

PROPUESTA METODOLOGICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA SEDE GIRARDOT

CESAR AUGUSTO RAMOS REYES

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR
PAMPLONA

2015

PROPUESTA METODOLOGICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA SEDE GIRARDOT

CESAR AUGUSTO RAMOS REYES

Trabajo de Grado como requisito para optar al Título de Magister en Gestión
de la Calidad en la Educación Superior.

Director:

Nelly Angela González Farfán

Magíster en Gestión de la Calidad de la calidad superior

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR
PAMPLONA
2015

Nota de aceptación

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Pamplona, Octubre de 2015

AGRADECIMIENTOS

A las directivas de la Universidad de Cundinamarca en especial al Dr. Adolfo Polo Solano y el doctor Adriano Muñoz Barrera.

Al respetable grupo de docentes del programa de Maestría en Gestión de la calidad de Educación Superior de la Universidad de Pamplona y sus directivas.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	11
1. PROBLEMA	13
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	13
1.1.1 Normatividad	13
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1 Propuestas del Banco Interamericano de Desarrollo	16
1.2.2. Programa de Gestión Rectoral 2008-2011 del Señor Rector Adolfo Miguel Polo Solano- “Educación de Calidad para el Desarrollo Humano”.	19
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	23
1.3.1. Sistematización del problema	23
1.4 JUSTIFICACIÓN	23
2. OBJETIVOS	26
2.1 OBJETIVO GENERAL	26
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
3. MARCO TEÓRICO	28
3.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	28
3.1.1 Perspectivas históricas de los centros de desarrollo Empresarial	28
3.2 APORTACIÓN PROPIA DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.2.1 Estado del Arte	31

3.2.1.1 El entorno de las Universidades.	31
3.3. MARCO CONCEPTUAL	34
3.3.1. Centro de desarrollo empresarial.	34
3.3.2. Crecimiento y desarrollo empresarial.	36
3.3.3. Incubadora de negocios.	37
4. DISEÑO METODOLÓGICO	39
4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
4.2 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	40
4.2.1 Método	42
4.2.2. Técnicas	42
4.2.3 Instrumentos	42
4.2.4 Determinación del universo o población	42
4.2.5 Análisis e interpretación de resultados	43
4.2.6. Presentación de los resultados	43
4.2.7. Determinación de la muestra	43
4.3. DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	44
4.4. PROCESO METODOLÓGICO	45
5. ESTRUCTURA Y REALIDAD DE LOS CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN COLOMBIA.	46
5.1 CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN COLOMBIA	46
5.1.1 Contexto mundial de los Centros de Desarrollo Empresarial	46
5.1.2 Contexto de Colombia con la apropiación de los centros de desarrollo empresarial	50

5.1.2.1. “Política industrial” en Colombia	52
5.2. DESARROLLO EMPRESARIAL EN GIRARDOT	55
5.2.1. Estructura económica de Girardot	55
5.2.1.1. Tipos de empresas de Girardot cantidad y personal	57
5.2.2. Desarrollo empresarial	63
5.2.3. Competitividad regional	65
5.2.3.1. Gestión empresarial	68
5.3. CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE GIRARDOT	69
5.3.1. Universidad de Cundinamarca, referente histórico	70
5.3.2. Misión	72
5.3.2.1. Ejes misionales.	73
5.3.2.1.1. Fortalecimiento a la investigación	73
5.3.2.1.2. Consolidación del sistema de investigación	73
5.3.2.1.3. Desarrollo de la comunidad científica de la Udec	74
5.3.2.1.4 Vinculación con el entorno e impacto social	74
5.3.3. Caracterización	75
5.3.3.1. Justificación	75
5.3.3.2. Misión	78
5.3.3.3. Objetivos	79
5.4 DIAGNÓSTICO IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL	81

