INFLUENCIA FAMILIAR EN LA CREACION DE EMPRESA EN LA UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

JORGE LEONARDO CONTENTO GUERRERO

Trabajo de grado para obtener el título de administrador de empresas

Asesora: MARIA CAROLINA ORTIZ RIAGA

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ - 2015

Tabla de contenido

Pagina

Resumen…….. 3

Introducción…….. 4

Objetivos…… 5

1. Maco teórico……. 6

   1.1 ¿Qué es empresa familiar?..... 7

   1.2 Teórica de círculos……... 8

   1.3 Factores de que inciden en la creación de una empresa familiar…… 9

   1.4 Antecedente empresas familiares……. 12

   1.5 Problemas más frecuentes en la empresa familiar…..13

2. Metodología……..14

3. Resultados……... 16

4. Conclusiones…….. 39

5. Bibliografía……....41

Resumen

Se realizó una investigación con estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada, con el fin de analizar los diferentes factores en los que influyen las familias empresarias en la capacidad emprendedora de sus miembros

Se realizó un estudio cuantitativo de tipo descriptivo, por medio de un instrumento que se aplicó a estudiantes de últimos semestres 7, 8 y 9 de la facultad de ciencias económicas de la UMNG, que fue aplicado de manera con el fin de recopilar datos concretos que permitieran conocer las características de esta población.

Se puede comprender según los resultados que se reafirma el estereotipo de que el hombre posee mayor intención o iniciativa al momento de crear empresa y que en el 50% de los casos lo realiza como negocio propio al momento de terminar sus estudios.

En su mayoría, las empresas de las familias de los estudiantes encuestados, son empresas jóvenes que oscilan entre 0 a 10 años de funcionamiento, pero con una gran motivación a crecer y ser exitosas.

Introducción

El siguiente trabajo busca la identificación de las características de las familias de los estudiantes, para indagar la existencia de empresas en el seno familiar y la incidencia que ha tenido en sus hijos y la proyección que éstos ven hacia el futuro. El estudio se realizó con, estudiantes de los tres programas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada (Administración de empresas, Economía y Contaduría).

Permite además crear o tener parámetros para incentivar la creación de empresas de los jóvenes desde un ambiente académico e identificar cuáles pueden ser estos factores y fortalecer la promoción del emprendimiento en la UMNG.

Con estos resultados pueden establecer puntos en común, analizar factores que influyen en las familias empresarias, analizar como la familia vincula a los jóvenes en el emprendimiento, identificar aquellos a reforzar y potenciar el emprendimiento familiar en la UMNG.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar los diferentes factores en los que influyen las familias empresarias en la capacidad emprendedora de sus miembros, estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la UMNG.

Objetivos específicos

- Identificar las percepciones de los estudiantes con familias empresarias alrededor del emprendimiento

- Identificar el número de empresas familiares de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la UMNG

- Caracterizar los tipos de empresa que tienen las familias de estos estudiantes.

- Analizar la forma en que la familia vincula a los jóvenes en este entorno empresarial.

1. **Marco teórico**

Respecto al emprendimiento empresarial en América Latina y Asia, Kantis, Ishida y Komori (2002), plantean que en este momento en que nos encontramos en un mundo sin fronteras es muy importante el encontrar diferencias de patrón y similitudes que permitan desarrollar un enfoque más amplio respecto a los jóvenes emprendedores.

> *"La influencia familiar es de gran importancia en muchos aspectos de la vida, y más aún en la creación de empresa. La presencia de un grupo familiar como accionista relevante es también frecuente en las compañías cotizadas. En EEUU por ejemplo, un tercio de las empresas del S&P 500 son familiares y en países como Asia o Latinoamérica los grupos familiares controlan más del 50% de las compañías cotizadas." (Hernández 2012 p1).*
>
> *"Diversos estudios también encontraron evidencias empíricas acerca de la relación entre el nivel de la actividad empresarial y de las tasas de crecimiento económico. Estos autores señalan que la empresarialidad genera crecimiento económico debido a que es un vehículo para la innovación y el cambio y, por lo tanto, facilita los procesos de difusión de conocimientos. Asimismo, el flujo de creación de firmas en nuevos sectores de la economía y el de salida desde las industrias en declire es un proceso que genera mejoras en la productividad y facilita la modernización de la estructura empresarial, dando lugar a incrementos en los volúmenes de producción.", (Kantis, Ishida y Komori. 2002, P 11).*
>
> *"La literatura sobre empresa familiar es bastante clara en determinar los aspectos positivos y negativos que sobre la creación de valor tiene este énfasis en la preservación de la riqueza socioemocional por parte de los accionistas familiares". Hernández (2012 p6)*

En las empresas familiares, los puestos claves son ocupados por familiares, lo que ayuda de agencia, al no existir separación entre propiedad y control a reducir la fuga de talento en pro de la empresa además de reducir costos

Se puede manifestar que muchos procesos y desarrollos de las empresas familiares no siempre surgen desde un ambiente académico o profesional, en muchos casos se generan a partir de actividades de

ensayo y error para poder determinar las mejores opciones, y estos conocimiento son a su vez trasmitidos a las nuevas generaciones.

Se puede observar en los estudios anteriores, la importancia que tiene la familia en la creación de empresa, no solo como influencia en su creación o perpetuar la empresa ya existente, si no en el desarrollo del pensamiento empresarial, sistémico entre otros para el desarrollo y mantenimiento de la idea de negocio, además de ser una guía para mostrar las razones por las que los jóvenes crean empresa, ya que además de estudios poseen un factor muy importante a tener en cuenta; la experiencia de cómo llevar y sostener una empresa.

Se analiza que muchos jóvenes tienen como motivación para la creación de empresa, el deseo de no ser empleados de generar empleo y en muchos casos

1.1 ¿Qué es empresa de familia?

Según Saladrigues (2013):

> *"La definición oficial de empresa familiar aprobada por las dos principales instituciones internacionales - el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF) y el Family Business Network (FBN)- es la siguiente:*
>
> *Una compañía, tenga el tamaño que tenga, es empresa familiar si:*
> *- La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas de la familia que fundó o fundaron la compañía; o, son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa; o son propiedad de sus esposas, padres, hijos o herederos directos de los hijos.*
> *- Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.*
> *- A las compañías cotizadas se les aplica la definición de empresa familiar si la persona que fundó o adquirió la compañía (su capital social), o sus familiares o descendentes poseen el 25% de los derechos de voto a los cuales da derecho el capital social",* (P 81)

Otros autores han definido la empresa familiar:

> *"La empresa familiar como cualquier otro tipo, se crea por una o varias personas que toman un riesgo (compartido), crean estructuras, planes, construyen un ideal común, buscan oportunidades y están dispuestos a adaptarse a los cambios y que*

desde la creación del negocio estarán en constante conflicto de intereses. En la empresa familiar se conjuga la unión del esfuerzo y el capital familiar, en donde cada uno de los miembros de la familia adquiere roles como el padre, madre, hijos y al mismo tiempo de trabajadores, etc., con los demás factores estructurales de un negocio." (Vélez & Diego, Holguín. 2008 P 6).

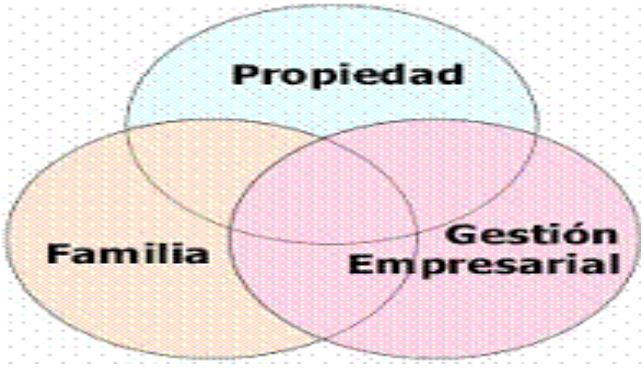
La empresa familiar además de poseer partes legales y administrativas, es soportada en valores y principios que son enseñaos de generación en generación no solo para el manejo de las empresas familiares, a través de los años estas enseñanzas son visibles en las características de estas empresas.

1.2 Teoría de círculos

Un recurso muy útil para el desarrollo y entendimiento de las empresas familiares es la teoría de los tres círculos.

Según Pérez (2008):

Toda empresa familiar en este caso específico se compone por tres áreas interrelacionadas que son la empresa, la familia y la propiedad, y de esta combinación se derivan los siguientes grupos característicos : 1) Familiares que no son propietarios (o accionistas) ni trabajan en la empresa, 2) Familiares propietarios que no trabajan en la empresa, 3) Familiares no propietarios pero que si trabajan en el negocio familiar, 4) Empleados que no son propietarios ni pertenecen a la familia dueña del negocio. 5) Empleados propietarios de acciones, pero que no pertenecen a la familia, 6) Personas o sociedades propietarias de acciones que no tienen ninguna vinculación laboral con la empresa ni con la familia de empresarios, y 7) Familiares que son propietarios y a la vez trabajadores de la empresa familiar.(P 14).



Fuente: Davis & Tagiuri (1982) Teoría de los tres círculos

Se observa en el esquema, que los jóvenes hijos empresarios que son la generación entrante que serán dueños de la empresa, debe existir un líder entre el acople de la generación saliente y entrante y solo en aquellas empresas donde esta sucesión se logra en la parte de liderazgo y más si está siendo capitaneada por un integrante joven será posible llevar a cabo actividades, proceso y desarrollos innovadores, que son similares a la creación de un negocio, dándoles un plus y un aire nuevo a la empresa familiar.

1.3 Factores de que inciden en la creación de una empresa familiar

Según Martínez (2004):

> *Al no existir un estudio que muestre el número de empleos que se genera los negocios familiares, se debe ser conservador en esta parte para generar mayor seguridad que no se lograría con estimaciones sin fundamentos valederos, por esta razón Martínez toma un empleado por negocio lo que le da un 22% de empleos generados por este tipo de negocios. (P 30).*

En esta búsqueda de un mejor futuro laboral y económico las familias deciden por optar en la creación de empresa para obtener ingresos y a su vez estarían generando empleo a otras personas de la sociedad y por ende a ayudar a otras familias

“La influencia de los padres empresarios a los hijos en posición de heredar la empresa familiar o de emprender su propio negocio es otro aspecto interesante a comentar”. (Marc & Urbano, 2013. P 20).

