



Competitividad de las empresas de egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD de la Zona Sur (Colombia)

Competitiveness of the companies of graduates of the National Open University and Distance-UNAD of the South Zone

PALENCIA, Ofelia [1](#) y BENAVIDES, Oscar A. [2](#)

Recibido: 16/11/2019 • Aprobado: 08/02/2020 • Publicado: 27/02/2020

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Resultados](#)
- [4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

El objeto de la investigación fue conocer la situación de competitividad (Cobertura de mercados, nivel de tecnología, generación de empleo y calidad del producto) actual de las empresas de los egresados de los años 2012 al 2016 de los nueve centros de Zona Sur ubicados en los municipios de Neiva, Pitalito, La Plata, Florencia, San Vicente del Caguán, Valle del Guamuez, Ibagué, Líbano y Mariquita, en coherencia con las apuestas productivas del país. A partir de una investigación de enfoque cuantitativo. Descriptiva, analítica con una muestra de 100 egresados empresarios que han creado empresa en los diferentes sectores económicos.

Palabras clave: Empresario, competitividad, sectores económicos, calidad del producto

ABSTRACT:

The purpose of the investigation was to know the current competitive situation (market coverage, level of technology, employment generation and product quality) of the companies of the graduates from 2012 to 2016 of the nine centers of South Zone located in the municipalities of Neiva, Pitalito, La Plata, Florencia, San Vicente del Caguán, Valle del Guamuez, Ibagué, Libano and Mariquita, consistent with the productive bets of the country. From a quantitative approach investigation. Descriptive, analytical with a sample of 100 business graduates who have created a company in different economic sectors

Keywords: Entrepreneur, competitiveness, economic sectors, product quality

1. Introducción

De acuerdo con el Proyecto Académico Pedagógico Solidario-PAPS, el egresado es un actor educativo que representa a la Universidad en la sociedad a través de sus actividades profesionales, sociales y personales, dando cuenta del carácter mismo de la Institución (Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD, 2011), en este sentido se puede considerar que uno de los propósitos formativos de gran relevancia por parte de las instituciones de educación superior, es la formación de egresados que puedan desenvolverse en el medio no solo como actores fundamentales en el desarrollo de actividades propias de su formación en instituciones públicas o privadas, del mismo modo desde el Decálogo de valores establece que se

crea en la excelencia institucional y en la capacidad de nuestros egresados para generar progreso (Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD, 2011).

La educación superior propende por la formación de profesionales emprendedores, dentro de un contexto de competitividad (Botero, 2014), que pueda desenvolverse en el entorno con competencias laborales y profesionales, fortalecidas por las políticas gubernamentales (Alvarez, 2014), con el apoyo la investigación, desarrollo e innovación. De otra parte, se considera de gran importancia la aplicación tecnológica frente a la necesidad de abrir nuevos mercados (Bustamante et al., 2010) y finalmente empleo que genera; en este orden de ideas, es fundamental que las instituciones de educación superior conozcan cuales de sus egresados han creado empresas con pertinencia a lo que le apuesta la región.

Como antecedentes se consideraron: Diagnóstico multidimensional de las actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios. (Oliver et al., 2016); Programa educativo denominado "Aprender a emprender". (García & Acevedo, 2017), Impacto de los proyectos productivos y el emprendimiento en la zona rural. (Cifuentes & Rico, 2016); PAP Solidario. (Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD, 2011) y las teorías de competitividad (Duarte & Ruiz, 2009;) Piñeiro et al., 1993; Cardenas, 2008) y la Ley 1450 (Congreso de Colombia, 2011).

1.1. Antecedentes

Como antecedentes se consideró:

- Diagnóstico multidimensional de las actitudes emprendedoras de estudiantes universitarios (Oliver et al., 2016), que habla sobre la presencia elevada de los rasgos de personalidad emprendedora poca intención de los estudiantes de adoptar el autoempleo como una opción.
- Programa educativo denominado "Aprender a emprender (García & Acevedo, 2017). El aula se integre al mundo de la empresa fomentando el espíritu emprendedor, de forma lúdica, práctica y divertida, a fin de construir ambientes emprendedores, innovadores y competitivos.
- Impacto de los proyectos productivos y el emprendimiento en la zona rural. (Cifuentes & Rico, 2016), el emprendimiento entendido como la actitud de superación, como la creación de un nuevo proyecto y la aspiración para crear un mejor futuro.
- El PAPS menciona en su componente Económico-Productivo, el desarrollo en los estudiantes del espíritu emprendedor, mediante la elaboración, desarrollo e implementación de proyectos productivos solidarios, empresariales y tecnológicos (Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD, 2011).