5.4.1 Implementación Centro de Desarrollo Empresarial	81
5.4.1.1 Concepto Centro de Desarrollo Empresarial.	82
5.4.1.2 Conocimiento de algún centro de Desarrollo Empresarial	83
5.4.1.3 Divulgación centro de desarrollo empresarial	84
5.4.1.4 Necesidades del profesional graduado	85
5.4.1.5 Ofrecimiento servicios del Centro de Desarrollo Empresarial	87
5.4.1.6 Centro de desarrollo empresarial vs crecimiento empresarial	88
5.4.1.7 Oferta de servicios Centro de Desarrollo empresarial	90
5.4.1.8 Promoción de Centro de Desarrollo empresarial por parte de la Universidad.	91
5.4.1.9 Actores del Centro de Desarrollo empresarial	92
5.4.1.10 Aportes al Centro de Desarrollo empresarial.	93
5.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	95
6. PROPUESTA METODOLÓGICA	97
6.1 DISEÑO ORGANIZACIONAL	97
6.1.1 Objetivo	97
6.1.2. La población objetivo	97
6.1.3. Marco institucional	97
6.1.3.1. Universidad de Cundinamarca sede Girardot	98
6.1.3.2. Entidades Asociadas.	99
6.1.3.3. Entidades aliadas.	99
6.1.4. Requisitos operacionales del CDE	100

6.1.5. Estructura organizacional	100
6.1.5.1 Organigrama Centro Desarrollo Empresarial	101
6.1.5.1.1. Órgano Directivo	101
6.1.5.1.2. Director.	102
6.1.5.1.3. Consejero	104
6.1.5.1.4. Consultor	106
6.1.5.1.5. Asesor Jurídico.	108
6.1.5.1.6. Practicante.	109
6.1.5.1.7. Asistente administrativo	110
6.1.6. Usuarios	112
6.1.6.1. Compromisos de los usuarios del CDE	112
6.1.7. Servicios del CDE	112
6.2 EJES DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL	113
6.2.1 Marco Conceptual	113
6.3. IMPLEMENTACIÓN CONSULTORIO EMPRESARIAL	114
6.3.1 Emprendimiento	114
6.3.1.1 Ruta o etapas del desarrollo del emprendimiento	115
6.3.2. Empresario	118
6.3.3. Proyección social	121
6.3.3.1 Objetivos.	121
6.3.4 Consultorio Empresarial a Graduados	122

6.3.5 Pasantía	122
6.3.6 Convenios	123
6.3.7 Bolsa de empleos	124
6.3.7.1 Objetivos	125
6.3.7.2 Metodología	125
6.3.8. Incubadora de empresas	125
6.3.8.1. Objetivos.	126
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	127
BIBLIOGRAFÍA	128

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Concepto Desarrollo Empresarial	82
Tabla 2. Conocimiento de Centros de Desarrollo empresarial	83
Tabla 3. Divulgación centro desarrollo empresarial	84
Tabla 4. Necesidades del profesional recién graduado	86
Tabla 5. Servicios centro de desarrollo empresarial.	88
Tabla 6. Centro desarrollo empresarial Vs Crecimiento empresarial	89
Tabla 7. Oferta de servicios centro desarrollo empresarial	91
Tabla 8. Promoción CDE por parte de la Universidad	92
Tabla 9. Actores CDE.	93
Tabla 10. Aportes al CDE	94

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Cundinamarca. Sociedades constituidas, según actividades económicas Primeros trimestres 2001 – 2002	16
Gráfico 2. Proceso formativo empresarial	29
Gráfico 3. Esquema general de la tarea investigativa	40
Gráfico 4. Clasificación de apoyo directo a los Startup.	47
Gráfico 5. Apoyo en América Latina a las Startup: Comparación entre países 2012	49
Gráfico 6. Crecimiento del PIB 1960 – 2009 (Promedio por décadas)	51
Gráfico 7. Crecimiento económico (promedio 80 – 09) y PIB por habitante.	51
Gráfico 8. Competitividad para el desarrollo Industrial	53
Gráfico 9. Evaluación del nivel de desarrollo socioeconómico de la subregión.	65
Gráfico 10. Estructura productiva por sector económico.	67
Gráfico 11. Cobertura departamental Universidad de Cundinamarca.	71