Un factor más que determinante es el apoyo de los padres desde el punto de vista de una empresa ya establecida, muestra una relación directa en las siguientes generaciones familiares a ser susceptibles a seguir en la empresa familiar o fundar nuevas empresas.

Cabrera (2012) afirma

> *"De esta forma, el clima familiar juega un rol clave en la explicación de la cultura y el comportamiento de la empresa familiar, principalmente a través de la transmisión de los valores familiares a la cultura de la empresa" (P. 94)*

La empresa familiar provee una estructura y marco más amplio además de servir como formador o transmisor de valores de cómo se debe comportar la empresa desde un punto de vista cultural y organizacional.

Son muchos los factores que los emprendedores deben tomar en cuenta al momento de crear empresa.

Según Nava (2013):

> *El sujeto que decide encaminarse a iniciar un nuevo negocio es un individuo joven menor de 44 años, con estudios técnicos o profesionales y un factor muy importante con experiencia en el sector de la actividad a iniciar. Según estos datos factores como la edad los estudios y la experiencia son puntos más que relevantes en la puesta en marcha del negocio y deben ser tenidos en cuenta al momento del diseño, desarrollo y funcionamiento del mismo y fomentar así el espíritu empresarial y la tasa de crecimiento empresarial. (P. 14).*

Se puede analizar que además de factores demográficos o culturales, primero debe existir una motivación o determinación fuerte para la creación de empresa, a suma de una preparación y marco teórico conceptualizado para el objetivo de creación de empresa y contar con la experiencia de familiares empresarios es de suma importancia ya que presenta una guía de que pasos se puede llegar a seguir.

La influencia familiar tiene muchos matices o relevancia en la parte individual en la creación de empresa y esta puede ser tanto positiva como negativa desde el lado de la presión de tener que buscar alguna clase de sustento para mantener a esta familia.

Por otro lado, la situación familiar es otra variable que ha sido asociada a la creación de empresas. Y es que, ante la imposibilidad del Estado de proporcionar trabajo estable para todos sus ciudadanos, la creación del propio empleo se convierte en una alternativa para obtener seguridad y bienestar económico para el fundador del negocio y su familia. La evidencia empírica señala que la mayoría de los empresarios nacientes están casados y/o poseen una familia donde existe 1 o 2 hijos, lo que indica que estos empresarios poseen grandes cargas económicas y familiares y una alta necesidad del logro de éxito empresarial.

Así mismo, los modelos familiares en creación de empresas frecuentemente han sido relacionados con la puesta en marcha de nuevas empresas; ya que existe la fuerte creencia de que este factor influye en las decisiones profesionales de los individuos Pero estos modelos pueden contribuir a la puesta en marcha de una empresa sólo si éstos influyen en la percepción del individuo respecto a la conveniencia de crear la empresa o, más probablemente, en la percepción de la viabilidad del negocio; pues un gran número de empresarios proviene de entornos familiares donde uno de sus miembros está desarrollando la actividad empresarial como trabajo por cuenta propia.(Valencia, García y Jiménez. S.f. P. 3 – 4)

Más allá de la educación que sabemos que es más que esencial al momento de la creación de una empresa y de los factores socioeconómicos, culturales y demográficos, si no existe un correcto acompañamiento familiar esta no solo podría llegar a servir como un gran apoyo para la sostenibilidad de la empresa, si no que puede jugar un papel contrario y estabilizarla hasta el punto de hacerla ir en picada.

Valencia (2008) afirma:

> *Desde la visión schumpeteriana el empresario busca, por medio de la innovación, entrar en los mercados existentes en crecimiento o que han sido desatendidos por los oferentes actuales o en nuevos mercados creando la propia demanda. De esta forma, el empresario rompe el equilibrio existente y crea el desequilibrio económico. (P. 25).*

A lo largo de la historia han existido varias teorías, pensamientos erráticos o estudios acerca de las empresas familiares.

> *Existen numerosos motivos por los cuales las empresas familiares han pasado totalmente desapercibidas, pero sin lugar a dudas ha sido clave la creencia generalizada de que son empresas con una*

> *dimensión muy pequeña, un estilo de dirección poco sofisticado y una clara carencia de objetivos más allá de la supervivencia y manutención familiar(García, 2001. P 4).*

Hasta cierto grado esto ha sido cierto, pero nos sirve como asiento para mostrar porque se da este fenómeno y mejorar todos estos aspectos en las empresas familiares y cómo influye esto en la creación de empresa.

1.4 Antecedente empresas familiares

"El campo de estudio de las empresas familiares es muy reciente y está apenas en construcción. Se considera que este campo nace a mediados de la década de los [años] setenta en los Estados Unidos. La publicación más importante en esta área, el Family Business Review, se publica por primera vez en marzo de 1988." (Cotera, Cáceres. 2009, P 41).

Se puede considerar que el tema de las empresas familiares es un tema muy contemporáneo y que los primeros estudios son más enfocados a ensayos o consultoría que a estudios o desarrollo del tema.

Es a partir de 1990 que se empieza a desarrollar más seriamente este tema y se empiezan a mostrar la evolución de las empresas familiares, sus estrategias empresariales y resultados económicos y el dinamismo que han tenido esta clase empresas y se empiezan a considerar que condiciones del entrono inciden en la permanencia y desarrollo de las mismas.

Un claro ejemplo de lo anterior lo siguieren Cotera y Cáceres 2009 en Colombia donde afirman:

> *"El trabajo de Súper sociedades se centró en importantes conglomerados controlados por familias que estaban conformados por 119 empresas de varios sectores, entre los que se destacan industria y comercio. El estudio resalta el papel de las familias en el desarrollo de las sociedades y de los conglomerados en Colombia; presenta cifras y organigramas que ayudan a entender las relaciones de propiedad, el poder económico y los procesos de integración horizontal y vertical de las empresas" (P 43).*

1.5 Problemas más frecuentes en la empresa familiar

Calderón y Herrera (2004) afirman que entre varios problemas que poseen las empresas familiares los siguientes serian lo más comunes para su permanencia

"Además, como toda empresa, los conflictos de la empresa familiar generalmente son de tipo administrativo, como los siguientes:

• Diferentes objetivos entre los socios.
• Diferentes criterios para manejar el negocio.
• Dificultad para separar lo empresario de lo familiar.
• Superposición de roles
• Superposición de matrices de reporte
• Desconfianza en la delegación
• Difícil comunicación interna
• Resistencia a la capacitación y a la profesionalización
• La sucesión." (P 19)

Se puede determinar que el entorno donde se desenvuelven las empresas familiares afecta de gran manera su funcionamiento y composición para su permanencia y además de eso es de gran importancia saber lidiar con esto problemas propios de este tipo de empresas para poder hacerlas surgir.

2. Metodología

Es un estudio de tipo exploratorio de corte cuantitativo ya que indaga por un fenómeno que no ha sido estudiado en la UMNG: las empresas familiares de los estudiantes de pregrado, para este caso particular, en la Facultad de Ciencias Económicas

Como antecedente se menciona que el instrumento fue creado por investigadores del Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Puebla desde 2011. Incluye diferentes tipos de preguntas (abiertas, cerradas y de opción múltiple). A raíz del trabajo conjunto y de las conexiones establecidas en la Red Latinoamericana de Emprendimiento e Innovación, adscrita al Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración – CLADEA, este instrumento comienza a aplicarse en la Universidad de Valparaíso en Chile y en la Universidad Católica del Uruguay. En el año 2015, la Universidad Militar Nueva Granada se une a este esfuerzo, con este primer estudio.

Los resultados aquí mostrados corresponden a estudiantes de pregrado, de últimos semestres (7,8 y 9) de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada, en sus tres programas: (Administración de Empresas, Economía y Contaduría). Como aparece en la tabla 1.

Tabla 1 Estudiantes

Universidad Militar Nueva Granada	
Programa	Encuestas aplicadas
Administración de Empresas	46
Contaduría	33
Economía	23
	102

El instrumento contiene un total de 66 preguntas divididas en 6 grandes partes. La primera parte hace referencia a datos generales de los estudiantes, cómo lo son edad, semestre y carrera que cura, años en que inicio la carrea, sexo y posición de nacimiento que ocupa entre los hermanos.

La sección uno se refiere al perfil o caracterización de los estudiantes, la sección dos hace referencia a la estructura empresarial familiar del

estudiante, en la sección tres se desea establecer el contacto o cercanía del estudiante con la empresa familiar o hacia el emprendimiento.

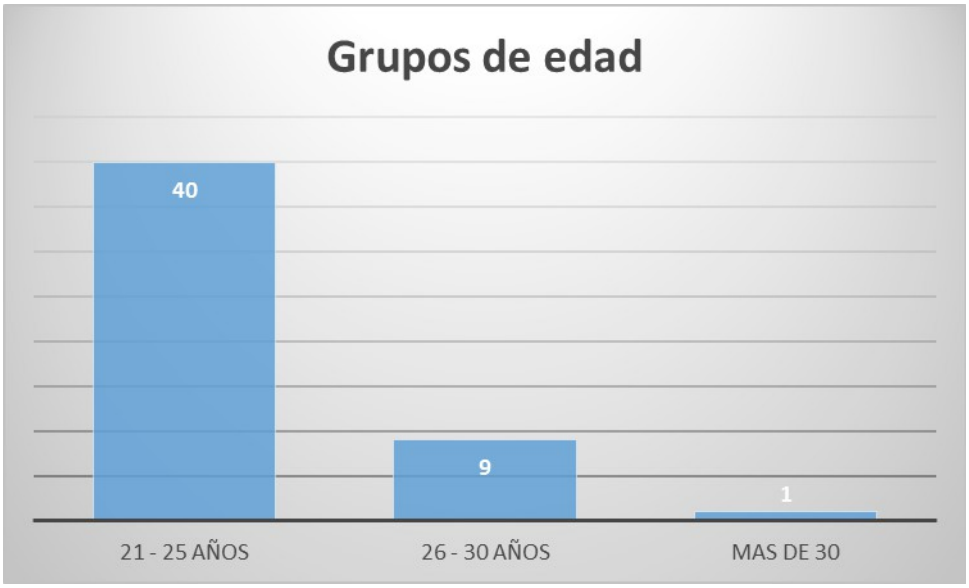
En la sección cuatro y cinco se desea indagar en el nivel de innovación e internacionalización de la empresa familiar. Esta última parte fue anexada por la Universidad Católica del Uruguay en el año 2014.

