



Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios.)  
ISSN: 2346-3910 en línea  
[revistageon@unillanos.edu.co](mailto:revistageon@unillanos.edu.co)  
Universidad de los Llanos  
Colombia

Canabal Gúzman, Javier Dario<sup>i</sup>.  
**Análisis del espíritu emprendedor del ciudadano  
monteriano en la formulación de proyectos de  
inversión para la creación de nuevas empresas**

Revista GEON, Vol. 4, No. 1, 2017

Pág. 7-18

Disponible en: <https://doi.org/10.22579/23463910.39>

<sup>i</sup> <https://orcid.org/0000-0002-8557-8754>

Esta publicación  
se encuentra bajo  
licencia: Creative  
Commons  
Reconocimiento-  
NoComercial-  
SinObraDerivada  
4.0 Internacional



RevistaGEON

“ El ciudadano nato del Municipio de Montería espera que habitantes de otros Municipios del país, que aparecen como más pujantes hagan realidad sus planes de negocio ”

Canabal Gúzman, J. (2017). Análisis del Espíritu Emprendedor del Ciudadano Monteriano en la Formulación de Proyectos de Inversión Para la Creación de Nuevas Empresas

<http://revistageon.unillanos.edu.co>



---

**EMPRENDIMIENTO**

---

**Análisis del Espíritu Emprendedor del Ciudadano Monteriano en la Formulación de Proyectos de Inversión Para la Creación de Nuevas Empresas por Javier Darío Canabal****Analysis of the Entrepreneurial Spirit of the Citizen Monteriano in the Formulation of Investment Projects for the Creation of New Companies by Javier Darío Canabal**

Javier Darío Canabal Guzmán  
Doctor en Ciencias de la Educación  
Universidad del Sinú  
[javier.canabal@hotmail.com](mailto:javier.canabal@hotmail.com)  
@javierdcanabal

Artículo recibido 2016/08/30  
aceptado 2016/11/24

**Resumen**

La acertada dirección en la alcaldía de Montería en los últimos ocho años, acompañada de grandes aportes del presupuesto general de la Nación como premio a las buenas prácticas en gestión pública, ha traído consigo un alto grado de crecimiento urbanístico apalancando a su vez para que la ciudad se haya convertido en una de las diez más importantes del país. Su actividad comercial resulta sorprendente, pues además de suplir la demanda de sus propios habitantes, se busca crear un punto de confluencia con las zonas rurales aledañas. Es notable, la evolución de sectores como el de la hotelería, el ecoturismo, el comercio, la educación universitaria, la gastronomía y el transporte; pero atendiendo los resultados de proyectos presentados y aprobados en el fondo emprender, Córdoba ocupa el puesto 21 de 32 departamentos estudiados y solo cuenta con 19 pymes de 7.559 empresas.

¿Quién diseña entonces los proyectos de emprendimiento y hace aprovechamiento de los recursos de la Región?

Ante esta situación se planteó el presente proyecto de investigación que busca identificar las razones de este preocupante rezago y los avances indican que el ciudadano nacido en la ciudad de Montería se encuentra viviendo en un estado de confort y relajado frente a las pocas empresas existentes.

**Palabras Clave:** Plan de negocios; emprendimiento; espíritu emprendedor; ciudadano Monteriano.

**Abstract**

The right direction in the mayorship of Montería in the last eight years, accompanied by large contributions from the general budget of the Nation as a reward for good practices in governance, has brought a high degree of urban growth leveraging

turn to the city has become one of the ten largest in the country. Its commercial activity is surprising, as well as meet the demands of its own people, it seeks to create a common ground with the surrounding rural areas. It is remarkable developments in sectors such as hospitality, ecotourism, trade, university education, food and transport; but taking the results of projects submitted and approved at the bottom undertake, Cordoba is ranked 21 of 32 departments studied and has only 7,559 pymes in 19 companies.

Who then designs entrepreneurial projects and makes use of the resources of the region?

In response, the present research project that seeks to identify the reasons for this worrying lag and progress indicate that citizen born in the city of Monteria is living in a state of comfort and relaxed in front of the few existing companies was raised.

**Keywords:** Business plan, entrepreneurship, citizen Monteriano.

## Introducción

El desarrollo sectorial de las Mipymes, según la encuesta anual de manufactura; muestra gran concentración de la industria en aquellos segmentos basados en el aprovechamiento de los recursos naturales, tanto de origen agropecuario como minero. Este grupo de sectores representa el 71% de la producción industrial. Si se excluye la refinación de petróleo y la industria petroquímica, la manufactura basada en el aprovechamiento de los recursos naturales representa aproximadamente el 60% del total industrial. Los principales sectores son: Alimentos, Cuero y Calzado, Muebles y Madera, Textil y Confecciones, Artes Gráficas, Plástico y Químico, Metalúrgico y Metalmecánico, Autopartes y Minerales no Metálicos (Acopi, 2016).