2. Metodología

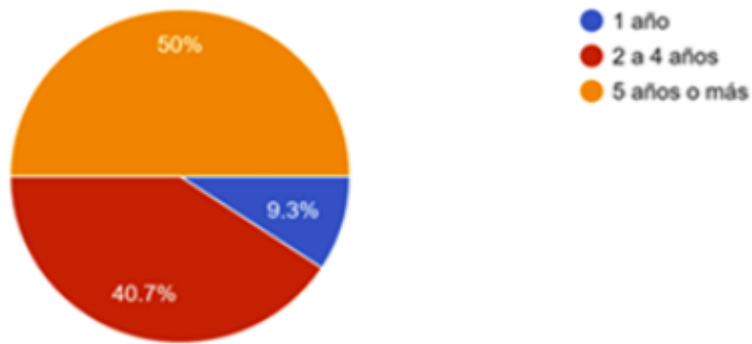
La investigación es de enfoque cuantitativo, descriptiva analítica, porque utiliza la indagación para "especificar propiedades y características importantes de un fenómeno que se analiza" (Hernández et al., 2014), con una muestra aleatoria simple de 100 egresados empresarios de los diferentes programas de la Zona Sur de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD.

La recolección de la información se hizo mediante entrevista semiestructurada y encuesta estructurada.

3. Resultados

En la recolección de información se obtuvieron los siguientes resultados:

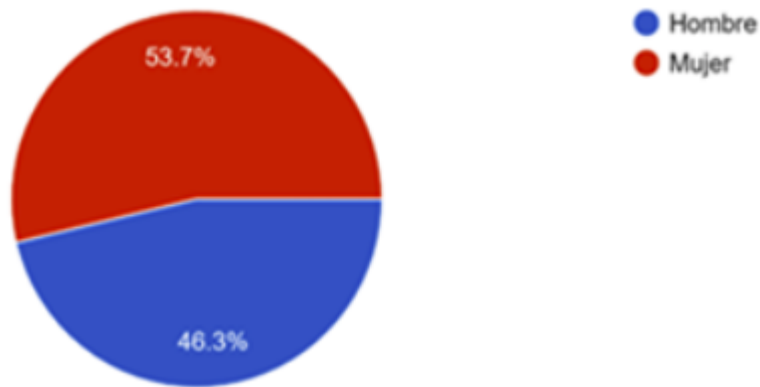
Figura 1
Años de existencia de la empresa



Fuente: Autores de la investigación

El análisis de la muestra arrojó como resultado que el 50% de las empresas de egresados tienen 5 años o más de creación, lo que evidencia que fueron creadas durante el proceso de formación del estudiante o mucho antes; el 40.7% de las empresas de los egresados tienen de 2 a 4 años de creación y el 9.3% restante se crearon hace 1 año.

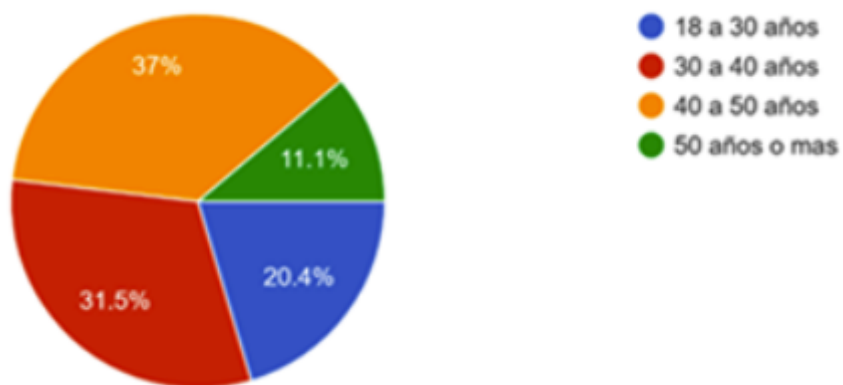
Figura 2
Genero del empresario



Fuente: Autores de la investigación

El género predominante en los empresarios unadistas es el femenino (53,7%) frente a los empresarios hombres con 46,3%