La escala utilizada en las secciones 3 y 4 es una escala tipo Likert, muy utilizada en las investigaciones en ciencias sociales. Mide las actitudes favorables o desfavorables de una persona ante un enunciado.

Para el análisis de información se utilizó estadística descriptiva.

3. Resultados

En primer lugar se presentan los resultados de la caracterización socioeconómica de la población encuestada.



Fuente: elaboración propia.

Delas 102 encuestas aplicadas, tan solo 50 generaron este dato sobre la edad.

En su mayoría son estudiantes que entraron casi que inmediatamente a la universidad, ya que 40 se encuentran entre los 21 y 25 años, son estudiantes que se podría asumir que las familias fueron quienes pagaron el estudio universitario de los estudiantes, en los otros grupos de edad de 26 a 30 y más de 30 años se deduciría que no entraron a la educación superior si no hasta que lograron reunir los fondos para ello.

En cuanto al género de los estudiantes se observa que un 50% corresponde a género femenino y un 44.1% al género masculino, el 5.9% restante corresponde al número de estudiantes que no resupieron a esta pregunta.

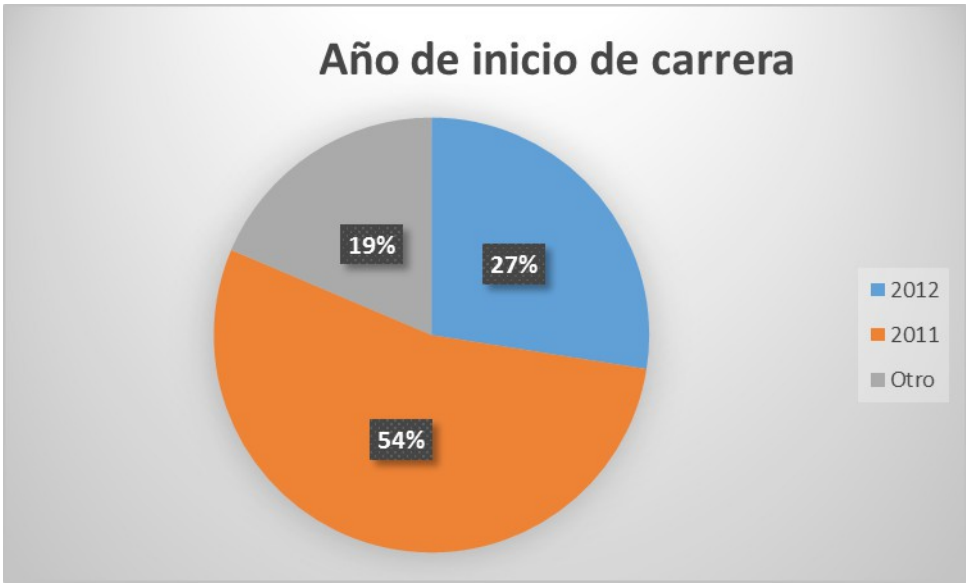
Se comprende que en cuanto al género que la muestra se reparten uniformemente entre el número de estudiantes hombre y mujeres.

Datos generales estudiante

Fuente: elaboración propia

Se observa que entre el total de estudiantes, existe una leve inclinación por administración de empresas con el 45%. Es de anotar que este es el programa de la Facultad que tiene más estudiantes.

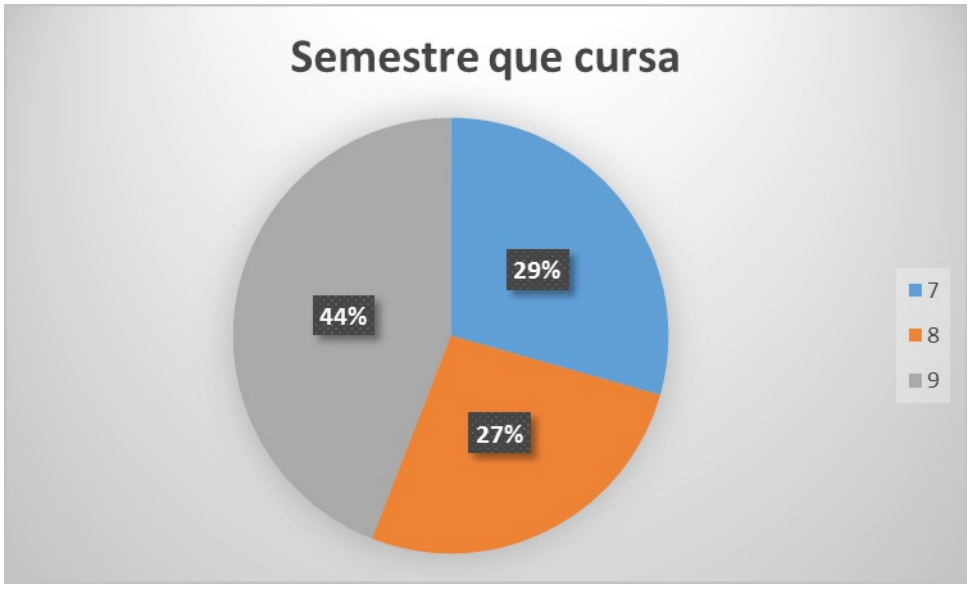
Año de inicio de carrera



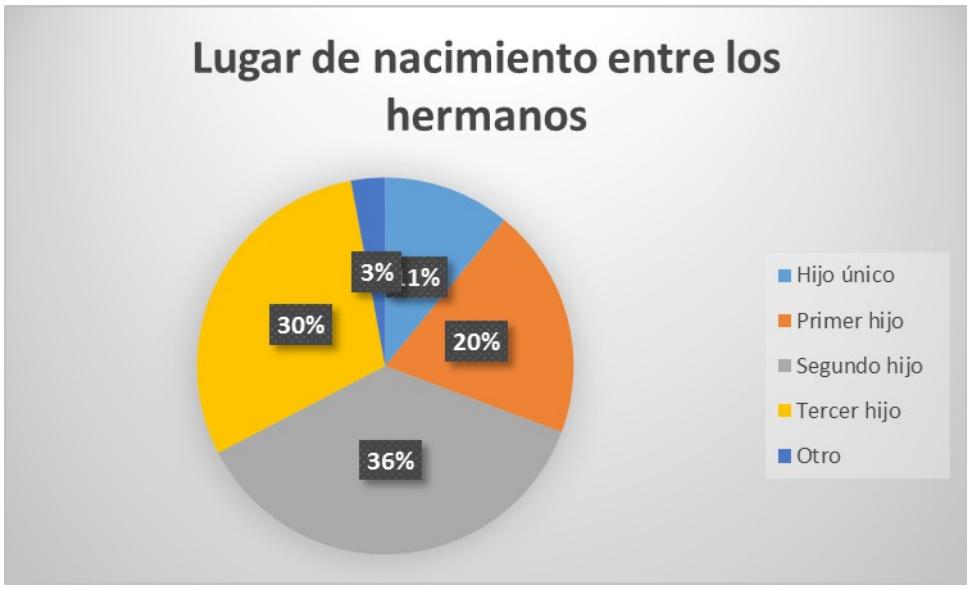
Fuente: elaboración propia

Se observa que en su gran mayoría iniciaron su carrera en el 2011 un total de 55 personar sobre el total de 102 lo cual representa un 53.9%,

además que los 102 encuestados se encuentran cursándola en la sede calle 100 de la UMNG.



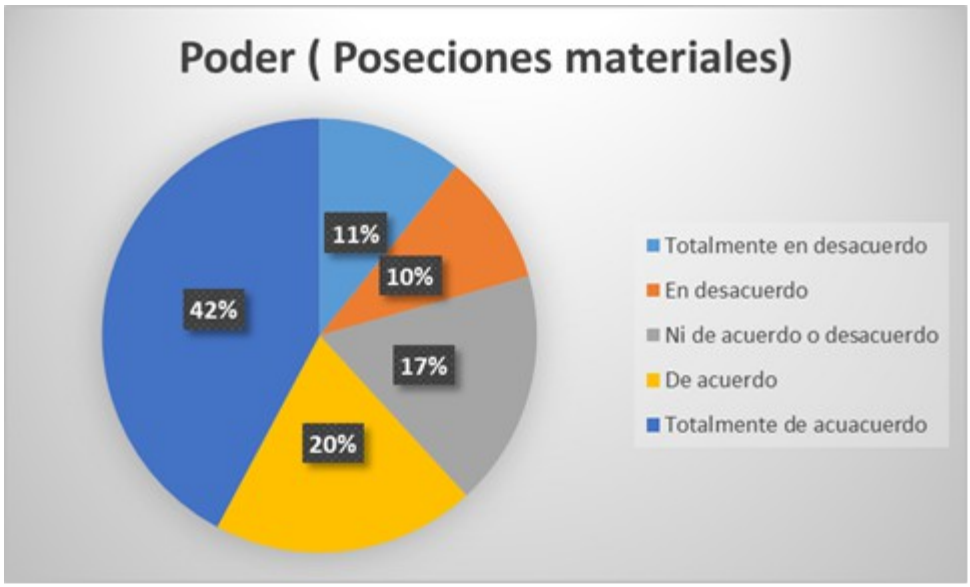
En su mayoría se observa que son de 9 semestre con un 44%, son estudiantes que ya están considerando actuar en el mundo empresarial en la compañía familiar, el restante 29% se encuentra en 7 semestre y el 27% en octavo semestre.



