la fecundidad, mortalidad y migración.

VAB/PIB: Según Duván Ramírez (2022), el Producto Interno Bruto (PIB) es el principal indicador del desempeño económico de un país, reflejando la producción dentro de sus fronteras sin importar si los factores producción son nacionales o extranjeros. Smith, crítico del mercantilismo, sugirió que los países deberían evaluarse por su producción y comercio, estableciendo la base para medir la prosperidad mediante el PIB.

Per cápita: Según el Banco de la República, el ingreso per cápita es una medida la cual determina el promedio de ingresos que recibe cada habitante de un país, indicando cuánto ingresa una persona para su sustento. Este cálculo se realiza dividiendo el ingreso nacional entre la población total del país. Utilizar el ingreso per cápita como indicador de riqueza o estabilidad económica es relevante porque relaciona la renta nacional, medida por el PIB en un periodo específico, con el número de habitantes.

PEA, Empleo, Subempleo y Desempleo: según el DANE la Población Económicamente Activa (PEA) o Fuerza de Trabajo abarca a todas las personas que, independientemente de si tienen empleo o no, participan en la producción de bienes y servicios económicos, tal como se define en los sistemas de cuentas nacionales, durante un período de referencia específico.

1.4.3.3 Aspectos ambientales. A continuación, se describen los conceptos claves de los aspectos ambientales

Sostenibilidad: Según la Nueva ISO 14001 (2015) una organización sostenible es aquella que crea valor en términos económicos, medioambientales y sociales, tanto a corto como a largo plazo, beneficiando el bienestar y el desarrollo de las generaciones actuales y futuras.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es vista como un enfoque de gestión en numerosas empresas, el cual reconoce la interdependencia entre las empresas y sus colaboradores, buscando un beneficio mutuo. Su objetivo es armonizar las

actividades de producción y comercialización con la rentabilidad económica, asegurando el bienestar de la sociedad y la protección del medio ambiente. Según Ramos Vásquez (2021), la RSE es crucial para establecer un modelo de valor agregado que mejore la perspectiva de la empresa en su entorno y promueva un buen patrón para la sociedad.

Actualmente, los temas ambientales tienen una creciente relevancia en el desarrollo empresarial. La sostenibilidad y la RSE, según informes de la Universidad de Antioquia sobre sostenibilidad y su impacto en la creación de valor financiero de las empresas, han llevado a adaptar las acciones empresariales a las demandas sociales y normativas. Las organizaciones ambientales y similares promueven la reducción de patrones de consumo, forzando a las empresas a adoptar medidas de responsabilidad social y ambiental.

1.4.3.4 Caracterización. Según Ávila (2000), al planificar acciones de investigación, es importante identificar los distintos grupos dentro de la población estudiada, teniendo en cuenta sus sistemas de producción y redacciones tecnológicas. Bolaños (1999) señala que la caracterización describe las principales características y relaciones de las organizaciones, mientras que la tipificación las agrupa basándose en características observadas.

Bolaños (1999) también recomienda realizar una investigación de tipo descriptivo-analítica, que describe, registra, analiza e interpreta la naturaleza actual y la composición de los fenómenos del proceso. Este análisis ayuda a formular un diagnóstico y a identificar carencias esenciales para sugerir acciones futuras.

1.4.3.5 Formación. La palabra formación tiene como tales varios significados, como la acción de dar forma o el acto de formarse, como en las reuniones de tropas militares. Ferry considera la formación como una institución que involucra proyectos, programas, certificaciones, prácticas y las responsables de la formación.

Ferrada sostiene que la formación universitaria va más allá de impartir conocimientos especializados y enseñar métodos de aprendizaje a los estudiantes. También abarca la influencia en todos los aspectos del desarrollo humano.

1.4.4 Marco legal

Ley 1014 de enero 26 de 2006: Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

Ley 590 de 2000, a través de la cual el gobierno nacional pretende fomentar la creación de condiciones institucionales más favorables para el establecimiento y funcionamiento de las Mipymes, así como impulsar su desarrollo integral, regional e integración entre distintos sectores económicos.

Ley 905 de 2004 “Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”.

Ley 2069 de 2020 – Ley de Emprendimiento, Una ley para el fomento y desarrollo cooperativo y de la economía solidaria

ARTÍCULO 1. OBJETO. “La presente Ley tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad”.

Ley núm. 50 de 28 de diciembre de 1990, por la que se introducen reformas al Código Sustantivo de Trabajo y se dictan otras disposiciones.

El empleador y el trabajador tienen la libertad de acordar el salario en sus diversas formas, como por unidad de tiempo, por obra, a destajo o por tarea, entre otras. Sin embargo, siempre deben respetar el salario mínimo legal o el que esté establecido en pactos, convenciones colectivas y fallos arbitrales.

1.5 Metodología

La fuente de información que utilizada para este trabajo es fuente primaria (egresados empresarios del periodo comprendido entre 2015-2021, con una población real de 142 para la aplicación de la encuesta, número sobre el cual se llevó el proceso de **selección**, representando el verdadero número de egresados empresarios de pregrado, posgrado y maestría de los diferentes programas de la Universidad Mariana siendo la población final de 72), la cual brinda información de primera mano, que no ha sido alterada, interpretada y analizada por otros autores, esta información se puede obtener con mayor o menor facilidad. Por otra parte, el método empleado para la recolección de información es la encuesta, la cual se encuentra dentro de las fuentes primarias y considerada como método para la recopilación de información de una muestra de individuos. Adicionalmente se revisaron documentos, ponencias e investigaciones previas relacionadas con el tema de seguimiento a egresados.

El tipo de investigación efectuada es de carácter descriptiva y analítica, puesto que con la información que resultará se describe de forma detallada, aspectos relevantes en el estudio del estado actual de egresados emprendedores, al mismo tiempo, que se busca obtener un análisis propicio en el proceso investigativo propuesto.

1.5.1 Paradigma: positivista

Kuhn (1962) afirma que un paradigma es un conjunto interconectado de supuestos que guía la interpretación del mundo. Actúa como una referencia fundamental para los profesionales de una disciplina, indicando los problemas a investigar y proporcionando un marco que aclara las cuestiones a través de una epistemología apropiada.

Según Ferreres y Gonzales (2006) “el positivismo mantiene que todo conocimiento científico se basa sobre la experiencia de los sentidos sólo puede avanzarse mediante la observación y el experimento, asociados al método científico” (p. 117).

Ricoy (2006) indica que el “paradigma positivista se califica de cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, sistemático gerencial y científico tecnológico” (p. 1). Por tanto, el paradigma positivista sustentará la presente investigación que tiene como objetivo establecer los parámetros de una variable específica utilizando una expresión numérica.

El positivismo, que inicialmente se desarrolló como un modelo de investigación para las ciencias físicas o naturales, fue posteriormente adoptado en el ámbito de las ciencias sociales. En esta adaptación del positivismo a los aspectos sociales, la metodología para generar conocimiento sigue procedimientos de análisis de datos similares a los empleados en las ciencias exactas. Este paradigma sostiene que los métodos utilizados en medicina, física o biología deben aplicarse directamente a la investigación en ciencias sociales. Desde esta perspectiva, para que lo social pueda considerarse una ciencia auténtica, debe ser comprendido y expresado a través de leyes o generalizaciones del conocimiento, análogas a las leyes que explican los fenómenos naturales o físicos.

El paradigma positivista, conocido también como cuantitativo, empírico-analítico o racionalista, tiene como propósito explicar, predecir y controlar los fenómenos. Además, se enfoca en verificar teorías y leyes para regular estos fenómenos e identificar las causas reales que ocurren antes o simultáneamente en el tiempo. El positivismo sostiene que la realidad es absoluta y mensurable. Se debe controlar la relación entre el investigador y el fenómeno en estudio para evitar cualquier influencia en el desarrollo del estudio. Este paradigma se basa en métodos estadísticos, tanto inferenciales como descriptivos.

1.5.2 Enfoque: cuantitativo

La metodología cuantitativa se basa en contrastar teorías existentes a partir de hipótesis derivadas de ellas. Para lograr esto, es fundamental obtener una muestra, ya sea aleatoria o seleccionada, que sea representativa de la población o fenómeno en estudio. De acuerdo con Sampieri et al. (2004), el enfoque cuantitativo se fundamenta en un esquema deductivo y lógico, cuyo propósito es formular preguntas de investigación e hipótesis para luego ponerlas a prueba.

Según Hernández et., (2003)

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis previamente hechas, confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (p. 1)

1.5.3 Las técnicas de investigación.

La técnica de investigación del estudio, como bien se mencionó con anterioridad, es cuantitativa al ser un análisis de variables cuantificables. En el diseño y aplicación de un instrumento de recolección de información se consideró el formato de encuesta aplicado por el medio virtual Google Forms por el cual se realiza una encuesta a cada uno de los egresados que se encuentren registrados en la base de datos, de igual manera hicimos uso del correo electrónico, llamadas por telefonía celular y mensajería por la aplicación móvil WhatsApp como herramientas de apoyo para el envío de las encuestas a cada persona. (Anexo A)

Tabla 1.

Operacionalización de variables

Objetivo Específico	Variable	Dimensiones	Fuente	Técnica de recolección
Identificar las variables de caracterización social, económica y ambiental de las empresas de egresados.	Identificación	-Índice de desarrollo humano -Educación -Demografía -PIB -Responsabilidad social empresarial -Formación	Secundaria	-Revisión de documentos -Bibliografía -Artículos
Recopilar datos por medio de un	Recopilación	-Sociales -Económicas	Primaria	Aplicación de formato de

proceso de aplicación de un instrumento de recolección de información a fuente primaria.			-Ambientales		encuesta a empresarios egresados de la universidad Mariana.
Realizar la caracterización social, económica y ambiental de los egresados emprendedores de la Universidad Mariana.	Caracterización		-Sociales -Educación -Formación -Competencias	Primaria	Resultado de la aplicación del formato de encuesta.
Propuesta de formación y capacitación	Formación y capacitación		-Microcurriculo -Plan de estudios -Oferta académica	Primaria Secundaria	-Revisión documental. -Análisis de resultados de la aplicación del formato de encuesta a empresarios egresados Base de datos actualizada de egresados empresarios universidad Mariana.

2. Presentación de Resultados

2.1 Desarrollo primer objetivo

Identificar las variables de caracterización social, económica y ambiental de las empresas de egresados.

Esta investigación tiene como finalidad analizar e identificar las variables que permiten la caracterización social, económica y ambiental del estado actual de los egresados empresarios de la Universidad Mariana, por consiguiente, para la recopilación de la información se empleó la técnica de encuesta.

2.1.1 Aspectos sociales

Índice de Desarrollo Humano (IDH): Es una medida creada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), su propósito y objetivo es dar a conocer el grado de progreso de cada país. Esta es una herramienta realmente importante para el progreso y acceso al conocimiento, a la experiencia y a todos los recursos necesarios para que la población de un país pueda construir un futuro mejor.

Según Higueta y Cardona (2018), el índice de Desarrollo Humano (IDH) evalúa tres dimensiones fundamentales de la vida humana: la esperanza de vida, el nivel educativo, y el nivel de vida digno el cual es medido por el PIB per cápita. Este indicador es fundamental para diagnosticar el estado del desarrollo a nivel global y para guiar la implementación de políticas que aborden las deficiencias identificadas.

Pobreza: Townsend (1979) describe la pobreza como una forma de privación relativa, implicando la insuficiencia o falta (en lugar de la total ausencia) de dietas, servicios, normas y actividades que son habituales en la sociedad. Es relevante desde un punto de vista social, debido a que los diferentes emprendimientos traen consigo demanda laboral, lo que es muy beneficioso

para la comunidad en general. La pobreza se define como una violación y una carencia sistemática en el ejercicio completo de los derechos económicos, sociales y culturales.

Coefficiente de Gini (desigualdad): La desigualdad económica se refiere a las diferencias en la distribución de activos, bienestar o ingresos entre la población (OECD, 2015). En otras palabras, se trata de la variabilidad en la distribución del ingreso, el consumo u otros indicadores de bienestar (Litchfiel, 1999).

Durkheim diferenciaba entre la desigualdad externa y la interna. La desigualdad externa hace referencia a las diferencias impuestas por circunstancias sociales que están fuera del control de las personas. Esta forma de desigualdad está relacionada con un estatus adscrito que se basa en variables como el sexo, la edad o el grupo étnico.

Educación: De acuerdo con Rufino Blanco, un educador español (1861-1936), la educación es un proceso de evolución guiada racionalmente de las capacidades específicas del ser humano, con el fin de lograr su perfección y formar su carácter, preparándolo tanto para la vida individual como social, y así alcanzar la mayor felicidad posible. Por otro lado, la Teoría del Aprendizaje de Piaget sostiene que el aprendizaje es un proceso que tiene sentido en contextos de cambio, lo que implica que aprender consiste en saber adaptarse a nuevas circunstancias.

Una educación de calidad puede determinar el desarrollo y progreso de una sociedad, debido a que logra que las personas sean capaces de crear sus propias opiniones e ideas, ser más creativas, tener un criterio propio y ser más valientes al emprender sus propios proyectos. Además, estas cualidades son ampliamente demandadas en las empresas y organizaciones ya sea públicas o privadas, necesitan de talento para su funcionamiento. Una educación y formación de calidad proporcionan visión global lo que permite comprender el entorno de una manera más precisa.

Salud: Según Emilio Pariente Rodrigo, Ana Belén García-Garrido, Francisca Gómez Molleda, Encarnación Gálvez Castillo, Josefina González Expósito, Isabel López León, Patricia Rojo Cárdenas y Giusi Alessia Sgaramella, la calidad de vida relacionada con la salud (CVRS) se evalúa midiendo el impacto de una enfermedad y su tratamiento en el bienestar percibido por el paciente.

Patrick y Erickson definen la CVRS como el cambio en la valoración de la vida, considerando las percepciones de limitaciones físicas, psicológicas y sociales, así como la reducción de oportunidades debido a la enfermedad, sus secuelas, el tratamiento y/o las políticas de salud.

Seguridad social: Según la Organización del Trabajo, la seguridad social ofrece protección para el acceso a la atención médica y garantiza la seguridad del ingreso en situaciones como la vejez, el desempleo, la enfermedad, la invalidez, los accidentes laborales, la maternidad o pérdida del sustento familiar.

El Ministerio del Trabajo define la seguridad social como un sistema compuesto por entidades tanto públicas como privadas, así como normas y procedimientos. Este sistema incluye regímenes de pensiones, salud, riesgos laborales, subsidio familiar y servicios sociales complementarios regulados por la ley.

Definida por la OIT y la ONU como un derecho fundamental, la seguridad social, que abarca la protección de la salud, pensiones y desempleo mediante cotizaciones e impuestos, sigue siendo un reto universal en un mundo globalizado, aunque solo una pequeña proporción de la población mundial la disfruta plenamente.