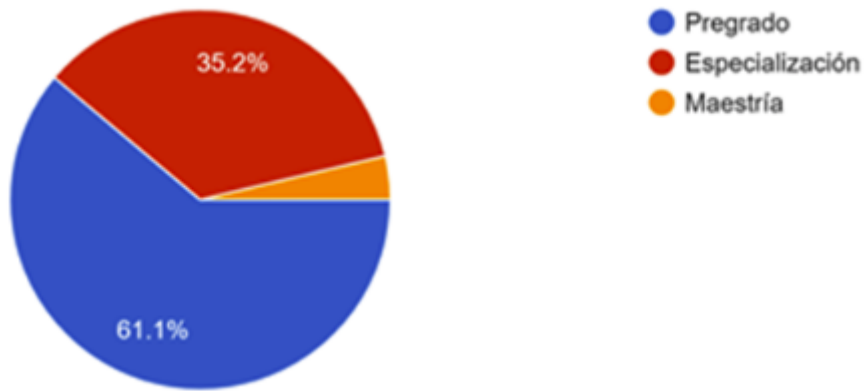
Figura 3
Edad del empresario



Fuente: Autores de la investigación

El mayor número de empresarios se encuentra en el rango de edad, de 30 a 50 años. El 61,1% cuenta con pregrado, el 35,2% con especialización y el 3,7% con maestría

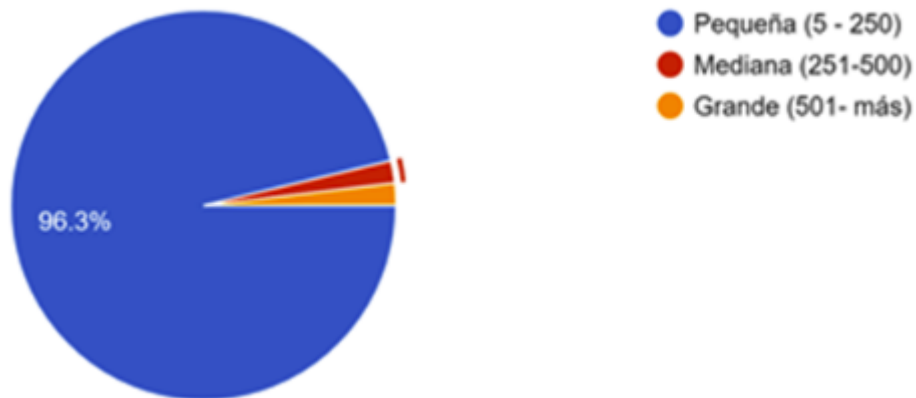
Figura 4
Nivel de estudios



Fuente: Autores de la investigación

El 61,1% de los empresarios que han generado empresas tienen pregrado el 35, 2 tienen especialización y 3,7% maestría

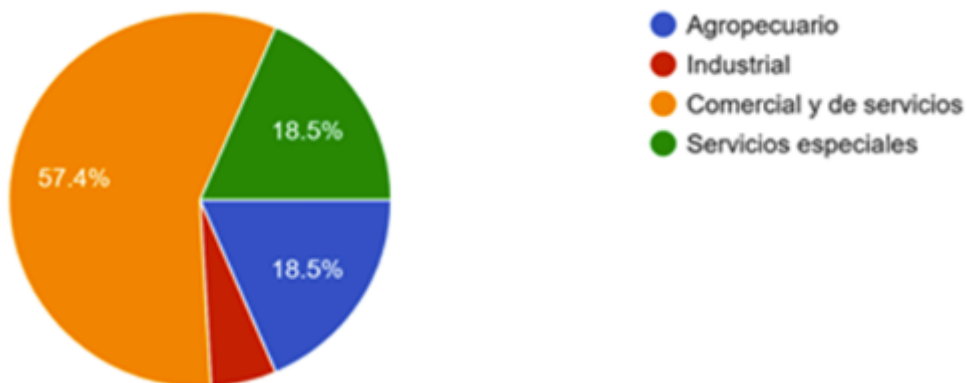
Figura 5
Tamaño de la empresa



Fuente: Autores de la investigación

En su gran mayoría (96,3%) son pequeñas empresas y el 6,7% de las empresas de los egresados son medianas y grandes empresas –Gutiérrez et al, 2017) Estas empresas están ubicadas en los diferentes sectores y subsectores económicos:

Figura 6
Sector económico



Fuente: Autores de la investigación

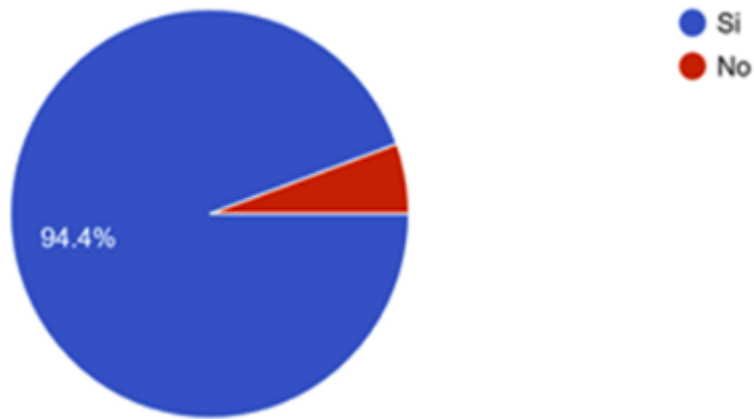
El sector predominante es el comercial y de servicios (57,4%), seguido por los subsectores servicios especiales y agropecuario (18,5% cada uno) y finalmente del sector industrial con (5.6%).

Una vez conocido los sectores donde predominan las empresas, el tamaño, propietarios por género, edad de los empresarios, grado de formación de los propietarios de las empresas, se

indagó sobre su percepción en cuanto alguna variable que se consideraron importantes para que la empresa sea competitiva se obtuvo los siguientes resultados:

En primera instancia era importante saber si tenían claro lo que es la competencia y la competitividad, lo cual evidenció que el 94.4% conocen que necesita una empresa para ser competitiva y el 3.6% tiene alguna confusión al respecto.

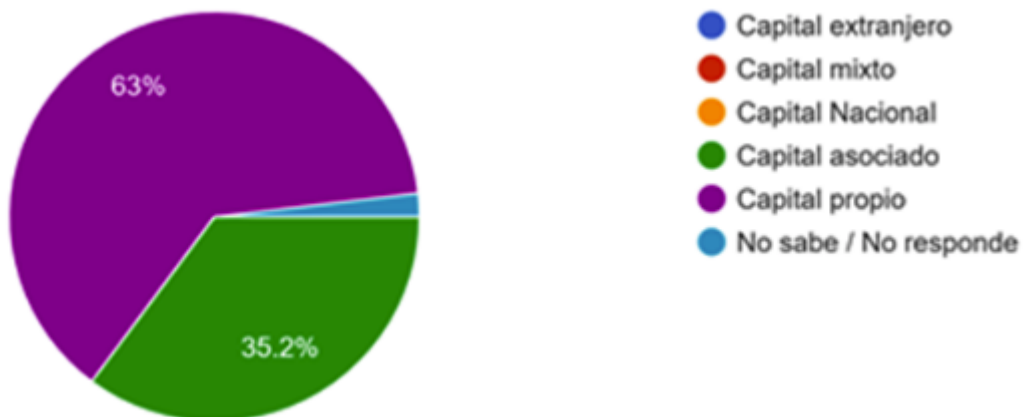
Figura 7
¿Sabes que es competitividad?



Fuente: Autores de la investigación

Para iniciar el análisis sobre variables de competitividad fue importante conocer el origen de los recursos de financiación con los siguientes resultados:

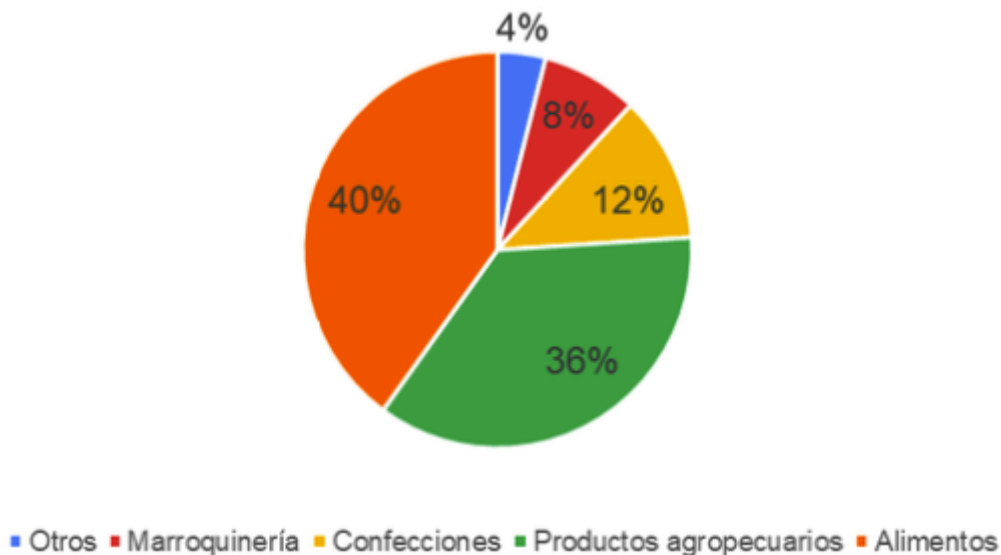
Figura 8
Origen de los recursos de financiación de la empresa