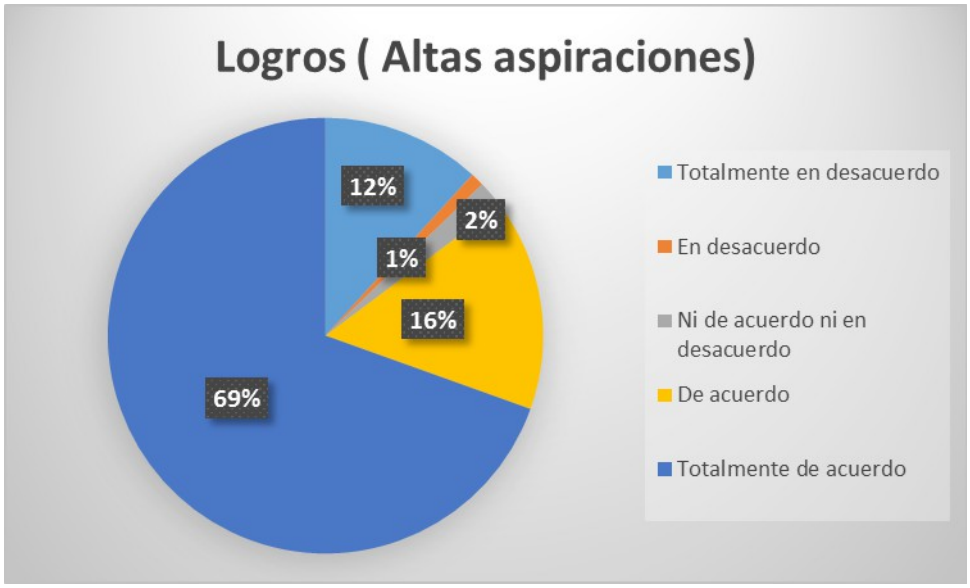
Se observa que el segundo hijo con 36% y el tercero con 30% son tendencia en el lugar de nacimiento entre los hermanos y que hijo único cuenta con un 11% solamente.

Sección I

Lo que se indaga en esta sección es por las actitudes de los estudiantes, relacionados con procesos de emprendimiento, tales como el logro, el placer, la estimulación, autodirección y capacidad de asociación para trabajar en la empresa familiar

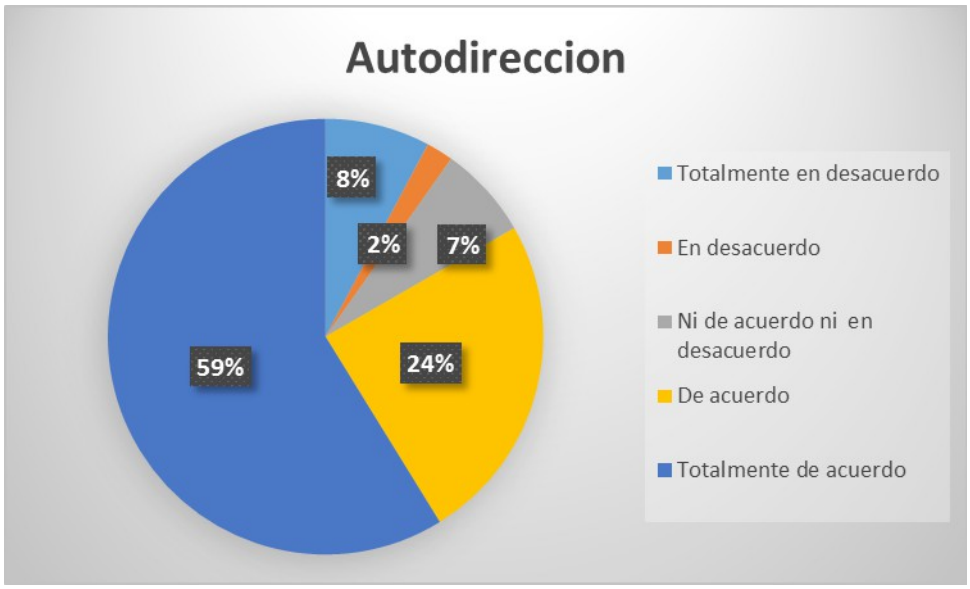


Este es un factor determinante ya que nos demuestra el deseo de crear y mantener la empresa familiar para asi poder alcanzar objetivos personales. Es de anotar que uno de los propósitos de la generación de empresa es la creación de riqueza, lo que se ve corroborado en esta pregunta. Un 62% de la población tiene tendencia hacia la generación de riqueza.



En cuanto la ambicion personal a lograr metas propuestas, lols estudiantes demuestran con un 69% que su ideal es fijarse grandes objetivos y superarlos.

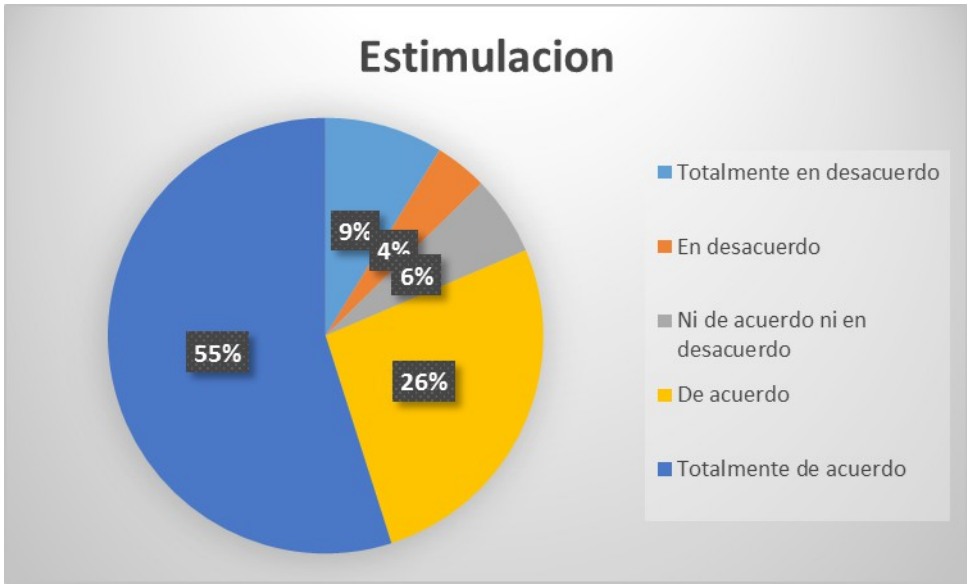
Seleccionar mis objetivos, confiado en mí mismo, autosuficiente es un valor que guía mi vida.



Poseer una autodirecion es de una gran relevancia, mayor aun para manejar una emprea y se ve reflejado en el pensamiento de los

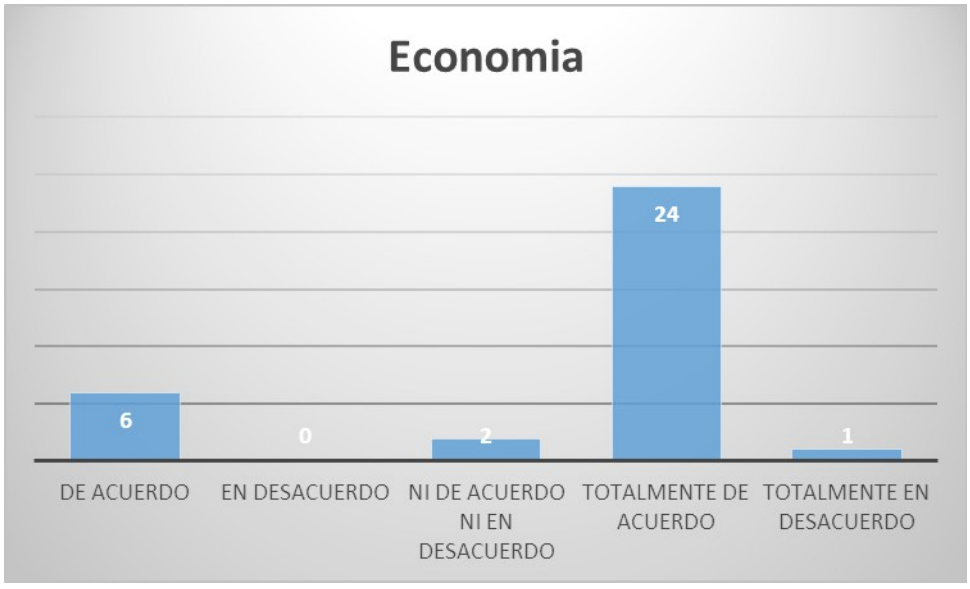
estudiantes que con un 59% consideran que seleccionar objetivos claros siendo autosuficienciente y con confiansa en ellos se pueden lograr estos.

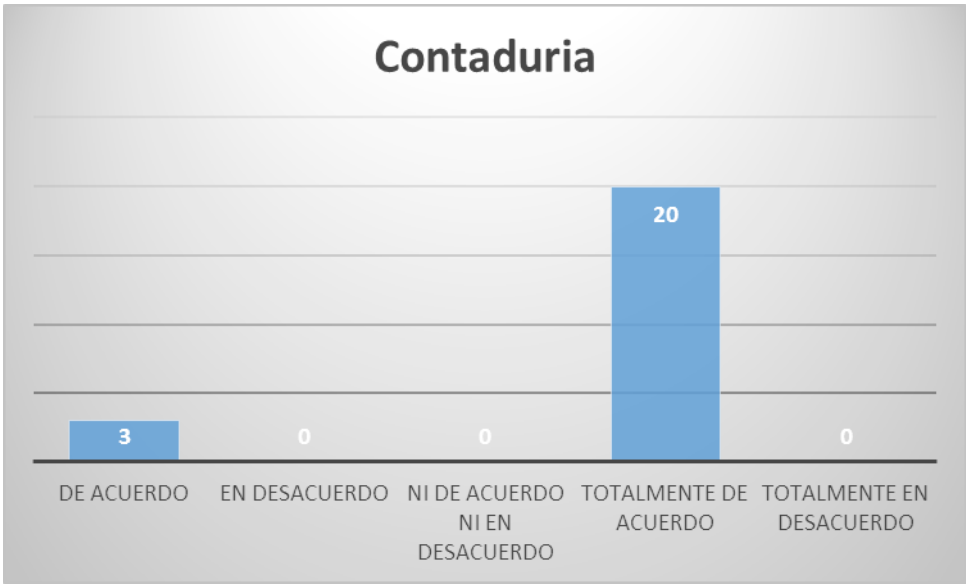
La estimulacion en cuanto a tener una vida llena de desafíos, novedad y cambios, experiencias estimulantes. es un valor que guía mi vida.