En el caso de América Latina y el Caribe, las debilidades en la actividad emprendedora están asociadas en forma más directa a las menores capacidades de generar empresas dinámicas, que, a la ausencia de personas con motivación para emprender, aunque muchas de estas estén motivadas por factores negativos como la falta de empleo más que a la existencia de capacidades empresariales (Angelelli y Prats, 2005).

En el Departamento Córdoba, la mayoría de las empresas se clasifican en la categoría micro. A pesar de ser una región con gran potencial económico no se cuenta con grandes sociedades y los inversionistas prefieren dedicar su capital a la explotación bovina y la agricultura, a la cual pertenecen la mayoría de las empresas del departamento, y si bien se podría ser pioneros en el País en la producción de carne de res, pieles, harinas, lácteos, y demás productos, no existe una industria competitiva que se dedique a fomentar este negocio y generar su valor agregado. Generalmente las empresas son de un solo dueño, o pequeñas sociedades familiares con proyección de expansión del mercado nacional, pero no del internacional.

Frente a estos importantes datos, (SENA Montería, 2015) registró información importante que muestra el comportamiento de los diferentes Departamentos del País en lo referente a elaboración y presentación de proyectos presentados al fondo emprender con la intención de participar en el apoyo de capital semilla. Frente a esta información y atendiendo estos requerimientos, Córdoba ocupa el puesto 21 de 32 Departamentos. La figura 1 presenta entonces el posicionamiento de los diferentes Departamentos.

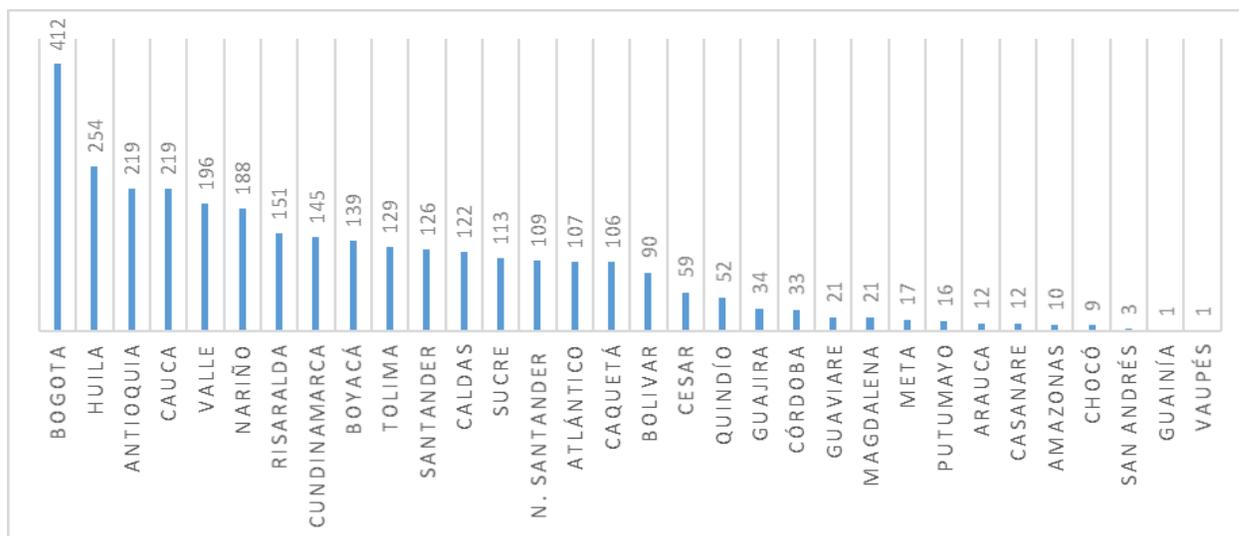


Figura 1. Proyectos presentados al Fondo Emprender por Departamento. Fuente: Fondo Emprender Sena – Montería.

En este orden de ideas y considerando que el esfuerzo realizado por diferentes Instituciones Gubernamentales y no Gubernamentales no ha sido fructífero, frente a los programas planificados, en donde se destacan:

1. Alcaldía de Montería y su programa emprendimiento para todos; además de convenios tanto con Bancoldex (Institución que apoya a los microempresarios) como con el DPS (Departamento para la prosperidad social), con el objetivo de implementar una política de emprendimiento que permita brindar un capital semilla, ofrecer capacitación y emprender oportunidades de negocio para los Monterianos

2. La Cámara de Comercio de Montería, entidad que apoya la cultura empresarial de la región, gestiona todos los tópicos que benefician al sector empresarial del Departamento, promoviendo su crecimiento económico y competitivo. Así mismo, por medio del área de Promoción y Desarrollo, ofrece a los empresarios, soluciones para que sus actividades sean más productivas, identificando nuevas y mejores oportunidades de negocios, y sean partícipes de una manera exitosa en el mercado nacional e internacional. Como aspecto complementario, por medio de capacitaciones empresariales y comitivas permanentes, los emprendedores y

nuevos empresarios reciben las herramientas necesarias para iniciar correctamente sus negocios.