2.1.2 Aspectos económicos

Demografía (población): Según Kotler y Armstrong (2008)

La segmentación demográfica divide al mercado en grupos con base en variables demográficas como lo son edad, sexo, tamaño, ciclo de vida, ingreso, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad. Malthus afirmaba que la población se duplica cada 25 años, es decir, crecía en progresión geométrica, presentando un crecimiento exponencial. Para ello se basó en los datos de crecimiento de población en Gran Bretaña durante el siglo XVIII. La demografía proporciona una visión de la situación poblacional de una sociedad, aporta datos sobre la evolución de algunos factores sociales y económicos que han contribuido a los cambios

experimentados por los componentes demográficos de la población: fecundidad, mortalidad, migración. (p. 166)

VAB/PIB: Según Duván Ramírez (2022), el Producto Interno Bruto (PIB) es el principal indicador del desempeño económico de un país, reflejando la producción dentro de sus fronteras sin importar si los factores producción son nacionales o extranjeros.

El trabajo de Smith fue altamente crítico con el mercantilismo, argumentando en cambio que los países deberían ser evaluados según sus niveles de producción y comercio. Este enfoque sentó las bases para medir la prosperidad de una nación mediante una métrica conocida como Producto Interno Bruto (PIB).

Per cápita: De acuerdo con el Banco de la República, el ingreso per cápita es una medida utilizada para calcular el promedio de ingresos que obtiene cada ciudadano en un país. Dicho de otro modo, muestra el promedio de ganancias de una persona para su sustento. Este indicador se obtiene dividiendo el ingreso nacional total entre el número total de habitantes del país.

Utilizar el ingreso per cápita como indicador de la riqueza o estabilidad económica de un territorio es lógico, ya que este cálculo vincula el ingreso nacional (medido por el PIB en un período determinado) con la población del lugar.

PEA, Empleo, Subempleo y Desempleo: Según el DANE (2012) “Población Económicamente Activa (PEA) o Fuerza de Trabajo: está compuesta por todas las personas que aportan su trabajo (lo consigan o no) para producir bienes y servicios económicos, definidos según y cómo lo hacen los sistemas de cuentas nacionales durante un período de referencia determinado.”

2.1.3 Aspectos ambientales

Sostenibilidad: Según la norma ISO 14001:2015 revisada, una organización sostenible es capaz de generar valor económico, ambiental y social en el corto y largo plazo, lo que contribuye al bienestar y progreso de las generaciones actuales y futuras.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): La responsabilidad social empresarial (RSE) es vista como un enfoque de gestión adoptado por muchas empresas. Este enfoque reconoce la interdependencia entre las empresas y sus colaboradores, con el objetivo de lograr beneficios mutuos. Además, las empresas deben esforzarse por armonizar sus actividades de producción y comercialización con la rentabilidad económica, el bienestar de la sociedad y la protección del medio ambiente.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSC) es fundamental para establecer un modelo que aporte valor, que permita a las empresas mejorar su perspectiva en la comunidad y servir como ejemplo positivo para la sociedad. Además, para promover un entorno más limpio y verde, las empresas deben comprometerse plenamente con la sociedad y el entorno en el que operan, ya que son responsables de gran parte de los contaminantes y residuos que afectan a la salud humana.

Hoy en día, los temas relacionados con el medio ambiente han cobrado mayor relevancia en el desarrollo empresarial. Factores como la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa han impulsado a las empresas a modificar sus prácticas para satisfacer las demandas sociales. Esto puede ocurrir a través de regulaciones o iniciativas promovidas por organizaciones ambientalistas y otros actores. Estas iniciativas buscan reducir los patrones de consumo y están motivando a las empresas a adoptar medidas de responsabilidad social y ambiental.

2.1.4 Caracterización

Planificar investigaciones implica identificar los diversos grupos o tipos dentro de la población estudiada, considerando cómo evolucionan los sistemas productivos y cómo responden a los avances tecnológicos. La caracterización se centra en describir las principales características e interacciones de las organizaciones, mientras que la tipificación se ocupa de agrupar las características observadas para formar posibles categorías o grupos.

Formación: La palabra formación como tal tiene diversas acepciones entre las que podemos encontrar la acción y efecto de moldear o formar, como es el caso de las reuniones de tropas militares o como menciona Ferry quien considera la formación como una institución. ya que es la

formación o unión de diversos aspectos como proyectos, programas, certificaciones, prácticas diversas, encargados de realizar la capacitación, etc.

Según Díaz (1998)

“La formación se refiere al proceso de generación y desarrollo de competencias especializadas, cognitivas y socio-afectivas, que producen diferencias de especialización entre los individuos; es decir, a la posibilidad de realización social, intelectual y personal del sujeto, de su crecimiento.” (p. 111)

En cuanto a la formación universitaria, Ferrada argumenta que no se limita a impartir conocimientos especializados a los estudiantes ni a guiarlos en la construcción de métodos y enfoques. También abarca la acción en todos los demás aspectos inherentes al ser humano.

2.2 Desarrollo segundo objetivo

En esta fase se recopiló toda la información necesaria para realizar la caracterización social, económica y ambiental. Se realizó una encuesta mediante la herramienta Google Forms, la cual fue enviada a cada uno de los egresados de la carrera de negocios de la Universidad Mariana que formaron parte de la base de datos. La encuesta se distribuyó por correo electrónico, también se utilizó la aplicación de mensajería WhatsApp, llamadas telefónicas y la entrega de encuestas por correo electrónico.

Se tuvo en cuenta el número total de egresados de negocios del periodo 2015-2021, lo que representó una población real de 142 personas para la aplicación de la encuesta. Se seleccionó una muestra de 72 egresados, que incluyó tanto estudiantes de pregrado, posgrado y maestría de los distintos programas que ofrece la Universidad Mariana.

Las siguientes condiciones llevaron a la determinación de la población final de estudio:

- De la totalidad de egresados registrados en la base de datos proporcionada, la información de contacto no estaba actualizada en los sistemas de información y comunicación de la Universidad.
- Las condiciones laborales en las que se pueden encontrar los egresados de pregrado, posgrado y maestría son inestables, lo que puede influir en el desarrollo de sus actividades y en el lugar de residencia.
- La emergencia sanitaria del COVID-19 llevó al cierre de muchos emprendimientos y el llevar a cabo un seguimiento en tiempo real es de alta complejidad, no se contaba con estos registros.
- El acceso a información de contacto cada vez es más protegido por determinaciones del Estado, por lo que acceder a los datos de manera indirecta, o al consultar archivos públicos o privados, la información está protegida y resulta difícil de acceder.

Resumiendo: Se cuenta con una muestra de 72 egresados de distintas facultades y programas de la universidad, todos registrados en la base de datos institucional con información actualizada, lo que permite contactarlos a través de teléfono, WhatsApp y correo electrónico.

Tabla 2.

Tamaño real de la población

Facultad a la que pertenece:	Tamaño real de la población
Ciencias contables, económicas y administrativas	34
Ciencias de la salud	16
Educación	1
Humanidades y ciencias sociales	4
Ingeniería	17
Total general	72

En el estudio realizado con una población total de 142 egresados de la Universidad Mariana, no se logró establecer contacto con 42 egresados pertenecientes a los distintos programas de la universidad. Esta situación se atribuye a la falta de seguimiento de egresados y a la ausencia de una

base de datos actualizada con información de contacto precisa. Como consecuencia, no fue posible establecer comunicación con los egresados a través de canales como WhatsApp, llamadas telefónicas o correos electrónicos.

Por otro lado, se logró contactar a algunos egresados mediante diversos medios, quienes informaron que sus empresas habían sido liquidadas. En este grupo se identificaron 13 empresas cerradas o liquidadas. Las posibles causas de estas liquidaciones incluyen, entre otros factores, el desconocimiento del negocio, la falta de conocimientos sobre procesos administrativos, la gestión de mercados y la escasez de recursos, según un informe de la Cámara de Comercio de Bogotá sobre las razones por las que las empresas pueden cerrar.

Es de mencionar que otro factor que contribuyó al cierre de muchas PYMES fue la emergencia sanitaria del COVID-19, ya que las medidas tomadas por el gobierno nacional afectaron de gran manera a la economía y por ende al sector empresarial.

Como se observa en la tabla, se presentan los datos de la población final de egresados registrada por facultades.

Tamaño real de la población egresada por facultad

Tabla 3.

Tamaño real de la facultad de Ciencias contables, económicas y administrativas

Facultad	Programa académico	Tamaño de la población
Ciencias contables, económicas y administrativas	Administración de negocios internacionales	19
	Contaduría pública	3
	Especialización en Alta Gerencia	1
	Maestría en Administración	1
	Maestría en Gerencia y Auditoría Tributaria	1
	Mercadeo	9
Subtotal Ciencias contables, económicas y administrativas		34

Tabla 4.

Tamaño real de la población egresada de la Facultad de Ciencias de la salud

Facultad	Programa académico	Tamaño de la población
Ciencias de la salud	Enfermería oncológica	2
	Especialización en Enfermería para el Cuidado en Estado Crítico	3
	Especialización en Gerencia en la Seguridad y Salud en el Trabajo	1
	Fisioterapia	3
	Nutrición y dietética	1
	Tecnología en regencia de farmacia	2
	Terapia ocupacional	4
Subtotal Ciencias de la salud		16

Tabla 5.

Tamaño real de la población egresada de la Facultad de Educación

Facultad	Programa académico	Tamaño de la población
Educación	Maestría en pedagogía	1
Subtotal educación		1

Tabla 6.

Tamaño real de la población de la Facultad de Humanidades y Ciencias sociales

Facultad	Programa académico	Tamaño de la población
Humanidades y ciencias sociales	Comunicación social	3
	Derecho	1
Subtotal humanidades y ciencias sociales		4

Tabla 7.

Tamaño real de la población egresada de la Facultad de Ingeniería

	Programa académico	Tamaño de la población
Ingeniería	Ingeniería ambiental	3
	Ingeniería civil	1
	Ingeniería de procesos	8
	Ingeniería en sistemas	3
	Ingeniería Mecatrónica	2
	Subtotal ingeniería	17

De acuerdo con la información anterior, podemos observar que la mayoría de los graduados en negocios provienen de la facultad de contabilidad, economía y ciencias administrativas, con un 47% de representación. Le siguen la Facultad de Ingeniería y la Facultad de Ciencias de la Salud, con un 24% y 23% respectivamente. Las facultades con menor participación fueron la facultad de humanidades y ciencias sociales, con un 5%, y la facultad de educación, con apenas un 1%.

En este objetivo se realiza la caracterización de los egresados empresarios en los ámbitos, sociales, económicos y ambientales. Para cada uno de los diferentes emprendimientos y programas.

2.2.1 Caracterización social

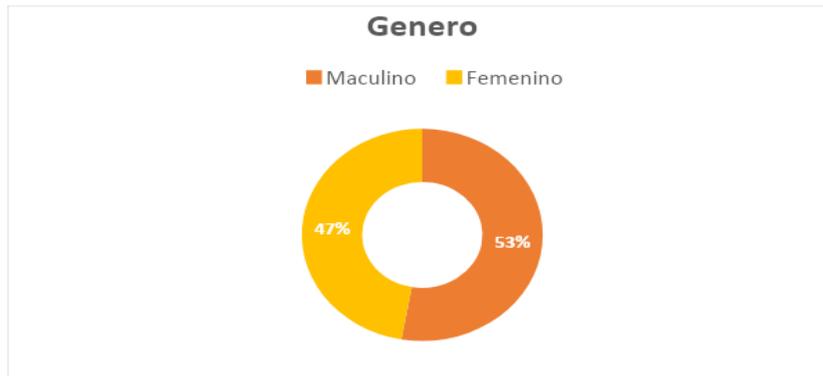
Por medio de la caracterización social se pretende establecer diferentes variables demográficas de los egresados empresarios de la Universidad Mariana de la ciudad de Pasto.

Para llevar a cabo esta caracterización social se tuvieron en cuenta los 72 egresados empresarios de las facultades de ciencias contables, económicas y administrativas, ciencias de la salud, educación, humanidades y ciencias sociales e ingeniería, población final y quienes dieron respuesta a la encuesta.

En esta sección se abordaron características como edad, estrato socioeconómico, condición laboral antes de emprender, facultad a la que pertenece, último nivel de formación, aplicación de conocimientos e incidencia de la Universidad Mariana en la creación de empresa. La identificación de estas variables nos permitió determinar los perfiles de los egresados de la Universidad Mariana en relación con su nivel académico, laboral y socio económico actual.

Gráfica 1.

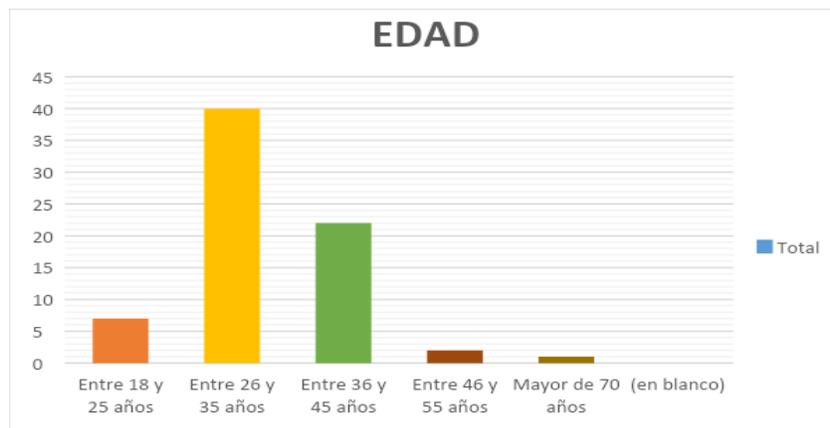
Género



Los datos muestran una distribución de género relativamente equilibrada entre los emprendedores de la Universidad Mariana, con una leve representación mayoritaria de hombres (53%) frente a las mujeres (47%). Esto sugiere un interés similar en el emprendimiento entre ambos géneros en el contexto de la universidad.

Gráfica 2.

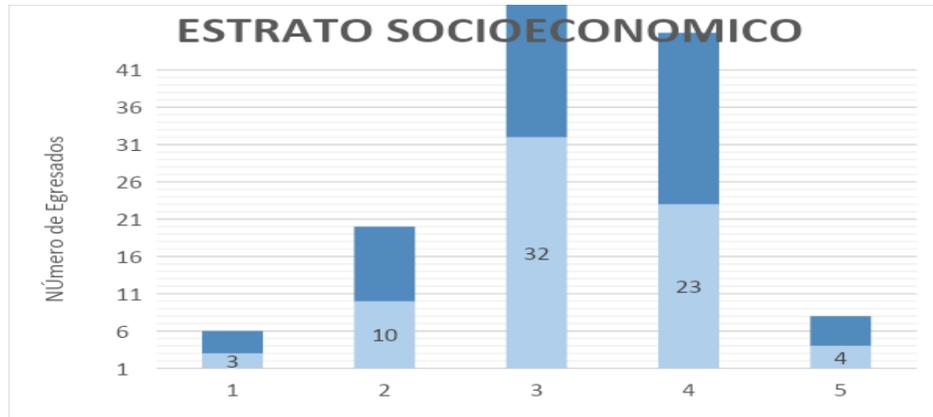
Edad



De los 72 encuestados, el mayor porcentaje, un 55%, se sitúa en el rango de edad de 26 a 35 años. Le sigue el 30% de los encuestados que se encuentran en el grupo de edad de 36 a 45 años. El 9% pertenece al rango de edad de 18 a 25 años, mientras que solo el 1% corresponde a personas mayores de 70 años, siendo este el porcentaje más bajo.