Fuente: Autores de la investigación

El 63% de las inversiones en las empresas son capital propio, el 35.2% capital asociado. Las empresas están dentro de las siguientes actividades económicas:

Figura 9
Qué tipo de bien produce



Fuente: Autores de la investigación

El 40% de las empresas son marroquineras, el 36% de productos agropecuarios, el 12% de confecciones, el 8% de alimentos y el 4% otros.

Figura 10
Qué tipo de servicio presta

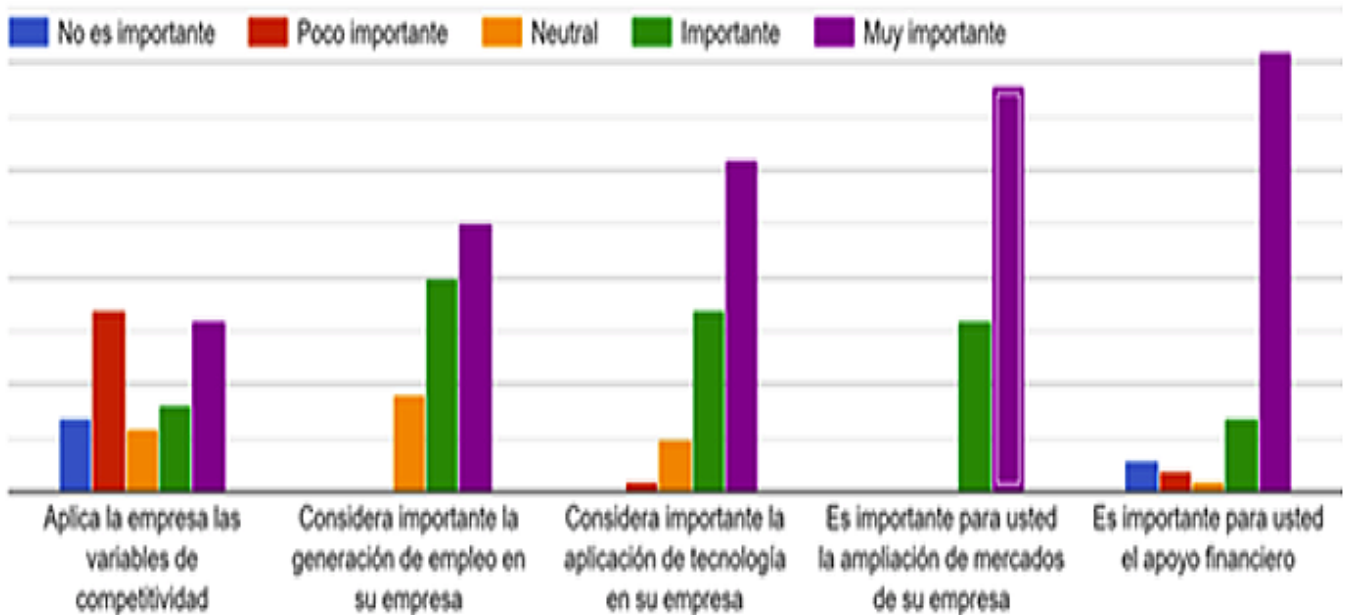


Fuente: Autores de la investigación

El 25% de las empresas se dedican a la venta de medicamentos, el 23% a la gastronomía y papelería, el 20% al servicio inmobiliario y tecnología de la información y la comunicación, el 14% asistencia técnica, 5% a servicios turísticos y el 13% a otras actividades.

Aunque se obtuvo la siguiente percepción sobre la importancia sobre las variables de competitividad.

