Universidad de La Salle
Ciencia Unisalle

Contaduría Pública

Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS

2015

Cinco entrevistas a emprendedores e intraemprendedores lasallistas como parte de las estrategias de divulgación y promoción de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle, primer semestre de 2015

Diana Mercedes Poveda Torres
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica

Part of the Accounting Commons

Citación recomendada

Poveda Torres, D. M. (2015). Cinco entrevistas a emprendedores e intraemprendedores lasallistas como parte de las estrategias de divulgación y promoción de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle, primer semestre de 2015. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/contaduria_publica/153

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Contaduría Pública by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

CINCO ENTREVISTAS A EMPRENDEDORES E INTRAEMPRENDEDORES LASALLISTAS COMO PARTE DE LAS ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE - PRIMER SEMESTRE DE 2015

Diana Mercedes Poveda Torres

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

CINCO ENTREVISTAS A EMPRENDEDORES E INTRAEMPRENDEDORES LASALLISTAS COMO PARTE DE LAS ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE - PRIMER SEMESTRE DE 2015

DIANA MERCEDES POVEDA TORRES

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTA

2015

CINCO ENTREVISTAS A EMPRENDEDORES E INTRAEMPRENDEDORES LASALLISTAS COMO PARTE DE LAS ESTRATEGIAS DE DIVULGACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLE - PRIMER SEMESTRE DE 2015

DIANA MERCEDES POVEDA TORRES Cód.: 17062005

Trabajo de grado

Para optar al título de

Contadora Pública

Director

Omar Andrés Sierra Morales

UNIVERSIDAD DE LA SALLE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA

BOGOTÁ

2015

Contenido

INTRODUCCIÓN 7

1 TÍTULO 9

2 LÍNEA Y SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN 9

3 PROBLEMA 9

3.1 DELIMITACIÓN 9
3.2 ESTADO DEL ARTE 10
3.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 13

4 FORMULACIÓN 14

5 OBJETIVOS 15

5.1 OBJETIVO GENERAL 15
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 15

6 MARCO DE REFERENCIA 16

6.1 MARCO CONCEPTUAL 16
6.2 MARCO TEÓRICO 18
6.2.1 Los sistemas de comunicación de las universidades 18
6.2.2 El emprendimiento en la enseñanza 22
6.2.3 Herramientas para la enseñanza del emprendimiento 23
6.2.4 Desarrollo del entorno emprendedor 24

7 MARCO INSTITUCIONAL 25

7.1 HISTORIA DE LA UNIVERSIDAD DE LA SALLÉ 25
7.2 APARTES DEL PROYECTO EDUCATIVO DE LA UNIVERSIDAD "PEUL" 26
7.3 HISTORIA DE LA FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES 27
7.4 PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS 27
7.5 PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA 29

8 DISEÑO METODOLÓGICO 30

8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN 30
8.1.1 Enfoque investigativo 31
8.1.2 Instrumentos de recolección y análisis de la información 31
8.2 POBLACIÓN Y MUESTRA 32

9 BÚSQUEDA Y CONTACTO CON POSIBLES EMPRESARIOS A ENTREVISTAR .. 32

10 GUION Y PREGUNTAS 34

11 ENTREVISTAS 37

11.1 ENTREVISTA #1 37
- *Información entrevista 37*
- *Síntesis de Entrevista VERSACE COLLECTION 37*

11.2 ENTREVISTA #2 41
- *Información entrevista* *41*
- *Síntesis de Entrevista LA COLPA É MIA* *42*
11.3 ENTREVISTA #3 46
- *Información entrevista* *46*
- *Síntesis de Entrevista ANDRÉS D.C.* *47*
11.4 ENTREVISTA #4 49
- *Información entrevista* *49*
- *Síntesis de Entrevista GRUPO ICO* *51*
11.5 ENTREVISTA #5 53
- *Información entrevista* *53*
- *Síntesis de Entrevista UNIVERSIDAD DE LA SALLE* *54*

12 CONCLUSIÓN 57

13 RECOMENDACIONES 59

14 BIBLIOGRAFÍA 60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Base Datos de emprendedores e intraemprendedores que van a participaron en las entrevistas…… 32

Tabla 2: Preguntas de emprendedores Lasallistas – Empresa Propia y/o Familiar…… 32

Tabla 3: Preguntas a intraemprendedores Lasallistas…….……... 32

INTRODUCCIÓN

La Universidad de La Salle se ha caracterizado por ser una institución que ofrece a sus estudiantes alternativas de desarrollo profesional a través de sus proyectos formativos brindando diferentes programas académicos de educación superior. Con el ánimo de fomentar los valores éticos y profesionales de la sociedad, la Universidad se ha esforzado por crear programas que motiven liderazgo, creatividad, innovación, pasión e iniciativa; características que identifica a un *emprendedor e intraemprendedor* Lasallista.

La Universidad de La Salle busca que los estudiantes materialicen sus ideas por medio del diseño e implementación de estrategias diversas que les faciliten presentar al mundo proyectos de vida que no solamente pueden representar ganancias en términos monetarios, sino que adicionalmente proveen una experiencia de vida y de crecimiento en los niveles personal y profesional, puesto que estos influyen, a su vez, en el desarrollo y crecimiento de nuestro país. Por ello, ha contribuido en la formación de sus estudiantes propiciando en ellos espíritu de emprendedores y la capacidad de ser creativos, innovadores, líderes y perseverantes.

Una muestra de su gran esfuerzo y dedicación a este programa son las constantes participaciones, entre otros, en proyectos empresariales avaladas por la cámara de comercio de Bogotá y en su propia muestra de proyectos empresariales. Una de las actividades que cada semestre se lleva acabo es la reconocida muestra empresarial en donde los estudiantes ponen en práctica, después de haber logrado un resultado a través de un proceso formativo académico. Durante su proceso de formación académica, el estudiante desarrolla diferentes habilidades que le permiten jugar el rol de ser líder y asumir cualquier proyecto o idea que emprenda; no hablamos de ser emprendedor cuando creamos solo una empresa, también hablamos de ser emprendedor cuando asumimos cualquier situación o circunstancia con todo el profesionalismo, conocimiento y valores que la Universidad ha inculcado durante nuestro proceso de formación, ya sea parte de una organización ya desarrollada o en su defecto ser el creador de su propia empresa.

Resultado de esta muestra y de otras actividades de la facultad tales como la *unidad de emprendimiento,* los estudiantes de la facultad han hecho posible sus proyectos empresariales o han aportado en otras empresas desde el emprendimiento. De acuerdo a lo planteado anteriormente, el presente trabajo tiene como fin mostrar al público interno y externo de la Universidad diferentes historias de estudiantes y egresados Lasallistas que actualmente se destacan por su desempeño o bien como emprendedores o bien como intraemprendedores, lo cual les ha permitido sobresalir y posicionarse en una sociedad tan competitiva como en la que vivimos.

En ese sentido, el grupo de investigación GAO (Gestión, Administración y Organizaciones) desarrolló el proyecto *Evaluación y prospectiva de las estrategias de comunicación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables* con el objetivo, entre varios, de buscar herramientas que permitan la divulgación en medios digitales de los logros de los estudiantes emprendedores, de modo que se evidencien lo procesos pedagógicos a la vez que se impactan los medios.

Como parte de este macro proyecto la presente pasantía relata en formato video la historia de cinco emprendedores e intraemprendedores Lasallistas. A lo largo del trabajo se dará a conocer la información obtenida por medio de entrevistas en formato digital (video) a empresarios lasallistas, quienes compartieron sus experiencias de vida y permitieron dar conocer sus empresas y todo lo que en cuanto a ellas corresponde, su trayecto en el campo empresarial, así como, dificultades, anécdotas y consejos también fueron parte del material obtenido. De igual manera, por medio de las entrevistas se logró determinar aspectos académicos tales como: identificar qué relación existe entre la Universidad y la empresa, saber si los conocimientos adquiridos en el proceso educativo han sido significativos y que aplicación tienen esos conocimientos en las empresas de los Lasallistas.

1. Titulo

Cinco entrevistas a emprendedores e intraemprendedores Lasallistas como parte de las estrategias de divulgación y promoción de la facultad de ciencias administrativas y contables de la Universidad de La Salle – Primer Semestre de 2015.

2. Línea y Sublínea de investigación

La línea de investigación que se tomará como base para desarrollar este proyecto es *Gestión, Administración y Organizaciones*

La sublínea dentro de la que se enmarca el proyecto es *Emprendimiento; capital humano.*

3. Problema

3.1 Delimitación

Este proyecto se centra en los procesos comunicativos que intervienen en el quehacer administrativo y de relaciones que se dan al interior y exterior de las organizaciones, así como, de las políticas y dispositivos de comunicación internos y externos que atañen a las empresas. En este trabajo se abordan específicamente los sistemas de divulgación de las historias de vida de empresarios relacionados con la Universidad de la Salle.

3.2 Estado del arte

El análisis empírico que realizó el equipo de comunicaciones de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de las políticas de comunicaciones de la Facultad, con el fin de realizar el plan estratégico 2012- 2015, arrojó como resultados, entre otras cosas: la poca definición de filosofía y políticas de comunicación interna y externa; la no existencia de un sistema de comunicación e información; la no definición de las estrategias, herramientas y dispositivos de comunicación de las cuales la facultad debería hacer uso.

Puesto que la comunicación es el eje fundamental de cualquier organización, estas ausencias -que revelan la apremiante necesidad que tiene la Facultad de ingresar al sistema empresarial globalizado- podrían derivar en pérdida de identidad, posicionamiento social, oportunidades comerciales; también, podrían generar desavenencias entre directivas, clientes internos y demás *stakeholders.*

Sumado a esto, el avance de las TIC, de las Redes Sociales, de los medios masivos de Comunicación y de la competencia global impelen a la Facultad a definir prontamente su posición comunicativa. En este sentido, se hace necesario entonces identificar y tomar conciencia de los sistemas de relación externos e internos presentes en la Facultad para así establecer políticas hacia los sistemas de información y comunicación, plan de comunicaciones, soportes, volumen, calidad y transmisión de la información.

Además de disponer de un sistema relacional que asegure el diálogo abierto y argumentado entre los miembros y partes empresariales -lo cual exige la presencia de un lenguaje común que sirve de nexo expositivo y de espacio de encuentro entre las posiciones- la facultad debe forjar su imagen externa e interna según el carácter único que le otorga su filosofía y que se manifiesta en los mensajes y en la simbología (imagen), esto es, crear identidad; fomentar procedimientos para renovar sus estructuras periódicamente; fomentar

una visión común por parte de todos los miembros de la organización; priorizar el factor humano; Indicadores de control, estrategias de marca, políticas de medios de comunicación, procesos de administración de la información, etc.

Ahora bien, dentro del sistema de comunicación de las Universidades existen dispositivos internos y hacia el exterior; uno de estos, que es de vital importancia para las instituciones educativas y científicas son los videos como herramienta de ilustración para que sus estudiantes puedan visualizar cierta información relevante. Los videos son herramientas útiles para el registro, conservación y divulgación de la actividad educativa en la medida que son de fácil realización y compatibles con medios de divulgación como páginas web, la televisión, programas, etc.