Gráfica 3.

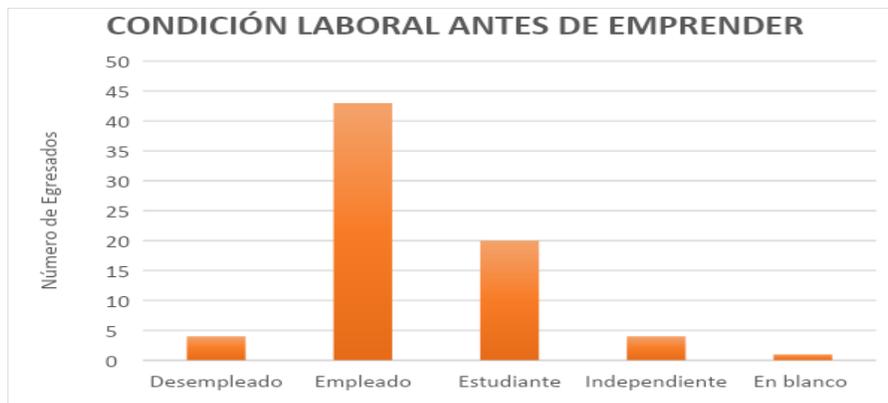
Estrato socioeconómico



El 44% de los encuestados pertenece al estrato 3, seguido por el 32% que corresponde al estrato 4. El estrato 2 representa el 14% de la muestra, mientras que el estrato 1 solo cuenta con un 4%. Es importante destacar que la mayoría de los egresados empresarios de la Universidad Mariana se ubican en los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.

Gráfica 4.

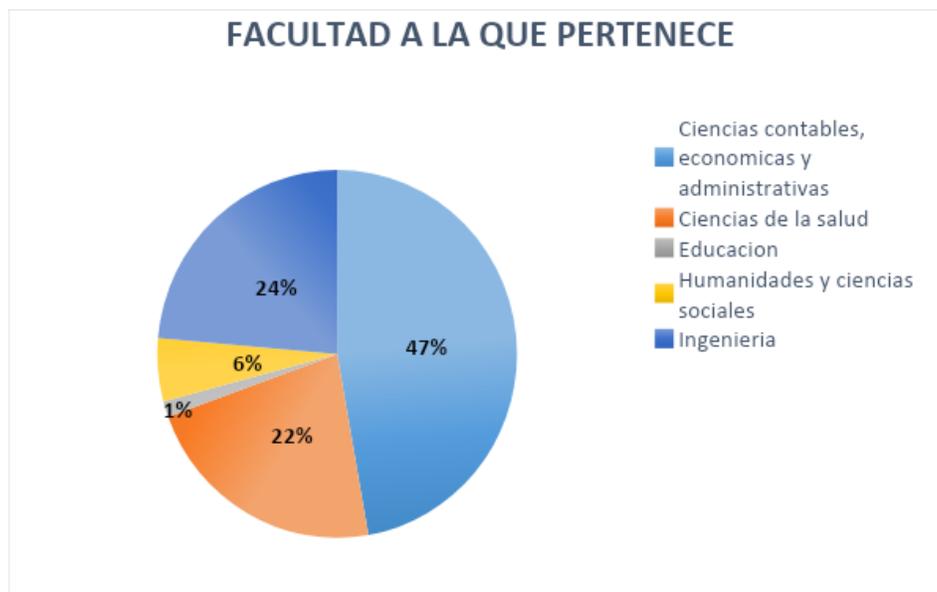
Condición laboral antes de emprender



Del total de encuestados. el 60% indican que eran empleados antes de emprender, el 28% indican que eran estudiantes en ese momento. Además, el 6% de los encuestados se identificaron como desempleados, al igual que otro 6% que manifestaron ser independientes. Además, hubo un 1% que optó por no responder. Es relevante señalar que la mayoría de los egresados empresarios eran empleados o estudiantes cuando tomaron la decisión de emprender.

Gráfica 5.

Facultad a la que pertenece



La facultad de Ciencias contables, económicas y administrativas tienen la mayor representación de egresados que han seguido el camino de emprender con un 47%, seguido de Ingeniería y Ciencias de la salud con 24% y 22% respectivamente, con un 6% la facultad de Humanidades y ciencias sociales. La facultad que menos representación de emprendedores tiene es educación con un 1%.

Gráfica 6.

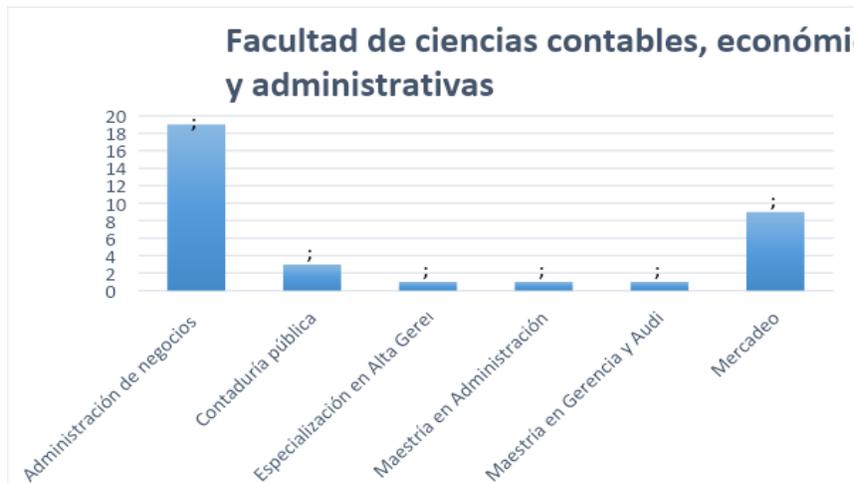
Ultimo nivel de formación



El análisis de los niveles educativos de los encuestados revela que el 54% de los egresados ostenta el título profesional. Este grupo es seguido por aquellos que poseen una especialización, representando el 25%, mientras que el 21% restante cuenta con una maestría.

Gráfica 7.

Facultad de ciencias contables, económicas y administrativas por programa

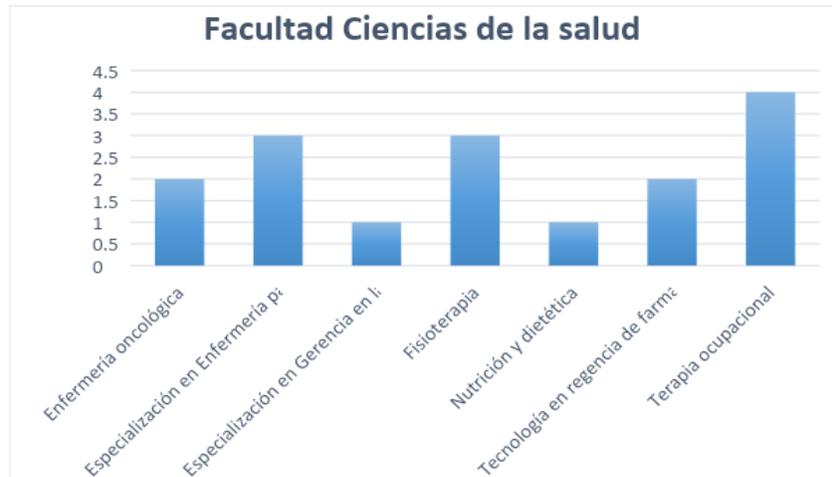


En el ámbito de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, los programas más destacados son Administración de Negocios Internacionales, que cuenta con el 56% de los egresados, Mercadeo con el 26%, Contaduría Pública con el 9%, y, finalmente, la

Especialización en Alta Gerencia, la Maestría en Administración, y la Maestría en Gerencia y Auditoría Tributaria, cada uno con el 3%.

Gráfica 8.

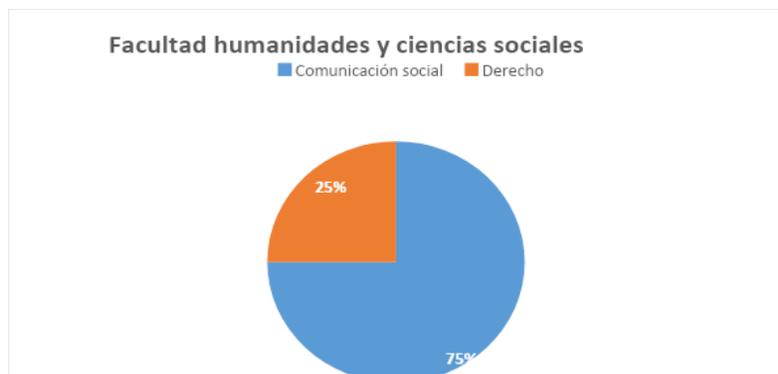
Facultad de ciencias de la salud por programa



La facultad de Ciencias de la salud de la Universidad Mariana destaca por sus programas de alta calidad, entre los programas más destacados se encuentran Terapia Ocupacional representado por un 25% de los encuestados, seguido de Especialización en Enfermería para el Cuidado en Estado Crítico con un 19% de egresados, Fisioterapia con un 13%, Nutrición y Dietética 6%, y Especialización en Gerencia en la Seguridad y Salud en el Trabajo representado con un 6%.

Gráfica 9.

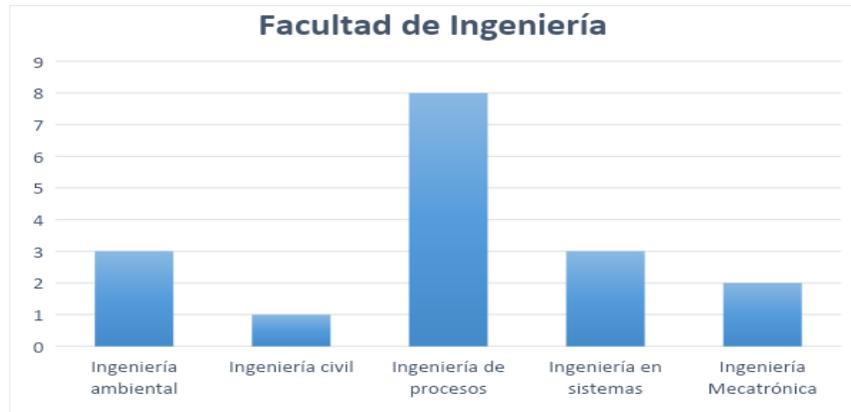
Facultad de humanidades y ciencias sociales por programa



La facultad de Humanidades y Ciencias Sociales presenta una marcada concentración de egresados empresarios en su programa de Comunicación social con un 75%, mientras que Derecho cuenta con el 25% de la totalidad de egresados empresarios.

Gráfica 10.

Facultad de Ingeniería por programa



En la Facultad de Ingeniería, los programas más destacados son Ingeniería de Procesos, con el 47% de los egresados; Ingeniería Ambiental e Ingeniería de Sistemas, cada uno representados con un porcentaje de 18%; Ingeniería Mecatrónica, con el 12%; e Ingeniería Civil, con el 6%.

Gráfica 11.

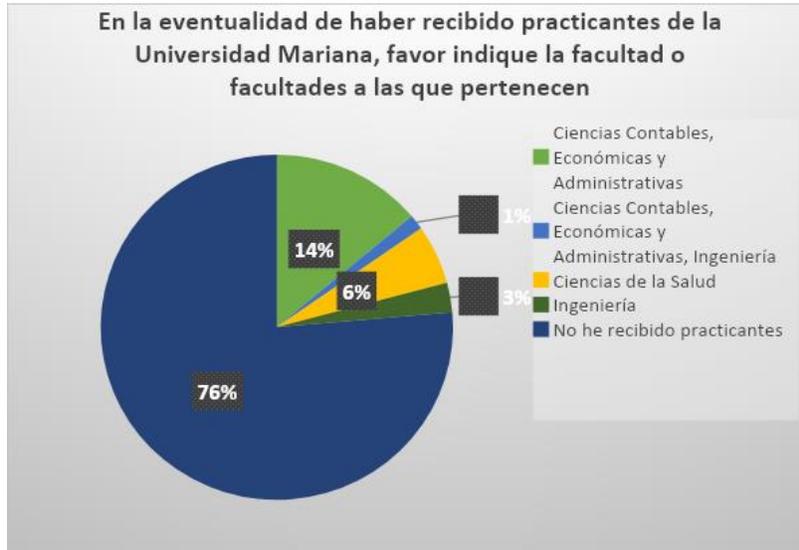
Empresarios interesados en recibir practicantes de la Universidad Mariana



Del 100% (72) de los encuestados el 82% (59) tienen un interés en recibir practicantes de la Universidad Mariana en sus empresas y el 18% indican que no tienen ningún interés por recibir los practicantes de los diferentes programas.

Gráfica 12.

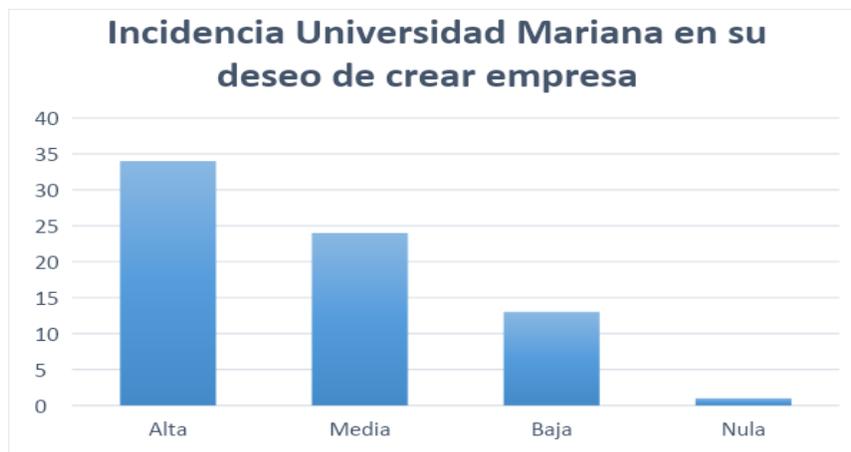
Empresarios que han recibido practicantes de la Universidad Mariana por programa



De la totalidad de los empresarios encuestados, el 76% indicó que no han recibido practicantes de la Universidad Mariana. Del 24% que sí han recibido practicantes, el 14% corresponde a practicantes del programa de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, con un total de 10 practicantes. Además, un 6% ha recibido practicantes del programa de Ciencias de la Salud, con un total de 4 practicantes, y solo un 3% ha recibido practicantes del programa de Ingeniería, sumando 2 practicantes.

Gráfica 13.