Gráfico 12. Concepto Centro de Desarrollo Empresarial.	82
Gráfico 13. Conocimiento de Centros de Desarrollo empresarial en la región.	83
Gráfico 14. Medios de divulgación Centro de Desarrollo empresarial	85
Gráfico 15. Necesidades del profesional recién graduado.	86
Gráfico 16. Servicios centro de desarrollo empresarial	88
Gráfico 17. Centro de Desarrollo empresarial Vs crecimiento empresarial	89
Gráfico 18. Oferta de servicios Centro de Desarrollo empresarial	91
Gráfico 19. Promoción centro de desarrollo empresarial por parte de la Universidad	92
Gráfico 20. Actores del Centro de Desarrollo Empresarial	93
Gráfico 21. Aportes al Centro de Desarrollo Empresarial	95
Gráfico 22. Líneas del Centro de desarrollo Empresarial.	113

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO 1. ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA Y EMPRESARIOS DE LA REGIÓN	130

RESUMEN

La propuesta metodológica para la implementación de un consultorio empresarial se basa en entregar los lineamientos requeridos para crear una oficina de profesionales y alumnos de las áreas administrativas y contables que puedan brindar asesoría al público en general en especial a los jóvenes que se encuentren cercanos a iniciar su vida profesional, en la creación de empresas, generando desarrollo económico y social, así como contribuyendo al fortalecimiento de la competitividad de las organizaciones empresariales y sociales de la región. Igualmente permitirá a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables realizar sus proyectos de práctica y pasantía.

Todo éste proyecto estará enmarcado en la gestión de la calidad de la educación superior y así brindará un eficiente servicio a la comunidad, engrandeciendo la Institución como generadora de proyectos de innovación y de apoyo social.

ABSTRACT

The methodology for the implementation of a corporate office is based on giving guidelines required to create an office of professionals and students of the administrative and accounting areas that can provide advice to the general public especially the young people who are close to start his professional life, entrepreneurship , generating economic and social development as well as helping to strengthen the competitiveness of business and social organizations in the region . He also allow students of the Faculty of Management , Economics and Accounting practice carry out their projects and internship Sciences.

All this project will be framed in the quality management of higher education and thus provide an efficient service to the community, enlarging the Institution as a generator of innovation projects and social support .

INTRODUCCIÓN

Las dinámicas modernas presentadas por los cambios del mundo actual con una predominante influencia de los modelos económicos gestados y avalados por los gobiernos y los bloques de unión regional, como la Unión Europea hacen evidente que se logren alcanzar resultados que beneficien al mundo, pero en su esencia también generan impactos de tipo social, ambiental y económica, donde muchas regiones como los países emergentes generan conflicto para llegar a ser competitivos al presentar unas mismas condiciones de desempeño, logrando tener un crecimiento y una evolución; garantizando un equilibrio e integralidad para la alcanzar una comunidad global.

En la educación y en especial la superior donde, se da la estructura de conocimientos, a las personas para el ejercicio de su profesión y en los saberes modernos de lograr la racionalidad y el alcanzar un profesional con una formación integral, capaz de entender la realidad del contexto o del entorno apropiando los saberes existentes y solucionar a través de nuevos conocimientos y propuestas a la problemática existente desde su quehacer profesional y su campo de especialidad. De esta manera el presente documento busca tener los elementos suficientes de base para iniciar un proceso de transformación al permitir a la comunidad académica y científica, tener un espacio de carácter regional para buscar lograr que el profesional

actual tenga escenarios de donde apropiar la teoría y experimentar los resultados de hacer aplicaciones prácticas en función de solucionar problemas propios de su comunidad y sociedad, como se espera “Giraemprende” logre ser para Girardot, la Universidad de Cundinamarca y toda el área conurbada generando campos de acción para los múltiples tipos de profesional que se forman en las distintas instituciones de educación superior.

1. PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Desde mediados de los años noventa, el gobierno colombiano empezó a establecer leyes para promover la creación de organismos y programas a los cuales los potenciales empresarios pudieran acudir para concretar su idea de negocio. En la actualidad, existen leyes, normas y medidas de apoyo a la creación de empresas

1.1.1 Normatividad. La Constitución Política Colombiana, en el Título XII del Régimen Económico y de la Hacienda Pública, Artículo 333, establece la libertad económica y considera la empresa como la base para el desarrollo:

“La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. [...]. La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. [...]. El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que persona que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional. [...].”

El Artículo 58 de la Constitución Política hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos:

“Se garantiza la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores...”

El Artículo 61, al derecho de propiedad intelectual: El Estado protegerá la propiedad intelectual por tiempo y mediante las formalidades que establezca la Ley”.