Se distinguen cuatro tipos de vídeos diferentes: curriculares, es decir, los que se adaptan expresamente a la programación de la asignatura; de divulgación cultural, cuyo objetivo es presentar a una audiencia dispersa aspectos relacionados con determinadas formas culturales; de carácter científico-técnico, donde se exponen contenidos relacionados con el avance de la ciencia y la tecnología o se explica el comportamiento de fenómenos de carácter físico, químico o biológico; y vídeos para la educación, que son aquellos que, obedeciendo a una determinada intencionalidad didáctica, son utilizados como recursos didácticos y que no han sido específicamente realizados con la idea de enseñar. (Bravo, J., 2015)

M. Schmidt (1987) plantea que en este caso, el objetivo de los videos en su uso didáctico pueden ser instructivos, cuya misión es lograr que los alumnos dominen un determinado contenido; Cognoscitivos, si pretenden dar a conocer diferentes aspectos relacionados con el tema que están estudiando; Motivadores, para disponer positivamente al alumno hacia el desarrollo de una determinada tarea; modelizadores, que presentan modelos a imitar o a seguir; y Lúdicos o expresivos, destinados a que los alumnos puedan aprender y comprender el lenguaje de los medios audiovisuales. (Bravo, J., 2015)

Según Greele Uno de los géneros de expresión a partir de videos más típico es la entrevista grabada, que consiste en una narración conversacional creada conjuntamente por entrevistador y el entrevistado, que contiene un conjunto interrelacionado de estructuras que la definen como objeto de estudio. (Diaz, G; Ortiz, R, 2005)

La importancia de entrevistas realizadas en videos, radica en que cuando se ve al informante en la pantalla, este está en la capacidad de transmitir al menos dos aspectos importantes: Lo que está diciendo y como lo está diciendo, es decir el contenido y la presentación; debido a que así como las palabras que se dicen son importantes, también lo es el lenguaje corporal y la apariencia física, pues están también están trasmitiendo un mensaje.

Albert Mehrabian, un psicólogo social de la Universidad de California en los Ángeles, según un estudio realizado en 1960, plantea que el 93 por ciento de nuestra comunicación es no verbal, es decir tan solo un 7 por ciento equivale a lo que realmente estamos hablando. A partir de lo anterior, Mehrabian calculó que sólo el 7 por ciento del mensaje emocional proviene de las palabras que utilizamos, un 38 por ciento proviene del tono de voz que empleamos al hablar, y el otro 55 por ciento de las señales no verbales. (Gross, M., 2013)

En definitiva, podríamos concluir que el vídeo es un magnífico recurso educativo, debido a que en él es posible registrar y a su vez trasmitir un mensaje. Es un medio de fácil divulgación por lo que lo convierte en una técnica adaptable en las instituciones educativas para brindar información, motivar o alertar referente al tema que se quiera abordar.

3.3 Planteamiento del Problema

La Universidad de La Salle brinda las herramientas y promueve proyectos en donde le apuesta a creer en aquellos estudiantes que tengan un espíritu de emprendimiento, que no le teman crear y diseñar cosas nuevas, en donde busca desarrollar aptitudes y actitudes que demuestren ese don interno y esa capacidad de visualizar, soñar, arriesgarse y tomar decisiones, que le permitan tener un desarrollo humano y poder ofrecerles un campo profesional en donde se pueda desempeñar en una sociedad tan competitiva como en la que se vive actualmente.

La Universidad de La Salle brinda las herramientas para el fortalecimiento en el área de emprendimiento, y de aquí se desprenden grandes historias de estudiantes Lasallistas, que crearon empresas e hicieron participes de las diferentes muestras empresariales que durante todo este trayecto ha sido organizado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables que cada semestre tiene el reto de organizar esta feria empresarial con mucho esfuerzo y dedicación.

Este proyecto se centra en aquellos estudiantes que hicieron de alguna u otra forma participe de esta unidad de emprendimiento y otros que tan solo con recibir la formación que le brindo la Universidad en su momento, fue suficiente para crearles esa confianza necesaria para poder arriesgarse y poder crecer en empresas lucrativas que actualmente han mejorado el desarrollo económico en el país.

Ocurre, sin embargo, que debido a la no existencia de un sistema de comunicación que registre, conserve, administre y divulgue las diversas acciones e iniciativas de la Facultad y de quienes la conforman, se está desconociendo el desarrollo de aquellas empresas que reflejarían: el modo como los lasallistas han comprendido la filosofía y perspectiva teórica vista en clase, cuáles de los aspectos enseñados en clase han tenido ellos

en cuenta en su vida empresarial, así mismo llegar a conocer sus historias de vida, motivaciones y demás aspectos cualitativos que han influido en sus decisiones de como empresarios. Teniendo en cuenta lo anterior el registro y conservación de los casos empresariales serviría además, como material didáctico de clase, gracias al cual se podría, en principio, motivar en los estudiantes el espíritu emprendedor, analizar las trayectorias, anécdotas, consejos y experiencias de quienes ya se han arriesgado a ser empresarios. Finalmente conocer, de viva voz, de personas cercanas a los lasallistas la perspectiva que respecto a la teoría, la empresa y la vida tienen los ellos como empresarios.

Es importante resaltar que para la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, el continuo y organizado registro y divulgación de los casos empresariales lasallistas permitiría consolidar una base de datos, o en otras palabras un observatorio empresarial, útil para ser usado como fuente de corpus de investigación y de estudios de casos para: docentes, empresarios e instituciones externas como material para la promoción y divulgación del contenido de sus programas en los medios y redes sociales, así mismo serviría para analizar la influencia que la Universidad tiene en la comunidad circundante y en el mundo empresarial; un medio de seguimiento del éxito o problemas que tienen empresarios lasallistas (incluyendo egresados) y una alternativa de apoyo a la promoción de los productos o servicios que ofrecen los empresarios lasallistas.

4. Formulación

En ese sentido, la pregunta base de este proyecto es la siguiente: ¿Cómo exponer las diferentes razones que hacen que el emprendimiento sea una herramienta efectiva de desarrollo dentro de la comunidad universitaria, ayudando a despertar y a generar interés en los estudiantes por medio del reconocimiento de cinco líderes emprendedores e intraemprendedores Lasallistas?

5. Objetivos

5.1 Objetivo General

Exponer las diferentes razones que hacen que el emprendimiento sea una herramienta efectiva de desarrollo dentro de la comunidad universitaria, ayudando a despertar y a generar interés en los estudiantes por medio del reconocimiento de cinco líderes emprendedores e intraemprendedores Lasallistas.

5.2 Objetivos Específicos

- Dar a conocer las historias de vida y el recorrido que han tenido los estudiantes y egresados de la Universidad de La Salle.
- Manifestar la importancia que tiene y que ha tenido la Universidad de La Salle en el proceso formativo a los estudiantes y egresados que hoy son ejemplo para la nueva generación.
- Divulgar a través de los medios audiovisuales, los factores de éxito que ellos consideran significativos e importantes a la hora de emprender y llevar a cabo un negocio o en su defecto cualquier idea.

6. Marco de Referencia

6.1 Marco Conceptual

A continuación se presentan los conceptos básicos manejados en el marco teórico y a lo largo del presente trabajo.

Ciencias Administrativas y contables

Es responsable de generar, socializar y transferir conocimiento científico aplicado, en las disciplinas administrativa, económica, financiera, y contable, para formar profesionales de alta calidad, que lideren procesos de innovación y adaptabilidad de las organizaciones en escenarios empresariales y sociales altamente competitivos, con sustento en un enfoque de enseñanza sistémico, dialógico y holístico de la realidad organizacional. (Universidad Autonoma del Caribe, 2014)

Emprendedor

El término emprendedor proviene de las locuciones latinas in, en, y coger, cuyo significado es acometer o llevar a cabo. El emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume todo o la mayor acción de riesgo (Silva, J., 2008).

Intraemprendedor

Los intraemprendedores asumen el rol del empresario por cuenta ajena desarrollando las competencias emprendedoras que exige el desempeño de su función, generando e impulsando proyectos hasta la gestión. Los intraemprendedores de los emprendedores es que los primeros trabajan en organizaciones que no son de su propiedad. En lo demás, desarrollan

las mismas capacidades de los emprendedores, ya que utilizan ideas y las convierten en utilidades rentables (Valdaliso, Urbano, Ripollés, & Perez, 2005)

Espíritu Emprendedor

El espíritu emprendedor no es solo cuestión de personalidad, un simple patrón de comportamiento; o un tipo de mentalidad orientada a las ganancias; es verdaderamente un estilo de vida que se refleja en las personas que desean hacer cambios en sus vidas para mejorarlas, y definitivamente su iniciativa, tendrá una influencia e impacto en todas las personas que se encuentren en su trayectoria emprendedora (Olmos, 2007)

Comunicación

La comunicación es el acto por el cual un individuo transmite una idea, una información o un pensamiento a otro. (Gomez de Enterria, Ruiz Martinez, & Martín de Nicolas, 2008)

Proyecto

Cambio excepcional a alcanzar mediante un conjunto de tareas finitas, ordenadas por tiempo e interrelacionadas. El cambio excepcional es el proyecto; el conjunto de tareas ordenadas por tiempo se llama secuencia del proyecto. (Olmos, 2007)

Liderazgo

El liderazgo se entiende como el proceso de influir en las actividades que realiza una persona o grupo para la consecución de una meta. (Martinez , 2012)

Toma de Decisiones

Tomar una decisión es elegir una alternativa entre varias para lograr un objetivo empresarial (Causillas, T., 1986)

Entrevista

Es un intercambio verbal que nos ayuda a reunir datos durante el encuentro de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas con problema específico. (Acevedo Ibáñez & Lopez M, 1986)

Entrevistas cualitativas en profundidad

Es una interacción dinámica de comunicación entre dos personas, el entrevistador y el entrevistado, bajo el control del primero (…). La relación entre entrevistador y entrevistado se desarrolla simulando una conversación no estructurada donde ambos intercambian información. (Martinez , 2012)

Estrategia de Comunicación

Es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnostico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión. (Conceptos Estratégicos Clave, 2014)

6.2 Marco Teórico

De acuerdo a los conceptos mencionados anteriormente, se entrara a profundizar en el marco teórico las diferentes posiciones que tienen los autores con el desarrollo del proyecto a realizar.

6.2.1 Los sistemas de comunicación de las Universidades

La comunicación es el centro y el motor de todas las actividades humanas. La sociedad misma y las relaciones que ella establece con el ambiente, los otros seres vivos, e incluso las cosas, están mediadas por procesos comunicativos. El mundo cultural en el que nos movemos -nuestras creencias, sistema económico y manera de vivir- ha sido construido, compartido y sostenido a través del lenguaje, base de la comunicación (Van Dijk, 2005).

Por su carácter humano, la comunicación se diferencia de la Información –transmisión, emisión y recepción de conocimientos estructurados (Bartoldi, 1991)- en el sentido que implica lo humano: intercambio de información con el fin de cambiar el comportamiento de otro, subjetividades, intercambio en diversas vías, dobles sentidos y connotaciones (Weiss, 1971; Robbins, 2004). En definitiva, en la información únicamente participa el emisor mientras que en la comunicación intervienen relaciones interactivas entre emisor, receptor y contexto (Joffre & Koenig, 1985).

Es así que, en el seno de la sociedad y en sus instituciones -la familia, la educación, las organizaciones, entre otras- la comunicación forja un sistema de relaciones formales e informales, jerarquías, roles y códigos. Entenderemos *sistema* como *"un conjunto de componentes unidos entre sí que están unidos a un entorno. El sistema se adapta y evoluciona modificándose"* (Bartoldi, 1991, pág. 19) y *Organización* como "*Un grupo*

organizado de seres humanos que tienen un fin o buscan alcanzar determinado objetivo, formal o informal: la meta es conocida de todos, se distribuyen roles y tareas, autoridad y poder, se establece un sistema de comunicación y coordinación, y criterios de evaluación voy control de resultados" (Bartoldi, 1991, pág. 18).

En este orden de ideas, las diversas organizaciones –empresas, cooperativas, universidades, etc. –deberían basar sus actividades en un plan de comunicaciones, pues en ellas, además de la faceta informacional, se presenta obviamente la comunicacional. La empresa es en realidad un conjunto heterogéneo de micro culturas que no se puede dirigir de manera uniforme y sumaria. "*La empresa debería establecer estrategias de comunicación que tengan en cuenta aspectos formales, informales, la incertidumbre y la posibilidad de cambio"* (Hennessey, 2003).