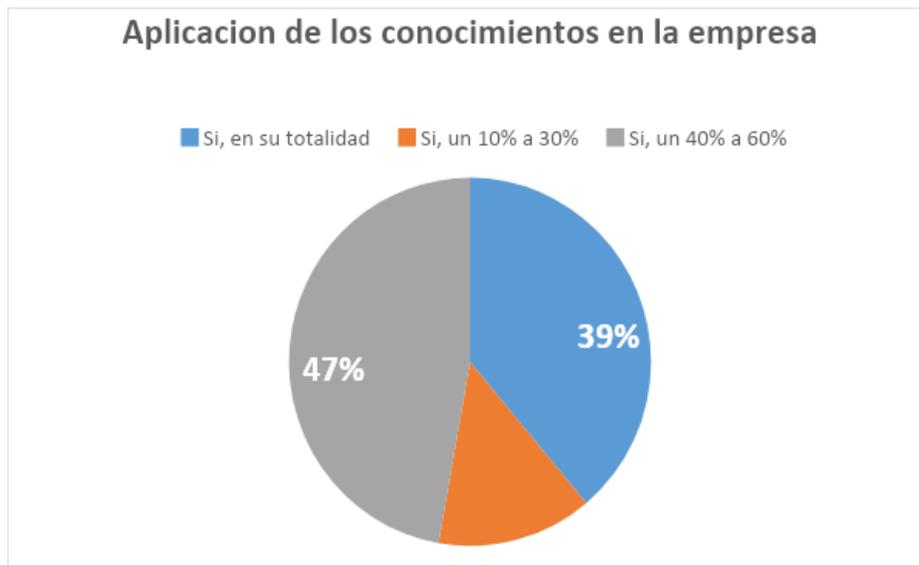
Incidencia de la Universidad Mariana en la creación de empresa



De la totalidad de encuestados el 47% dio una calificación alta, 33% calificación media, 18% calificación baja y tan solo el 1% calificación nula. Se puede decir que la incidencia de la Universidad Mariana en los egresados empresarios en su deseo de crear empresa fue positiva debido a que el 47% de los encuestados dieron una calificación alta y 33% dieron una calificación media, es decir el 80% de los encuestados dieron una calificación media-alta.

Gráfica 14.

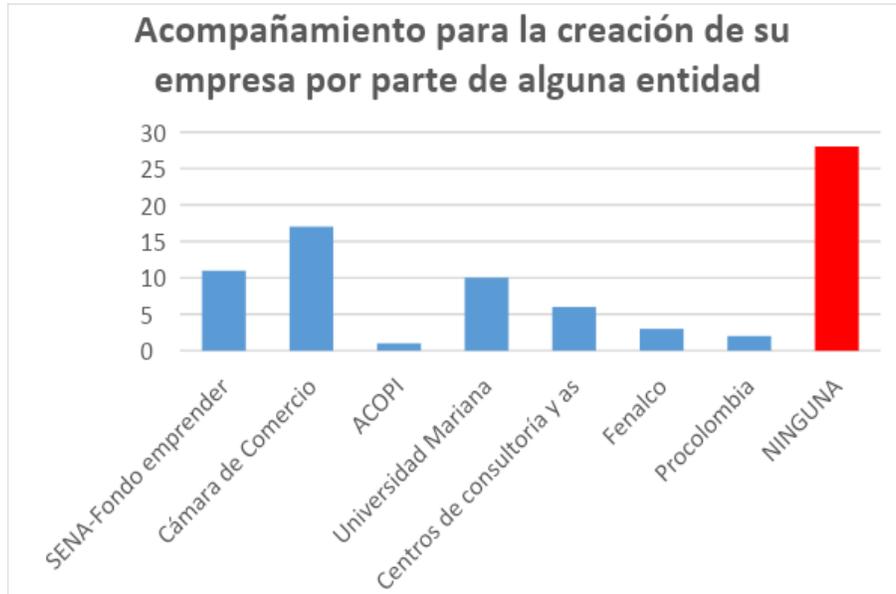
Aplicación de los conocimientos recibidos en sus empresas



La mayoría de encuestados respondieron que aplicaron todos los conocimientos obtenidos en la Universidad para su empresa representados con 47%, 39% respondieron que aplicaron entre un 40% y 60% sus conocimientos a la empresa y finalmente el 14% de encuestados respondieron que aplicaron entre un 10% y 30% sus conocimientos a la empresa.

Gráfica 15.

Acompañamiento recibido para la creación de empresa por parte de alguna entidad



Un dato muy relevante es que la mayoría de los encuestados, representados con un 36%, manifiestan no haber recibido ningún tipo de acompañamiento de ninguna entidad al iniciar su proyecto emprendedor. Entre las entidades más relevantes que sí brindaron apoyo, destaca la Cámara de Comercio con un 22%, seguida por el SENA-Fondo Emprender y la Universidad Mariana, con un 14% y un 13% respectivamente. Es posible afirmar que muchos de los egresados probablemente desconocían los beneficios y el acompañamiento que estas entidades podrían ofrecer.

2.2.2 Análisis caracterización social

Estos resultados nos proporcionan un profundo entendimiento del perfil de los egresados empresarios de la Universidad Mariana y sus tendencias actuales. Es esencial realizar una caracterización detallada de los egresados, ya que esto nos permite comprender mejor sus preferencias y evaluar si las acciones llevadas a cabo por la universidad están alineadas con sus necesidades, como lo destacan Rodríguez y Rojas (2015) en su trabajo sobre el perfil de los estudiantes de bibliotecología y ciencias de la Información de la Universidad de Costa Rica, en la “Revista Estudios” de Costa Rica para el año 2015, la cual afirma que este es un “Trabajo en el cual

se destaca la importancia de conocer las características del estudiante, en tanto permite la toma de decisiones a lo interno de la unidad académica, así como dentro de la Universidad en general” (Rodríguez y Rojas, 2015, p. 11).

El análisis revela que el género masculino representa el mayor porcentaje de los egresados encuestados, con un 53% de hombres y un 47% de mujeres, aunque es importante tener en cuenta que solo se encuestó al 60% de la población inicial prevista para la investigación.

En el contexto laboral colombiano, uno de los desafíos principales es la dificultad para encontrar empleo, especialmente en función de la edad. Se observa que, mientras que los jóvenes enfrentan obstáculos para acceder a determinadas posiciones, las personas de mayor edad, con un alto nivel de estudios y experiencia, pueden ser vistas como más favorables para ciertos roles. Esto crea una tensión en las empresas, que buscan combinar juventud y experiencia en sus contrataciones.

El promedio de edad de los encuestados se sitúa entre los 26 y 35 años, con edades que oscilan entre los 18 y más de 70 años. Esta distribución sugiere que los egresados se encuentran en una etapa óptima para seguir formándose y emprendiendo, lo que concuerda con las problemáticas actuales del mercado laboral.

En cuanto a la distribución por facultades, la mayoría de los egresados empresarios provienen de la facultad de ingeniería y la facultad de ciencias de la salud. Esto puede atribuirse a una formación más enfocada en emprendimiento en la primera facultad, lo que les brinda a los egresados una base sólida para iniciar sus propios negocios.

El estudio también reveló que el 47% de los encuestados considera que la Universidad Mariana tuvo una alta incidencia en su deseo de emprender, lo que indica un respaldo significativo por parte de institución educativa. Además, se destaca que entre el 40% y 60% de los egresados aplicaron los conocimientos adquiridos en la universidad en sus emprendimientos, mientras que un 39% afirma haberlos aplicado en su totalidad. Estas caracterizaciones buscan generar un sentimiento de respaldo y apoyo por parte de la institución educativa hacia sus estudiantes.

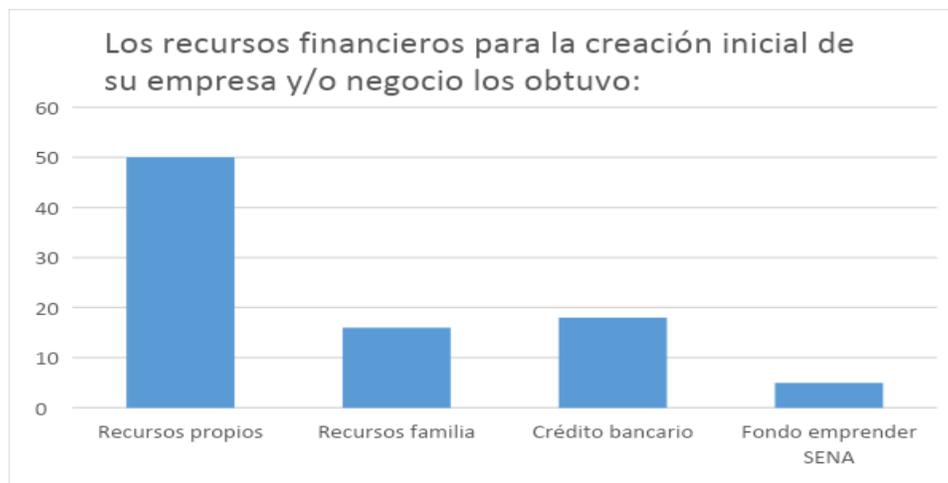
2.2.3 Caracterización económica

En lo que respecta a la caracterización económica, se realiza un análisis de diversas variables, tales como los recursos financieros empleados para la creación de la empresa, el capital inicial disponible, y si se ha recibido apoyo financiero por parte de alguna entidad, entre otros aspectos. Adicionalmente, se busca conocer los sectores en los cuales se desempeñan los egresados.

De igual manera esta caracterización se realizó con la población final de 72 egresados empresarios de las diferentes facultades de la universidad, teniendo en cuenta la situación actual de los egresados, sus condiciones laborales y económicas y su desempeño en el medio.

Gráfica 16.

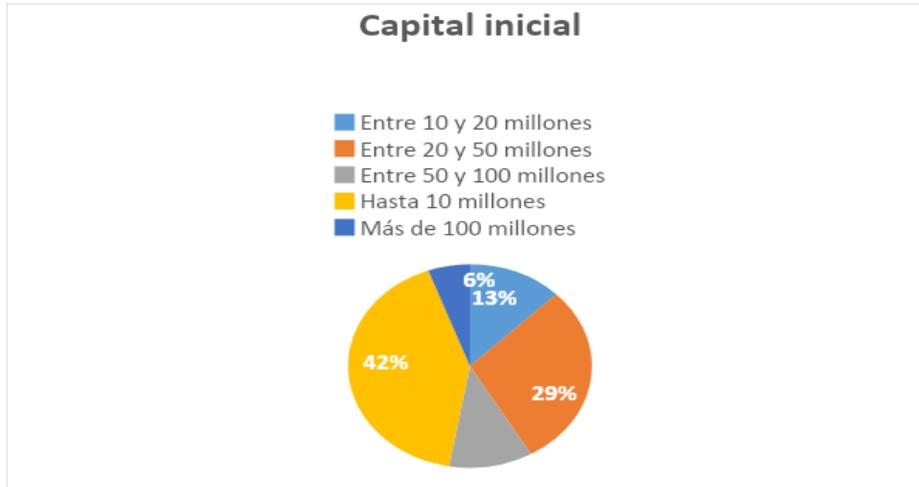
Obtención de recursos para la creación de su empresa y/o negocio



De la totalidad de encuestados, el 56% financió su emprendimiento con recursos propios, lo que sugiere que más de la mitad de los encuestados contaban con los recursos necesarios para iniciar su empresa sin depender de fuentes externas. Además, el 20% optó por el crédito bancario, el 18% utilizó recursos familiares y 6% recurrió al fondo emprendedor- SENA. Esta distribución es el resultado de una tendencia hacia la autosuficiencia financiera entre los egresados empresarios de la Universidad Mariana, así como puede ser el reflejo de falta de conocimiento e información de las ayudas que pueden brindar terceros.

Gráfica 17.

Capital inicial



De la totalidad de encuestados, el 42% necesitan al menos 10 millones de pesos para arrancar con su empresa, seguido del 29% que requeriría entre 20 y 50 millones de pesos. Además, el 12% entre 10 y 20 millones, mientras que el 11% manifestó necesitar entre 50 y 100 millones de pesos. Solo el 6% necesita más de 100 millones de pesos para arrancar su empresa. Información que ofrece una visión clara de las necesidades financieras de los egresados empresarios de la Universidad Mariana al inicio de sus proyectos emprendedores.

Gráfica 18.

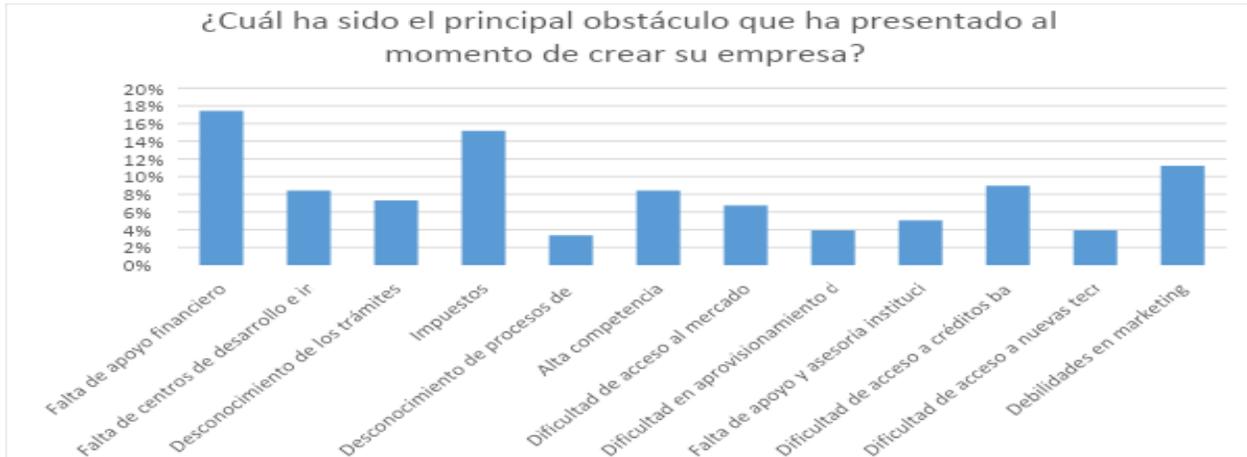
Apoyo financiero recibido por parte de alguna entidad



La mayoría de encuestados no ha recibido apoyo financiero de ninguna entidad. No obstante, entre las entidades que más han respaldado financieramente a los egresados empresarios se encuentran: SENA-Fondo Emprender, Innpulsa, Procolombia y la Cámara de Comercio.

Gráfica 19.