3. El “Primer Foro De Emprendimiento e Innovación” realizado por la Gobernación de Córdoba con los programas de travesía por la educación superior y la realización de talleres y socialización de acciones para el fortalecimiento del emprendimiento y creación de empresas.

Todas estas acciones no han sido suficientes para despertar un espíritu emprendedor inquieto entre los ciudadanos nativos de la ciudad de Montería, dando a conocer que no se ha diseñado una estrategia acertada que dé resultados y motive la creación de nuevas empresas que generen más empleos directos e indirectos y que se aprovechen las ventajas competitivas y comparativas que posee esta zona geográfica.

La empresarialidad se ve favorecida en aquellos ámbitos donde existe adecuado apoyo para emprendedores y para quienes desean hacer crecer sus empresas. El interés en el estudio de las políticas e instituciones que fomentan la empresarialidad ha crecido de manera significativa en los últimos años a medida que también va aumentando el número de países que instrumentan iniciativas para estimular la creación de empresas (Lundström y Stevenson, 2002).

Es así que se emprende la presente investigación queriendo encontrar un camino más

expedito, más definido, más directo que permita llegar más efectivamente al espíritu emprendedor del ciudadano nativo de la ciudad de montería y lo pueda motivar para el propósito deseado.

La investigación se realizó tomando en cuenta los siguientes actores: a) Estudiantes de grado 11 de una institución educativa pública; b) Estudiantes de grado 11 de una institución educativa privada; c) Estudiantes de quinto semestre de Administración de empresas diurno de una universidad privada; d) Estudiantes de quinto semestre de Administración de empresas nocturna de una universidad privada; e) Estudiantes de séptimo semestre de contaduría pública diurna de una universidad privada; f) Estudiantes de séptimo semestre de contaduría pública nocturna de una universidad privada; g) Estudiantes de quinto semestre de Administración financiera y negocios internacionales de una universidad pública; h) Comerciantes e industriales; i) Ciudadano de a pie en las calles.

De esta manera y mediante preguntas abiertas se escudriñó e identificó en estos diversos actores las razones por las cuales el ciudadano de Córdoba no posee el espíritu emprendedor que requiere el territorio y que poseen otros departamentos de Colombia; con el fin de diseñar un plan estratégico de mejoramiento, que sirva para apalancar el desarrollo del Departamento con su propio capital humano.

### Contexto Teórico

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2015), Colombia ocupa el primer puesto, entre 54 países que analiza esta entidad, en la intención de creación de empresa por parte de la población.

Este importante calificativo se ha adquirido gracias a que el gobierno cuenta con una Red Nacional de Emprendimiento, se avanza en fortalecer la industria de apoyo al emprendimiento, conformada por centros educativos y empresas, así como en ampliar y divulgar los vehículos de financiación a los emprendedores (Ministerio de Comercio,

Industria y Turismo, 2016). El Ministerio de Comercio Industria y Turismo es la entidad que encabeza esta red que tiene como objetivos:

1. Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento.
2. Formular un plan estratégico nacional para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento.
3. Ser articuladora de organizaciones que apoyan acciones de emprendimientos innovadores y generadores de empleo en el país.
4. Desarrollar acciones conjuntas entre diversas organizaciones que permitan aprovechar sinergias y potenciar esfuerzos para impulsar emprendimientos empresariales.

Adicionalmente en el país se crearon unas Redes Regionales de Emprendimiento, que son conformadas por 481 instituciones de apoyo al emprendimiento, entre las que se cuentan gobernaciones, alcaldías, y centros educativos.

En la Semana Mundial del Emprendimiento se realizaron eventos de divulgación de los mecanismos de fomento a la creación y fortalecimiento de empresas, en capitales como Florencia, Manizales, Cali, Bogotá, Armenia, Manizales y Pereira, y además se celebraron 70 eventos más pequeños, en ciudades colombianas, con apoyo de las autoridades regionales y las Cámaras de Comercio. Está demostrado que los países que tienen los niveles más altos de producto per cápita tienen también los mayores índices de emprendimiento innovador en su territorio (GEM, 2007).

También es importante resaltar que, como resultado de la política de fomento al emprendimiento y la estrategia por un país más moderno, gracias al apoyo de recursos originados en el Fondo Emprender, han sido creadas alrededor de 2.800 empresas, las cuales han generado más de 15 mil empleos formales.

Pero a diferencia de toda esta importante información y comparando los resultados de proyectos presentados en el fondo empernder -

SENA –, Córdoba posee en ese ranking el puesto 21 de 32 Departamentos. En este sentido, Córdoba es uno de los doce Departamentos de media tabla hacia abajo que no entran en la onda del emprendimiento en Colombia.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación se fundamenta en las nuevas estrategias corporativas y el arte de crear empresas, para cultivar y generar el deseo y la inquietud de poder realizar proyectos de los cuales las entidades comprometidas brinden los recursos a cualquier persona que desee y quiera contribuir a la economía y a su sociedad, y que aquél que quiera generar empleo está contribuyendo al crecimiento económico y la disminución del desempleo.