Ley 29 de 1990, llamada Ley de Ciencia y Tecnología, es el marco que regula el fomento de la investigación científica, el desarrollo tecnológico y la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico.

Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley MIPYME. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”.

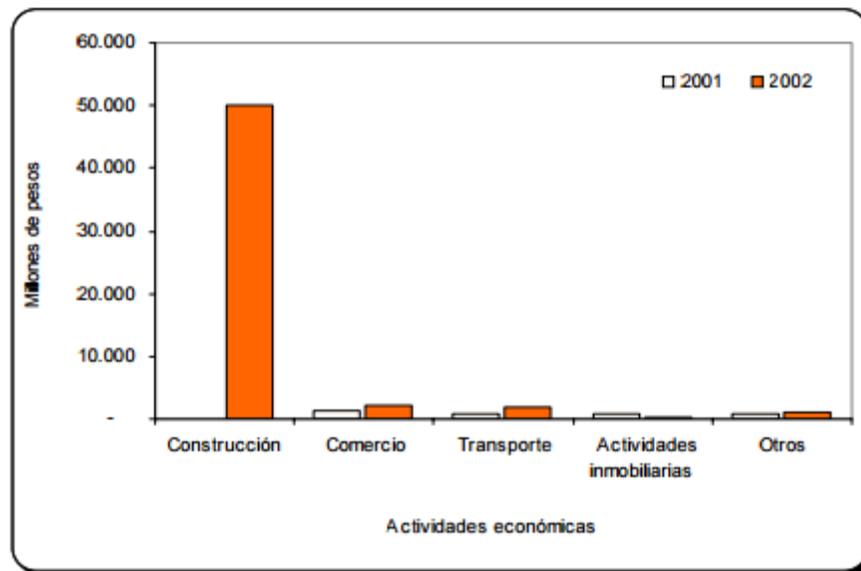
Ley 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país “[...]”

Esta ley enfatiza el fomento y creación de vínculos entre el sistema educativo y el productivo por medio de una cátedra de emprendimiento.

Ley 344 de 1996, por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, en su Artículo 16 obliga al SENA a destinar el 20% de sus ingresos al desarrollo de programas de competitividad y de desarrollo productivo.

Ley 1429 del 2010: de Formalización y Generación de Empleo, que brinda beneficios e incentivos para la formación empresarial a los empresarios para disminuir los costos de formalizarse y apoyarlos en el crecimiento de sus negocios.: Que en el literal a) dice: “a) Diseñar y promover programas de microcrédito y crédito orientados a empresas del sector rural y urbano, creadas por jóvenes menores de 28 años Técnicos por competencias laborales, técnicos profesionales, tecnólogos o profesionales, que conduzcan a la formalización y generación empresarial, y del empleo, para lo cual utilizará herramientas como: incentivos a la tasa de interés, incentivos al capital, periodos de gracia..”

Gráfico 1 Cundinamarca. Sociedades constituidas, según actividades económicas Primeros trimestres 2001 – 2002



Fuente: Informe de coyuntura económica regional de Cundinamarca

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Propuestas del Banco Interamericano de Desarrollo. Por iniciativa del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), las Cámaras de Comercio de Bogotá, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Cartagena y Medellín y las alcaldías de tales ciudades, surge el Programa de Simplificación de Trámites para el Sector Empresarial, como un mecanismo para facilitar y promover los procesos de creación y constitución de empresas tendientes a generar condiciones para un entorno empresarial más competitivo.

El programa como tal busca promover una relación más eficiente entre las empresas, la administración pública y las entidades privadas que les ofrezcan servicios relacionados con su registro y formalización mediante la reducción de pasos, requisitos, plazos, contactos y mejoramiento del acceso a la información.