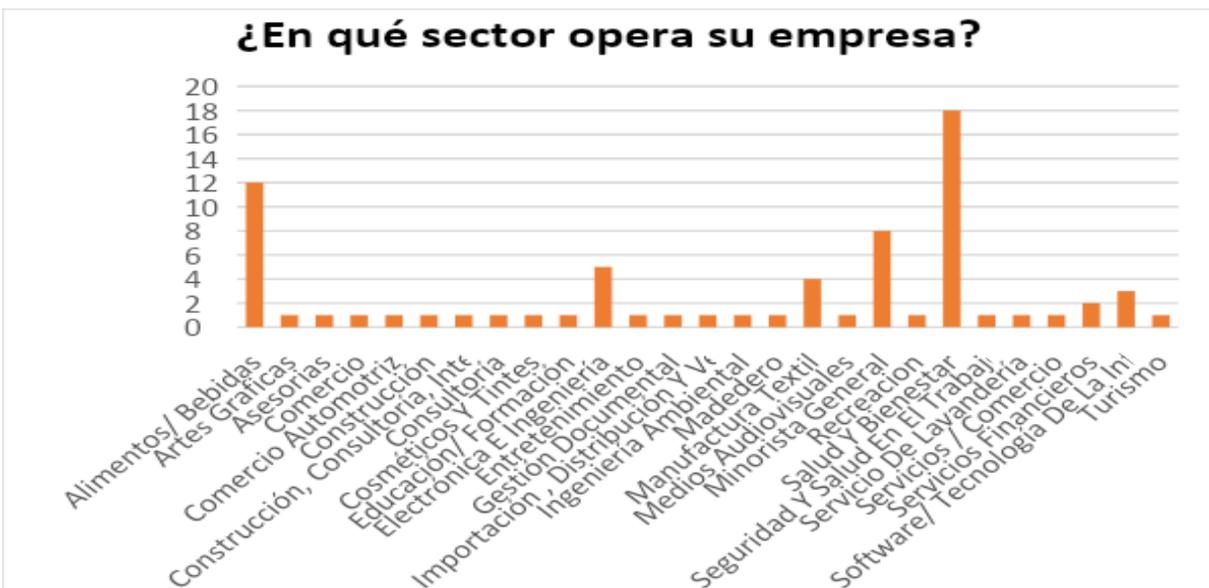
Obstáculos presentados al momento de crear la empresa



Los principales obstáculos identificados por los emprendedores son la falta de apoyo financiero representado por un 17% de la totalidad de las respuestas, los impuestos con un 15%, las debilidades de marketing 11% y la falta de centros de desarrollo e innovación empresarial representado con un 8%. La alta competencia y la dificultad de acceso a créditos bancarios representados cada uno con 8%. Estos obstáculos, en muchos casos interrelacionados, dificultan el crecimiento y éxito de los emprendimientos.

Gráfica 20.

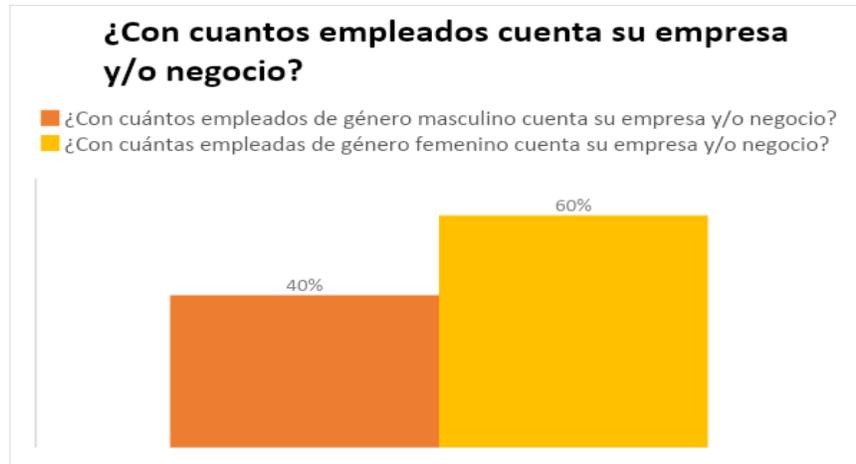
Sector en el que operan las empresas



En el sector donde se desempeñan la mayoría de las empresas es en el sector salud con un 25% del 100% de las empresas, seguido del sector de alimentos y bebidas con un porcentaje de participación del 17%, minorista general es otro porcentaje para destacar ya que son el 11% y por último se encuentra el sector de electrónica e ingeniería dentro de los sectores más representativos.

Gráfica 21.

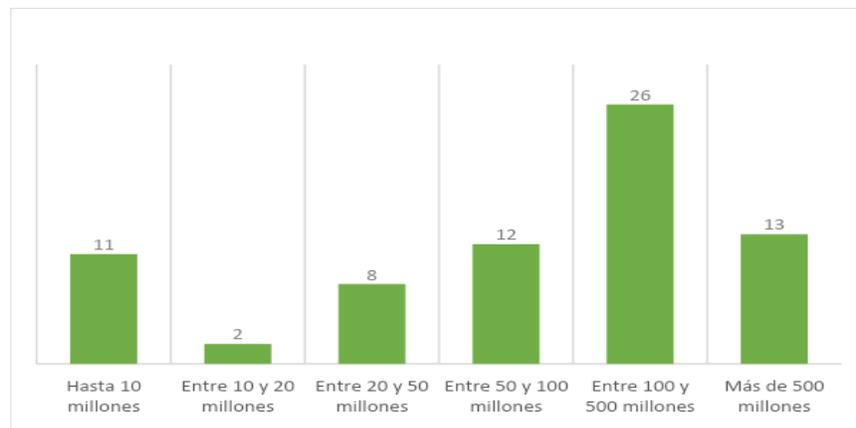
Número de empleados con que cuenta la empresa o negocio



Del 100% (815) de los empleos generados por los egresados empresarios, el 40% (323) de los empleos corresponden al género masculino y el 60% (492) corresponde al género femenino, en promedio cada empresa está generando 11 empleos aproximadamente.

Gráfica 22.

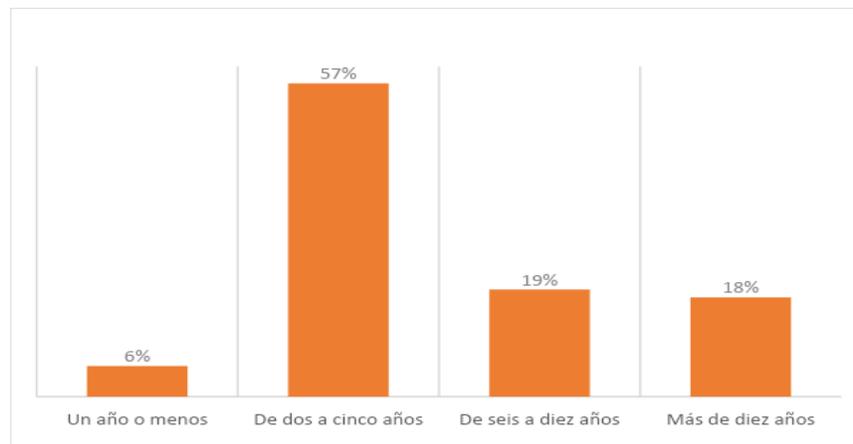
Valor actual estimado del negocio



Actualmente, el 36% del total de empresas tienen un valor estimado entre 100 y 500 millones. Le siguen las empresas valoradas en 500 millones, representando el 18%. Aquellas con un valor entre 50 y 100 millones constituyen el 17% mientras que el 11% de las empresas tienen un valor actual de entre 20 y 50 millones de pesos.

Gráfica 23.

Tiempo de las empresas que llevan ejerciendo su actividad en el mercado



Esta información puede ir ligada con el valor actual de la empresa, es así como el 57% (41) de los encuestados indican que llevan ejerciendo su actividad económica en el mercado entre 2 a 5 años, el 19% (14) lleva de seis a diez años, el 18% (13) más de diez años y el 6% (4) lleva un año o menos ejerciendo su actividad, esto muestra como resultado que la mayoría de las empresas son nuevas en el sector

2.2.4 Análisis caracterización económica:

Lo que las personas buscan al momento de ingresar a una institución de educación superior es que, una vez terminado este proceso, se logre encontrar una estabilidad tanto financiera como laboral esto como parte del cumplimiento de las metas que tiene cada persona.

Por medio de la caracterización económica se busca la identificación de las condiciones de los egresados en la sociedad y cuáles son sus aportes a la misma. Es de importancia mencionar que

solo se muestran resultados de egresados que aún se encuentran activos o aún registran actividad de sus empresas.

Las características de las empresas vinculadas a los egresados sugieren que pertenecen a la categoría de pequeñas y medianas empresas. Según la Ley 905 de 2004, las medianas empresas son aquellas con entre 51 y 200 empleados, mientras que las pequeñas empresas tienen entre 11 y 50 empleados. Gómez (2011) destaca que las PYMES constituyen más del 90% de las entidades económicas, generan el 75% de los nuevos empleos y representan el 53% de la producción bruta en los sectores industrial, comercial y de servicios. Esto subraya su importancia en la economía nacional, tanto por su número como por su significativa contribución al empleo en el país.

Con lo que respecta a los sectores en los cuales se desempeñan las empresas es de destacar al sector de salud y bienestar siendo el sector de servicios que abarca la mayor parte de los egresados con un 25%, seguido del sector de alimentos y bebidas con un 17%, sector que tiene una gran presencia en el país así como lo afirma un informe realizado por la empresa Informa Colombia, que hasta el 2022 se encontraban más de 5 millones de empresas en el país, de las cuales un 58.9% de estas son compañías activas las cuales se encuentran distribuidas en tres sectores que más han aportado a la economía, como lo es el sector de comercio (37.4%), alojamiento y servicios de comida (11%), e industrias manufactureras (10%). Aun así, los resultados nos dejan ver que los egresados se desempeñan en 14 sectores económicos, los cuales son: alimentos y bebidas, asesorías, construcción, comercio automotriz, cosméticos y tintes, electrónica e ingeniería, gestión documental, ingeniería ambiental, manufactura textil, minorista general, salud y bienestar, servicio de lavandería, servicios financieros y turismo.

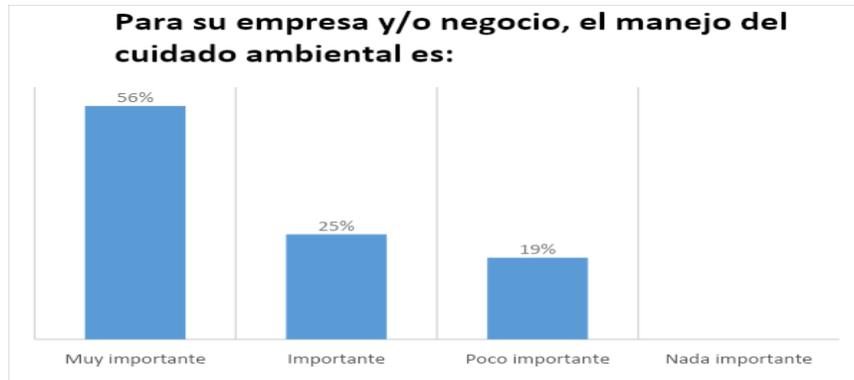
2.2.5 Caracterización ambiental

La caracterización ambiental tiene como objetivo identificar, evaluar y comprender el impacto ambiental de las actividades realizadas por empresas e industrias en su entorno, A través de esta caracterización, se busca obtener información detallada sobre los procesos ambientales de las organizaciones, incluyendo el consumo de recursos naturales, el tratamiento de residuos, el reciclaje, la utilización de recursos y la reutilización de materiales, entre otros.

Esta caracterización se llevó a cabo con la población de 72 egresados de la Universidad Mariana quienes manifestaron que aún se encuentran activas sus empresas, se tendrá en cuenta el sector en donde se desempeña la empresa, actividades empleadas para la protección del medio ambiente y la importancia del cuidado ambiental para sus empresas.

Gráfica 24.

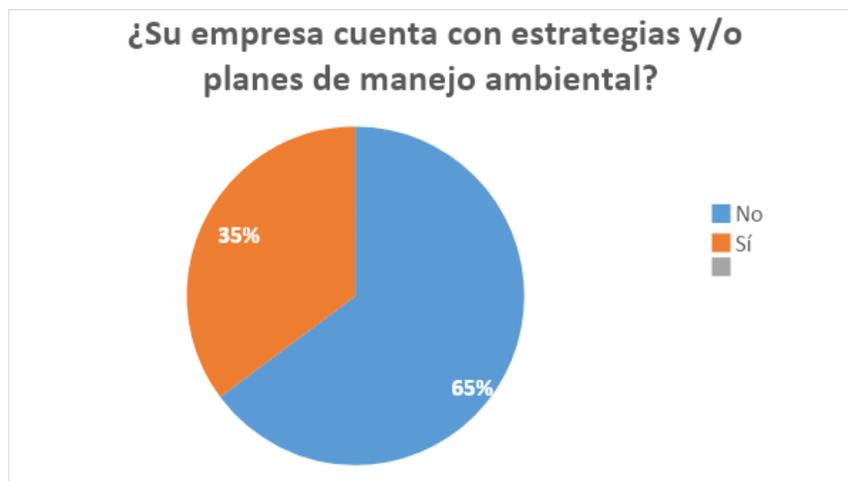
Importancia del cuidado ambiental en las empresas y/o negocios



Del 100% de los empresarios el 56% manifiestan que para sus empresas el manejo ambiental es muy importante, el 25% indica que es importante y el 19% manifiesta que es poco importante, esto se debe a los impactos positivos al que se generan frente al medio ambiente, además de considerarse como una obligación dentro de las ISO 14001.

Gráfica 25.

¿Su empresa cuenta con estrategias de cuidado ambiental?



De la totalidad de egresados encuestados, el 65% manifiesta que dentro de sus empresas cuentan con estrategias y/o planes de manejo ambiental, el otro 35% informan que no tienen ningún tipo de estrategia o plan de manejo ambiental implementado en sus empresas.

Es importante señalar que la facultad a la que pertenecen los egresados está relacionada con la importancia que le atribuyen a la implementación de estrategias y planes de manejo ambiental. Según los resultados de la encuesta, los egresados de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas muestran un mayor compromiso con el cuidado del medio ambiente. De los 34 egresados encuestados, 15 calificaron el manejo ambiental como muy importante, 11 lo consideraron importante y 8 lo vieron como poco importante. En segundo lugar, están los egresados de la Facultad de Ingeniería, con un total de 16 personas; 12 indicaron que el manejo ambiental es muy importante, 2 lo consideraron importante y 3 lo vieron como poco importante. La Facultad de Ciencias de la Salud también cuenta con 16 egresados; 11 de ellos consideran el manejo ambiental como muy importante, 2 como importante y 3 como poco importante. La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, con 4 egresados, tiene a 1 persona que considera el cuidado ambiental como muy importante, 1 como importante y 2 como poco importante. Finalmente, en la Facultad de Educación, se recibió la respuesta de un egresado, quien indicó que el manejo ambiental es muy importante para su empresa.

Así mismo el sector en el que se encuentra la empresa tiene una gran influencia en que se tenga o no estrategias y/o planes de manejo ambiental, los egresados de la Universidad Mariana están desempeñándose en 27 sectores diferentes, como el comercio, alimentos o bebidas, construcción, consultoría, educación, electrónica, manufactura, minorista, recreación, salud, entre otros. De los cuales el sector de salud y bienestar es el que más se destaca ya que de las 18 empresas que se encuentran en este sector 11 empresas manifiestan que no tienen estrategias o planes de manejo ambiental, el sector de alimentos y/o bebidas es otro sector a destacar ya que de la totalidad de empresas 6 manifiestan que no cuentan con estrategias o planes de manejo ambiental y 6 manifiestan que si cuentan con las estrategias necesarias para el cuidado ambiental, en el sector minorista se observa que de las 8 empresas 5 respondieron de manera negativa y 3 empresas respondieron de manera positiva, los anteriores sectores son los más destacables ya que son donde más se concentran el mayor número de empresas.

Gráfica 26.