Se pbserva que en un alto porcentaje de los encuestados se encuentran con la firme intenncio de mantener con la empresa familiar, ya que sera su medio de vida ademas de lograr las metas trazadas.

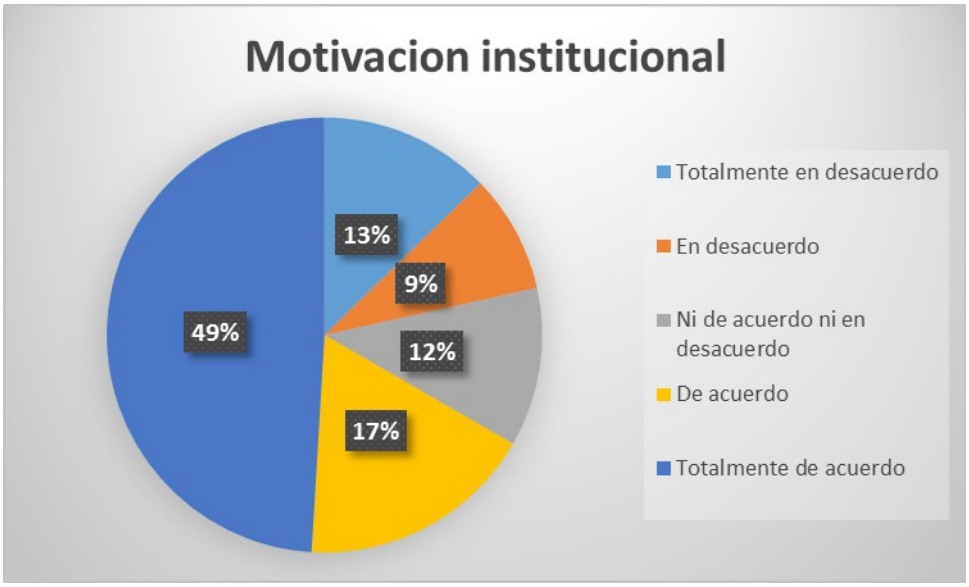
Habilidad para crear equipos





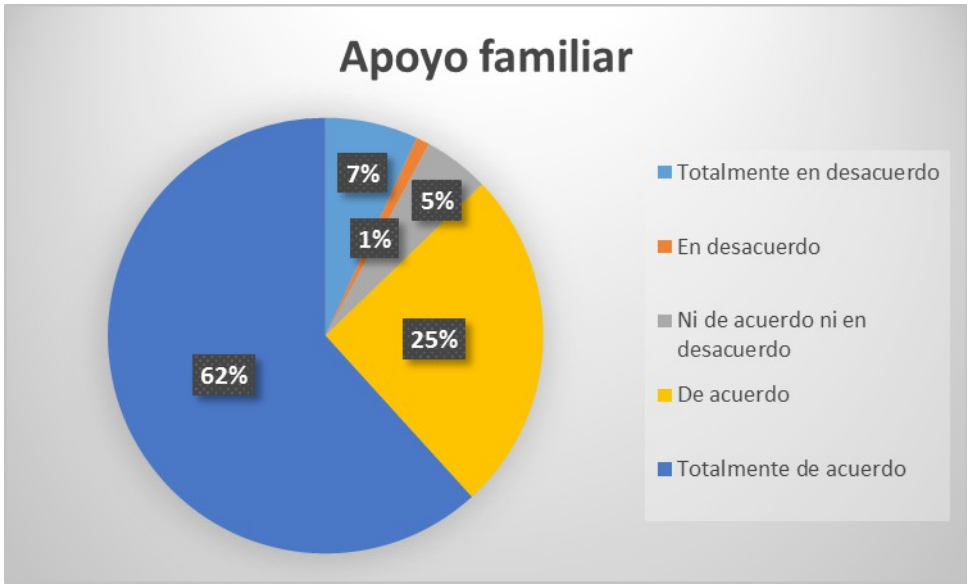
Ser una paersona habil es de vital importancia, para manejar grupos dentro de la empresa familiar y en un negocio en general y facilitara el manejo de la empresa.

Se observa que con 30 personas en Economia que consideran manejan esta parte lidera sobre Administracion cuenta con 27 personas y Contadria que cuentan con 23 personas con esta predisposicion.



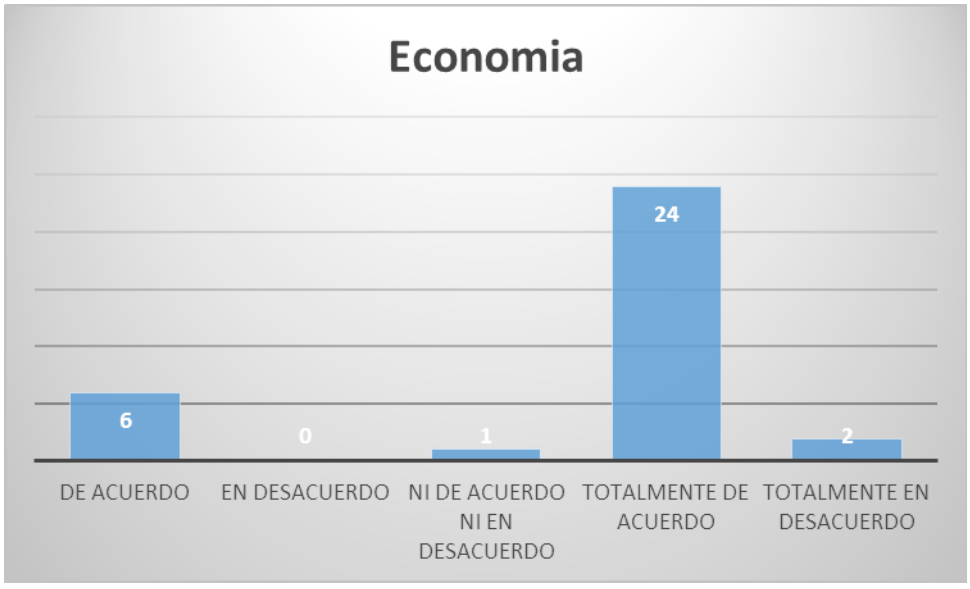
Se puede analizar que la universidad es de gran importancia para la decisión final de incursar en la empresa familiar, ya sea desde cero o

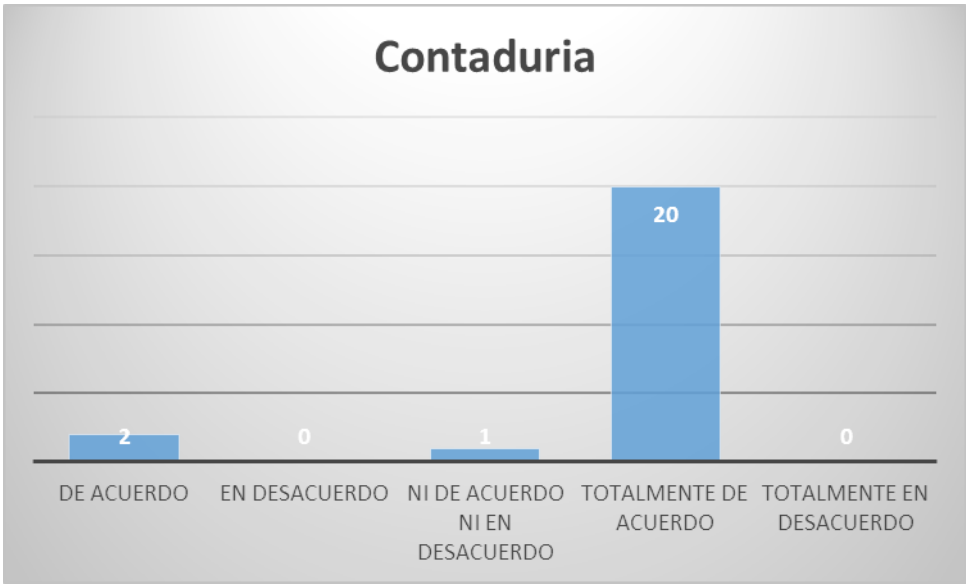
previamente existente la misma. La universidad le otorga un marco teórico que puede poner a función de la misma la cual puede poseer años de experiencia y poseer ambas herramientas para la toma de decisiones.



En un 62% existe un apoyo familiar, esto es de vital importancia porque junto a la motivación por parte de la universidad existe una gran factibilidad de incursionar en la empresa familiar.