Los adelantos de las ciencias de la administración y de la comunicación han permitido integrar de manera sistémica los diferentes escenarios en los que actúan las organizaciones y/o empresas. Esta idea confirma que la comunicación es la médula espinal de la organización, más allá de una herramienta o estrategia, constituye el principal motor de las transformaciones que se dan al interior y exterior de ella.

En la medida que, la comunicación es considerada centro de la organización, sin una estrategia de comunicación bien articulada "*las empresas abren espacio para el fracaso"* (Páez & Fuenmayor, 2005), circunstancia que se agudiza en la sociedad del conocimiento, marcada por la globalización en los ámbitos económico, social y político (Corella & Reséndiz, 1998; Páez & Fuenmayor, 2005; Garrido, 2008). En este sentido, se deben administrar las empresas a la luz de la R*acionalidad Comunicativa* que, en oposición a la visión instrumentalista de la información que han asumido algunas empresas, ve la interacción humana, la expresión de intimidad en la reciprocidad con el otro, como un capital intelectual, fuente de riqueza, dentro de las empresas (Desiato, 1997; Martín, 1995-1999, Martín, 2005; Massoni, 2007).

Debido a que es un lugar privilegiado de procesamiento e intercambio de datos y relaciones, la empresa se sitúa en el centro de la evolución de las TIC, de las nuevas teorías y prácticas, de la informática y de la telemática, entre otros fenómenos. Por esta razón, sufre constantemente de problemas de relaciones interpersonales: entre empleados y directivos; personal y clientes; en el seno mismo de los servicios. Se hace necesario entonces, que desde el plano político y administrativo determine, sin ignorar la comunicación informal que dentro de ella misma se da, sus políticas de comunicación: tener claro que información recibe y emite al exterior y al interior, que herramientas usa y hacia que publico. En últimas, la organización debe identificar sus lineamientos organizacionales para, de allí, establecer estrategias de comunicación. "*Las empresas saben que la organización de sus unidades de trabajo implican la definición de circuitos de comunicación, interna y externa, esto es, la organización depende de la comunicación*". (Bartoldi, 1991, págs.14-15).

Ahora bien, siendo escuetos, diversos autores han establecido dos ámbitos básicos de comunicación organizacional: la comunicación externa y la comunicación interna (Quintero & Saavedra, 2000; Robbins, 2004; Páez, Fuenmayor, 2005; Newstrom, Brito, Carrión & Quiñones, 2007) , la primera tendría que ver con el marketing, la visión y misión, la posición de la marca y las relaciones con los stakeholders y , la segunda, recorrería ascendente y descendentemente, así como, vertical y horizontalmente la organización, para establecer relaciones entre individuos, facilitar las funciones, tareas y toma de decisiones y permitir el desarrollo de nuevas ideas, productos, proyectos y mejoras de la organización (Goldhaber, 1994; Fernández, C. 1997).

Sin embargo, cabría preguntarse ¿son claras las fronteras entre una y otra categoría pensadas desde la perspectiva del receptor? ¿Acaso, en un momento dado, la comunicación interna no se hace externa y viceversa? ¿Cómo se puede medir si el alcance de un signo llega hasta el cliente externo o el interno? Estos vacíos conceptuales se hacen más evidentes en instituciones que han no se han definido claramente como empresas y que involucran

diferentes metas e intenciones relativas a lo humano, más allá de lucro, como lo son las universidades. Estas actualmente enfrentan el reto del cambio y en este sentido hacen esfuerzos "*hacia este propósito, pero hasta el momento la comunicación, y en especial las comunicaciones internas de que disponen, no satisfacen por completo los requerimientos de su público interno, ocasionando una falta de identidad sólida que garantice la difusión e interiorización de su misión, visión y valores"*. (Páez & Fuenmayor 2005) las universidades sufren de falta de una visión corporativa (identificación y proyección) tanto externa como internamente.

En este sentido, se hace necesario para las universidades, y por extensión para todas las organizaciones, de identificar, tomar conciencia, de los sistemas de relación externos e internos para así establecer políticas hacia los sistemas de información y comunicación, plan de comunicaciones, soportes, volumen, calidad y transmisión de la información. La Universidad debe disponer de un sistema relacional que asegure el diálogo abierto y argumentado entre los miembros y partes empresariales, lo cual exige la presencia de un lenguaje común que sirve de nexo expositivo y de espacio de encuentro entre las posiciones. "*De este modo, la generación de conocimiento compartido se presenta de manera acomodada a las necesidades de la organización, de acuerdo a una correcta intervención sinérgica"* (Hennessey, 2003).

La universidad debe: forjar en su imagen externa e interna el carácter único que le otorga su filosofía y que se manifiesta en los mensajes y en la simbología (imagen), esto es, crear identidad; fomentar procedimientos para renovar sus estructuras periódicamente; fomentar una visión común por parte de todos los miembros de la organización; priorizar el factor humano.

Sobre todo, tener claros los dispositivos de comunicación (Bello, Bauza & Marañón, 2006) a usar: publicaciones internas, al medio externo; Indicadores de control; sondeos de

opinión dentro de las empresas; estrategias de marca, políticas de medios de comunicación, procesos de administración de la información.

6.2.2 El emprendimiento en la enseñanza

Desde los últimos treinta años, las teorías dadas acerca de emprendimiento han fundado determinados modelos adaptables en diferentes entornos aptos para desarrollar emprendimiento.

Según las últimas teorías acerca del emprendimiento en la enseñanza, y la tesis planteada por el (Timmons, 1997) algunos profesores plantean que se deben considerar dos cosas básicas para que sus programas tengan éxito: en primer lugar, realizar investigación y en segundo lugar, asegurarse de que los estudiantes entienden las bases teóricas y conceptuales que explique porqué algunos emprendedores tienen éxito y otros fracasan. (Universidad de La Salle, 2015)

El interés en cuanto a la enseñanza de emprendimiento se ha incrementado notoriamente en los programas de administración de empresas en Estados Unidos. En 1971, solo 16 instituciones enseñaban emprendimiento, para 1997, eran 800. En la Kellog School of Business, de la Universidad de Northwestern, en 1996, el 45 % de estudiantes del primer año expresaron un interés en la mención emprendimiento, comparados con el 30 % en 1995, 12 % en 1994 y 7 % en 19 93. En respuesta incremento en la demanda decanos y profesores se reunieron para discutir cómo responder a ella.(Presentaciones en la primera conferencia de Centros de Emprendimiento. Maryland, 1997)

Dar clases de emprendimiento es un reto en el cual tanto el alumno como el profesor deben tener un alto compromiso, los profesores por su parte deben preparar la clase, preocuparse realmente por sus estudiantes, y motivarlos para que su experiencia en clase sea significativa para ellos, entre más exigente sea el profesor mejores resultados de la clase

podrá obtener. Entonces en base a la teoría de Timmons, la enseñanza del emprendimiento hoy en día se basa en la creación y aplicación de modelos teóricos para explicar las razones por las cuales ciertas decisiones se toman y fomentar el emprendimiento como una manera de pensar y de actuar.

6.2.3 Herramientas para la enseñanza del emprendimiento

Creación de un plan de empresas, contacto con la realidad y su interpretación, y análisis de casos, son las tres herramientas claves de enseñanza en los programas de capacitación para emprendedores. Existen tres herramientas que se han utilizado con éxito en los programas de capacitación

1. El plan de empresas

Según Jack Fleitman un plan de negocio se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (Loranca Rzepca, 2006)

2. El contacto con la realidad y su interpretación.

Es importante tener contacto directo con emprendedores de tal manera, profesores y alumnos realicen su análisis respectivo lo cual podrá generar una gratificante experiencia.

3. Los casos

Los casos se refieren a análisis de situaciones presentadas para ilustrar una condición particular y fortalecer la toma de decisiones y el análisis. Reconocidos como una manera de promover el pensamiento estratégico, los casos fueron desarrollados inicialmente por el Harvard Business School para explicar la aplicación práctica de sus clases. Los casos

generalmente se complementan con lecturas de teorías para permitir una discusión nutritiva y promover el pensamiento estratégico. (Castillo H, 1999)

6.2.4 Desarrollo del Entorno Emprendedor

Los aspectos del entorno o del medio ambiente influyen en la acción emprendedora. En la medida en que esos factores sean coherentes con la mentalidad empresarial, se encontrara un clima favorable para la aparición de nuevos forjadores de negocios (Silva, 2008).

Mediante la planeación y ejecución de actividades, el estudiante puede ejercer iniciativas emprendedoras, como por ejemplo crear y dirigir el periódico escolar, organizar y dirigir la cafetería de su escuela, proponer nuevas soluciones para los contextos de aprendizaje establecidos, crear estructuras organizacionales para el ejercicio y gobierno escolar, diseñar y poner en ejecución eventos deportivo-culturales, organizar las pequeñas aventuras empresariales a partir de la observación de su entorno y su conocimiento. Así el joven realiza su primera incursión en el universo formal de los adultos emprendedores, centrado en un trabajo que le permite conceptualizar y materializar nuevas organizaciones para satisfacer necesidades y decidir sus propios indicadores de logro (Silva, 2008).

7. Marco institucional

A continuación se dará a conocer la información referente a la Universidad de las Salle, su proyecto educativo y una breve descripción de los dos programas que conforman la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

7.1 Historia de la Universidad de La Salle

La Universidad de La Salle es una Institución de Educación Superior, de carácter privado, de utilidad común y sin ánimo de lucro. Se basa en una visión cristiana del hombre, del mundo, de la historia y del saber. Está reconocida por el Estado Colombiano, se rige por su propio Estatuto Orgánico y por lo estipulado en la Constitución Nacional y por la Ley 30 de 1992 y sus Decretos Reglamentarios.

Fue fundada por el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas (o Hermanos de La Sallé) el 15 de noviembre de 1964. La Personería Jurídica le fue otorgada mediante Resolución No.0597 del 2 de febrero de 1965, expedida por el Ministerio de Justicia. Fue reconocida como Universidad mediante Decreto No. 1583 del 11 de agosto de 1975, expedido por el Gobierno Nacional.

Desde su fundación se ha esforzado por cumplir con calidad, eficiencia y reconocido prestigio la misión de ofrecer a la sociedad una alternativa de educación superior inspirada en el Modelo Educativo Católico, que orienta el enfoque Pastoral del Claustro Universitario, caracterizado por su fundamentación científica y su amplio contenido humanístico y social.