Actividades realizadas por las empresas y/o negocios para la protección y cuidado del medio ambiente



Del 35% de las empresas que indicaron que cuentan con estrategias y/o planes de manejo ambiental y en orden de importancia se destaca el reciclaje el cual se lleva a cabo en 10 empresa, seguidamente del manejo de los residuos implementado en 5 empresas, la implementación y uso de artículos bio-degradantes implementado en 4 empresas, 3 empresas manifiestan que realizan la clasificación de los residuos, de igual manera se desarrollan las actividades de recolección de aguas lluvias, aprovechamiento de residuos, sistema de balance social, conversión de residuos para abono y la reutilización de materiales.

2.2.6 Análisis caracterización ambiental

Los resultados de la caracterización ambiental nos permiten determinar el impacto de las empresas en el medio ambiente y cómo estas han implementado planes y estrategias para el cuidado de este.

Actualmente cualquier actividad empresarial afecta de forma directa el cambio climático, por lo que se debe trabajar por mejorar la reducción de emisiones, desarrollar e implementar energías no contaminantes y sostenibles, reutilización de recursos, entre otros, esto con la finalidad de

difundir buenas prácticas en cuanto al cuidado del medio ambiente y las acciones correspondientes contra el cambio climático. Siendo así en este caso, se tendrá en cuenta el sector donde se desarrollan las empresas, las estrategias implementadas para la protección del medio ambiente y el aporte al cuidado que se le da al mismo desde las empresas.

Se puede evidenciar que del 100% de las empresas un 56% considera el manejo y el cuidado ambiental un factor muy importante, sin embargo se recuerda que la totalidad de población encuestada es una pequeña parte de la totalidad de egresados empresarios, por lo que no se puede determinar a ciencia cierta el impacto de este porcentaje, de igual manera el 25% considera que es importante, sin embargo de la totalidad de empresas únicamente el 35% cuenta con estrategias y/o planes de manejo ambiental, un porcentaje bajo teniendo en cuenta que las normativas exigen a las empresas contar con planes de cuidado ambiental.

El adoptar un enfoque ecológico dentro de las organizaciones por la normativa como lo menciona Nueva ISO 14001 del 2015, muchas empresas se ajustan a las regulaciones ambientales principalmente para evitar penalizaciones, lo cual puede ser un factor que motiva la implementación de estas estrategias.

Quienes deben promover esta cultura o este enfoque ecológico son los responsables de las empresas, en otras palabras, la parte directiva, ya que ellos son los que incentivarán a sus colaboradores a crear conciencia sobre el medio ambiente y el aporte que se puede realizar desde su organización, algo a destacar de los resultados obtenidos y realizando cruces para tener información más detallada, se observa que los egresados de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas son los que otorgan mayor prioridad al manejo del medio ambiente. Esto podría deberse a las materias que se abordan durante su formación, que incluyen temas como sostenibilidad, normativas, políticas ambientales y promoción de la responsabilidad social, entre otros.

Rafael Gonzales menciona “El medio ambiente determina las estrategias empresariales sobre la utilización de los recursos. Por lo que dependiendo del grado de conciencia ambiental de un administrador este puede ayudar a la empresa a alcanzar diferentes metas de supervivencia”, es por

esto que se puede afirmar que la responsabilidad frente a la toma de decisiones es de los administradores y de ellos dependerá que una empresa sea exitosa, tenga sus objetivos claros y que las actividades llevadas a cabo por la empresa tengan un impacto en su entorno.

El cuidado ambiental por medio de la implementación de estrategias y planes de manejo del cuidado ambiental pueden llegar a ser más que una obligación por las normativas impartidas, que el tener certificaciones ambientales, les está permitiendo a las empresas ser mucho más competitivas, como lo menciona Soto Sánchez (s,f) en un artículo publicado en el blog del Departamento de Derecho del Medio Ambiente “Las certificaciones ambientales son cada año más usadas por las empresas, pues estas permiten optimizar el trabajo, aumentar su competitividad nacional y extranjera, disminuir el uso de recursos y la contaminación ambiental, mejorar la calidad de tecnología usada y cumplir con los requerimientos legales de tipo ambiental. Jurídicamente es muy beneficioso que las empresas logren certificaciones, pues esto es el cumplimiento de la norma que tanto se espera.”

Por otra parte otro importante resultado a mencionar es que dependiendo del sector en el que opere la empresa, se contará con un mayor o menor número de actividades para el manejo y control del medio ambiente, siendo el sector de salud y bienestar es el que más se destaca ya que de las 18 empresas que se encuentran en este sector 11 empresas manifiestan que no tienen estrategias o planes de manejo ambiental, el sector de alimentos y/o bebidas es otro sector a destacar ya que de la totalidad de empresas 6 manifiestan que no cuentan con estrategias o planes de manejo ambiental y 6 manifiestan que si cuentan con las estrategias necesarias para el cuidado ambiental, en el sector minorista se observa que de las 8 empresas 5 respondieron de manera negativa y 3 empresas respondieron de manera positiva, los anteriores sectores son los más destacables ya que son donde más se concentran el mayor número de empresas.

Estos resultados dan un índice negativo, dejando ver que se requiere de un mayor fomento de conciencia del cuidado del medio ambiente desde la institución educativa, la cual será la encargada de crear un sentimiento de pertenencia hacia el medio ambiente, ya que cada actividad que realizan las organizaciones dependen de los recursos que el planeta les brinde y es de recordar que todos

estos recursos son limitados, por lo que es de carácter importante crear una mentalidad y un enfoque ambiental en cada futuro emprendedor y en los que ya se encuentran operando.

2.3 Desarrollo tercer objetivo

2.3.1 Propuesta de cursos

Como conclusión de esta investigación, y considerando las necesidades expresadas por los egresados empresarios de la Universidad Mariana en relación con el fortalecimiento del espíritu emprendedor, se proponen a manera de recomendación 7 cursos, en cada uno se indica la población objetivo, los objetivos del curso, la justificación, el contenido del curso y un cronograma recomendable, para que estos cursos sean provechosos y bien recibidos por la comunidad universitaria.

Tabla 8.

Curso 1

Curso 1	
Nombre	Creación de empresa
Población	Todos los estudiantes de la Universidad Mariana, relacionados con el emprendimiento
Objetivo	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">● Promover el emprendimiento dentro de la Universidad Mariana, para de esta manera motivar a la comunidad estudiantil y que puedan ser cada vez más los estudiantes emprendedores.● Apoyar y guiar proyectos ya en marcha, esto con el fin de respaldar e instruir a cada uno de los emprendedores en las dificultades o inquietudes que se les puedan presentar.● Contribuir con el empleo de la región por medio de los nuevos emprendimientos de los estudiantes que pueden traer consigo la generación de empleo.
Justificación	La falta de apoyo muchas veces juega un papel determinante a la hora de emprender, debido que al momento de iniciar cualquier proyecto es necesario

conocimiento, medios, herramientas, entre otras cosas que puedan potenciar ese proyecto que se tiene en mente y de esta manera materializarse.

Contenido	<ul style="list-style-type: none"> ● Aprender a desarrollar y ejecutar un plan de negocios. ● Liderar la estrategia de expansión de una empresa. ● Guiar los procesos de cambio en empresas y proyectos. ● Evaluar la demanda de tu producto o servicio en el mercado. ● Explorar modelos para aumentar la base de clientes. ● Entender las herramientas y técnicas utilizadas por startups exitosas para mejorar sus sitios web o aplicaciones. ● Elaborar un plan de acciones que te guíe paso a paso en el proceso de Growth Hacking.
------------------	---

Tabla 9.

Curso 2

Curso 2	
Nombre	Normativa a la hora de crear una empresa
Población	Todos los estudiantes de la Universidad Mariana, relacionados con el emprendimiento.
Objetivo	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ● Impulsar el emprendimiento en la Universidad Mariana para inspirar a la comunidad estudiantil y aumentar el número de estudiantes emprendedores. ● Apoyar y guiar proyectos ya en marcha, esto con el fin de respaldar e instruir a cada uno de los emprendedores en las dificultades o inquietudes que se les puedan presentar. ● Contribuir con el empleo de la región por medio de los nuevos emprendimientos de los estudiantes que pueden traer consigo la generación de empleo. ● Incrementar el porcentaje de emprendedores dentro de la Universidad Mariana

	<ul style="list-style-type: none">● Orientar sobre los trámites normativos y legales para creación de empresa a todos los emprendedores con el fin de instruir sobre temas que tal vez no manejan muy bien.
Justificación	Uno de los obstáculos más grandes a la hora de poner en marcha un proyecto o idea, es la parte normativa y legal que muchas veces la mayoría de las personas no tienen el conocimiento suficiente sobre este tema, lo que causa muchos contratiempos al emprender.
Contenido	<ul style="list-style-type: none">● Normativas legales básicas para crear una empresa.● Requerimientos que se deben cumplir.● Proceso y trámites.● Documentación.● Orientación legal correspondiente.● Casos reales de creación de empresa.

Tabla 10.

Curso 3

Curso 3	
Nombre	Psicología (orientada al crecimiento y fortalecimiento mental).
Población	Todos los estudiantes de la Universidad Mariana.
Objetivo	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none">● Guiar a los estudiantes en sus proyectos o ideas, con el fin que puedan materializarlas con todas las herramientas y apoyo que pueda proporcionar la universidad.● Motivar a los estudiantes a cumplir sus sueños, dándoles un enfoque crítico y real a la hora de la toma de decisiones.● Fortalecer mentalmente a cada uno de los estudiantes, para que no se desanimen o dejen sus proyectos estancados por dificultades u obstáculos que se les puedan presentar a la hora de materializar sus ideas.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Generar mayor confianza a la hora de hablar en público, con el fin de que todos los estudiantes puedan exponer y explicar sus ideas y proyectos con mayor fluidez y facilidad. ● Potenciar la seguridad de los estudiantes en sí mismos a la hora de expresar sus ideas, sus pensamientos y sus opiniones, con el propósito de que no se cohíben por inseguridad.
Justificación	Este curso está orientado al crecimiento personal de los estudiantes, para aumentar su seguridad su motivación y por supuesto que puedan perder el miedo a colocar en marcha todas sus ideas, que muchas veces por temor no son materializadas.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> ● Descubrir cómo aumentar la seguridad y confianza en uno mismo ● Generar hábitos saludables para cultivar un diálogo interno positivo. ● Comprender la construcción de la confianza personal y sus vulnerabilidades. ● Identificar el origen de la baja seguridad y aprender ejercicios para mejorar el autodiálogo.

Tabla 11.

Curso 4

Curso 4	
Nombre	Finanzas y contabilidad para emprendedores.
Población	Estudiantes y egresados de los diferentes programas de la Universidad.
Objetivo	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ● Comprender los conceptos financieros básicos permitirá que se puedan tomar las mejores decisiones comprendiendo el entorno. ● Desarrollar aptitudes como el manejo de herramientas esenciales como Excel, tener conocimiento y buen manejo de herramientas como Excel en la parte contable y financiera es de gran importancia, pues esto les permitirá a los emprendedores tener un control, organización y gestión de los datos contables, además de que agilizará los procesos como el análisis de datos.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Proporcionar conocimientos acerca de contabilidad, análisis financiero, evaluación de proyectos, inversiones, entre otros, es dotar a los estudiantes de este curso de habilidades y conocimientos que les permitirán comprender y gestionar las actividades financieras, permitiéndose que al momento de poner en práctica sus conocimientos se tomen las mejores decisiones
Justificación	El implementar un curso enfocado en finanzas y contabilidad para emprendedores será una manera de incrementar los conocimientos sobre finanzas que permitirán mejorar las capacidades de análisis y evaluación, las cuales contribuyen a la toma de decisiones correctas financieras, que permitirán que las empresas tengan éxito y sobrevivan en el mercado.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> ● Personal capacitado en Excel financiero. ● Fundamentos de contabilidad. ● Financiamiento. ● Evaluación de proyectos. ● Análisis financiero. ● Gestión de costos.

Tabla 12.

Curso 5

Curso 5	
Nombre	Marketing digital
Población	Estudiantes y egresados interesados en el curso quienes desarrollen un enfoque
Objetivo	emprendedor.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ● Comprender herramientas digitales, canales digitales, técnicas y tácticas para el entorno digital, permitirán desarrollar las habilidades prácticas necesarias para implementar las estrategias más adecuadas y efectivas en sus empresas. ● Analizar resultados, la capacidad de análisis que deberán desarrollar los participantes de este curso les permitirá identificar qué tácticas y

	<p>estrategias están funcionando y así mismo cuáles se deberán diseñar nuevamente.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecer los conocimientos del funcionamiento de plataformas digitales, ya que el marketing digital se encuentra en constante evolución y el conocer las últimas tendencias permitirá desarrollar las técnicas y tácticas más adecuadas.
Justificación	<p>El entender cómo funciona el entorno digital en la actualidad y su importancia es de gran valor para el crecimiento y desarrollo de una empresa, permitiendo tener un alcance mayor promoviendo y generando mayor utilidades e ingresos y lograr obtener resultados positivos en el entorno empresarial actual.</p>
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> ● Marketing y publicidad en redes ● Herramientas de análisis web ● Estrategias de marketing digital ● Conceptos básicos de marketing ● Legalidad en el marketing digital

Tabla 13.

Curso 6

Curso 6	
Nombre	Gestión de proyectos
Población	Estudiantes y egresados que se vean beneficiados por la implementación de este curso.
Objetivo	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar habilidades y competencias en gestión de proyectos, dentro de las habilidades y competencias se puede considerar la aplicación de herramientas, técnicas y tácticas, planificación y organización, gestión de riesgos entre otras, esto con la finalidad de que al momento de aplicar a una situación real no se encuentren mayores inconvenientes. ● Comprender las herramientas y técnicas, en lo que respecta a la gestión de proyectos se encuentran varios marcos y metodologías tales como la modelo cascada, metodología Scrum, metodología Kanban, por

	<p>mencionar algunos por lo que tener conocimiento de las herramientas y técnicas en la gestión de proyectos brinda agilidad a los procesos.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conocer y comprender los procesos y etapas de un proyecto, permitirá que los estudiantes comprendan el alcance del proyecto, el cómo definir y controlar el cronograma y de igual manera el administrar de manera adecuada los recursos permitirán que los proyectos se realicen según lo planificado. ● Identificar y gestionar los riesgos, el poder identificar y evaluar los riesgos que se puedan presentar durante el desarrollo del proyecto, permitirá diseñar e implementar estrategias que permitirán mitigar estos riesgos de manera eficiente y efectiva.
Justificación	La adquisición de conocimientos y habilidades específicas para la gestión de proyectos es crucial para aumentar la eficiencia y efectividad en su manejo, ayudando así a minimizar riesgos y aprovechar al máximo las oportunidades.
Contenido	<ul style="list-style-type: none"> ● Introducción a la gestión de proyectos ● Principios de gestión de proyectos ● Planificación y ejecución del proyecto ● Herramientas y técnicas

Tabla 14.

Estrategia de fortalecimiento de competencias emprendedoras a través de net working

Estrategia de fortalecimiento de competencias emprendedoras a través de net working	
Nombre	Visitas de empresarios, campamentos, congresos,
Población	Estudiantes y egresados empresarios Universidad Mariana.
Objetivo	
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar el espíritu emprendedor en la Universidad Mariana, con el objetivo de motivar a la comunidad estudiantil y aumentar el número de estudiantes que se convierten en emprendedores. ● Presentar y familiarizar a los estudiantes con los diversos emprendimientos de la región, con el propósito de que conozcan su

historia, proceso de creación, desafíos enfrentados, y su trayectoria en el sector.