Iniciativa de negocio

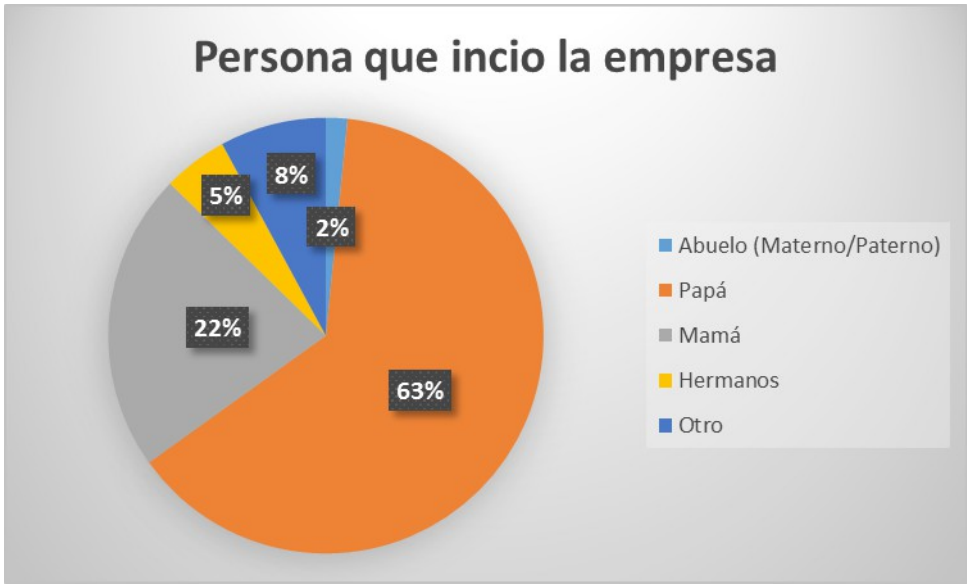




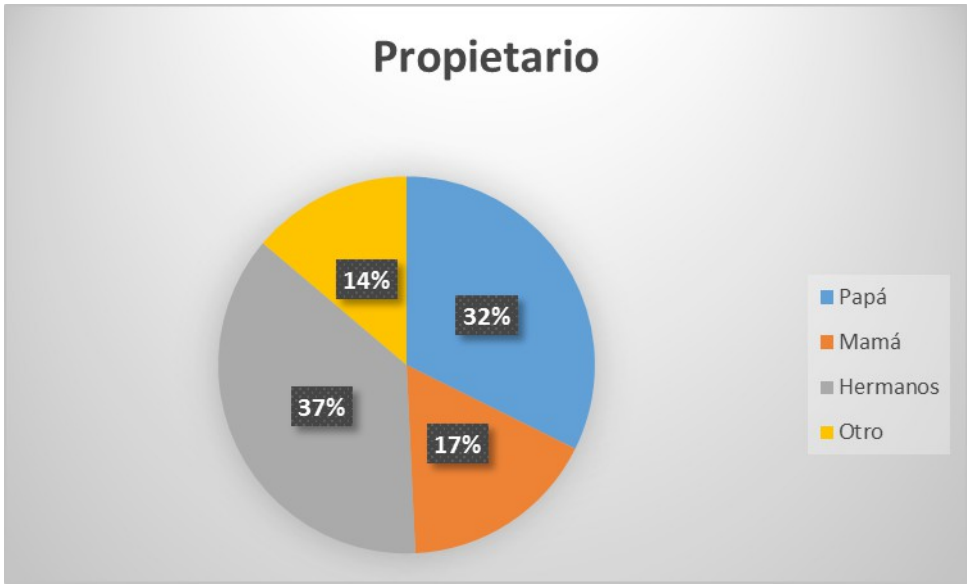
24 personas en economía y 20 en contaduría lideran este ítem de iniciar negocio propio, mientras que administración cuenta con 13 personas en este sentido, esto se podría leer también como que en administración más allá de dirigir negocio propio o familiar estarían interesados en otra clase de empleo.

Sección II

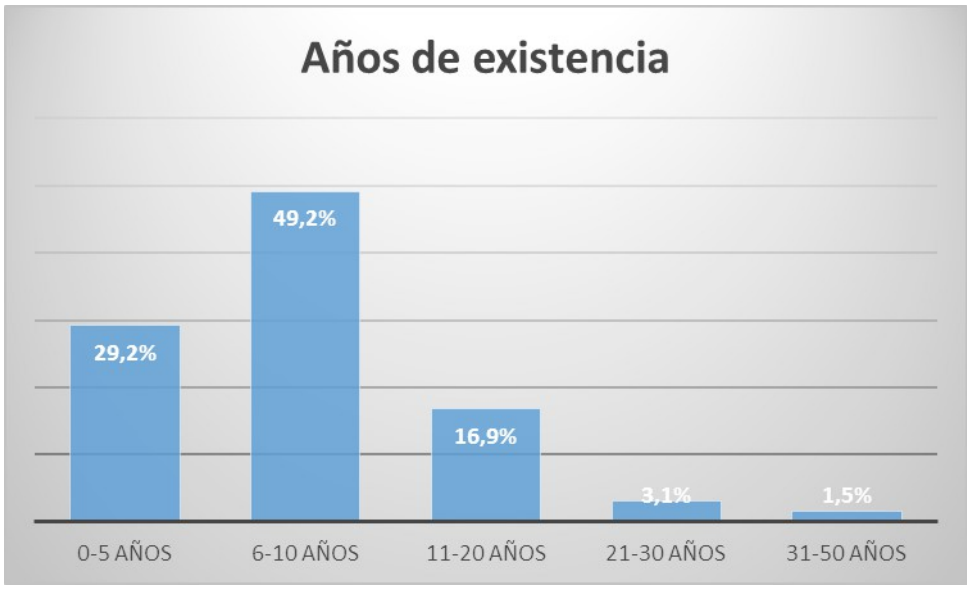
Esta sección hace referencia al número de años de existencia de la empresa, propietarios de la misma, quien inicio con la idea, actividad económica y número de empleados de la empresa



Según el contexto se puede decir que en este caso se refuerza el estereotipo de que el hombre crea o inicia más empresa que la mujer no solo en el caso de crear empresa sino también al momento de figura como propietario es mayor la participación del hombre que la mujer.

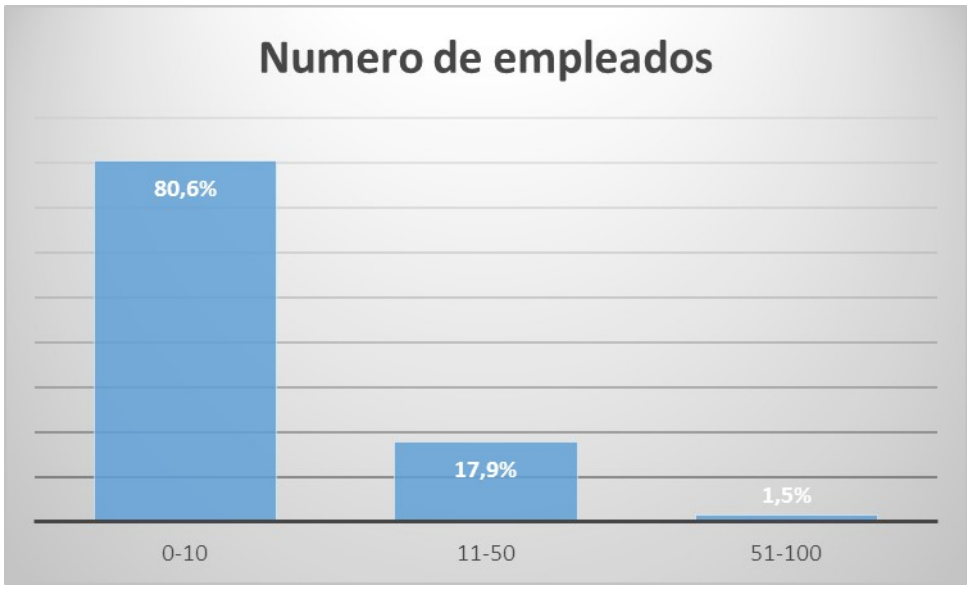


Se evidencia que este tipo de empresa enfatiza a incluir a los hijos para que estos seam los que se encargen de la empresa en el futuro.



Se observa que en su mayoría son empresas relativamente jóvenes ya que el 29.2% tiene como máximo 5 años de existencia y el 49.2% entre 6 a 10 años.

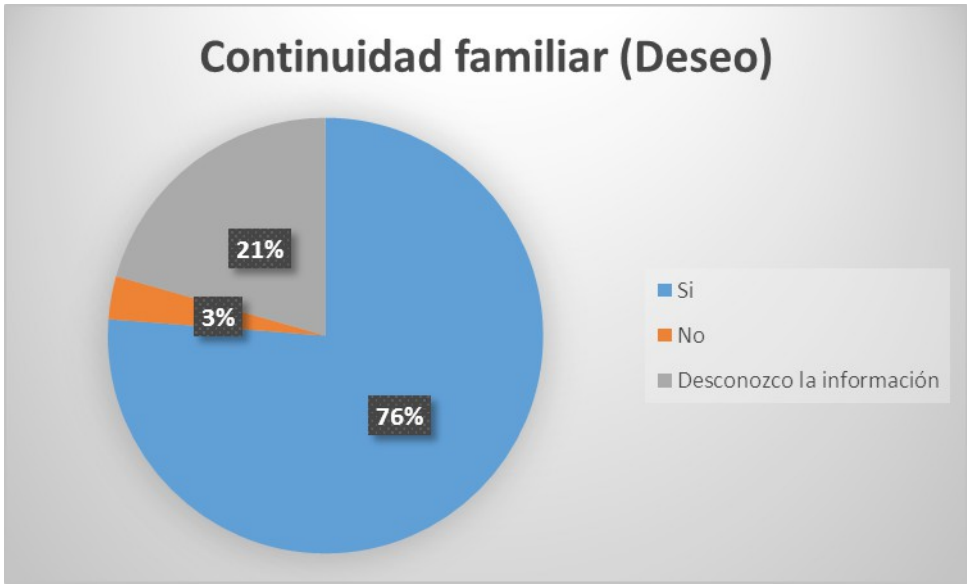
La principal actividad económica se observa que es la relacionada con la parte del comercio, dando una idea de que están enfocadas más en el intercambio de libre mercado.



Se observa que en su mayoría son micro empresas por su número de empleados ya que 80.6%, cuentan entre 0 y 10 empleados.

Se observa que no cuentan con un sucesor definido en el 50% de las empresas, pero un 41 % demuestra que ya cuenta con tal . Es de anotar aquí que una de las dificultades con las que se enfrentan las empresas familiares es la dificultad de la persona que la creó, de planear la sucesión en caso de retiro o de fallecimiento. Esta falta de planeación

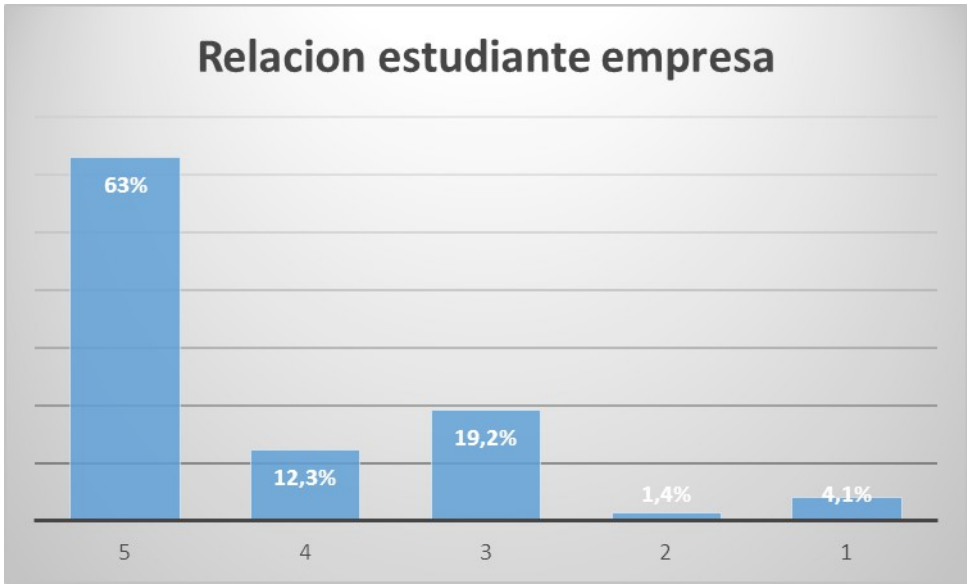
puede tener como consecuencia que no se prepara suficientemente a los sucesores, que luego van a tener dificultades en el manejo del negocio