Inició sus Labores Académicas en el primer semestre de 1965 con los Programas de Economía, Filosofía y Letras, Ingeniería Civil yolas Licenciaturas en Química y Biología y en Matemáticas y Física. Hoy en día ofrece 29 Programas Académicos de Pregrado en diferentes áreas del conocimiento de los cuales 9 corresponden a Educación y 16 Programas Académicos de Postgrado de los cuales 3 son de Educación. Cuenta con 12.500 Estudiantes matriculados, quienes son atendidos por cerca de 900 Docentes y 570 personas de Administración y Servicios

Para el desarrollo de sus actividades académicas la Universidad de La Salle cuenta con tres (3) Sedes ubicadas estratégicamente en el Centro, en Chapinero y en el Norte de la ciudad de Bogotá, con un total aproximado de 70.000 metros cuadrados de construcción. En estas tres Sedes funcionan 217 Aulas de clase, 83 Laboratorios y Talleres, un Museo de

Ciencias Naturales, una Clínica de Medicina Veterinaria, un Instituto de Investigaciones Optométricas, 3 Teatros con capacidad para acomodar 2.000, 1.000 y 600 espectadores, 8 Auditorios con cabida para 100 y 200 personas, así como 3 Iglesias, 3 Capillas, 4 Cafeterías, Canchas Deportivas y demás espacios para los Servicios de Apoyo Académico, de Bienestar Universitario y Áreas de Extensión y Administración. (Universidad de La Salle, 2015)

7.2 Apartes del proyecto educativo de la Universidad "PEUL"

Nuestra identidad

Somos una Universidad, Católica y Lasallista, fundada, orientada y dirigida por los Hermanos de las Escuelas Cristianas que a partir de un proyecto formativo inspirado en la tradición lasallista ofrece programas académicos de educación superior, realiza investigación con pertinencia e impacto social, y se proyecta socialmente con el objetivo de promover la dignidad y el desarrollo integral de la persona, la transformación de la sociedad, el fomento de la cultura y la búsqueda del sentido de la verdad. (Universidad de La Salle, 2015)

Nuestra misión

Nuestra misión es la educación integral y la generación de conocimiento que aporte a la transformación social y productiva del país. Así, participamos activamente en la construcción de una sociedad justa y en paz mediante la formación de profesionales que por su conocimiento, sus valores, su capacidad de trabajo colegiado, su sensibilidad social y su sentido de pertenencia al país inmerso en un mundo globalizado, contribuyan a la búsqueda de la equidad, la defensa de la vida, la construcción de la nacionalidad y el compromiso con el desarrollo humano integral y sustentable. (Universidad de La Salle, 2015)

Nuestra visión

Seremos reconocidos como una Universidad que se distingue por:

- ✓ La formación de profesionales con sensibilidad y responsabilidad social,
- ✓ El aporte al desarrollo humano integral y sustentable
- ✓ El compromiso con la democratización del conocimiento, y
- ✓ La generación de conocimiento que transforme las estructuras de la sociedad colombiana. . (Universidad de La Salle, 2015)

7.3 Historia de la facultad Ciencias Administrativas y Contables

Por acuerdo No. 013 del 1 de octubre de 1970, el Consejo Directivo de la Universidad De La Sallé, organizó la carrera de Administración de Empresas, con duración de cinco semestres, conducentes al título de "Técnico Administrativo", dependiente de la Facultad de Economía. Se inició con 119 estudiantes a principios de febrero de 1971 y en el primer semestre de 1973 el Consejo Directivo sancionó con su aprobación la organización de diez semestres, de tal manera que para fines de 1975 terminó estudios la primera promoción.

En 1976, mediante Acuerdo No. 006 del 8 de diciembre del Consejo Directivo de la Universidad De La Sallé, reestructura el plan de estudios diurno y nocturno. Esta determinación se dio previa autorización del Ministerio de Educación Nacional, promulgó la resolución No 9571 del 5 de noviembre de 1976, que aprobó por dos años el Programa y autorizaba a la Universidad a expedir el título de Administrador de Empresas. En el año 1982 mediante acuerdo No. 003 del Consejo Directivo del 15 de abril. (Universidad de La Salle, 2015)

7.4 Programa Administración de empresas

El Postgrado en Administración al nivel de Magíster, nace a principios de 1977, en 1985, se hizo una revisión curricular definiéndose nuevas áreas académicas: Administrativa, Financiera, Matemáticas, Mercados, Económica y de Producción, aprobada mediante Acuerdo No. 010 del 31 de octubre de 1985, del Consejo Directivo. La actualización y Modernización curricular se aprobó mediante el acuerdo No.018 del Consejo Directivo de la Universidad, el 4 de octubre de 2001. Su implementación se inició el I ciclo académico del

2002 para los semestres I a V y en cada ciclo académico posterior, el nuevo Plan cubrió un semestre adicional hasta su implementación total

La elaboración de la propuesta "Actualización Curricular 2003" para el Programa, se inició formalmente en mayo de 2003. El programa inicia sus labores el primer ciclo de 1975, con una clara definición humanista, el Consejo Directivo de la Universidad en 1981 convierte el departamento de Contaduría Pública en Facultad. Al tiempo se hace necesaria la integración de asignaturas conjuntas entre las facultades de Contaduría Pública, Administración de Empresas y Economía. El 1 de marzo de 1995 la Confederación de Contadores Públicos de Colombia- CONFECOP otorga el "MÉRITO A SU NIVEL ACADÉMICO", También la Nota Económica S.A., le concedió en octubre de 2002 el reconocimiento a "MEJORES PROGRAMAS DE PREGRADO EN COLOMBIA. EN GUÍA DE LAS MEJORES UNIVERSIDADES 2003". El Ministerio de Educación Nacional el 3 de enero de 2005, otorga Registro Calificado por un término de siete años. (Universidad de La Salle, 2015)

7.5 Programa contaduría pública

El programa adquiere dinamismo internacional, a partir de su inscripción a dos importantes organizaciones: Iberoamérica con AECA y Asociación latinoamericana de Facultades y Escuelas de Contaduría (ALAFEC). A Partir de aquí se han establecido importantes convenios de que permiten el intercambio de conocimiento, investigaciones conjuntas, movilidad de profesores y estudiantes. Estos convenios han permitido que estudiantes avancen en la modalidad de semestres de intercambio, caso Universidad Austral de Chile y en el Marco del Foro Europeo con la Universidad de Navarra – España, para homologación de asignaturas con el MBAE. Estos convenios también incluyen convenios con países de habla inglesa. Se establecen convenios internacionales con prestigiosas universidades, Universidad Carlos III de España, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Nacional de Buenos Aires, entre otras. Existe un creciente número de estudiantes, en el II ciclo de 2008 están matriculados 2627 estudiantes, de los cuales más del

80% son estratos 1 y 2, el programa de Contaduría Pública más grande del país. La Contraloría General de la República firma un convenio de capacitación, para el Control Ciudadano Participativo, en Recursos Fiscales.

La revista gestión & sociedad de la Universidad de la Sallé, actualmente no cuenta con historia ni antecedentes escritos y publicados por la editorial o la facultad a la cual pertenece. Se recomienda a futuros investigadores realizar esta labor. (Universidad de La Salle, 2015)

8. Diseño metodológico

A continuación se presentan los conceptos básicos utilizados en el diseño metodológico y a lo largo del presente proyecto.

8.1 Tipo de investigación

Esta investigación es según Tamayo y Tamayo (1991), de tipo descriptiva y exploratoria, en el sentido que la descripción comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos según sea su propósito y en el sentido que "ilumina senderos, aparta obstáculos (…) describir hallazgos" (Cadenas ,1991); que metodológicamente privilegia las prácticas cualitativas, en la medida que describe situaciones, interacciones, personas, acciones y eventos que son observables y da cuenta de creencias, pensamientos, actitudes, experiencias, etc. de los participantes (González y Rodríguez, 1991).

8.1.1 Enfoque investigativo

La investigación del presente trabajo es de tipo cualitativa documental, se utilizó este tipo de investigación debido a que sus herramientas para el desarrollo de la investigación son de carácter interpretativo, contextual y etnográfico, lo cual genera a partir del análisis de documentos revelar experiencias de vida, en este caso, el registro de la historia de vida de los estudiantes y egresados de la Universidad.

8.1.2 Instrumentos de recolección y análisis de la información

Para el presente proyecto, cuyo propósito principal es conocer las experiencias de vida de emprendedores e intraemprendedores lasallistas, se utilizó la entrevista semiestructurada, la cual aporta información necesaria para poder conocer y profundizar acerca de las historias de vida de los estudiantes y egresados, paralelamente, permite conocer la percepción que tienen sobre los aspectos que influyeron en el proceso de creación y sostenimiento de su proyecto empresarial.

En las entrevistas semi-estructuradas "*El investigador previamente a la entrevista lleva a cabo un trabajo de planificación de la misma elaborando un guion que determine aquella información temática que quiere obtener (…) durante el transcurso de la misma se relacionaran temas y se ira construyendo un conocimiento generalista"* (Murillo, J; Pág. 8); con esos dos instrumentos se puedan obtener resultados tanto cuantitativos como cualitativos.

Teniendo en cuenta el enfoque dado a la entrevistas, el punto de partida para llevar a cabo el proceso fueron las de tipo cualitativo. En donde, un encuentro formal con preguntas estructuradas no hacen parte del contenido. Por el contrario, se busca una conversación fluida, y con mucha afinidad e interacción por parte de cada uno de los individuos.

En las entrevistas cualitativas el investigador es el instrumento de la investigación y no lo es un protocolo o formulario de entrevista. En las entrevistas cualitativas se tienen la finalidad de proporcionar un cuadro amplio de una gama de escenarios, situaciones o personas donde el investigador intenta construir una situación que se asemeje a aquellas en las que las personas hablan naturalmente. La expansión narrativa del sujeto, le hace parecer una expansión cotidiana. (Diaz, G; Ortiz, R, 2005)

8.2 Población y muestra

- **Población:** Estudiantes y egresados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables e Ingeniería de la Universidad de La Salle que han conformado su propia empresa o en su defecto hacen parte de una organización.

- **Muestreo intencionado:** También recibe el nombre de sesgado. "*Se trata de un proceso en donde el investigador selecciona directa e intencionalmente los individuos de la población*" (Universidad Nacional de Entre Ríos, Pág. 3). El investigador selecciona los elementos que a su juicio son representativos, lo que exige un conocimiento previo de la población que se investiga. (Tesis de Investigación , 2014). Para esta investigación la muestra corresponde a 2 estudiantes y 3 egresados de la facultad que aceptaron realizar las entrevistas.

9. Búsqueda y contacto con posibles empresarios a entrevistar

Para poder dar inicio a nuestro proyecto de entrevistas a emprendedores e intraemprendedores de la Universidad de la Salle, se preguntó a algunos profesores y estudiantes de contaduría pública y administración de empresas de la facultad de ciencias administrativas y contables si conocían estudiantes empresarios lasallistas. Gracias a esa indagación se realizó una base de datos de posibles entrevistados. A continuación se puede observar la base de datos que contiene los datos de los empresarios lasallistas más reconocidos por profesores y estudiantes**.**

Tabla 1: Base Datos de emprendedores e intraemprendedores que van a participaron en las entrevistas.

NOMBRE	CELULAR	EMPRESA
Carlos Alberto Prieto	3016302907	Versace Collection
Johana Quiroz	3166699135	La Colpa é Mia
Julián Bermúdez	3174293513	Andrés D.C.
Javier Chávez	3182916387	Grupo ICO
Omar A. Sierra Morales	3102838947	Universidad de La Salle

Fuente: elaboración propia

Enseguida logramos contactar a cada uno de ellos y lograr concretar una entrevista en sus lugares de trabajo. Una vez los informantes aceptaron ser entrevistados, procedimos a buscarles en las instalaciones de cada una de sus empresas y se desarrollaron entrevistas informales en formato video. El equipo de trabajo lo conformaban; El camarógrafo, la entrevistadora y presentadora.

Finalmente cada uno de los informantes, manifestaron libremente sus emociones mientras hablaban acerca de sus experiencias de vida, logando trasmitir sus sentimientos, motivaciones, hábitos, y consejos de vida mediante la entrevista.

10. Guion y preguntas.

Si bien es cierto que cada persona posee un estilo de vida diferente y lleva a cabo una vida laboral distinta a las de los demás. Crear un guion era necesario para establecer cuáles eran esas preguntas que no se debían dejar pasar en ninguna entrevista por su alto contenido a la hora de obtener sus respuestas. A continuación se darán a conocer las preguntas claves para cada entrevista.