- Incrementar el porcentaje de emprendedores dentro de la Universidad Mariana, promoviendo un entorno favorable para el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

Justificación Sin importar la carrera que se esté cursando, darles a los estudiantes la oportunidad de conocer más a fondo el sector empresarial, debido a que muchos estudiantes se pueden ver identificados por el camino de emprender.

Participación en eventos de:

- Muestras empresariales
- Ferias empresariales
- Campamentos de emprendimiento
- Co-working
- Congresos nacionales e internacionales
- Misiones internacionales

3. Conclusiones

La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer el estado actual de los Egresados Empresarios de la Universidad Mariana ubicada en la ciudad de Pasto, esta investigación permitió identificar las necesidades para fomentar el emprendimiento en los jóvenes estudiantes pertenecientes a la institución, con este informe no se pretende dar una solución a la problemática encontrada, pero se busca que de alguna manera se realice un aporte al desarrollo y fomento del espíritu emprendedor en cada estudiante y en la región

Es fundamental destacar que tanto hombres como mujeres están optando por emprender, con una representación del 53% de hombres y el 47% de mujeres. Además, la mayoría de estos emprendedores se encuentra en el rango de edad de 25 a 45 años.

Es relevante destacar que las 72 empresas están impulsando el crecimiento en la región y contribuyendo a la generación de empleo, ofreciendo oportunidades a más de 800 personas para mejorar su calidad de vida. Esto implica que, en promedio, cada empresa está creando alrededor de 11 empleos.

Un dato muy revelador es que la mayoría de los egresados corrió un riesgo alto a la hora de la creación de su empresa, debido a su alta y propia financiación, que puede ser dado a dos razones la falta de conocimiento acerca de entidades de apoyo y potencialización o también el tiempo debido a que estas entidades pueden abrir sus programas de apoyo de manera esporádica y no permanente.

Un dato muy relevante es que, si bien la mayoría de los egresados empresarios iniciaron con una inversión no tan alta, han podido permanecer y valorizar sus empresas en el mercado.

De toda la información recolectada y presentada se puede decir que es necesario dentro de la Universidad Mariana tener un espacio para tratar todos los temas legales y de impuestos de una organización, que es donde se ve reflejado el mayor obstáculo a la hora de emprender.

Es importante desarrollar y potenciar una conciencia de responsabilidad social ambiental dentro de la universidad, puesto que la mayoría de empresarios egresados están de acuerdo que el medio ambiente es importante, sin embargo, muy pocos deciden implementar estrategias para el cuidado de este dentro de sus organizaciones.

La mayoría de egresados empresarios antes de crear su empresa eran empleados, esto probablemente les ayudo aumentar su experiencia y habilidad en el campo empresarial y de esta manera con más bases decidieron emprender.

Es importante resaltar la labor de la Universidad Mariana para cada uno de los egresados empresarios, puesto que tuvo una incidencia alta para la creación de cada una de las empresas, además es su mayoría fueron necesarios y aplicados los conocimientos previamente aprendidos dentro de la universidad.

4. Recomendaciones

Es así como parte de la investigación y con la finalidad de fortalecer y enriquecer las labores académicas y administrativas de la institución y basándonos en los resultados y las necesidades expuestas por los egresados se traen a consideración una serie de recomendaciones tales como:

Generar o tener una relación más cercana con cada uno de los egresados de la Universidad Mariana, donde se los pueda incluir mucho más en actividades, programas o talleres que estén directamente relacionados con ellos y obviamente con la universidad, además de organizar espacios donde cada uno de ellos pueda compartir sus experiencias, sus ideas y porque no nuevas propuestas que contribuyan a fomentar el crecimiento de la comunidad emprendedora dentro de la Universidad Mariana. Lo que sería de gran ayuda ya que tener esta cercanía puede beneficiar a toda la comunidad universitaria en futuros proyectos debido a la facilidad del contacto con cada uno de los egresados, donde muchas veces este es el problema más común a la hora de organizar eventos con los egresados y es difícil su contacto.

Se podría realizar actividades como:

- Talleres y capacitaciones en temas de interés
- Actividades de integración que puedan vincular y acercar a los diferentes egresados
- Actividades de net working
- Articulación de practicantes en las empresas

Crear un grupo de egresados que puedan tener representación dentro de la Universidad Mariana, que puedan opinar y dar propuestas para que todo lo relacionado con el emprendimiento pueda ser más llamativo y atractivo para toda la comunidad universitaria, así como también dar ideas desde su experiencia en lo que hace falta complementar o apoyar dentro de cada carrera para que sea más completa y asertiva en temas de emprendimiento para cada estudiante. Para que de esta manera tanto los egresados como la comunidad universitaria puedan verse beneficiados con diferentes temas que se puedan abordar o relaciones estratégicas que pueden ser de gran ayuda para los proyectos o empresas de los egresados empresarios de la Universidad Mariana.

Referencias Bibliográficas

- Aymerich N (2018) La educación: el pilar fundamental de una sociedad
<https://leadersofnow.org/educacion-pilar-fundamental-sociedad/>
- Blanco Sánchez CL (2004) Factibilidad para la implementación de un sistema de planeación de carrera y vida a la empresa
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf
- Cabrera, D., García, A., Acero De La Cruz, R., Castaldo, A., Perea, J., & Peinado, J. (2004). Metodología para la caracterización y tipificación de sistemas ganaderos. Departamento producción animal Universidad de Córdoba.
http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/14_19_10_sistemas2.pdf
- Camargo, L. C., Martínez, K., & Draco, H. (s. f.). Caracterización De Los Egresados Empresarios De La Universidad Tecnológica De Bolívar Como Estrategia De Universidad Empresarial. Biblioteca Digital ICESI.
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/5399/1/7P14.pdf
- Correa, D., & Hernández, D. (2017). Informes de sostenibilidad y su impacto en la creación de valor financiero de las empresas. Universidad de Antioquia.
https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/10766/1/CorreaDiego_2018_InformesSostenibilidadImpacto.pdf
- Ministerio de Educación. (s. f.). Manual de instrumentos y recomendaciones sobre el seguimiento de egresados. https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-136795_pdf.pdf
- Ollague, J., Capa, L., Novillo, E., Sánchez, T., Sánchez, L., & García, M. (2019). Variables sociales, económicas y productivas como referente de posicionamiento nacional de la provincia de El Oro, Ecuador. Revista Espacios.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/a19v40n37p13.pdf>

Organización Internacional del Trabajo. (s. f.). Hechos concretos sobre la seguridad social. Recuperado 1 de septiembre de 2022, de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_067592.pdf

Pariente Rodrigo E, García-Garrido AB, Gómez Molleda F, Gálvez Castillo E, González Expósito J, López León I, Rojo Cárdenas P, y Sgaramella GA (2015) Calidad de vida relacionada con la salud como variable explicativa del consumo de consultas en atención primaria: un análisis por sexo https://scielo.isciii.es/pdf/resp/v89n1/07_original4.pdf

Piedrahíta, T. L. M. (2013). Estado actual de las prácticas con egresados de las unidades académicas de la Universidad de Antioquia, Colombia. Scielo. Recuperado 1 de septiembre de 2022, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-27602013000200005

Portafolio. (2022, 23 agosto). Los sectores en los que más se han creado empresas en Colombia en 2022. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/los-sectores-en-los-que-mas-se-han-creado-empresas-en-colombia-en-2022-569928>

ProCalidad. (2018). Diseño de un sistema de seguimiento de egresados y una estrategia para la implementación de dicho sistema. <https://core.ac.uk/download/pdf/227432929.pdf>

Ramos CA (2015) Los Paradigmas De La Investigación Científica http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2015_1/Carlos_Ramos.pdf

Ramos, N. (2021). Importancia de la responsabilidad social empresarial (RSE). Universidad Peruana Unión. Recuperado 1 de septiembre de 2022, de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/4534/Nerly_Trabajo-Bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sibaja López I (2021) Vista de La caracterización de los perfiles estudiantiles universitarios: reflexiones sobre su importancia.

<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/estudios/article/view/46028/45912>

Stezano, F. (2021). Enfoques, definiciones y estimaciones de pobreza y desigualdad en América Latina y el Caribe. Cepal.

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46405/4/S2100026_es.pdf

Toro, R. (2021, 7 mayo). Medio ambiente y desarrollo sostenible en las empresas. Nueva ISO 14001. <https://www.nueva-iso-14001.com/2021/05/medio-ambiente-y-desarrollo-sostenible-en-las-empresas/>

Varona Domínguez, F. (2021). La formación universitaria integradora y activa: características básicas. *Revista Cubana de Educación Superior*, 40(2), e3. Epub 01 de abril de 2021.

Villegas, L. A. (todavía no publicado). Formación: Apuntes para su comprensión en la docencia universitaria. *Profesorado: Revista de curriculum y formación del profesorado*.

Anexos

Anexo A. Herramienta de recolección - Encuesta



Sección 1 de 8

Egresados Empresarios

Estimado egresado, cordial saludo de paz y bien, de la manera más amable solicitamos su colaboración para diligenciar las preguntas expuestas en este formato. Solicitamos la mayor sinceridad y veracidad posibles. Sus respuestas son fundamentales para la elaboración del proyecto "Estado actual de los Egresados Empresarios de la Universidad Mariana en el Ámbito Social, Económico y Ambiental"

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección

Sección 2 de 8

Datos de las caracterización socioeconómica de los egresados empresarios

Descripción (opcional)

Nombre *

Texto de respuesta corta

Número teléfono celular *

Texto de respuesta corta

Correo electrónico *

Texto de respuesta corta

Género *

Masculino

Femenino

Otro

Edad *

Texto de respuesta corta

Estrato socioeconómico al que pertenece

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

¿Qué condición laboral tenía antes de crear su empresa?

- Empleado
 - Desempleado
 - Estudiante
 - Otra...
-

Indique su último nivel de estudio

- Profesional
- Especialización
- Maestría
- Doctorado y/o posdoctorado

Facultad a la que pertenece: *

1. Ciencias contables, económicas y administrativas
2. Ciencias de la salud
3. Educación
4. Humanidades y ciencias sociales
5. Ingeniería

Sección 3 de 8

Ciencias contables, económicas y administrativas



Descripción (opcional)

Programa al que pertenece: *

1. Administración de negocios internacionales
2. Contaduría pública
3. Mercadeo
4. Especialización en Alta Gerencia
5. Especialización en Gerencia Tributaria
6. Especialización en Contabilidad Internacional y Auditoría
7. Maestría en Gerencia y Asesoría Financiera
8. Maestría en Gerencia y Auditoría Tributaria
9. Maestría en Administración

Sección 4 de 8

Ciencias de la salud



Descripción (opcional)

Programa al que pertenece: *

1. Tecnología en radiodiagnóstico y radioterapia
2. Tecnología en regencia de farmacia
3. Enfermería oncológica
4. Fisioterapia
5. Nutrición y dietética
6. Terapia ocupacional
7. Especialización en Enfermería Oncológica
8. Especialización en Enfermería Materno Perinatal
9. Especialización en Enfermería para el Cuidado en Estado Crítico
10. Especialización en Auditoría en Salud
11. Especialización en Gerencia en la Seguridad y Salud en el Trabajo
12. Maestría en Administración en Salud
13. Tecnología en Regencia de Farmacia

Programa al que pertenece: *

1. Licenciatura en educación
2. Licenciatura en educación infantil
3. Licenciatura en educación básica primaria
4. Licenciatura en literatura
5. Licenciatura en matemáticas
6. Maestría en Pedagogía
7. Maestría en Educación para la primera infancia
8. Doctorado en Pedagogía
9. Curso de Pedagogía para profesionales no licenciados

Después de la sección 5 Ir a la sección 8 (Información de la .../o negocio creado) ▼

Sección 6 de 8

Humanidades y ciencias sociales



Descripción (opcional)

14. Tecnología en Radiodiagnóstico y Radioterapia

15. Técnico Laboral en Auxiliar en Enfermería

Después de la sección 4 Ir a la sección 8 (Información de la .../o negocio creado) ▼

Sección 5 de 8

Educación



Descripción (opcional)

Programa al que pertenece: *

1. Comunicación social
2. Derecho
3. Trabajo social
4. Psicología
5. Especialización en Familia
6. Maestría en Derecho

Después de la sección 6 Ir a la sección 8 (Información de la .../o negocio creado) ▼

Sección 7 de 8

Ingeniería



Descripción (opcional)

Programa al que pertenece: *

1. Ingeniería ambiental
2. Ingeniería civil
3. Ingeniería de procesos
4. Ingeniería en sistemas
5. Ingeniería Mecatrónica

Después de la sección 7 Ir a la sección 8 (Información de la .../o negocio creado) ▾

Sección 8 de 8

Información de la empresa y/o negocio creado



Descripción (opcional)

Nombre de la empresa y/o negocio creado *

Texto de respuesta corta

Número de matrícula mercantil

Texto de respuesta corta

En qué cámara de comercio está registrada su empresa y/o negocio

Texto de respuesta corta

Dirección de la empresa y/o negocios creado *

Texto de respuesta corta

Fecha de creación de su empresa y/o negocio *

Mes, día, año



¿Qué lo motivó a crear su empresa? *

- Despido o retiro del empleo
- Ingresos insuficientes
- Terminación de un ciclo educativo
- Aprovechamiento de una oportunidad
- Proyecto de vida empresarial motivado desde la Universidad Mariana
- Aspiración de independencia económica
- Otra...

Indique la incidencia de la formación en la Universidad Mariana en su deseo de crear empresa *

- Alta
 - Media
 - Baja
 - Nula
-

¿Ha aplicado los conocimientos adquiridos durante su carrera en la empresa?

- Si, un 10% a 30%
- Si, un 40% a 60%
- Si, en su totalidad
- No

¿Ha recibido acompañamiento para la creación de su empresa por parte de alguna entidad? *

- SENA-Fondo emprender
 - Cámara de Comercio
 - ACOPI
 - Universidad Mariana
 - Centros de consultoría y asesoría privados
 - Fenalco
 - Procolombia
 - Otra...
-

Los recursos financieros para la creación inicial de su empresa y/o negocio los obtuvo: *

- Recursos propios
- Recursos familiares
- Crédito bancario
- Fondo emprender SENA
- Otra...

Para la creación de su empresa y/o negocio, cuánto capital en especie necesitó para iniciar *
(terrenos, vehículo, maquinarias, mano de obra, entre otros)

Texto de respuesta corta
.....

Durante el ejercicio de su empresa, ¿Ha recibido apoyo financiero por parte de alguna entidad? *

- SENA-Fondo emprender
- Cámara de Comercio
- Innpulsa
- MinCiencias
- Inversionistas Angeles
- Fenalco
- Procolombia
- Gobernación de Nariño
- Alcaldía de Pasto
- Otra...