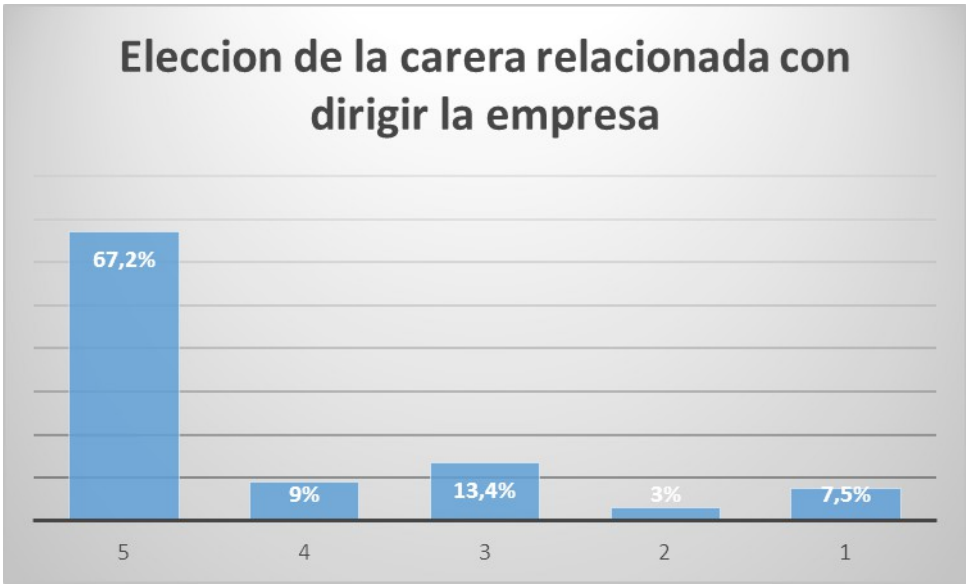
Se observa claramente que el deseo por parte de la familia propietaria es que el sucesor para la misma sea su descendencia, anotando que es patrimonio familiar además de querer asegúrales un futuro promisorio y querer asegurar la continuidad de la empresa.

Sección III

En esta sección se hace referencia a la relación del estudiante con la empresa, si conoce sus empleados, si esta dispuesto a hacer sacrificios por la empresa, si es de su interés trabajar en ella en un fututo, si la elección de la carrea está relacionada con la empresa.



Es de vital importancia para que en un futuro este nuevo valor para la empresa familiar, desde pequeño tenga una visión amplia de la empresa como funciona conocer instalaciones entre otros factores.

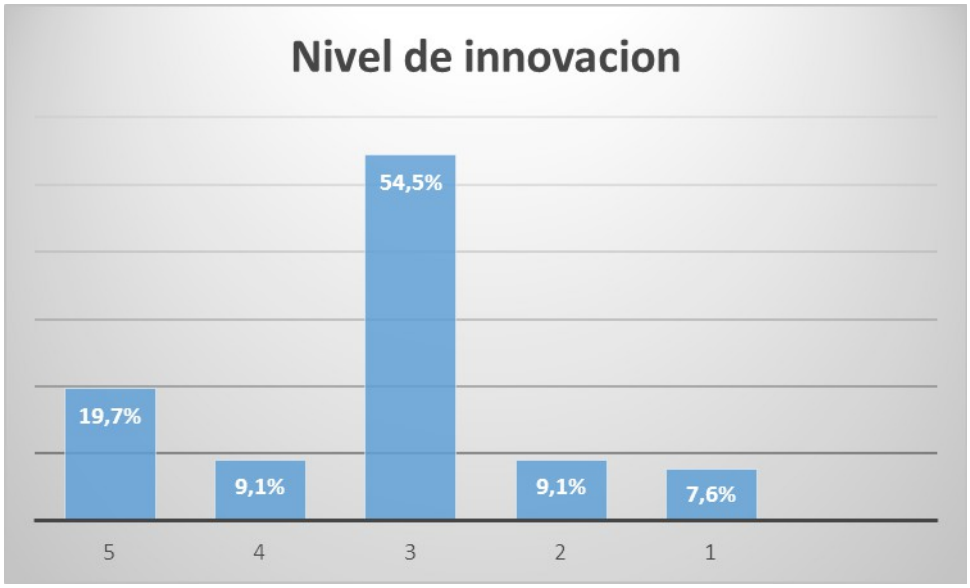


Evidentemente se observa que un 67.2% de los encuestados eligió cursar sus respectivas carrera para adquirir un enfoque empresarial para poder dirigirla o trabajar en ella en un futuro.

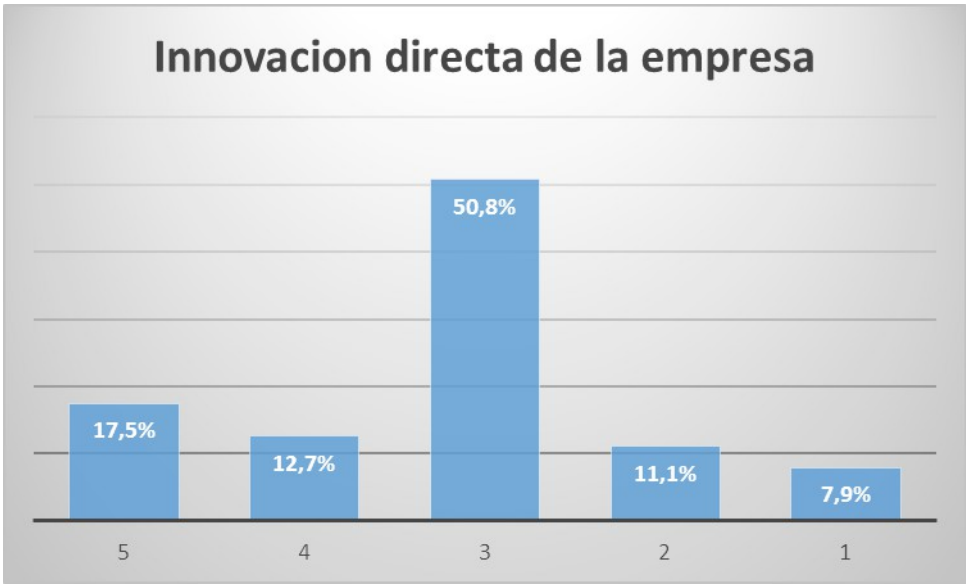
Se observa que el 61% de las personas encuestadas han trabajado en algún momento en la empresa familiar, lo que demuestra que su intención en un futuro es la de continuar allí y buscar hacer crecer la misma.

SECCION IV

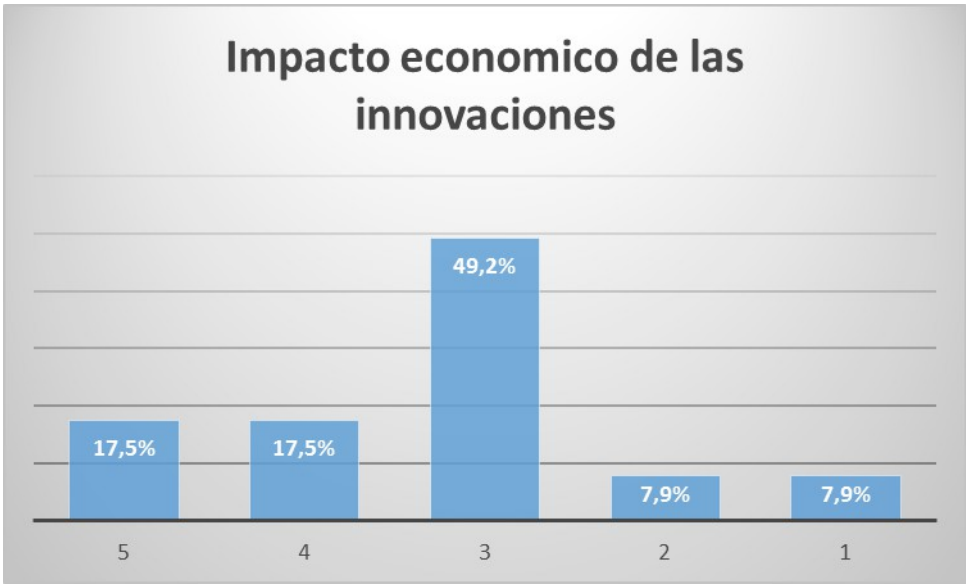
Esta sección trata destacar el nivel de innovación de la empresa, que influencia ha tenido esta innovación en su parte económica si esta misma ha sido generada directamente o no por la empresa



En este aspecto las empresas familiares no muestran un considerable nivel de innovación, se puede observar que solo un 19.7 % han introducido productos mejorados al mercado con un impacto significativo.