El espíritu empresarial es la aspiración más sincera de alcanzar los logros humanos, es el conjunto de motivadores que poseen los empresarios y que se manifiestan en el deseo de enfrentar retos y obtener triunfos. Ser emprendedor es una forma de pensar y de actuar. Es un estilo de vida. Sólo se es emprendedor, siendo emprendedor. A nivel de los individuos, los factores críticos en el comportamiento emprendedor se relacionan, según Acs (2007) y Wenekers (2006), con las siguientes variables:

1. El nivel de educación: La posibilidad de que los individuos participen en iniciativas de emprendimiento innovador está ligada al logro de niveles elevados de educación.

2. El desarrollo de habilidades: La educación formal debe estar complementada por el logro de habilidades para el emprendimiento. Estas habilidades, definidas como la capacidad para hacer, están relacionadas con los niveles de educación, pero se adquieren fundamentalmente a partir de la experiencia.

3. La capacidad para la identificación de oportunidades: Esta es la capacidad para articular un orden a partir del caos del entorno, descubrir necesidades insatisfechas en los consumidores y crear soluciones para esas necesidades (Wenekers, 2006).

4. La preferencia individual por el riesgo: Los emprendedores se caracterizan por tener alta

disposición individual a la toma de riesgos, pues están dispuestos a aceptarlo en situaciones donde consideran que pueden obtener amplias ganancias.

5. Recursos psicológicos (psychological endowments): Las características psicológicas de los individuos determinan la capacidad individual para el emprendimiento. Ellas incluyen la creatividad, la perseverancia, el control interno, la iniciativa, la autonomía, la motivación por el logro, la disposición a abrirse a experiencias diversas y la capacidad de incorporar las lecciones de la experiencia en las decisiones, entre otras.

Hay que tener en cuenta que el concepto emprender evoca tenacidad y compromiso con lo que nos rodea pero que, sobre todo, significa la asunción de un aprendizaje personal constante a lo largo de la vida. En este sentido, todas las personas podemos ser emprendedoras, pero, para ello, debemos desarrollar los valores, las actitudes y las competencias adecuadas. Estos valores pueden y deben contribuir a un mejor desarrollo personal y profesional de las personas, de las organizaciones y de una sociedad más sostenible y cohesionada. Todo ello precisa la necesidad de desarrollar un trabajo que debe hacerse en el ámbito personal, profesional y social, y, en este caso, el ámbito educativo es uno de los agentes esenciales (Guridi, 2003).

Eckhart Tolle (2003) referencia en el poder del ahora el hecho de que “Si Usted emprende algún tipo de acción – cambiar su situación o salir de ella -, suelte la negatividad primero, si es posible. La acción que surge de la comprensión de lo que se requiere es más efectiva que la que surge de la negatividad”.

En este sentido, ¿Qué tienen en común los emprendedores de éxito? “Empuje”. O lo que es lo mismo, capacidad de acción, de llevar a la práctica una buena idea y tener decisión para hacer realidad su sueño. Arriesgarse a hacer realidad su proyecto. Dar el primer paso tras el cual seguirán cientos de ellos. La experiencia señala que todos y cada uno de los empresarios hoy exitosos, tuvieron en común la capacidad de

actuar y empezar a ser real ese sueño de hacer empresa (Freire, 2005).

Todas las profesiones están en capacidad de formar empresa, depende de la creatividad de los profesionales. Nosotros somos capaces de forjar nuestro futuro, con nuestras manos, con nuestras mentes. No nos condenen a ser esclavos del sistema, cuando podemos ser los amos de nuestro destino (Candela, 2008).

Pero ante esta situación ¿Quiénes son los Cordobeses y Monterianos? Según Negrete (2012), a pesar de las evidentes diferencias un buen porcentaje de cordobeses presentan algunas características generales comunes: Sumisos, perezosos, conformistas, humildes, fáciles de engañar, callados, melancólicos, apegados a lo propio y conocido, sin afán ni interés por conocer nuevas tierras y gentes, nobles, ingenuos, resignados por lo poco que tienen, rutinarios en el trabajo, sinceros, solidarios, poco persistentes, dejaos, informales, indisciplinados, acomodados con rapidez a las circunstancias por adversas que sean, desprevenidos, están a la espera de algo que les llegará pero sin saber qué y cuándo.

Es así que Escobar e Isaza (1998) consideran que: “Son muchas las personas que tienen una idea de negocio. Se han escuchado historias de personas a las que se les ocurre una idea, pero por diversas razones se la pasan postergándola hasta que llega el día que esa misma idea se ilumina en la mente de otra persona que la lleva a ejecución”.

