

MEDICIÓN DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL EN LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA

Measurement of the enterprise spirit in the Technological University of Pereira

RESUMEN

El presente artículo tiene como finalidad mostrar cuales son las necesidades que se identificaron al interior de la comunidad Universitaria en lo referente al desarrollo del espíritu empresarial y describir brevemente cuales deben ser las estrategias a implementarse para ello.

PALABRAS CLAVES: Emprendedor, espíritu empresarial, plan de negocio, emprendimiento.

ABSTRACT

The present document has like purpose of showing which are the necessities that were identified to the interior of the University community with respect to the development of the enterprise spirit and to describe briefly which must be the strategies to implement itself for it.

KEYWORDS: *Entrepreneur, enterprise spirit, business plan, entrepreneurship.*

ANGELA MARIA LANZAS DUQUE

Ingeniero Industrial, M.Sc.
Profesor Asistente
Universidad Tecnológica de Pereira
amlanzas@utp.edu.co

CRISTIAN ANDRÉS PACHECO HINCAPIÉ

Estudiante
Facultad Ingeniería Industrial
Universidad Tecnológica de Pereira
crp1328@gmail.com

ANGÉLICA MARIA VELANDIA

Estudiante
Facultad Ingeniería Industrial
Universidad Tecnológica de Pereira
Ing_angelicavelandia@yahoo.com

1. INTRODUCCIÓN

El tema de emprendimiento ha tomado fuerza en los últimos años, dadas las circunstancias económicas y sociales por la que atraviesa el mundo y sobre todo el país; situaciones como la globalización, los mercados abiertos, desempleo entre otros factores, ha hecho que los dirigentes de las organizaciones enfoquen sus energías a determinar como subsanar todos estos hechos; dentro de los elementos identificados como posibles soluciones se encuentra el fortalecimiento del espíritu empresarial, que pueda conllevar a la creación de empresas sostenibles.

Después de todo, el mundo, mas ahora que antes, se encuentra en un permanente movimiento y cambio, que obliga no solo a las personas, sino también a las empresas, organizaciones o países a generar permanentes modificaciones en sus procesos, rutinas o actividades, con el fin principal de permanecer y especialmente de crecer en el medio que se relacionan. Actualmente, el término emprendedor se ha relacionado fuertemente con el concepto de empresario; quien es la persona que busca nuevas y mejores maneras de utilizar los medios y realizar las rutinas, siempre en función de satisfacer necesidades y generar mayores beneficios para el y su entorno. El empresario normalmente posee todas las características del emprendedor y va más allá, pues el resultado de su empuje y tesón es la creación de una organización sostenible.

El presente documento tiene como objetivo ilustrar las necesidades y falencias que se identificaron en la comunidad universitaria en todo lo relacionado con el desarrollo del espíritu empresarial y los componentes en los que la Unidad de Emprendimiento de la Universidad debe mejorar para continuar contribuyendo con el proceso emprendedor al interior de la misma.

2. ELEMENTOS CONSIDERADOS EN EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

Para realizar el diagnostico se tuvieron en cuenta los siguientes elementos:

2.1 Espíritu Empresarial

Para el desarrollo de este estudio se definió como espíritu empresarial la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva, en la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos.

2.2 Fuente de información

La información se obtuvo a través de encuestas personales, las cuales sirvieron como medio para detectar la situación actual y las necesidades que existen en relación al fortalecimiento del programa de emprendimiento en la Universidad.

2.3 Población y muestra

Para realizar este análisis se determinó una muestra de 106 estudiantes, utilizando el método de muestreo aleatorio estratificado asignación proporcional, donde la población estuvo compuesta por estudiantes de pregrado jornada diurna y nocturna de todas las carreras y todos los semestres de la Universidad Tecnológica de Pereira, también se encuestaron todos los decanos de las Facultades a través de un censo. Se tuvo en cuenta una confiabilidad del 90%.

2.4 Variables de la investigación operacionalizadas

Se consideraron como variables de la investigación las siguientes:

Número de emprendedores, principales características de los emprendedores, mecanismos para potenciar competencias, potencial empresarial, ideas de negocio, limitantes para el desarrollo de ideas de negocio, conocimiento del programa emprendedor, mecanismos de apoyo y mecanismos de divulgación y posicionamiento.

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS Y ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR.

Después de analizar los resultados se concluye lo siguiente:

- Los estudiantes entrevistados de la universidad se ven en su mayoría como emprendedores (82 %); entendiéndose como emprendedor aquella persona capaz de identificar oportunidades y generar cambios que lo beneficien; este hecho permite deducir que los procesos de sensibilización al emprendimiento realizados en la institución han hecho generado los efectos esperados y han contribuido a construir una masa crítica que a futuro podrá empezar a desarrollar iniciativas de creación de empresas.
- Las características emprendedoras que más se destacan en los jóvenes que se consideran como emprendedores, son la creatividad y la iniciativa, las cuales son unas de las competencias más críticas de potenciar en un individuo, lo que facilita el camino que debe trazarse la Universidad Tecnológica de Pereira para fortalecer el emprendimiento al interior de la misma. La perseverancia, compromiso, capacidad para tomar decisiones, liderazgo y tolerancia son elementos en los cuales los estudiantes no se sienten fuertes y se hace necesario fortalecer mediante el diseño de programas, cátedras, talleres lúdicos y experiencias vivenciales que contribuyan a ello.
- Se evidencia a través del estudio que un alto

porcentaje de los entrevistados (65%) tienen ideas de negocio, pero de ellos solo un 39% han hecho acciones concretas para ponerlas en marcha; esta bajo porcentaje de ejecución de las iniciativas de negocio se deben principalmente a la ausencia de recursos económicos y al desconocimiento de los mecanismos que se requieren para volverlas una realidad; ante esta situación la Institución debe actuar como ente de enlace entre los emprendedores y las entidades que fomentan económicamente las iniciativas empresariales y de igual forma facilitar los programas de formación y capacitación en el tema de creación de empresas.