Con ello el proceso de simplificación de trámites empresariales se busca para el sector empresarial menores: trámites, desplazamientos, tiempos, costos.¹

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO BID. “Desde el 2000 hasta el presente, el portafolio total de los proyectos del BID en Colombia ha alcanzado aproximadamente US\$7.000 millones y la amplitud y profundidad de las actividades del Banco también se han incrementado en las áreas de desarrollo de capital social y en la reducción de la pobreza, así como en reforma estatal y modernización del Estado, todo lo cual forma parte integral de la Estrategia de País del Banco para Colombia (2007-2010). La estrategia es el resultado de un diálogo estrecho y de un proceso de consultas con el gobierno y los sectores clave de la sociedad civil de Colombia. Tiene un enfoque de tres ejes estratégicos:

¹ Artículo escrito por Karen Zuluaga, redactora de Portafolio para el empleo.com

-Competitividad: La estrategia del Banco en esta área es apoyar el desarrollo empresarial para crear nuevas oportunidades de empleo y promover el crecimiento. La estrategia se enfocará en mejorar las cadenas productivas y la promoción del desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Asimismo, el BID apoyará la integración de prácticas de responsabilidad social empresarial como un prerrequisito indispensable para la inserción efectiva de las empresas de Colombia en el mercado mundial.

-Desarrollo Social: El BID apoyará el desarrollo de condiciones, capacidades y oportunidades para que los pobres puedan mejorar sus condiciones de vida y contribuyan con el crecimiento de Colombia. Específicamente, el Banco proveerá financiamiento a aquellas inversiones enfocadas en promover el desarrollo infantil, el mejoramiento de la calidad de vida, servicios sociales eficientes y la expansión de los programas de protección social.

-Gobernabilidad y Reforma del Estado: El apoyo del Banco en esta área se orientará hacia el fortalecimiento de la gobernabilidad, la eficiencia de la administración pública y el proceso de descentralización. Concretamente, la estrategia apoyará la capacidad del estado en la prestación de servicios; el fortalecimiento de las instituciones fiscales y de control del estado; la eficiencia en el gasto público y la capacidad regulatoria del gobierno.”

1.2.2. Programa de Gestión Rectoral 2008-2011 del Señor Rector Adolfo Miguel Polo Solano- “Educación de Calidad para el Desarrollo Humano”.

Eje 1. Avanzar en el desarrollo académico, investigativo y tecnológico de la UDEC. Con las siguientes estrategia y objetivo.

Estrategia: ARTICULACIÓN CON EL DESARROLLO REGIONAL

Objetivo 1: Fortalecer las seccionales de la UDEC desarrollando su infraestructura, interconectando todas las Seccionales y Extensiones, avanzando en la descentralización administrativa.

Estrategia: FORTALECER LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Objetivo 1: Incrementar los Convenios con entidades públicas y privadas en el país, no sólo como una fuente de financiación adicional, sino como una estrategia de mejorar las políticas de proyección social de la Universidad.

Objetivo 2: Fortalecer la relación con el sector industrial, empresarial y comunitario, con miras a convertir la actividad de la UDEC en un aporte al desarrollo económico y social y dentro de la política de prácticas empresariales.

Objetivo 3: Desarrollar una cultura de planeación y de fortalecimiento de la calidad de los Servicios de Extensión, para que sean producto de una competencia articulada al Desarrollo Académico e Institucional de la UDEC

Estrategia: ARTICULACIÓN CON EL DESARROLLO REGIONAL

Objetivo 1: Fortalecer las seccionales de la UDEC, desarrollando su infraestructura, interconectando todas las Seccionales y Extensiones, avanzando en la descentralización administrativa.

Objetivo 2: Aportar al desarrollo regional con Proyectos de Extensión y de Investigación Aplicada, que generen impacto y desarrollo económico, social, político, cultural y deportivo.

Objetivo 3: Consultar la vocación socioeconómica y las necesidades regionales para desarrollar la oferta de Programas Académicos encaminados a aportar al desarrollo regional.

Plan rectoral 2011-2015 del Señor Rector Adolfo Miguel Polo Solano-
“Construyendo la Excelencia”

Eje 1. Construcción de la Calidad

Vinculación con el entorno e impacto social

“Es claro para la institución que el modelo de Universidad Región, parte del presupuesto de ser globalmente competitiva y localmente comprometida. Por ello, se fortalecerá la extensión de la función docencia a través de la realización de diplomados, conferencias, talleres y eventos de capacitación y actualización. Además, la función Investigación a través de los adelantos en el desarrollo de sus proyectos, consolidará sus servicios de consultoría, construcción e implementación de patentes y realización de estudios de impacto social, económico, cultural y ambiental.”