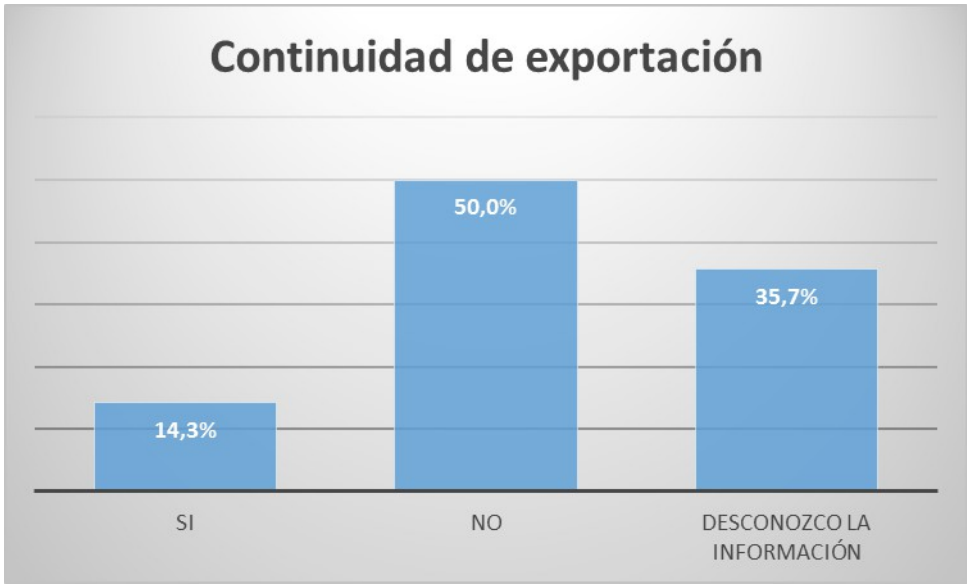
Se observa que en comparación con el nivel de innovación más allá de que este es menor, es de gran importancia observar que 11 empresas el 10.8% son responsables directos del mejoramiento o innovación de los productos o servicios.



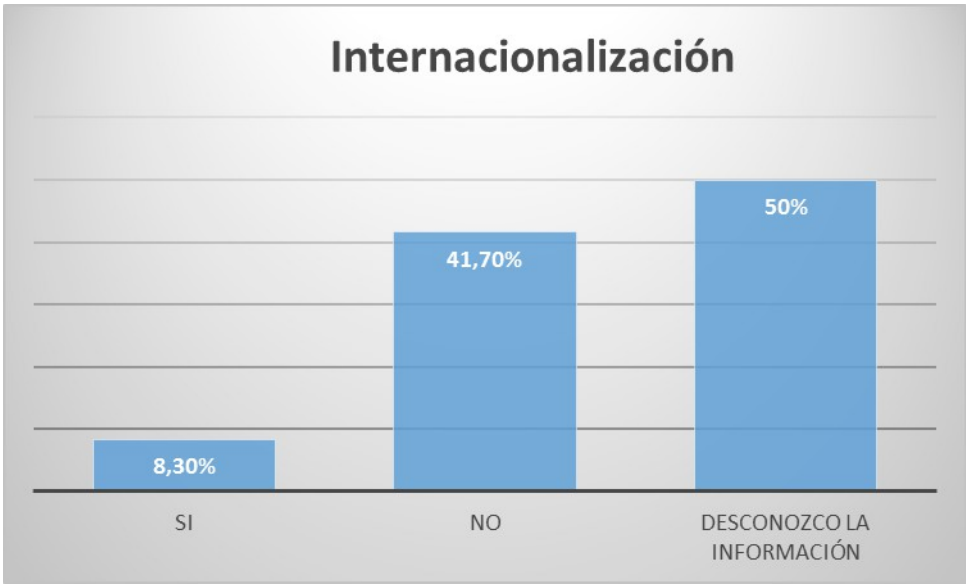
Se plantea que es de gran importancia el nivel de innovación por parte de las empresas, y sobresale en este tipo de empresas ya que es un factor determinante para buscar un mejor posicionamiento en el mercado

Sección V

Esta sección indaga que nivel de internacionalización posee la empresa, desde hace cuánto tiempo realiza exportaciones o si desea continuar expandiendo su empresa al exterior.



Tan solo un 14.3% de las empresa han mantenido el proceso de exportación en búsqueda de expandir la misma, esto se debe también a que en su mayoría son micro empresas y aun no son lo suficientemente poderosas económicamente para realizar esta operación.



Se observa que consecuentemente con el grafico anterior este proceso de internacionalización es bastante bajo con un 8,3% debido a la misma razón son empresa primero relativamente jóvenes y aun carecen del poder económico y reconocimiento como para atacar mercados extranjeros y se encuentran aún en proceso de crecimiento y desarrollo.

El análisis Cronbach analizado del perfil del universitario emprendedor corresponde a 0.240816, por otro lado podemos observar que el de la sección de estructura empresarial familiar corresponde a 0.80357, mientras que el de relación del estudiante con la empresa nos provee un resultado de 0.925925.

Dado el limitante de tiempo se tomaron los datos de los estudiantes como verídicos, mas no fue verificada así que su validez radica en las respuestas auténticas generadas por los estudiantes.

Este análisis de alfa de Cronbach nos permite determinar una fiabilidad de la escala.

4. Conclusiones y consideraciones finales

Se puede observar que entre los muchos factores que influyen a las familias emprendedoras al momento de crear empresa se encuentran quien seguirá su labor una vez el propietario se retire, podrá internacionalizar los productos de la empresa la habilidad propia para crear manejar y mantener un grupo de personas a su cargo además del liderazgo y éxito que pueda llegar a alcanzar para lograr las metas trazadas.

Hay un número considerable de experiencias de emprendimiento en las familias de la población estudiada. Como se mencionó en el marco teórico, varios estudios reconocen la importancia de la influencia familiar en el emprendimiento. Con este estudio se ve que el 50% de los estudiantes tienen una influencia familiar que los inclina al emprendimiento.

De este porcentaje de estudiantes que tienen familias empresarias es interesante anotar que casi el 77% de los dueños actuales desea que la empresa continúe dentro de la familia y que sean un familiar quien continúe manejándola, además de observa que en un 41% ya está definido este sucesor y que por supuesto será la familia quien siga al frente de la misma

El 61% de los estudiantes has o se encuentran trabajando dentro de la empresa familiar, se observa que estas empresas están interesadas en que los estudiante interactúen en el mundo empresarial y el mercado ya que así en un futuro no les será desconocido y manejar la misma con un conocimiento previo en base a la experiencia y teoría.

Se puede concluir que la mayor actividad económica de estas empresas familiares se encuentra en el sector comercio con un 66.7% seguido de empresas prestadoras de algún tipo de servicio con un 21.2% y manufactura con el 9.1% como las más representativas dentro de estas empresas familiares.

Los estudiantes poseen la iniciativa de emprendimiento de continuar ya sea con la empresa familiar o crear negocio propio, como se observa en la iniciativa de negocio la intención de la gran mayoría de los estudiantes es crear negocio propio.

El estudio permite que más adelante se pueda abordar en otras facultades de la universidad temas o conceptos básicos tales como las características que poseen los emprendedores de la Universidad Militar Nueva Granada al momento de la creación de empresa además de observar qué tanto influye realmente el ámbito familiar en las competencias emprendedoras de los estudiantes.

5. Bibliografía

Basco R., (2006).La investigación en la empresa familiar: "un debate sobre la existencia de un campo independiente". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. 12 (1): 33-54. Recuperado de file:///C:/Users/Estudiante/Downloads/DialnetLaInvestigacionEnLaEmpresaFamiliar-2010915.pdf

Bernadich, M., & Urbano, D. (2013). Creación y desarrollo de empresas familiares: Una revisión de literatura desde el enfoque institucional. En V. Fernández (Ed.), Nuevas investigaciones sobre la gestión de la Empresa Familiar en España (pp. 11-44). Barcelona: OmniaScience. Recuperado de file:///C:/Users/Estudiante/Downloads/13-457-3-PB.pdf

Cabrera M. K. (2012). La influencia de la familia en la empresa familiar: objetivos socioemocionales, stewardship y familiness. Recuperado de file:///C:/Users/Estudiante/Downloads/DialnetLaInfluenciaDeLaFamiliaEnLaEmpresaFamiliar-4078918.pdf

Cotera E. Cáceres L. (2009). Aproximación al estado de la investigación en Empresas de Familia en Colombia: 1989-2009.Recuperado de http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/gs/article/viewFile/967/874

Del Pilar M. (2008). Factores determinantes de la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha de una empresa. Universidad de Castilla – La Mancha. I.S.B.N. Ediciones de la UCLM 978-84-8427-635-7Recuperado de https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/988/255%20Factores%20determinantes%20de%20la%20creaci%C3%B3n.pdf?sequence=1

García Al. (2001). Los valores del fundador y su influencia en la empresa familiar. Universidad Autónoma de Barcelona. Recuperado de http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/3942/mega1de1.pdf?sequence=1

Hugo K., Masahiko I. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. Recuperado de http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/5209/Empresarialidad%20en%20econom%C3%ADas%20emergentes%20%28Reporte%20Final%29.pdf?sequence=1

Martínez, N. (2004 Empresa de familia: Realidad y perspectivas en el derecho societario. Recuperado de http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/derecho/dere6/DEFINITIVA/TESIS58.pdfTEN

Nava A., Factores que Influyen la Creación de Empresas Pymes y Empresas Familiares. (2013). Recuperado de http://www.spentamexico.org/v8-n1/A2.8(1)11-22.pdf

Saladrigues R. (2013). Empresa familiar y emprendeduría: algunas relaciones Recuperado de http://repositori.udl.cat/bitstream/handle/10459.1/47288/020469.pdf?sequence=1

Soriano, D; Cruz, C. (2012) La creación de valor en la empresa familiar europea cotizada (2001-2010). Recuperado de http://entrepreneurship.blogs.ie.edu/files/2012/06/EFCE160620121.pdf

Trujillo M, Rueda L., (2004).Situación actual del desempeño administrativo de las empresas familiares ubicadas en Bogotá y los municipios de chía y Cajicá. Recuperado de http://intellectum.unisabana.edu.co:8080/jspui/bitstream/10818/7128/1/124573.pdf

Valencia P., García P. y Jiménez M. (SF).influencia de las características sociodemográficas, los rasgos de personalidad y las actitudes del empresario en el nacimiento de la empresa: un estudio empírico. Universidad de Castilla-La Mancha, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Recuperado de http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva%202008/Espa%F1a_Valencia%20PilarGarc%EDa%20PedroJim%E9nez%20Juan%20Jos%E9.pdf

Vélez D, Holguín H, De la hoz pinzón G, Durán B. Y., Gutiérrez I., (2008).DINÁMICA DE LA EMPRESA FAMILIAR PYME “Estudio Exploratorio en Colombia”. Recuperado de http://www.mundopymeabm.org.mx/pdf/DinamicaEmpresaFamiliarFUNDES.pdf