## Materiales y Métodos

### Método

Se aplicó el método empírico – analítico dado que posibilita revelar o hallar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio, mediante las sensaciones que los encuestados pueden percibir mediante sus sentidos. Su utilidad es esencial dado que destaca situaciones o percepciones en campos inexplorados o en aquellos en los que destaca el estudio descriptivo (Canabal, 2015)

### Tipo de Investigación

La investigación es de tipo descriptiva y cualitativa ya que consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

### Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para el desarrollo de la investigación se aplicó la técnica de campo. Esta técnica se realiza mediante la observación en contacto directo con el objeto de estudio y la captura de evidencias o revelaciones que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad absoluta.

La investigación consta de cuatro fases, las cuales se presentan a continuación:

Fase 1 – Iniciación: Esta etapa corresponde al reconocimiento previo que debe realizar el equipo investigador y las Instituciones educativas tanto del sector público como del sector privado involucradas en el proyecto, los comerciantes e industriales y la Ciudadanía en general.

Fase 2 – Diagnóstico: Esta fase permitirá descubrir la situación actual (Hallazgos), y para su realización se aplicarán fuentes y formas de recolección de datos, así: a) Registros: Son archivos bibliográficos para leer o transcribir, tales como publicaciones de periódicos y revistas, libros, información en internet, etc.; b) Observación: Esta técnica será utilizada para obtener información en tiempo real de la situación planteada; c) Encuesta: Se aplicará a los diferentes actores a fin de caracterizar el enfoque planteado y encontrar los resultados o razones objeto de esta investigación.

Las encuestas a realizar son las siguientes:

1. Encuesta a estudiantes de grado 11 de la institución educativa pública la Normal de Montería.

2. Encuesta a estudiantes de grado 11 de la institución educativa privada liceo Unisinú.

3. Encuesta a estudiantes de quinto semestre del programa administración de empresas en jornada diurna de la institución privada universidad del Sinú, Elías Bechara Zainúm.

4. Encuesta a estudiantes de quinto semestre del programa administración de empresas en jornada nocturna de la institución privada universidad del Sinú, Elías Bechara Zainúm.

5. Encuesta a estudiantes de séptimo semestre del programa contaduría pública en jornada diurna de la institución privada universidad del Sinú, Elías Bechara Zainúm.

6. Encuesta a estudiantes de séptimo semestre del programa contaduría pública en jornada nocturna de la institución privada universidad del Sinú, Elías Bechara Zainúm.

7. Encuesta a estudiantes de quinto semestre del programa administración financiera y negocios internacionales en jornada diurna de la institución pública universidad de Córdoba.

8. Encuesta a empresarios (comerciantes e industriales).

9. Encuesta al ciudadano.

Fase 3 – Análisis: Esta fase comprende la interpretación de la situación encontrada y contiene tabulación de encuesta, graficación y análisis de resultados.

Fase 4: Conclusiones y recomendaciones: Agotada las fases del diagnóstico y el análisis, se desarrollará el plan de mejoramiento a manera de propuesta solución al problema encontrado.

## Fuentes de Información

Fuentes primarias. Una fuente primaria es un documento escrito nuevo y original, resultado del trabajo intelectual en el que se puede hallar información completa, presentada de manera detallada de un informe de investigación o de una teoría. En el proceso de investigación suelen ser fuentes primarias los libros, revistas científicas y de entretenimiento, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas.

Fuentes secundarias. Una fuente documental secundaria es la que implica el rediseño y reescritura de un documento, y suele presentarse en forma de resumen de una investigación original. Es importante anotar que la reelaboración del documento tiene su origen en una fuente documental primaria. Son fuentes secundarias: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones.

Fuentes terciarias. La aparición de redes de comunicación internas de un centro o entre varios centros mediante sistemas de computadoras ha supuesto un importante avance en el tratamiento de la documentación computarizada. En la actualidad, el uso de redes es un hecho frecuente, y la mayoría de grandes instituciones cuenta con su propia red que permite, a través de ella, compartir información, recursos e incluso utilizarla como correo instantáneo.

## Resultados Parciales

1. ¿Conoce usted que el Fondo Emprender fue creado por el Gobierno Nacional para financiar iniciativas empresariales productivas y facilita el acceso a Capital Semilla no reembolsable?

Análisis del Espíritu Emprendedor del Ciudadano Monteriano en la Formulación de Proyectos de Inversión Para la Creación de Nuevas Empresas por Javier Darío Canabal p. 7-18

RESPUESTA	VII		VII		V		V		Ciudadano		Instituto		Comercio		Normal		Total	%
	Contaduría N		Contaduría D		Admón N		Admón D											
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	5	45,45	11	91,67	7	46,67	9	45,00	8	80,00	7	35,00	6	60,00	9	40,91	62	51,67
NO	6	54,55	1	8,33	8	53,33	11	55,00	2	20,00	13	65,00	4	40,00	13	59,09	58	48,33
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	10	100,00	20	100,00	10	100,00	22	100,00	120	100,00

## 2. Sabes que el fondo emprender facilita capital semilla (el capital para emprender un negocio)

### 2.1 A alumnos del Sena que hayan finalizado la etapa lectiva de un programa de formación.

RESPUESTA	VII		VII		V		V		Instituto		Comerciante		Normal		Total	%
	Contaduría N		Contaduría D		Admón N		Admón D									
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	3	27,27	10	83,33	5	33,33	5	25,00	9	45,00	7	70,00	8	36,36	47	42,73
NO	8	72,73	2	16,67	10	66,67	15	75,00	11	55,00	3	30,00	14	63,64	63	57,27
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	20	100,00	10	100,00	22	100,00	110	100,00

### 2.2 Alumnos o egresados del curso del Sena en el programa jóvenes rurales y línea de formación de líderes del desarrollo.