Preguntas:

Tabla 2: Preguntas de emprendedores Lasallistas – Empresa Propia y/o Familiar

1. ¿Cómo se llama su empresa?
2. ¿Por qué nace la iniciativa de emprender este negocio?
3. ¿Cuáles son los factores de Éxito que considera a la hora de emprender o poner en marcha un negocio?
4. ¿Cuáles fueron las principales dificultades que usted y/o su familia tuvieron que enfrentar al emprender esta idea de negocio?
5. Cuál ha sido el sacrificio que ha hecho para sacar adelante esta idea de negocio? ¿Cree usted que ha valido la pena?
6. ¿Por qué cree usted que es mejor crear empresa y no ser parte de una?
7. ¿Qué personas han tenido una fuerte influencia a la hora de emprender y/o llevar a cabo este proyecto?
7.1 ¿Qué influencia ha tenido la familia en el desarrollo de este proyecto?
8. ¿Qué tipo de apoyo económico ha tenido (ahorro, financiamiento con bancos entre otros)
9. ¿Cuál ha sido el gran reto en este proyecto?
10. ¿Qué emprendedores admira y por qué?
11. ¿Qué es lo que más le gusta de ser emprendedor (a)?
12. ¿Cuáles han sido las características de su personalidad, que le han permitido llevar a cabo esta idea de negocio?
13. ¿Qué le ha aportado la universidad de la Salle en el desarrollo de su negocio?
14. ¿Qué consejo les daría a los futuros emprendedores lasallistas?

Fuente: elaboración propia

Tabla 3: Preguntas a Intraemprendedores Lasallistas

1. ¿Para qué empresa trabaja?
2. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa?
3. ¿Qué cargo tiene?
4. ¿Cuáles fueron las principales dificultades por la que usted tuvo que enfrentarse para estar en el cargo que hoy desempeña en la empresa?
5. ¿Tiene Personal a cargo?
6. ¿Qué tan influyente es usted con el personal?
7. ¿Por qué ser parte de una empresa y no formar su propia empresa?
8. ¿Qué oportunidades ha tenido en su rol de XXXXXX (cargo) en la empresa?
9. ¿Cree usted que solo se pude ser emprendedor cuando se crea empresa y NO cuando se hace parte de una?
10. ¿Qué es lo que más le gusta de ser emprendedor?
11. ¿En la empresa en la que usted se desempeña, a quien admira? ¿Por qué?
12. ¿Qué características de su personalidad considera, que le ha permitido estar donde usted está hoy, en la empresa (nombre de la empresa)?
13. ¿Cuál ha sido el gran reto en esta empresa?
14. ¿Qué le ha aportado la universidad en especial la carrera, para poder desempeñarse y estar donde usted está hoy?
15. ¿Qué consejos les daría a los futuros emprendedores lasallistas?

Fuente: elaboración propia

En síntesis se diseñaron estas preguntas en la medida que nos ayudan a conocer y obtener detalles específicos acerca de la vida de cada uno de los entrevistados. Preguntar acerca de cómo inicio esa idea de proyecto empresarial, nos permite llegar al origen de cada una de las empresas, así mismo es una pregunta que los entrevistados la consideran importante porque es ahí en donde se puede conocer el porqué de donde se encuentran actualmente.

Hablar respecto a las dificultades, momentos difíciles o sacrificios que cada entrevistado ha tenido que realizar o por los cuales ha tenido que atravesar durante su vida laboral son importantes destacarlos por dos aspectos: El primero porque se puede ver que cuando se emprende un proyecto de cualquier magnitud no es fácil y aun así se debe buscar la manera de seguir adelante; y segundo porque puede llegar a ser un ejemplo para quienes desean emprender el mismo camino. En esas experiencias se visualiza claramente el valor que ha tenido la formación académica para entender las diferentes situaciones y así mismo poder superarlo.

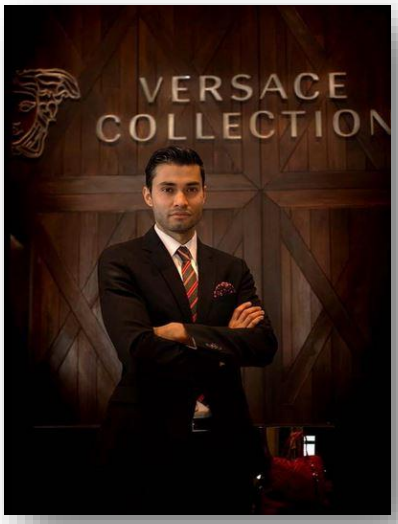
Una vez expresados cuales han sido los momentos difíciles, se deben destacar los momentos de éxito o aquellas anécdotas que los han llenado de orgullo. Para nadie es un secreto que las buenas experiencias son el resultado de la perseverancia y el compromiso adquirido en el proceso de lograr las metas propuestas.

Otros de los factores significativos es conocer que piensan los estudiantes y o egresados de la Universidad para determinar si los conocimientos y la teoría vista en clase han sido aplicables a sus negocios. Saber cuáles son esas materias específicas 100% útiles día a día forjara en unos futuros mejores emprendedores e intraemprendedores Lasallistas.

Por último, conocer cuáles son sus planes a futuro, sus políticas para cautivar clientes, cuál es el valor agregado que posee cada negocio logrando que la competencia este en desventaja, y cuál es la motivación que le brindan a su equipo de trabajo son preguntas que indiscutiblemente no pueden hacer falta en la entrevista, debido a que según sus respuestas se logra obtener cuales han sido esos factores determinantes para que la empresa sea exitosa logrando mantenerse en el lugar en donde se encuentran actualmente y lo más importante conocer su proyección tanto personal como empresarial de los años siguiente en la industria.

11. Entrevistas

11.1 Entrevista No 1



Carlos Prieto (26 años)
Contador Público
Universidad De La Salle
Gerente de Tienda en Versace Collection
Bogotá D.C. – Colombia

Carlos Prieto, Contador Público egresado de la Universidad de La Salle en el año 2013, se caracteriza por ser un hombre carismático, responsable, disciplinado e influyente con las personas que lo rodean; actualmente es gerente de tienda en Versace Collection una de las principales casas de moda italiana en Colombia.

Lugar y Fecha de la Entrevista

La entrevista se realizó el 19 de Marzo de 2015, en la tienda de Versace Collection ubicado en el Centro Comercial Andino; allí se tuvo la oportunidad de observar e indagar un poco más afondo la historia empresarial y de vida de Carlos Prieto, esto, como parte de la preparación y así poder dar inicio a las preguntas.

Inicio

Definitivamente cuando iniciamos la entrevista me llamo mucha la atención la seriedad, compromiso y profesionalismo que manejó Carlos Prieto, lleva aproximadamente 1 año en su rol como gerente, se considera un buen líder y cree que la motivación con la gente que tiene a su cargo es fundamental.

Desde que estaba en la Universidad siempre trabajó en casas de moda, una de ellas la reconocida tienda Hugo Boss, allí se desempeñaba como asesor comercial. El área comercial es su fuerte, pues cree que definitivamente el tener contacto con el cliente, saber entender al público y brindar obviamente un buen servicio, son factores importantes que hacen la diferencia y con los que se identifica.

Un emprendedor no solamente es la persona que crea empresa, si no es la persona que tiene la capacidad de asumir cualquier reto y/o circunstancia que le permita enfrentarse y poder apropiarse de situaciones que pone a prueba su capacidad de poder dirigir y sacar adelante cualquier plan de acción que conlleve a una meta.

Dificultades en el Camino

Una de las dificultades que Carlos Prieto ha tenido durante su rol como Gerente de Tienda, es sin lugar a duda lograr diseñar estrategias de ventas que lleguen a consolidar y posicionar la marca, ya que es la primera boutique en Colombia. Versace, es una gran casa de moda que tiene unos estilos muy específicos, se define básicamente por el detalle, textura y la orientación de diseños únicos y exclusivos características que aún no son muy fuertes en Colombia.

Oportunidades en el Camino

Estar al mando de una de las casas de moda italiana en Colombia, no es fácil, y Carlos Prieto lo sabe, por eso, él constantemente se prepara para asumir nuevos retos y nuevas oportunidades. La más reciente fue viajar a Milán en donde realizó la compra de la colección primavera – verano 2016 y así conocer y actualizarse un poco más del tema de la moda europea, conocer grandes diseñadores famosos y saber que tendencias se están utilizando y que tendencias se utilizarán en un futuro.

Si bien es cierto que se abre una puerta, también es cierto que se asume una responsabilidad, pues es iniciar a analizar y comparar el mercado local versus el mercado internacional; tarea que no es fácil, pero que sin embargo con esfuerzo, dedicación, disciplina y profesionalismo se está logrando y llevando por un buen camino.

Su Paso por la Universidad

Su gran paso por la universidad lo recuerda con mucho entusiasmo, alegría y agradecimiento, pues fue allí en donde adquirió todos los conocimientos, actitudes y aptitudes profesionales que le permitieron tener una educación y desarrollo integral, características que lo llevaron a estar en donde él está hoy en día. A pesar de su formación contable y no una formación cien por ciento administrativa, el considera que la Universidad de La Salle es una institución donde no solo lo educa a ser o a ejercer solo un rol, sino al contrario forma a sus estudiantes con una misma misión de fortalecer sus diferentes disciplinas administrativas y contables; "*sin importar si eres contador o administrador, la Universidad te forma para afrontar y asumir diferentes retos que te exige hoy en día en esta sociedad tan competitiva*" afirma Carlos.

Carlos Prieto junto a su familia recibiendo su título como Contador Público en el año 2013

Hoy en día un contador si bien es cierto que es fuente importante en una compañía porque ayuda a la toma de decisiones y es el indicado para dar un análisis e interpretación de la información financiera de la organización; también es cierto, que está preparado para asumir y llevar a cabo metas específicas que ayuden a mantener una meta organizacional, con una visión emprendedora capaz de planear, organizar, direccionar y controlar cualquier propósito y/o objetivo de una organización.

Es por eso que Carlos Prieto se siente con toda la capacidad de afrontar y diseñar estrategias que fortalezca el crecimiento económico de la empresa donde se desempeña actualmente, beneficiando a la industria Colombiana, proceso que está logrando, gracias a la formación y autoconfianza que la Universidad de La Salle le ayudó a encontrar durante toda su carrera.

Mensaje Final

Para finalizar Carlos Prieto envía un mensaje a toda la comunidad Lasallista y recalca la importancia de saber aprovechar cada oportunidad que la universidad les brinda a sus estudiantes:

"*Saber lo que estás haciendo y si lo estás haciendo que sea con compromiso, disciplina y dedicación, factores que considero importantes a la hora de emprender y hacer parte de un proyecto, para que este sea todo un éxito. Es fundamental cuando uno es empleado, compartir todos los conocimientos que puedas, consolidarlos y si en algún momento decides hacer una empresa ponlos en práctica*"

Carlos Prieto – Contador Público
Universidad de La Salle

11.2 Entrevista No 2

Johana Quiroz Ardila (26 años)
Estudiante de Contaduría Pública
Universidad de La Salle
Gerente de la Colpa é Mia
Bogotá D.C. – Colombia

Johana Quiroz, estudiante de Contaduría Pública de Octavo (8) Semestre de la Universidad de La Salle, se caracteriza por ser una mujer muy apasionada, comprometida por su familia y empresa; su gran esfuerzo dedicación y disciplina le han permitido lograr objetivos que la han llevado hoy a ser reconocida como una gran emprendedora Lasallista, gerente de su empresa: la Colpa é Mia.

Lugar y Fecha de la Entrevista

La entrevista se realizó el 9 de Mayo de 2015, en su casa ubicada en el sector de la Alquería en la ciudad de Bogotá D.C., allí tuvimos la oportunidad de conocer su familia y empresa. En un tono cálido y ameno Johanna nos contó cómo, cuándo y dónde inicio su proyecto empresarial de fabricación y venta de Cupcakes además de aquellas anécdotas que hacen parte de su día a día como empresaria independiente. Su empresa: la *Colpa é Mia.*

Inicio

La Colpa é Mia nació aproximadamente hace 1 año y es el resultado de un plan de trabajo realizado en una clase de emprendimiento; gracias a su esfuerzo y dedicación y con el apoyo de su familia y el profesor John Alirio Sanabria, Johanna se decidió a iniciar este gran sueño y proyecto.