- Otro elemento que se reconoce que dificulta el desarrollo de ideas de negocio que puedan surgir en los estudiantes, es la ausencia de espacios apropiados en los diferentes programas académicos, para ello se hace necesario diseñar y ofrecer asignaturas electivas cuyo objetivo sea brindar las herramientas y ofrecer los medios para que se desarrollen proyectos de emprendimiento.
- Se detectó de igual forma, el desconocimiento por parte de la comunidad estudiantil (67%) de los programas y apoyos que ofrece la Universidad para fortalecer el espíritu empresarial. Este resultado debe subsanarse mediante la realización de una campaña masiva de sensibilización, especialmente en los programas donde el porcentaje fue más alto.
- Las personas entrevistadas identificaron como los tipos de apoyo que debe ofrecer la Unidad de Emprendimiento los siguientes: (se presentan en orden prioritario)
 - ✓ Asesoría para la estructuración de ideas de negocio
 - ✓ Programas de formación para el desarrollo de competencias emprendedoras y formulación de planes de negocio
 - ✓ Consolidación de equipos de trabajo
 - ✓ Asesoría para la elaboración del plan de negocios
 - ✓ Enlace con las entidades de fomento
 - ✓ Realización de ferias y espacios empresariales

Para fortalecer el apoyo que requiere la comunidad, la Unidad de Emprendimiento debe implementar como estrategias las siguientes:

- ✓ Posicionar la Unidad de Emprendimiento, mejorando los mecanismos de divulgación, pues actualmente se ofrecen dichos servicios pero no se acceden a ellos por falta de conocimiento
- ✓ Constituir una red interna de programas académicos, mediante la designación de docentes que apoyen a los jóvenes emprendedores; dichos docentes serán acompañados por parte de la Unidad de Emprendimiento. Nodos la unidad en las diferentes facultades

- ✓ Fomentar la opción que actualmente existe de trabajo de grado creación empresas (ley 1014 de 2006)
- ✓ Diseñar espacios que faciliten el acercamiento de egresados, con experiencia empresarial, para que acompañen y apadrinen los proyectos de emprendimiento de los estudiantes
- ✓ Realizar de manera periódica seminarios de capacitación y formación en el tema de planes de negocio, generación de ideas, creatividad e innovación.
- ✓ Establecer un mecanismo que permita la articulación de la investigación y el emprendimiento, diseccionado hacia la solución de problemas que se generen en el entorno empresarial
- ✓ Involucrar las organizaciones estudiantiles, para que actúen como mecanismos de divulgación y sensibilización.
- ✓ Fortalecimiento de los currículos donde no interviene el componente emprendedor

- [6] HIAM Alexander y OLANDER Karen. Guía del emprendedor, Ed. Prentice may, México, 1991. pp. 23-45, 338.
- [7] IBARRA, David. Los primeros pasos al mundo empresarial. Ed. Limusa. México 2004, pp 63-71
- [8] MENDEZ, Rafael. Emprendimiento, una estrategia de desarrollo institucional. Ed. Intergráficas Colombia, 2007. pp 113-119
- [9] TORO Jackeline, CALIXTO Nancy, DÍAZ Carlos, ORTEGÓN Ana y ORTIZ Carolina. El Desarrollo de la Personalidad Emprendedora: Una Opción de Vida, Santa fe de Bogota, D.C. Ed. Decanatura de Estudios a Distancia EAN. 2000. pp. 25-36, 201, 212. ISBN: 958-96501-4-7.
- [10] VARELA Rodrigo. Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la creación de Empresas, Ed. Prentice Hall, Colombia, Ed. Orlando Fernández. 2001. pp. 14, 16, 64, 71. ISBN: 958-699-023-0.

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El fortalecimiento del espíritu emprendedor al interior de la Universidad Tecnológica de Pereira debe ser el resultado de un esfuerzo conjunto entre directivas, docentes y estudiantes, en donde se vea en la creación de empresas como una alternativa para mejorar el nivel de vida de los individuos y de la región

Se debe asumir el emprendimiento como una estrategia de desarrollo institucional, donde se evidencie el compromiso de los diferentes actores de la comunidad universitaria; siendo fundamental la disposición y actitud de servicio de los docentes y directivos.

El emprendimiento debe incluirse como una competencia transversal en los programas académicos de diversas áreas del conocimiento.

5. BIBLIOGRAFÍA

- [1] ARNAL José. Creación de Empresa: Los mejores textos, Ed. Ariel, España, 2003. pp. 171- 186
- [2] ANZOLA Rojas, Sérvulo. La Actitud Emprendedora, Ed. McGraw-Hill, México 2005, p 3-40
- [3] CONFESOR Silverio. "Creación de Empresas y Desarrollo de la Cultura Empresarial" 2001.
- [4] DEMAC. Desarrollo de Emprendedores, Ed. McGraw-Hill, México, 1991. pp. 4-21.
- [5] FREIRE, Andy. Pasión por emprender. Ed. Norma. Colombia, 2005. pp 1-11