¿Cuál ha sido el principal obstáculo que ha presentado al momento de crear su empresa? *

- Falta de apoyo financiero
- Falta de centros de desarrollo e innovación empresarial
- Desconocimiento de los trámites
- Impuestos
- Desconocimiento de procesos de certificación
- Alta competencia
- Dificultad de acceso al mercado
- Dificultad en aprovisionamiento de insumos
- Falta de apoyo y asesoría institucional
- Dificultad de acceso a créditos bancarios
- Dificultad de acceso a nuevas tecnologías
- Debilidades en marketing
- Otra...

¿En qué sector opera su empresa? *

- Minorista general
- Educación/ formación
- Software/ tecnología de la información
- Servicios financieros
- Alimentos/ bebidas
- Electrónica e ingeniería
- Salud y bienestar
- Manufactura textil
- Otra...

¿Qué servicio o producto ofrece su empresa y/o negocio? *

Texto de respuesta larga

.....

¿Con cuántos empleados de género masculino cuenta su empresa y/o negocio? *

Texto de respuesta corta

.....

¿Con cuántas empleadas de género femenino cuenta su empresa y/o negocio? *

Texto de respuesta corta

Durante el ejercicio de su empresa, ¿Usted en su nómina, cuántos estudiantes y/o egresados *
de la Universidad Mariana ha empleado? (En caso de no haberlo hecho, digite 0 (cero))

Texto de respuesta corta

En la eventualidad de haber recibido practicantes de la Universidad Mariana, favor indique la *
facultad o facultades a las que pertenecen

- Ciencias de la Salud
- Ciencias Contables, Económicas y Administrativas
- Educación
- Humanidades y Ciencias Sociales
- Ingeniería
- No he recibido practicantes

¿Estaría interesado en recibir practicantes de la Universidad Mariana? *

- Sí
 - No
-

¿Cuánto tiempo lleva ejerciendo su actividad económica en el mercado? *

- Un año o menos
 - De dos a cinco años
 - De seis a diez años
 - Más de diez años
-

¿Cuál es el valor actual estimado de su negocio? *

Texto de respuesta corta

.....

¿Qué estrategias ha implementado para permanecer ese tiempo en el mercado? *

- Innovación de producto y/o servicio
 - Innovación de procesos
 - Reingeniería
 - Alianzas estratégicas
 - Aprovechamiento de las nuevas tecnologías
 - Otra...
-

Para su empresa y/o negocio, el manejo del cuidado ambiental es: *

	1	2	3	4	5	
Poco importante	<input type="radio"/>	Muy importante				

¿Su empresa y/o negocio cuenta con estrategias o planes de manejo ambiental? *

- Sí
- No

Si su respuesta anterior fue "Si", por favor describa las actividades que su empresa y/o negocio realiza para la protección o cuidado del medio ambiente

Texto de respuesta larga

¿Qué recomendaría a la Universidad Mariana para fortalecer el espíritu emprendedor en los estudiantes?

Texto de respuesta larga

Entre las necesidades de formación y desarrollo de nuevos conocimientos, indique el curso o cursos que Usted considera se deben implementar desde la Universidad Mariana para fortalecer o suplir las necesidades de su empresa:

Texto de respuesta larga

Anexo B. Base de datos

Dirección de correo electrónico	Nombre	Número teléfono celular	Correo electrónico	Género	Edad	Rango edad
veronicavillota@gmail.com	Veronica Villota Dorado	3016545687	veronicavillota@gmail.com	Femenino	26	Entre 26 y 35 años
natamartinez20@gmail.com	Natalia Martínez	3104700706	natamartinez20@gmail.com	Femenino	29	Entre 26 y 35 años
gaiacafepasto@gmail.com	Brenda Carolina Parra Benavides	3017279371	gaiacafepasto@gmail.com	Femenino	33	Entre 26 y 35 años
sandramrosero12@gmail.com	Sandra Milena Rosero Torres	3002432811	sandramrosero12@gmail.com	Femenino	34	Entre 26 y 35 años
inpronnar@gmail.com	Christian Valencia	3206684202	inpronnar@gmail.com	Masculino	31	Entre 26 y 35 años
navillota06@gmail.com	Fruvlac Lácteos Artesanales	3173999374	navillota06@gmail.com	Femenino	27	Entre 26 y 35 años
portilla.sebastian@hotmail.com	Sebastian Portilla	3153088019	portilla.sebastian@hotmail.com	Masculino	27	Entre 26 y 35 años
mariorcardochg1990@gmail.com	Mario Chamorro	3206988411	mariorcardochg1990@gmail.com	Masculino	32	Entre 26 y 35 años
laveredacocinadeorigen@gmail.com	Mónica Sofía Herrera	3207696779	laveredacocinadeorigen@gmail.com	Femenino	37	Entre 36 y 45 años
jcjkmilos@gmail.com	Jeferson Camilo Josa Sandoval	3043485313	jcjkmilos@gmail.com	Masculino	25	Entre 18 y 25 años
juanca2695@gmail.com	Juan Camilo Benavides Espinosa	3108997061	juanca2695@gmail.com	Masculino	27	Entre 26 y 35 años
acmunoz@umariana.edu.co	Ahoro Camilo Muñoz Morales	3128773297	acmunoz@umariana.edu.co	Masculino	34	Entre 26 y 35 años
Dijovi18@hotmail.com	Didier Villarreal	3117151196	Dijovi18@hotmail.com	Masculino	38	Entre 36 y 45 años
linacardenas03@hotmail.com	Lina Nathaly Cardenas Benavides	3002311830	linacardenas03@hotmail.com	Femenino	30	Entre 26 y 35 años
aoabando@umariana.edu.co	Arturo Obando Ibarra	3163617064	aoabando@umariana.edu.co	Masculino	71	Mayor de 70 años
jmgamboa.cpv@gmail.com	Mauricio Gamboa Morillo	3105076217	jmgamboa.cpv@gmail.com	Masculino	37	Entre 36 y 45 años
gerencia@redcogas.com	Redcogas Sas	3194721542	gerencia@redcogas.com	Masculino	30	Entre 26 y 35 años
diana.quijano@gmail.com	Diana Quijano Alvarado	3218521653	diana.quijano@gmail.com	Femenino	40	Entre 36 y 45 años
hasrcnconsultoresasesores@gmail.com	Andrés Sánchez Ramos	3128742468	hasrcnconsultoresasesores@gmail.com	Masculino	30	Entre 26 y 35 años
danielabarco96@gmail.com	Daniela Barco	3112754816	danielabarco96@gmail.com	Femenino	26	Entre 26 y 35 años
politecnico superior46@gmail.com	Monica Gonzalez Ibarra	3006081673	politecnico superior46@gmail.com	Femenino	44	Entre 36 y 45 años
probionar@gmail.com	Javier Villota	3007904633	probionar@gmail.com	Masculino	28	Entre 26 y 35 años
karinamarcela94@hotmail.com	Karina Marcela Hidalgo Morillo	3176883102	karinamarcela94@hotmail.com	Femenino	28	Entre 26 y 35 años
alejandrajurado16.cj@gmail.com	Camila Jurado	3183926011	alejandrajurado16.cj@gmail.com	Femenino	25	Entre 18 y 25 años
jessinaresp@gmail.com	Jessica Paola Linares Pabon	3185687553	jessinaresp@gmail.com	Femenino	30	Entre 26 y 35 años
davruiz@umariana.edu.co	David	3173388416	davruiz@umariana.edu.co	Masculino	31	Entre 26 y 35 años
gerenciamaxip@gmail.com	Wilson	3155812552	gerenciamaxip@gmail.com	Masculino	47	Entre 46 y 55 años
msarria@umariana.edu.co	Manuel Sarria	3218008798	msarria@umariana.edu.co	Masculino	24	Entre 18 y 25 años
ivanruano33@gmail.com	Iván Darío Ruano L	3006515690	ivanruano33@gmail.com	Masculino	33	Entre 26 y 35 años
ingenieria.aguapotable@gmail.com	Franklin Perez Huertas	3163518475	ingenieria.aguapotable@gmail.com	Masculino	43	Entre 36 y 45 años
maacevedo@umariana.edu.co	María Alejandra Acevedo Narváez	3232953694	maacevedo@umariana.edu.co	Femenino	28	Entre 26 y 35 años
carolinaceron2011@gmail.com	Liseth Karolina Ceron Castro	3023973583	carolinaceron2011@gmail.com	Femenino	33	Entre 26 y 35 años
diasalazar10@gmail.com	Diana Salazar Moran	3156320069	diasalazar10@gmail.com	Femenino	28	Entre 26 y 35 años
gvillareal@umariana.edu.co	Gianna Marcela Ardila Villarreal	3105487132	gvillareal@umariana.edu.co	Femenino	31	Entre 26 y 35 años
catanar_17@hotmail.com	Sara Catalina Narváez Arturo	3017546558	catanar_17@hotmail.com	Femenino	29	Entre 26 y 35 años
jacoborteaga93@gmail.com	Juan Jacobo Ortega	3016773440	jacoborteaga93@gmail.com	Masculino	29	Entre 26 y 35 años
dafecec@hotmail.com	David F Cepeda C	3217801869	dafecec@hotmail.com	Masculino	31	Entre 26 y 35 años
lofiguer256298@gmail.com	Lorena Figueroa	3002576945	lofiguer256298@gmail.com	Femenino	35	Entre 26 y 35 años
juancho567815@gmail.com	Juan José Martínez	3117323266	juancho567815@gmail.com	Masculino	27	Entre 26 y 35 años
riderbe@hotmail.com	Rider Benavides Hernández	3212065751	riderbe@hotmail.com	Masculino	36	Entre 36 y 45 años
dariochaveschamorro@gmail.com	Dario Chaves	3113040866	dariochaveschamorro@gmail.com	Masculino	38	Entre 36 y 45 años
danni9713@hotmail.com	Angie Daniela Chamorro	3186904092	danni9713@hotmail.com	Femenino	25	Entre 18 y 25 años
davidlaraarturo@outlook.com	Oscar David Lara Arturo	3163532817	davidlaraarturo@outlook.com	Masculino	27	Entre 26 y 35 años
liliana.gonzalez@umariana.edu.co	Liliana González	3186231162	liliana.gonzalez@umariana.edu.co	Femenino	37	Entre 36 y 45 años
juancho567815@gmail.com	Juan Jose Martinez	3117323266	juancho567815@gmail.com	Masculino	27	Entre 26 y 35 años
ingdanielbolanos@gmail.com	Daniel Esteban Bolaños Insuasty	3165380199	ingdanielbolanos@gmail.com	Masculino	30	Entre 26 y 35 años
suministrosmedicosdenar@gmail.com	Yuli Vallejos	3188707969	suministrosmedicosdenar@gmail.com	Femenino	35	Entre 26 y 35 años
gerenciaceo7@gmail.com	Wilson Andrés Rondón Delgado	3104341543	gerenciaceo7@gmail.com	Masculino	37	Entre 36 y 45 años
angsanchez@umariana.edu.co	Angelica Maria Sanchez Calderon	3207329570	angsanchez@umariana.edu.co	Femenino	42	Entre 36 y 45 años
armoran@umariana.edu.co	Ariadna De Los Angeles Morán Arciniegas	3013818122	armoran@umariana.edu.co	Femenino	25	Entre 18 y 25 años
alucia2374@gmail.com	Alba Lucia Torres Hinestroza	3186597966	alucia2374@gmail.com	Femenino	47	Entre 46 y 55 años
cristyna118@hotmail.com	Liliana Cristina Dávila	3002679281	cristyna118@hotmail.com	Femenino	28	Entre 26 y 35 años
nrh.glia@gmail.com	Maria Fernanda Santacruz Acevedo	3195755205	NRH.GLIA@GMAIL.COM	Femenino	30	Entre 26 y 35 años
terapielcbpasto@gmail.com	Liliana Isabel Estrada Pantoja	3022425775	terapielcbpasto@gmail.com	Femenino	36	Entre 36 y 45 años
alejo56be@gmail.com	Neurogym "Centro Terapéutico De Rehabilitación N	3154614894	neurogym.centroterapeutico@gmail.com	Otro	30	Entre 26 y 35 años
isisgerenciade@gmail.com	Devry Eraso	3136013774	isisgerenciade@gmail.com	Masculino	36	Entre 36 y 45 años
yooy18@hotmail.com	Nancy	3107130954	yooy18@hotmail.com	Femenino	43	Entre 36 y 45 años
dayanasolarte99@gmail.com	Dayana Solarte	3163166560	dayanasolarte99@gmail.com	Femenino	22	Entre 18 y 25 años
juancho.rt@hotmail.com	Juan Pablo	3006793155	juancho.rt@hotmail.com	Masculino	36	Entre 36 y 45 años
Arianaartstudio@gmail.com	Adriana	3218250720	Arianaartstudio@gmail.com	Femenino	42	Entre 36 y 45 años
fisiosportpasto@gmail.com	Luis Alonso Paredes Mora	3006627608	fisiosportpasto@gmail.com	Masculino	34	Entre 26 y 35 años
dayopez@umariana.edu.co	Daniela Alejandra Yopez Gómez	3126272183	dayopez@umariana.edu.co	Femenino	25	Entre 18 y 25 años
jeorge20@hotmail.com	Jorge Luis Gonzales	3136791437	jeorge20@hotmail.com	Masculino	35	Entre 26 y 35 años
seiton.solucionem@gmail.com	Jully Dayám Narváez Benavides	3204335712	seiton.solucionem@gmail.com	Femenino	38	Entre 36 y 45 años
cidf3@yahoo.com	Cristina Daza	3225685538	cidf3@yahoo.com	Femenino	44	Entre 36 y 45 años
jairotorres10@gmail.com	Jairo Torres	3188859900	jairotorres10@gmail.com	Masculino	41	Entre 36 y 45 años
gustavo.gabriel23@hotmail.com	Gustavo Gabriel Chalparizan Obando	3217995835	gustavo.gabriel23@hotmail.com	Masculino	35	Entre 26 y 35 años
miguelangelgomez901010@gmail.com	Miguel Angel Gomez Chaves	3137202771	miguelangelgomez901010@gmail.com	Masculino	32	Entre 26 y 35 años
wdario.c7@gmail.com	Wilson Dario Campaña Diaz	3182178403	wdario.c7@gmail.com	Masculino	36	Entre 36 y 45 años
ingbyortega@gmail.com	Byron David Ortega	3155833616	ingbyortega@gmail.com	Masculino	31	Entre 26 y 35 años
luismlopezbarrera@gmail.com	Luis Miquiel López Barrera	3127579184	luismlopezbarrera@gmail.com	Masculino	38	Entre 36 y 45 años

Anexo C. Cronograma de actividades

OBJETIVOS	SEMANAS												
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	
Identificar las variables de caracterización social, económica y ambiental para el proyecto.													
Realizar la caracterización social, económica y ambiental de los egresados emprendedores de la Universidad Mariana.													
Identificar necesidades de formación a egresados empresarios desde la universidad Mariana.													
Diseñar una propuesta de fortalecimiento de micro currículos en cursos de emprendimiento sobre necesidades identificadas en los egresados empresarios.													

Anexo D. Presupuesto

ITEMS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Plan de telefonía	2	\$30.000	\$60.000
Internet	2	\$65.900	\$131.800
Papelería y útiles de escritorio	2	\$20.000	\$40.000
Salidas de campo	5	\$10.000	\$50.000
Total			\$281.800