RESPUESTA	VII		VII		V		V		Instituto		Comerciante		Normal		Total	%
	Contaduría N		Contaduría D		Admón N		Admón D									
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	4	36,36	8	66,67	5	33,33	5	25,00	7	35,00	9	90,00	8	36,36	46	41,82
NO	7	63,64	4	33,33	10	66,67	15	75,00	13	65,00	1	10,00	14	63,64	64	58,18
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	20	100,00	10	100,00	22	100,00	110	100,00

### 2.3 Estudiantes que se encuentren cursando los dos últimos semestres en un programa de Educación Superior.

RESPUESTA	VII		VII		V		V		Instituto		Comerciante		Normal		Total	%
	Contaduría N		Contaduría D		Admón N		Admón D									
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	2	18,18	11	91,67	5	33,33	8	40,00	6	30,00	6	60,00	7	31,82	45	40,91
NO	9	81,82	1	8,33	10	66,67	12	60,00	14	70,00	4	40,00	15	68,18	65	59,09
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	20	100,00	10	100,00	22	100,00	110	100,00

### 2.4 Personas que hayan concluido materias dentro de los últimos 12 meses.

RESPUESTA	VII		VII		V		V		Instituto		Comerciante		Normal		Total	%
	Contaduría N		Contaduría D		Admón N		Admón D									
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	2	18,18	4	33,33	1	6,67	7	35,00	3	15,00	5	50,00	4	18,18	26	23,64
NO	9	81,82	8	66,67	14	93,33	13	65,00	17	85,00	5	50,00	18	81,82	84	76,36
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	20	100,00	10	100,00	22	100,00	110	100,00

## 2.5 Profesionales universitarios con título obtenido durante los últimos 24 meses.

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Instituto		Comerciante		Normal		Total	%
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	2	18,18	3	25,00	2	13,33	8	40,00	6	30,00	5	50,00	4	18,18	30	27,27
NO	9	81,82	9	75,00	13	86,67	12	60,00	14	70,00	5	50,00	18	81,82	80	72,73
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	20	100,00	10	100,00	22	100,00	110	100,00

2.6 Estudiantes o egresados que se encuentren cursando especialización y/o maestría que hayan culminado y obtenido la certificación durante los últimos dos semestres.

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Instituto		Comerciante		Normal		Total	%
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	1	9,09	0	0,00	2	13,33	10	50,00	8	40,00	6	60,00	7	31,82	34	30,91
NO	10	90,91	12	100,00	13	86,67	10	50,00	12	60,00	4	40,00	15	68,18	76	69,09
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	20	100,00	10	100,00	22	100,00	110	100,00

3. En cuanto a proyectos presentados y aprobados por el Fondo Emprender, Córdoba ocupa el puesto 21 de 32 departamentos del país ¿Por qué crees que estamos tan rezados?

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Ciudadano		Instituto		Normal		Comerciante		TOTAL	%
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
FALTA DE INFORMACIÓN			2	8,70	9	36,00	11	31,43	1	7,14	3	11,54	2	6,25	-	-	28	14,51
FALTA CULTURA EMPRENDEDORA	4	18,18	3	13,04	3	12,00	2	5,71	3	21,43		-1	3,13		-	-	16	8,29
FALTA INICIATIVA	3	13,64	3	13,04		-	3	8,57	1	7,14	3	11,54	2	6,25	1	6,25	16	8,29
FALTA DE VISIÓN	1	4,55	1	4,35	2	8,00	1	2,86	1	7,14	1	3,85		-4	25,00		11	5,70
FALTA DE INTERÉS					-1	4,00	1	2,86	1	7,14	2	7,69	5	15,63	1	6,25	11	5,70
FALTA DE APOYO GUBERNAMENTAL						-	4	11,43		-2	7,69	3	9,38	1	6,25	10	5,18	
ZONA DE CONFORT	1	4,55	2	8,70	1	4,00	1	2,86		-2	7,69	1	3,13	1	6,25	9	4,66	
FALTA EDUCACIÓN	2	9,09									-7	21,88				9	4,66	
FALTA MOTIVACIÓN	2	9,09			-1	4,00	3	8,57			-2	6,25				8	4,15	
FALTA DE ESPÍRITU EMPRENDEDOR										-3	11,54	3	9,38	2	12,50	8	4,15	

## 4. ¿Cuenta esta Institución Educativa con un área para el fomento del Espíritu Emprendedor?

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Instituto		Normal		Total	%
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
SI	6	54,55	12	100,00	6	40,00	18	90,00	15	75,00	17	170,00	74	74,00
NO	5	45,45	0	0,00	9	60,00	2	10,00	5	25,00	5	50,00	26	26,00
TOTAL	11	100,00	12	100,00	15	100,00	20	100,00	20	100,00	22	220,00	100	100,00

### 5. Siendo Córdoba una región con un gran potencial económico, ¿Por qué crees no existen ni se crean industrias en el departamento?