Apenas hace algunos años, desde que se asomó por curiosidad al mundo de la elaboración de Cup Cakes, Johanna había concebido el objetivo de ser gerente de su empresa de Cup Cakes. Sin embargo, no pensó que este sueño se haría realidad tan pronto. Todo inició el día que, sin explicación alguna, fue despedida de su trabajo; en aquel entonces se desempeñaba como auxiliar contable. No dejándose derrumbar, tomó la firme decisión de no trabajarle más a nadie, no ser empleada de nadie. Sentía que sus grandes esfuerzos y la total entrega que había hecho para este y otros trabajos no habían sido agradecidos ni recompensados. Sumado a esto, los largos cierres contables le impedían disfrutar tiempo con su familia. Atravesar esta difícil situación le permitió tomar la decisión de poner en marcha su negocio. En clase de emprendimiento, el profesor John Alirio Sanabria la motivó a llevar a cabo, de una vez por todas, su gran sueño. Junto a su esposo, quien siempre la ha apoyado y ha sido su amigo y "fiel compañero de viaje" abrieron las puertas de su hogar a la oportunidad que estaba llegando.

Dificultades en el Camino

Una de las principales dificultades que se le presentó a Johanna al poner en marcha su proyecto fue su falta de experiencia en la fabricación de Cupcakes pues hasta ahora no tenía mucho conocimiento sobre el arte. Por supuesto, esto no fue impedimento para llevar a cabo su proyecto, como buena emprendedora se preocupó por investigar sobre el producto e ingeniárselas para aprender y practicar las diferentes recetas y tips que existen a la hora de preparar Cupcakes. Durante esa primera etapa su gran escuela fue YouTube.

Preocupada por lograr un excelente producto para ofrecer en el mercado, inició el proceso de preparación. Intentó una, dos, tres… las veces que fuera necesario las recetas hasta poder sacar su producto adelante, hubo momentos de angustia, impaciencia y estrés, incluso llegó a decirse "*Yo no puedo, no sirvo para esto".* Finalmente, gracias al apoyo de su familia, en

especial el de su esposo, nunca se rindió y hoy en día prepara uno de los más deliciosos Cupcakes de la ciudad.

Cupcakes de la Colpa é Mia

Otra dificultad que ha tenido que enfrentar es la entrega a domicilio a pesar de que este servicio ha sido uno de los valores agregados de su producto. La dificultad radica en que Bogotá es una ciudad muy caótica y el trasporte puede demorar horas, todos andamos en contra del reloj. El otro problema es la delicadeza del producto pues requiere un transporte y trato cuidadoso. Johanna cuenta que sus primeros pedidos los debió llevar en bus, ya que las primeras ganancias no le daban para pagar taxi. En ese entonces, después de haber terminado un bello producto, su preocupación principal era poder llegar con él intacto a pesar del bus y el corre-corre en medio del transporte bogotano.

Dios, su Familia y Empresa

Johanna recalca que su principal apoyo en todo este proceso ha sido Dios, pues ÉL fiel a su promesa le ha abierto las puertas necesarias para llevar a cabo su empresa; esto le ha permitido y le ha ayudado a mantenerse firme respecto a las decisiones que ha tomado junto a su familia. Su esposo Fabián Camilo Caro (26 años) y su hija María José Caro (5 años) representan el eje central y su motor para seguir luchando y enfrentar adversidades durante el camino.

Fabián, su esposo, gran amigo y socio es quien la acompaña día a día en este gran viaje que representa *la Colpa é mia*, él fue quien compró los materiales necesarios para dar inicio a la primera preparación de estos deliciosos cupcakes.

Otro gran apoyo incondicional ha sido su suegra Luz Marina Castro. Ella le ayuda a distribuir los cupcakes y se asegura de que el producto llegue en buen estado al cliente; no cabe duda que su empresa está formada en medio de un ambiente familiar lleno de amor, pasión y ganas, características que permiten ofrecer un producto y servicio de excelente calidad.

Familia Caro Quiroz

La Universidad y La Empresa

La Universidad de La Salle se ha caracterizado por brindarles apoyo a sus estudiantes en la consecución de sus sueños empresariales ayudándoles, entre otras acciones, a participar en proyectos llevados a cabo por diversas entidades. Johana Quiroz, por ejemplo, participó en una convocatoria de Jóvenes Emprendedores organizado por la Universidad Sergio Arboleda a causa de la insistencia de su profesor de emprendimiento John Alirio Sanabria quien la motivó a concursar y presentar el plan de negocios y estudio de mercado de su empresa.

A lo largo de las clases de emprendimiento e innovación que cursó con el profe John Alirio, Johana desarrolló el conocimiento adquirido y la confianza necesarias para enfrentar este reto en el que participaron 700 estudiantes jóvenes emprendedores de diferentes universidades por un premio mayor por valor de $ 8.000.000 MC/TE.

La convocatoria fue el inicio de su carrera empresarial pues, además de haber sido elegida una de las ganadoras, le brindó la oportunidad de participar en diferentes cursos de emprendimiento e innovación. Johanna recuerda en especial uno con la Cámara de Comercio de Bogotá en el que tuvo la oportunidad de conocer muchos emprendedores que le ayudaron a configurar mejor su idea y le permitieron contagiarse de su espíritu emprendedor. El día que presentó su producto frente a tres exigentes jurados comprendió que el esfuerzo, la dedicación y la disciplina valían la pena. Era una ganadora.

Gracias a la Universidad de La Salle y a su unidad de emprendimiento, estudiantes como Johana realizan un excelente trabajo, semestre tras semestre, demostrando el conocimiento adquirido y la capacidad que tienen a la hora de tomar buenas decisiones en el momento de asumir un reto.

Mensaje Final

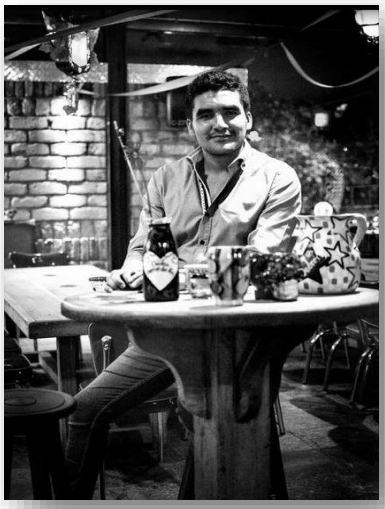
Cuando se le pidió a Johana que diera un consejo a los estudiantes lasallistas que quisieran ser emprendedores ella no dudo en decirles que deberían aprovechar las oportunidades que la Universidad brinda; acercarse a la unidad de emprendimiento, a los profesores que siempre están en la mejor disposición para ayudar, colaborar y explicar; enfrentarse con madurez y profesionalismo a una sociedad competitiva.

"*Lo más importante es ponerle pasión y ganas, si tú quieres llevar a cabo un proyecto inténtalo, cuando a uno le apasiona no importa caerse, al contrario uno se levanta una, dos las veces que sea necesario hasta que ya veas tu proyecto hecho realidad*"

Johana Quiroz – Estudiante de Contaduría Pública

Universidad de La Salle

11.3 Entrevista No 3



Julián Bermúdez (29 años)
Estudiante de Contaduría Pública
Universidad de La Salle
Sub-Gerente en Andrés D.C.
Bogotá D.C.– Colombia

Julián Bermúdez estudiante de contaduría pública de decimo (10) semestre de la Universidad de La Salle, se caracteriza por ser un hombre comprometido y exigente con sus comensales en Andrés D.C.; su gran energía, entusiasmo y actitud le han permitido destacarse y ser parte de un gran Hogar Encendido, en el que poco a poco se ha ido construyendo con mucho amor y perseverancia.

Lugar y Fecha de la Entrevista

La entrevista se realizó el 10 de mayo de 2015 en uno de los reinos de Andrés D.C., allí tuvimos la oportunidad de hablar un poco de su historia, de cómo llego Andrés y de todo su recorrido que ha tenido durante estos 11 años en esta gran familia.

Inicio

Hace aproximadamente 11 años, Julián Bermúdez inicia en esta gran familia llamada Andrés Carne de Res, allí se embarca en una nave llena sueños por cumplir y experiencias que vivir. Inició lavando platos por un buen tiempo, luego realizó labores de brigadista, ha sido promotor de postres, jefe de meseros y finalmente ha pertenecido en la red de capacitación de esta gran empresa.

Todas esas experiencias vividas, además de compartir con Andrés Jaramillo – Fundador y creador de Andrés Carne de Res, le han permitido crecer profesionalmente y sacar lo mejor de sí mismo para estar hoy en día como Subgerente de Andrés D.C. Esta responsabilidad no es fácil y Julián lo sabe; sin embargo cuenta con un gran equipo de trabajo que le ayuda día a día a cumplir los objetivos propuestos y el más importante darles tanta felicidad a todas esas personas que los visitan diariamente.

Su espontaneidad y su buena actitud frente a las diferentes situaciones que se le ha presentado y el saber aprovechar cada oportunidad, le han permitido tener un desarrollo personal y profesional, teniendo la capacidad y el gran reto de entender administrativamente un negocio, de cuidar el servicio y de velar por la estabilidad del restaurante y la de sus comensales.

Dificultades en el Camino

Si bien es cierto que Julián Bermúdez ha aprovechado cada oportunidad y cada puerta que se le ha abierto con actitud emprendedora, también es cierto que ha tenido que enfrentar dificultades en su camino.

Una de las dificultades y la que más resalta sin duda es no poder compartir tiempo con su familia, pues al estar cien por ciento comprometido en este proyecto le impide poder disfrutar de momentos y fechas especiales con los seres que más quiere; pero Julián es consciente y sabe que para poder lograr una meta es necesario hacer pequeños sacrificios que se verán reflejado en un futuro con grandes resultados. Aunque él no pueda compartir mucho con su familia, su gran satisfacción es ver diariamente la felicidad de muchas familias que llegan a celebrar y a compartir momentos especiales a ese lugar mágico y maravilloso como lo es Andrés D.C., en el que se ve reflejado el gran trabajo en equipo que realizan diariamente estos grandes colaboradores dirigidos por un buen líder.

Esfuerzo y Dedicación, factores que hacen el Éxito

La facultad que tiene Julián Bermúdez para lograr un fin, lo llama “esfuerzo” y este lo considera un arma poderosa que hace que día a día se vea reflejado en el resultado producto de su gran trabajo; hace gran énfasis en el método de organización, firmeza y persistencia que debe tener una persona que asume la responsabilidad de iniciar y mantener un proyecto a largo plazo y convertirlo en todo un éxito.

Las personas que trabajan para darles felicidad a tantos visitantes que a diario llegan a alegrar el corazón de Andrés D.C., son personas preparadas y contagiadas por el gran liderazgo que ejerce Julián Bermúdez, y es que para él no es válido dejar que la vida le pase por encima ya que se corre el riesgo de llegar a la mediocridad, por lo cual no es aceptable en su ambiente laboral. El querer hacer las cosas y hacerlas siempre de la mejor manera, con ganas y siempre con una muy buena actitud son ingredientes para obtener excelentes resultados, que llevan siempre a experiencias nuevas, que generan mayores capacidades de asumir retos y los retos están para cumplirlos y hacerlos realidad.