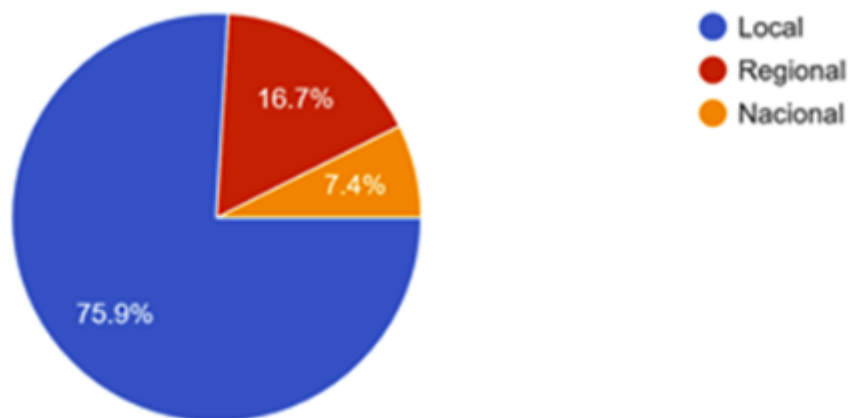
Figura 11
Variables de competitividad



Fuente: Autores de la investigación

En cuanto a la aplicación de variables de competitividad los empresarios encuestados presentaron opinión dividida, entre muy importante y poco importante; le dan gran importancia a la generación de empleo, aplicación de tecnología, ampliación de mercado y al apoyo financiero. No obstante, lo anterior como resultado de la aplicación de la herramienta se obtuvo la siguiente información:

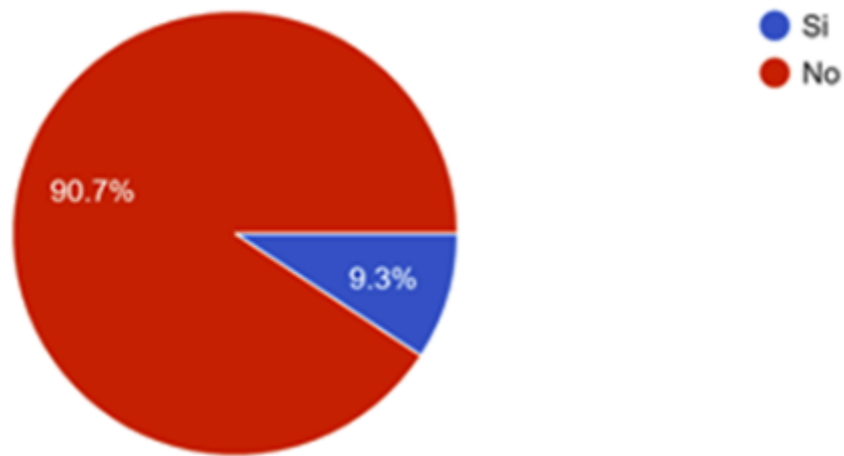
Figura 12
Cobertura del mercado



Fuente: Autores de la investigación

Considerando la cobertura del mercado el 75.9% son empresas locales, el 16.7% ofrece sus productos en la región y el 7.4% es de cobertura nacional.

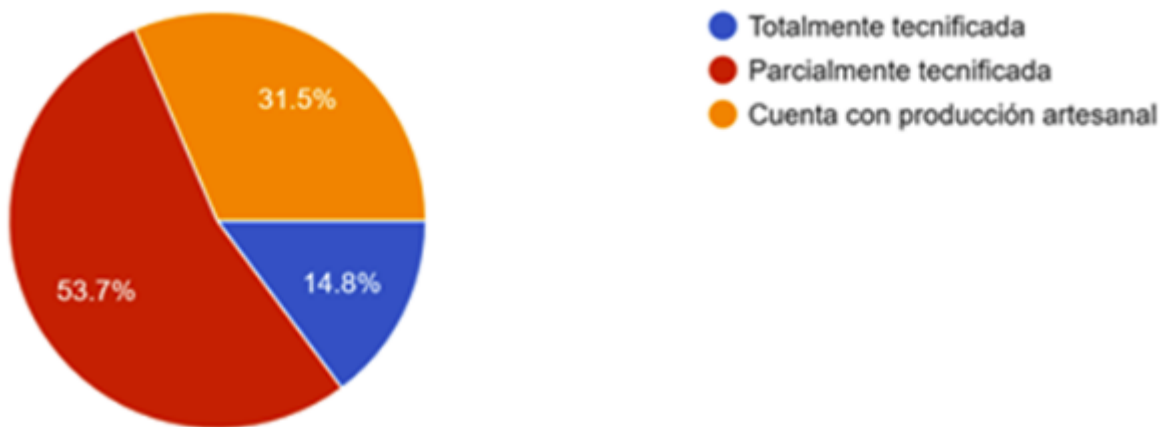
Figura 13
Exporta sus productos



Fuente: Autores de la investigación

Tan solo el 0.3 5% de los empresarios exporta los productos, el 90.7% los comercializa dentro del país en su gran mayoría en la región.