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Ciudadano	Instituto	Normal	Comerciante	TOTAL	%				
	#	%	#	%	#	%	#	%										
	FALTA DE APOYO GUBERNAMENTAL	2	12,50	1	5,26	2	8,70	6							22,22	-	4	17,39
FALTA DE VISIÓN		0,00	3	15,79	3	13,04	1	3,70	1	7,69	5	21,74	3	9,38	4	23,53	20	11,76
FALTA DE ESPIRITU EMPRENDEDOR	4	25,00	1	5,26	5	21,74	2	7,41	-	1	4,35	2	6,25	-	-	15	8,82	
CORRUPCIÓN		0,00		-	3	13,04	4	14,81	-	4	17,39	3	9,38	1	5,88	15	8,82	
ZONA DE CONFORT		0,00	1	5,26	2	8,70	3	11,11	2	15,38	1	4,35	3	9,38	2	11,76	14	8,24
FALTA CULTURA EMPRENDEDORA	2	12,50	1	5,26	3	13,04		-	1	7,69	-	-	-	-	-	7	4,12	
FALTA DE RECURSOS		0,00		-		-	3	11,11	-	1	4,35	2	6,25	-	-	6	3,53	
MIEDO AL FRACASO		0,00	3	15,79		-		-	-	2	8,70	-	-	-	-	5	2,94	
FALTA DE EDUCACIÓN SUPERIOR		0,00		-	1	4,35		-	-	-	4	12,50	-	-	-	5	2,94	
FALTA DE INFORMACIÓN		0,00		-	2	8,70		-	-	-	2	6,25	-	-	-	4	2,35	
PEREZA	1	6,25	1	5,26	1	4,35		-	-	-	-	-	1	5,88	4	2,35		

### 6. ¿Por qué crees que el ciudadano de Córdoba no tiene Espíritu Emprendedor para la creación de nuevas empresas que a su vez jalonen el desarrollo local y departamental?

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Ciudadano	Instituto	Normal	Comerciante	TOTAL	%				
	#	%	#	%	#	%	#	%										
	ZONA DE CONFORT		0,00	4	20,00	4	13,33	2							5,56	1	6,67	4
FALTA DE VISION	2	14,29	2	10,00	3	10,00		-	1	6,67	2	10,00	5	14,71	4	23,53	19,00	10,22
FALTA DE APOYO GUBERNAMENTAL	1	7,14		-	2	6,67	4	11,11	2	13,33	-	-	3	8,82	3	17,65	15,00	8,06
FALTA DE ESPIRITU EMPRENDEDOR	2	14,29	1	5,00	3	10,00	2	5,56	1	6,67	-	-	3	8,82	-	-	12,00	6,45
FALTA DE RECURSOS		0,00		-		-	6	16,67	2	13,33	-	-	4	11,76	-	-	12,00	6,45
MIEDO AL FRACASO	0,00	3	15,00		4	11,11	1	6,67	2	10,00	-	-	-	-	10,00	5,38		
NO SE LE ENSEÑA DESDE LA ESCUELA	0,00	1	5,00	2	6,67	2	5,56		-	1	5,00	3	8,82	-	-	9,00	4,84	
FALTA DE INFORMACIÓN	0,00		1	3,33	3	8,33	1	6,67	1	5,00	2	5,88	-	-	8,00	4,30		
PEREZA	0,00		2	6,67		-		-	2	10,00	2	5,88	1	5,88	7,00	3,76		
FALTA DE CONOCIMIENTO DEL TEMA	1	7,14	2	10,00	2	6,67	1	2,78	-	-	-	-	-	-	6,00	3,23		
FALTA INICIATIVA	2	14,29	2	10,00	1	3,33		-	-	-	1	2,94	-	-	6,00	3,23		
FALTA DE INNOVACIÓN	0,00		1	3,33		-		-	1	5,00	4	11,76	-	-	6,00	3,23		