En la ciudad de Girardot, se encuentran ubicadas la Universidad de Cundinamarca, la Corporación Universitaria Piloto de Colombia, La Corporación Universidad Minuto de Dios, la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, la Universidad del Tolima a Distancia, la Universidad del área andina con su programa virtual, Corporación Universitaria Remington , El Sena, instituciones de educación para el trabajo como: FUNDEMAG, COMPUSYS, CECTEC, todas con programas para el sector productivo, formando y egresando profesionales en diferentes áreas, en especial, para el comercio, servicios, salud, construcción y focalizados a atender la necesidad

actual de la población en profesionalizarse con un título disciplinar o con competencias para el trabajo, donde se observa la existencia de empresas que atienden a estos profesionales al ofrecerles oportunidades de vinculación laboral, pero esta oferta es mínima para el volumen de graduados dada por estas empresas, según estudios realizados por la Cámara de Comercio de Girardot y el Banco de la República en su informe de coyuntura económica regional Cundinamarca, evidencian el poco crecimiento de las empresas y la permanente reducción del empleo y el crecimiento del desempleo, fomentando la actividad económica informal y un amplio desempeño laboral a través del sub empleo.

En la actualidad las universidades tienen formulado y operando informalmente Centros de Desarrollo empresarial, que hasta en la actualidad no generan información ni estudios para promover la función e intención para lo que son creados, porque son entes centralizados para cada una de estas instituciones de educación y en algunas de ellas no se evidencia la existencia de este ente. Muchas de estas acciones se desarrollan por la oficina de extensión y proyección, logrando realizar labores aisladas, como diplomados, congresos, seminarios, incubadoras, centros de promoción y apoyo al emprendimiento, donde es difícil conocer los resultados del impacto que generan.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Una propuesta metodológica para la implementación de un Centro de Desarrollo Empresarial en la universidad de Cundinamarca sede Girardot, permitirá generar escenarios para solución de problemas del entorno?.

1.4 JUSTIFICACIÓN

El desafío central para el progreso económico y social es la pobreza continua. La educación empresarial para jóvenes y adolescentes es esencial para un futuro que genere oportunidades para la gente joven. El proyecto puede tener un gran impacto al mejoramiento de las vidas de jóvenes empresarios y sus comunidades en los años por venir.

El Centro de Desarrollo Empresarial se constituye como un espacio que potencie y fomente las actitudes favorables entre los jóvenes hacia la innovación y la capacidad de emprender y que aglutine y potencie todas las actividades dirigidas a la creación de empresas innovadoras.

Esta propuesta tratará de fomentar el papel de liderazgo que puede desarrollar la Universidad, como partícipe en los programas de creación de

empresas, en el desarrollo de actitudes positivas y favorables hacia la innovación y la creación de empresas.

Estará dirigida al Fomento y difusión del espíritu emprendedor e innovador que exista en todos los interesados con la gestión de empresas en donde se presente la creación de empresas como una opción válida de salida profesional, empresas innovadoras de alto potencial de crecimiento, poniendo a disposición de los emprendedores todos los recursos pedagógicos y académicos necesarios para la puesta en marcha de dichos proyectos.

En este ámbito se va a desarrollar un programa de detección de proyectos. Este programa se completará con la puesta en marcha de un programa de asesoramiento integral, realización del plan de empresa y formación en Gestión Empresarial. Asimismo se ofrecerán otros servicios como los de pre incubación, incubación así como se apoyará en la búsqueda de financiación para los proyectos.

Por último, en lo referente a la línea de Investigación sobre Creación de Empresas, desde el Centro de Desarrollo Empresarial se trabajará en la definición de líneas prioritarias de investigación, la investigación en las áreas seleccionadas con la puesta en marcha de seminarios y el impulso a los trabajos de investigación sobre la creación de empresas en Congresos

nacionales e internacionales de referencia. Además se impulsará la presencia en revistas especializadas y foros de debate sobre la innovación y la creación de empresas.