Figura 14
Grado tecnificación



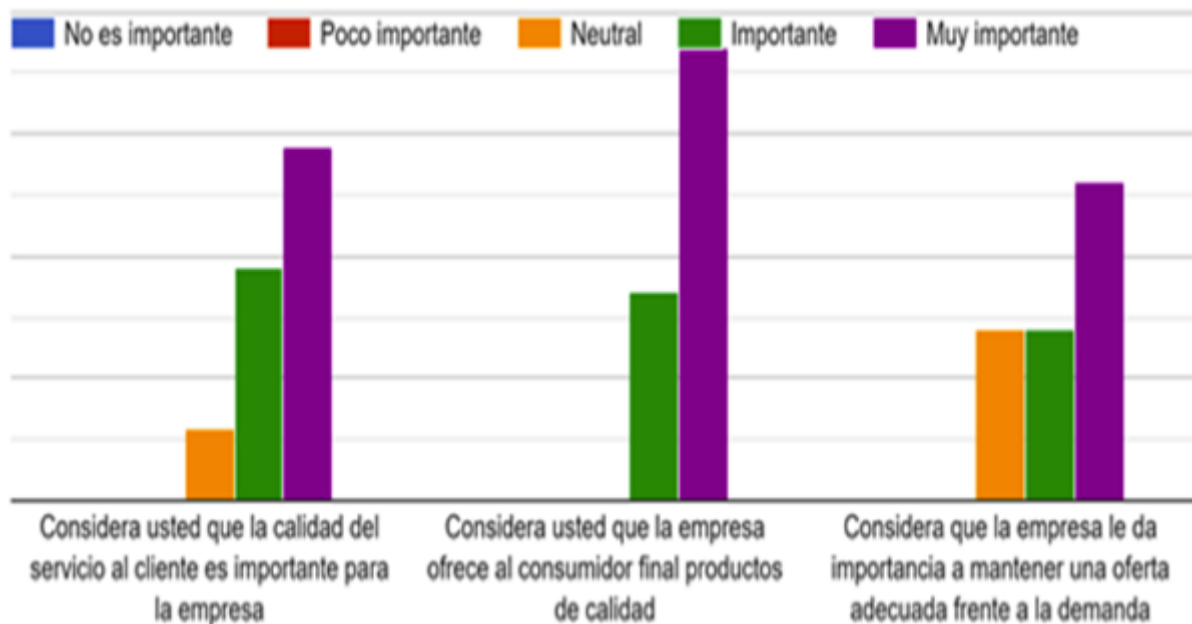
Fuente: Autores de la investigación

Es importante anotar que el 53.7% de las empresas están parcialmente tecnificadas, el 31.5% desarrollan producción artesanal y el 14.8% están totalmente tecnificadas.

Una vez conocido la información relacionadas con las variables competitivas exportación cobertura de mercado y tecnología aplicada en los procesos productivos o de prestación de servicios.

De otra parte, los intermediarios y consumidores finales consideran que la calidad del producto es importante para el desarrollo de la empresa, están de acuerdo con la calidad de los servicios y productos y afirman que las empresas propenden por mantener la oferta.

Figura 15
Precepción de intermediarios y consumidores finales



Fuente: Autores de la investigación

3.1 Discusión

Es importante resaltar que a pesar de que uno de los propósitos de la UNAD, es la formación en emprendimiento de acuerdo con las necesidades y a lo que la apuestan las regiones, en el caso de los empresarios no conocen la agenda de Productividad y competitividad del departamento y por ende desconocen las apuestas productivas. (BANCOLDEX, 2014).

De otra parte, los empresarios unadistas producen a nivel local, regional y nacional y no proyectan sus empresas a mercados internacionales, que es una de las variables que define la competitividad. (Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y la Productividad, 2006).