### 7. ¿Qué propones para activar y mejorar el espíritu emprendedor?

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Ciudadano	Instituto	Normal	Comerciante	TOTAL	%				
	#	%	#	%	#	%	#	%										
	DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN	1	9,09	1	5,26	7	33,33	7							26,92	1	7,14	1
ENSEÑAR DESDE LA ESCUELA		0,00	8	42,11	3	14,29	2	7,69		-	-	6	27,27	-	-	19	12,84	
FOMENTO DE EMPRENDIMIENTO EN UNIVERSIDADES	2	18,18	5	26,32	2	9,52	3	11,54	3	21,43	1	4,35	-	-	2	16,67	18	12,16
APOYO GUBERNAMENTAL	1	9,09	1	5,26	4	19,05	5	19,23	1	7,14	2	8,70	4	18,18	-	-	18	12,16
CAPACITACIÓN A LOS CIUDADANOS	2	18,18		-		-	4	15,38	1	7,14	-	-	-	-	7	4,73		
FERIA DE LA INNOVACION Y TECNOLOGIA		0,00	2	10,53	1	4,76		-		-	3	13,64	-	-	6	4,05		
CAPACITACIÓN A ADOLESCENTES		0,00		-	2	9,52		-		-	3	13,64	1	8,33	6	4,05		

## 8. Si tuvieras la oportunidad de crear tu propia empresa, ¿Cuál sería tu idea?

RESPUESTA	VII Contaduría N		VII Contaduría D		V Admón N		V Admón D		Ciudadano Instituto Normal Comerciante						TOTAL	%
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%		
NO TIENE IDEA	0,00	0,00	1	6,25	0,00	4	40,00	6	30,00	3	13,04	0,00	14	13,21		
CONFECCIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4	20,00	2	8,70	0,00	6	5,66		
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	1	10,00	0,00	6,25	0,00	0,00	0,00	1	5,00	0,00	0,00	0,00	3	2,83		
LICORERIA	0,00	0,00	0,00	0,00	2	14,29	0,00	0,00	0,00	0,00	1	10,00	3	2,83		
FUNDACIÓN P/ AYUDAR A PERSONAS DE ESCASOS RECURSOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1	5,00	2	8,70	0,00	3	2,83			
RECICLADORA	0,00	0,00	2	12,50	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2	1,89			
INDUSTRIA DE CALZADO	0,00	0,00	1	6,25	0,00	1	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	2	1,89		
MANUFACTURA DE LACTEOS	0,00	0,00	1	6,25	7,14	0,00	1	5,00	0,00	0,00	0,00	2	1,89			

Ante estos resultados, es evidente que el ciudadano nato del Municipio de Montería se encuentra en un estado o zona de confort frente al desarrollo de su territorio, ya que espera que habitantes de otros Municipios del país, que aparecen como más pujantes hagan realidad sus planes de negocio. De igual manera es importante resaltar que el factor cultural tampoco ayuda mucho dado que aparecemos como desprevenidos y tranquilos ante la sociedad. Esto queda evidenciado en la tabulación de la pregunta 8 donde el 13,21% no tiene en la mente ninguna idea de negocios si hoy fuera su gran oportunidad.

## Referencias

- Acopi, Asociación de las Micro, Medianas y Pequeñas empresas –ACOPI- (2016). Memorias del congreso Nacional de la pyme: Contexto real.
- Angelelli, Pablo y Prats, Julia (s/f). Fomento de la actividad emprendedora en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de desarrollo. División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Washington, D.C.
- Bosma, N.; Jones, K.; Autio, E.; Levy, J. (2008) Global Entrepreneurship Monitor Executive Report 2007. En: Babson College, Lonson Business School and Global Entrepreneurship Research Consortium Wennekers, S. (2006) Entrepreneurship at Country Level. Economic and Non-economic Determinants. Erasmus Research Institute of management (ERIM).
- Canabal Guzmán, Javier Darío (2015). Guía metodológica para la elaboración y presentación de trabajos de grado.
- Universidad del Sinú. Publicaciones Unisinú.
- Candela Casas, Ricardo (s/f). Mitos sobre emprendedores. Lima, Perú.
- Collins, James C. Porras, Jerry I. (1995). Empresas que perduran. Bogotá: Norma.
- Eckhart, Tolle (s/f). El poder del ahora, un camino hacia la realización espiritual. Biblioteca del nuevo tiempo. Rosario, Argentina.
- Escobar, Gustavo A. & Isaza Juan Diego (1998). Factores que influyen en la Iniciación y Terminación de una Empresa. Santiago de Cali: Universidad ICESI.
- Freire, Andy (2005). Pasión por Emprender. Bogotá: Norma.
- Guridi, José Ramón (2003). Departamento de Innovación y Sociedad del Conocimiento de la Diputación Foral de Gipuzkoa.
- Lundström, A. y L. Stevenson (2002). On the Road to Entrepreneurship Policy, vol. 1. Estocolmo: Swedish Foundation for Small Business Research.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2011). Desarrollo empresarial. Red Nacional para el emprendimiento [en línea] Bogotá: Mincomercio [citado 23, abril, 2016] Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones>

Negrete Barrera, Víctor (2003). Jóvenes, familia y sociedad, de la exclusión al riesgo: El

caso Córdoba. Montería: Universidad del Sinú. Publicaciones Unisinú.

Servicio Nacional de aprendizaje SENA. Seccional Montería (2015). Fondo emprender. Convocatorias y resultados.

Rafael Vesga (s/f). Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?. Bogotá: Universidad de los Andes. Facultad de Administración.