Su carrera y La Universidad

Actualmente se encuentra en decimo semestre de Contaduría Pública en la Universidad de La Salle, se describe como un estudiante muy aplicado y comprometido, nunca llegó a sentir pereza o aburrimiento por las materias vistas, pues sabe que la formación académica que recibió por parte de la universidad lo preparó lo suficiente para hoy enfrentarse a este importante reto con grandes responsabilidades; como por ejemplo velar por la administración de los ingresos del restaurante.

En la Universidad de La Salle, Julián Bermúdez siempre fue una persona líder y de gran influencia con sus compañeros de clase y hasta con sus mismos profesores, y es que como no contagiarse con su buena actitud, energía y las buenas ideas que aportaba siempre en un salón de clases.

Actualmente, el siente una gran agradecimiento y orgullo profundo con la Universidad pues cree firmemente que su institución está llena de grandes profesionales

excelentes y exigentes, que a la vez tienen y sienten un gran compromiso por brindar a la sociedad profesionales que aporten al desarrollo humano y económico de nuestro país. Él es un ejemplo de la gran labor que realizó la Universidad de La Salle, y como resultado pone en práctica su conocimiento y a la vez aporta su granito de arena buscando siempre la excelencia, con el ánimo de ayudar a crear oportunidades de mejora en la calidad de vida de nuestra sociedad.

Mensaje Final

Para finalizar Julián Bermúdez envía un gran mensaje a toda la comunidad Lasallista, invitando a todos aquellos futuros emprendedores y a toda una nueva generación llena de grandes oportunidades:

"Por favor lo que hagan, háganlo especial, no permitan que la vida les pase por encima, siempre intenten dejar una huella por donde pasen en cualquier lugar. Nunca dejen de prepararse la competencia es supremamente dura y fuerte y todo lo que puedan vivir vívanlo y enséñenlo no sean egoístas, con su conocimiento de ahí se desprende la evolución de muchas cosas en la vida y no solo en la vida si no en las empresas; no hay que ser egoístas, hay que enseñar "

Julián Bermúdez – Estudiante de Contaduría Pública
Universidad de La Salle

11.4 Entrevista No 4

Javier Chávez
Ingeniero Civil
Universidad de La Salle
Gerente de Grupo ICO
Bogotá D.C.– Colombia

Javier Chávez, Ingeniero Civil egresado de la Universidad de La Salle hace 20 años. Se considera un gran soñador y a pesar de las dificultades que se le ha presentado ha aprendido a saber tomar riesgos y a aprovechar las oportunidades que se le presentan. Actualmente es líder funcional de su empresa Grupo ICO que ya lleva 3 años prestando diferentes servicios de ingeniería y construcción a nivel nacional.

Lugar y Fecha de la Entrevista

Javier Chávez nos abrió las puertas de su casa en el sector de cedritos el 16 de Junio de 2015, allí tuvimos la oportunidad de indagar acerca de todo su recorrido profesional, sus metas, sueños y toda aquellas experiencias que lo han llevado a considerarse como el máximo líder en su empresa, familia y todo lo que actualmente lo rodea, además nos cuenta, lo que él considera que representa ser un emprendedor Lasallista.

Inicio

La iniciativa de crear su empresa nace desde que era estudiante, sin embargo no se presentaba la oportunidad de lanzarse al gran ruedo empresarial; mientras el gran sueño llegaba a la realidad, Javier Chávez aprovechó su tiempo dedicándose a su preparación para su formación académica, de igual manera para adquirir experiencia en otras empresas como empleado.

Javier Chávez resalta que para poder llegar crear empresa y llevarla al punto mediano de éxito (ya que su empresa actualmente está comenzando y siendo recién exitosa), existe tres cosas que se deben tener en cuenta a la hora de crear empresas: Primero es la **formación**, sencillamente hay que tener una formación, ya que la formación da la posibilidad de tener un norte, de tener algo de claridad, lo segundo es la **experiencia**, resalta que es importante experimentar antes de lazarse al ruedo y tercero y lo más importante es aprender **asumir riesgos y saber tomar decisiones** sean malas o buenas hay que tomar decisiones.

El campo de cualquier empresa es tomar decisiones y cuando se es gerente y/o el dueño de una empresa la responsabilidad es mayor, ya que son decisiones finales que no solo afectan el campo gerencial, si no afectan a miles de familias. Pero eso no es impedimento para sentir temor, por eso recomienda lanzarse al ruedo y no esperar a tomar decisiones ya que puede existir un colapso total ante cualquier proyecto que se esté ejecutando para la vida o para la empresa.

El tema de emprendimiento es de por vida, es un tema motivacional, es un tema que busca siempre mejorar la calidad de vida. El tema de motivación arranca en la vida de Javier Chávez, cuando siente y cree en ese gran sueño de ser el líder de su empresa, siempre tuvo el objetivo de ser gerente de su empresa y para lograr ese objetivo tuvo la suficiente preparación para así al fin lograrlo; se formó como jefe líder, jefe coach siempre con la plena seguridad de ser líder en su empresa llamada hoy actualmente Grupo ICO.

Grupo ICO es una constructora que se dedica a la promoción y ventas, estructuración de negocios, tiene varias líneas de mercado de vivienda de interés social, realizan consultorías y asesorías en estructuración de negocios entre otros brindándole a sus clientes proyectos con los mejores servicios de ingeniería y construcción.

Construcción de la Primera Etapa en Torres de los Ducales II

Dificultades en el camino

Las dificultades que tiene una empresa cuando inicia son muchas y Javier Chávez relaciona las dificultades de su empresa como los niños, cuando se caen pero también se levantan, sufren lesiones pero se superan todos los contratiempos; así ha ido surgiendo su empresa, Grupo ICO a pesar de las dificultades ha ido creciendo y tanto esfuerzo, dedicación y lucha poco a poco se va viendo los frutos.

Uno de las principales dificultades y/o problemas es tener un patrocinio financiero, ya que los bancos no miran a empresas que están iniciado, no hay préstamos y esto representa buscar otras alternativas en donde mirar y cómo hacer para cubrir los proyectos, de igual manera otra dificultad es lograr la autorregulación con el tema de personal, ya que existe mucha rotación, pero Javier Chávez es consciente y ha aprendido a extractar su personal y saber manejar estas dificultades siempre pensando y buscando el bienestar de su familia Grupo ICO.

Su Empresa y Familia

Su mayor orgullo que tiene Javier Chávez es el amor que tiene de su gran familia, es un gran admirador de su esposa, pues recalca todo el apoyo incondicional que ha recibido, además de ser una gran líder y empresaria, resalta su visión de saber enfocar un negocio de hacer siempre las cosas de la mejor manera y en el deber ser y además no dejarse nunca derrotar, este el mejor ejemplo que el valora y por el cual día a día le agradece a Dios y a la vida por tener ese motor tan fuerte en su vida.

El éxito profesional y personal que está atravesando Javier Chávez es una muestra de lo que él irradia como persona a su alrededor, buscando siempre el beneficio de causar e impactar positivamente a la sociedad, no haciendo una empresa más en este país, sino al contrario mejorando la calidad de vida y enseñando siempre valores que hagan y motiven a las personas a ser mejores cada día.

Su paso por la Universidad

Javier Chávez es Lasallista de tiempo completo, estudio en la secundaria en el Colegio de La Salle, se graduó como Ingeniero Civil en la Universidad de La Salle. Considera que la formación Lasallista es una formación de hermandad y trabajo en equipo, resalta la familia que existe en la Universidad de La Salle y esto le ha permitido transmitir esa familia a su vida y a su empresa, lo que considera un gran logro a cosas grandes; pues ha logrado que su empresa tenga hoy en día un ambiente laboral agradable todo un equipo de trabajo, de trabajo en familia con sus colaboradores, logrando también que su gente se ponga la camiseta y sienta ese orgullo de hermandad, hermandad que recibió de su formación Lasallista.

Mensaje Final

Javier Chávez es un líder orgulloso de su carrera, de su vida, agradecido con Dios por todas esas grandes oportunidades que han llegado a su vida y que hoy es ejemplo de vida para una nueva generación llena de luz, sueños de todo un futuro prometedor para nuestro país, creyendo fielmente en una juventud que no le teme experimentar y que les gusta asumir riesgos, tomando decisiones inteligentes llevándolos siempre a la excelencia.

A todos los jóvenes Lasallistas, los invita a seguir luchando a ser siempre perseverantes, constantes y disciplinados en la vida, por último deja el siguiente mensaje:

"*Por favor sueñen, planeen y hagan realidad los sueños pero siempre siempre sueñen para crear empresa eso crece un país, no le tengan miedo a todo los paradigmas que existen en este país es difícil, para nada es fácil pero se puede, sueñen háganlo realidad*"

Javier Chávez – Ingeniero Civil
Universidad de La Salle

11.5 Entrevista No 5

Omar Andrés Sierra Morales
Administrador de Empresas (2005)
Universidad de La Salle
Bogotá D.C.– Colombia

Omar Andrés Sierra Morales, Administrador de Empresas egresado de la Universidad de La Salle en el año 2005 y Magíster en Administración se caracteriza por su compromiso y liderazgo frente al manejo de los diferentes proyectos emprendedores que organiza y en los que participa la Universidad de La Salle. Actualmente se desempeña como profesor de la Universidad de La Salle de tiempo completo; gracias a su liderazgo ha desarrollado una educación profesional en sus estudiantes ayudándolos día a día en su desarrollo integral en conocimientos, destrezas y en la capacidad de confiar en sus aptitudes para llevarlos a descubrir ese espíritu emprendedor.

Lugar y Fecha de la Entrevista

La entrevista se realizó el 13 de Julio de 2015, en la Universidad de La Salle ubicado en el centro histórico de la candelaria en la ciudad de Bogotá D.C., allí tuvimos la oportunidad de indagar un poco acerca de su familia y del papel que desarrolla en la Universidad. Con la espontaneidad que lo caracteriza, Omar Andrés Sierra nos contó cómo, cuándo y dónde inicio su pasión por ayudar a todas aquellas personas a descubrir ese espíritu de emprendedores, y de todas aquellas anécdotas que hacen parte de su día a día en su gran familia: Lasallista.

Inicio

Omar Andrés Sierra Morales inicia como docente en la Universidad de La Salle hace aproximadamente 9 años y medio, desde entonces ha sido participe de diferentes proyectos que realiza la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables.

Uno de los proyectos más relevantes en su trayectoria en la Universidad es la Muestra de Proyectos Empresariales, evento que surge con la necesidad de poder articular lo teórico con lo práctico, allí un equipo de docentes en el que participó y participa actualmente Omar Andrés, diseñaron diferentes estrategias a través de espacios académicos como el de Introducción a la Administración; permitiendo con el plan de estudios incentivar el emprendimiento, la creatividad y la innovación.

Actualmente, este proceso se ha desarrollado de una manera satisfactoria pues permite incentivar y despertar el espíritu emprendedor en los estudiantes y se ha visto reflejado durante todos estos años por medio de los proyectos creativos, en los que se cultiva la innovación y se fortalecen las iniciativas de emprendimiento de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad, reto que se ha ido consolidando con el esfuerzo, dedicación y compromiso que ha tenido el profesor Omar Andrés y su equipo de trabajo.

Ser un intraemprendedor es cuestión de aptitud y actitud y definitivamente Omar A. Sierra lo sabe y resalta lo siguiente: "*El emprendimiento no solo se basa en desarrollar un proyecto empresarial o crear empresa, siempre van a existir personas que se destacan en las labores diarias dentro de una organización, se puede liderar un proyecto. Por ejemplo en la Universidad de La Salle me considero un intraemprendedor ya que he desarrollado proyectos y se han logrado mantener*". En tal sentido, toda esta experiencia le ha permitido conocer gente maravillosa entre ellos sus mismos colegas, ya que ha trabajado como un equipo y como una gran familia Lasallista.