Es de anotar que las empresas los profesionales formados en la UNAD, están clasificadas como Mipymes con características muy similares dentro de los subsectores de la economía (Gutiérrez et al., 2017). La tecnología implementada por las empresas no apunta a la tecnología de punta, a pesar de la relevancia que tiene esta variable en la competitividad (Ahumada Tello & Perusquia Velasco, 2016).

Otro componente importante es la innovación, lo cual en algunas de las empresas como es el caso de los fabricantes de paneles solares se evidencia, dado que se centra en la sostenibilidad ambiental (Anderson et al., 2014).

4. Conclusiones

Las empresas de los egresados están conformadas de acuerdo con lo previsto en la norma. Ley 1450 del 16 de junio de 2011.

El género predominante en los empresarios unadistas es el femenino con un (53,7%); El 50% de las empresas de egresados tienen 5 años o más de creación, lo que evidencia que fueron creadas durante el proceso de formación del estudiante o mucho antes, predominando el sector comercial y de servicios con un (57,4%). Las edades en su mayoría (75%) oscilan entre las edades de 31 a 40 años.

El 57% corresponden a la comercialización de productos y prestación de servicios; el 63% de las inversiones en las empresas son con capital propio, el 35.2% capital asociado

El 71% de las empresas están parcialmente tecnificadas y solo el 0.3 5% de los empresarios exporta los productos, el 90.7% los comercializa dentro del país en su gran mayoría en la región.

Finalmente, los egresados empresarios desconocen la Agenda de productividad y competitividad de los departamentos donde se encuentran los centros y su nivel de competitividad es muy bajo.

Referencias bibliográficas

Ahumada Tello, E., & Perusquia Velasco, J. M. (2016). Inteligencia de negocios: estrategia para el desarrollo de competitividad en empresas de base tecnológica. *Contaduría y Administración*,

61(1), 127-158.

Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y la Productividad. (2006). Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad. Bogotá D.C.: Documento Conpes 3439.

Alvarez, O. (2014). La competitividad en las actuales condiciones de la economía internacional. *Economía y Desarrollo*, 151(1), 56-70.

Anderson, N., Potočník, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations. *Journal of Management*, 40, 1297-1333.

BANCOLDEX. (2014). Apuestas productivas del Huila. Bogotá D.C.: Mincomercio Industria Turismo.

Botero, L. D. (2014). Internacionalización y competitividad. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(32), 187-196.

Bustamante, L. F., Arboleda, A. C., & Gutierrez, J. A. (2010). Cultura, política industrial y competitividad internacional de las pyme en Colombia. *AD-Minister*(16), 83-98.

Cardenas, M. (2008). *Las políticas de competitividad en Colombia*. Bogotá D.C.: Fondo de publicaciones Universidad Sergio Arboleda.

Cifuentes, J. E., & Rico, S. P. (2016). Proyectos pedagógicos productivos y emprendimiento en la juventud rural. *Zona próxima*(25), 87-102.

Congreso de Colombia. (16 de junio de 2011). Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014. Bogotá D.C., Colombia.

Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia et Technica*, XV(43), 326-331.

Garcia, T., & Acevedo, A. (2017). Diseño de un programa educativo basado en la metodología "aprender a emprender" en un mundo empresarial competitivo. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas*, V(18), 85-98.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.

Lis Gutierrez, J. P., Palencia Fajardo, O., & Gaitan, A. M. (2017). Caracterización de las pymes de confecciones en Neiva (Colombia). *Suma de Negocios*, 8(17), 57-62.

Oliver, A., Galiana, L., & Gutierrez, M. (2016). Diagnóstico y políticas de promoción del emprendimiento en estudiantes. *Anales de Psicología*, 32(1), 183-189.

Piñeiro, M., Jaffe, W., & Muller, G. (1993). Innovation, competitiveness and agroindustrial development. *Presented at the meeting of integrating competitiveness sustainability and social development*, 258-269.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. (2011). *Proyecto Académico Pedagógico Solidario* (Versión 3.0 ed.). Bogota: UNAD.

1. Docente. Economista, Magister en Administración de Organizaciones. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. ofelia.palencia@unad.edu.co

2. Docente. Administrador de Empresas, Magister en Administración de Organizaciones. Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios-ECACEN. Universidad Nacional Abierta y a Distancia-UNAD. oscara.benavides@unad.edu.co

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 41 (Nº 06) Año 2020

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

revistaESPACIOS.com



This work is under a Creative Commons Attribution-
NonCommercial 4.0 International License