Dificultades en el camino

En el camino siempre van a existir todo tipo de dificultades; organizar un proyecto se requiere de un capital económico y este ha sido uno de los mayores retos que ha tenido en su carrera, ya que muchas veces se piensa que organizar un tipo de proyectos de la magnitud como la organiza la Universidad de La Salle se requiere de una gran inversión, sin embargo, Omar resalta que cualquier tema de innovación no es cuestión de dinero si no es cuestión de formar personas.

Actualmente, existe un gran número de estudiantes que son amigos de la muestra de proyectos empresariales y que han logrado entender que es una herramienta pedagógica y didáctica, que facilita procesos, que ayuda a articular lo teórico con la práctica y que sirve como fundamento para el desarrollo empresarial, pero lo más importante es que se ha creado conciencia sobre los estudiantes en donde se les ha inculcado que no solamente es crear empresa por crearla si no realmente es tener en cuenta que existe todo un proceso administrativo y que existe un manejo de áreas funcionales.

Oportunidades en el camino

Consolidar y lograr mantener el espíritu emprendimiento dentro de la Universidad de La Salle no es fácil y Omar A. Sierra lo sabe, por eso, el constantemente se prepara para ser mejor docente y mejor persona cada día. Estar involucrado en el tema de emprendimiento en la Universidad, le ha permitido compartir experiencias con diferentes medios de comunicación, en donde ha sido participe de ruedas de negocios en diferentes partes del país y diferentes muestras empresariales entre otros; ha tenido la oportunidad de conocer y compartir con personas maravillosas que han logrado incentivar el desarrollo económico de nuestro país y que llegan a plasmar su gran experiencia.

La Universidad

Siendo egresado de la Universidad de La Salle, inicia su carrera profesional en el año 2006 como docente de catedra con algunas materias y talleres de interés, de ahí ha ido creciendo en su carrera académica, llegando actualmente a ser docente de tiempo completo y a cargo de proyectos que lidera la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables. Realizó su maestría también en la Universidad de La Salle, adquiriendo experiencia no solo en la parte académica sino también en elementos teóricos y particularmente relacionarlos con la parte práctica. Esto lo ha convertido y le ha permitido tener y sentirse día a día más comprometido y ponerse la camiseta de orgullo Lasallista.

Mensaje Final

Cuando se le pidió a Omar Andrés Sierra Morales que diera un consejo a los estudiantes lasallistas que quisieran ser emprendedores, él dice lo siguiente:

"*No se deje llevar mucho por las emociones pero tampoco las olvide, siempre para un buen emprendedor se deben balancear muy bien las emociones y los conocimientos, la teoría con la práctica, la aptitud con la actitud; defiendan siempre su prestigio porque eso es lo que les va a quedar como personas; no solo piensen en ser excelentes profesionales sino que también piensen en ser excelentes personas y que ayuden a forjar un mejor país, pues no basta solo con criticar si no también hay que ayudar a construir*"

Omar A. Sierra Morales – Administrador de Empresas
Universidad de La Salle

12. Conclusiones

Una vez realizada la presente investigación cualitativa a los emprendedores e intraemprendedores lasallistas, se pueden concluir determinados aspectos, en el que se logró exponer las razones que hacen que el emprendimiento sea una herramienta efectiva de desarrollo dentro de la comunidad universitaria, conocer y profundizar acerca de sus historias de vida y todo su recorrido que han tenido desde su proceso de formación logrando cada uno de sus objetivos propuestos.

Llevado a cabo las entrevistas, se logró conocer acerca de sus vidas, de cómo iniciaron sus proyectos, cuáles fueron sus motivaciones, cuáles fueron sus obstáculos que tuvieron que afrontar para llegar a donde están hoy en día. Pues bien, tal y como se mostró en el trabajo de campo, muchos de los entrevistados expresaron su gran agradecimiento con las personas que los rodean, mucho de ellos su familia (principal motivación) y su equipo de trabajo; poder mostrar al público este tipo de experiencias permiten transmitir todas aquellas emociones que hicieron parte de un gran proyecto que inicio como una idea, que se ha llevado a cabo y que poco a poco con esfuerzo y perseverancia se han logrado los objetivos.

En cuanto el proceso de formación que han tenido los emprendedores e intremprendedores Lasallistas, resaltan que la Universidad por medio de sus estrategias han logrado materializar sus ideas lo que han llevado ponerlas en práctica y así desarrollar todo ese potencial que los caracteriza hoy en día y que les ha permitido desarrollar ese espíritu emprendedor. Esto ha contribuido de alguna u otra forma al crecimiento y fortalecimiento de la unidad de emprendimiento de la Universidad de La Salle, pues es resultado del compromiso y buena formación que les han brindado a sus estudiantes.

Perseverancia, compromiso, disciplina son características que se consideran factores de éxito y que son claves a la hora de emprender y llevar cabo un proyecto en cualquier disciplina. Cada uno de ellos plantea que sin estos, no hubieran logrado estar en el punto que se encuentran actualmente. Conocer su esencia, su manera de ser, de actuar en frente a cada situación por la que atravesaron, sus sueños, sus pasiones, y hasta sus miedos, es lo que permite tomarlos como ejemplo de vida y motivación para todas aquellas nuevas generaciones.

Es gratificante ver como estos emprendedores e intraemprendedores Lasallistas, han logrado crecer continuamente demostrando que toda aquella meta planteada es posible de lograr y todos los esfuerzos y sacrificios realizados se ven reflejados en el éxito que se obtiene al final del camino.

13. Recomendaciones

Teniendo en cuenta que este proyecto de pasantía en investigación cualitativa a emprendedores e intraemprendedores lasallistas es la segunda vez que se realiza en formato digital, en este caso videos, es necesario plantear algunas recomendaciones para que los objetivos del presente trabajo se logren realizar de manera satisfactoria.

- En necesario continuar buscando emprendedores e intraemprendedores Lasallistas para establecer una base de datos mucho más grande, de tal manera lograr contactar más fácilmente a cada uno los posibles entrevistados.

- Registrar y conservar la información obtenida a través de las entrevistas, de tal forma se logre crear un observatorio digital accesible para el personal de la Universidad de la Salle como para personal externo.

- Divulgar en formato video las experiencias de vida y su proyecto empresarial de cada uno de los entrevistados, para que sea de ejemplo y motivación para nuestra nueva generación Lasallista

Los puntos anteriormente mencionados son de vital importancia para este proyecto, además la divulgación de los videos es útil y a su vez necesaria debido a que las entrevistas como son de carácter cualitativo, tienen un alto contenido motivacional, que puede lograr impulsar a una nueva generación a tomar riesgos y decisiones que sea de impacto para nuestra sociedad.

14. Bibliografía

Acevedo Ibáñez, A., & Lopez M, A. A. (1986). *El proceso de la entrevista.* México: Limusa Noriega Editores.

Anselm Strauss, J. C. (2002). *Bases de la investigación cuantitativa.* Medellín: Universidad de Antioquia.

Bravo Ramos, J. L. (5 de 2 de 2015). *Juan Luis BRAVO RAMOS*. Recuperado el 5 de 2 de 2015, de Juan Luis BRAVO RAMOS: http://www.ice.upm.es/wps/jlbr/Documentacion/QueEsVid.pdf

Bravo, J. (5 de 2 de 2015). *Juan Luis BRAVO RAMOS*. Recuperado el 5 de 2 de 2015, de Juan Luis BRAVO RAMOS: http://www.ice.upm.es/wps/jlbr/Documentacion/QueEsVid.pdf

Campoy, D. M. (2007). *Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa. Técnicas y métodos para el éxito de un proyecto empresarial*. España: Ideaspropias Editorial.

Castillo H, A. (1 de 8 de 1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Chile.

Causillas, T. (1986). Analisis de Resultados y Toma de Decisiones en Empresas.

Conceptos Estratégicos Clave. (21 de 4 de 2014). *Conceptos Estratégicos Clave*. Recuperado el 6 de 2 de 2015, de Conceptos Estratégicos Clave: http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com/2006/11/estrategia-de-comunicacion.html

Diaz I, G., & Andrés Ortiz, R. (2005). *Grupo emergente de Investigación de la Universidad Mesoamericana*. Recuperado el 5 de 2 de 2015, de Grupo emergente de Investigación de la Universidad Mesoamericana: http://www.geiuma-oax.net/cursos/entrevistacualitativa.pdf

Diaz, G; Ortiz, R. (2005). *Grupo emergente de Investigación de la Universidad Mesoamericana*. Recuperado el 5 de 2 de 2015, de Grupo emergente de Investigación de la Universidad Mesoamericana: http://www.geiuma-oax.net/cursos/entrevistacualitativa.pdf

Fernández Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercadeo.* Madrid: ESIC Editorial.

Gomez de Enterria, J., Ruiz Martinez, A. M., & Martín de Nicolas, M. (2008). *La comunicacion oral en la empresa.* Madrid: Arco/Libros.

Gómez, J., Ruíz, A., & Martín, N. M. (2008). *La comunicacion oral en la empresa.* Madrid: Arco/Libros.

Gross, M. (15 de 4 de 2013). *Manuel Gross*. Recuperado el 5 de 2 de 2015, de Manuel Gross: http://manuelgross.bligoo.com/20130415-mitos-y-realidades-del-lenguaje-gestual-y-corporal-segun-estudios

Gross, M. (15 de 4 de 2013). *Manuel Gross*. Recuperado el 5 de 2 de 2015, de Manuel Gross: http://manuelgross.bligoo.com/20130415-mitos-y-realidades-del-lenguaje-gestual-y-corporal-segun-estudios

Hernando, C. (2013). *Simulación Empresarial.* Madrid: McGraw-Hill España.

Loranca Rzepca, R. A. (9 de 5 de 2006). *Colección de tésis digitales Universidad de las américas puebla.* Recuperado el 6 de 2 de 2015, de Colección de tésis digitales Universidad de las américas puebla: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/laex/loranca_r_ra/capitulo3.pdf

Martinez , M. (2012). *Liderazgo* . N/A: Ediciones Díaz de Santos .

Olmos Arrayales, J. (2007). *Tu potencial Emprendedor.* Meéxico: PEARSON EDUCATION.

Olmos, J. (2007). *Tu potencial Emprendedor.* Meéxico: PEARSON EDUCATION.

Real Academia Española. (21 de Abril de 2014). Obtenido de Real Academia Española : http://lema.rae.es/drae/?val=articulo+academico

Silva, J. (2008). *Emprendedor, Crear su propua empresa.* México: Alfaomega Grupo Editor S.A. de C.V.

Tesis de Investigación . (28 de Mayo de 2014). Obtenido de Tesis de Investigación : http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html

Universidad Autonoma del Caribe. (6 de 2 de 2014). *La Universidad Autonoma del Caribe*. Recuperado el 6 de 2 de 2015, de La Universidad Autonoma del Caribe: http://www.uac.edu.co/mc-opinion/itemlist/category/107-facultad-de-ciencias-administrativas-econ%C3%B3micas-y-contables.feed?type=atom

Universidad de La Salle. (2015). Obtenido de Universidad de La Salle: http://www.lasalle.edu.co/wps/myportal/Home/Principal/LaUniversidad/!ut/p/a1

Valdaliso, J. M., Urbano, D., Ripollés, M., & Perez, J. M. (2005). La empresa y el espiritu emprendedor de los jóvenes. En J. M. Valdaliso , D. Urbano , M. Ripollés , & J. M. pérez . Secretaria General Tecnica. Centro de Publicaciones. Ministerio de Educacion y Ciencia . Recuperado el 6 de 2 de 2015, de Ministerio de Educación y Ciencia: http://www.uac.edu.co/mc-opinion/itemlist/category/107-facultad-de-ciencias-administrativas-econ%C3%B3micas-y-contables.feed?type=atom