Por último la estructura se completará con un grupo de profesores-colaboradores que aportarán ideas, detectarán necesidades y motivarán al alumnado. La Universidad de Cundinamarca cuenta con un alto número de personal calificado en el área administrativa y contable que puede apoyar y asesorar a personas en la creación de empresa

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Presentar una propuesta metodológica para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en la Universidad de Cundinamarca sede Girardot, apoyado por pasantes y profesionales del área administrativo-contable que genere un impacto social favorable para la Institución.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Presentar la propuesta metodológica de la creación de Centro de Desarrollo Empresarial que permita a los jóvenes de la región la creación de empleo y superar la pobreza mediante la introducción o mejoramiento de la educación empresarial, la alfabetización tecnológica y los programas no solo formales sino también los no formales de entrenamiento que se traduzcan en nuevas empresas creadas por ellos, las cuales sean la base de su desarrollo.
- Presentar la propuesta metodológica de la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial que permita reducir el desempleo juvenil y el

subempleo proporcionando a los docentes y a las organizaciones herramientas necesarias y habilidades que les permita diseñar, conducir, e institucionalizar la educación empresarial y los programas de desarrollo.

- Fomentar y difundir el espíritu emprendedor de la comunidad universitaria impulsando la presente propuesta que generará la creación de Empresas Innovadoras con alto potencial de crecimiento.

3. MARCO TEÓRICO

3.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Los antecedentes de la investigación se observan a través de dos espacios, donde el primero relaciona las actividades en Colombia para la creación de Centros de Desarrollo Empresarial y la segunda, a los propios de la investigación.

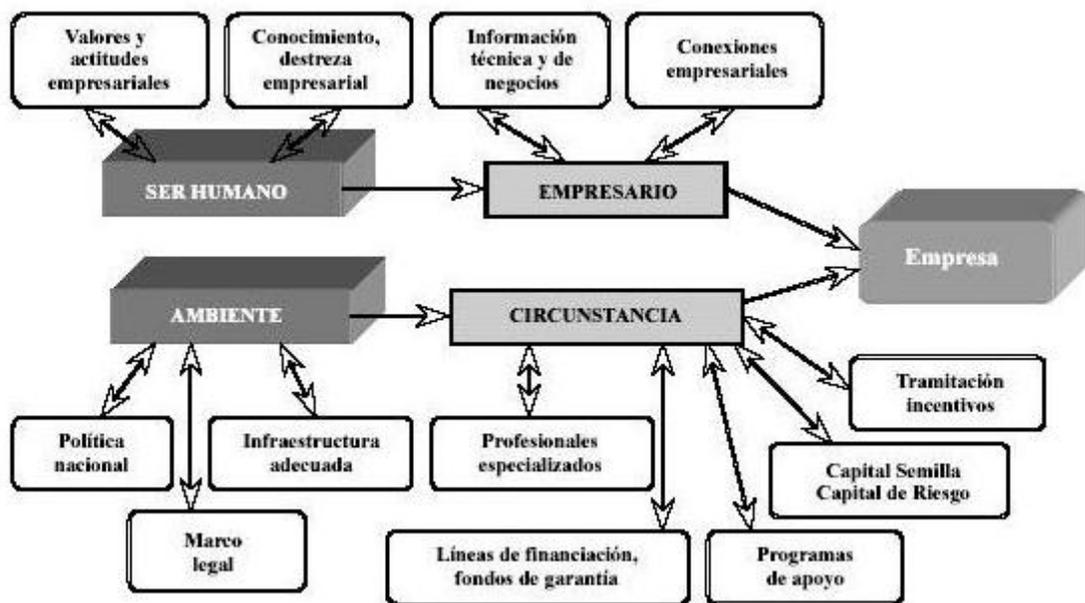
3.1.1 Perspectivas históricas de los centros de desarrollo Empresarial. Cuantiosos estudios han reconocido como componente determinante de pobreza extrema, la insuficiente capacidad que tienen sectores de la población en la generación de recursos, permitiendo una vivencia digna. Al tener identificado el problema, se hace primordial entonces, cerrar la brecha de inequidad y generar elementos en esta población para superar los márgenes de pobreza. La generación de ingresos puede darse en dos sentidos, siendo uno el emprendimiento y el otro el trabajo o empleo.

Las últimas investigaciones alrededor del mundo acerca del crecimiento de las naciones han concluido que es claro que si un país o una región logra incrementar significativamente el número de empresas y logra no sólo que

muchas de ellas se mantengan sino que bastantes de ellas crezcan, y este proceso es continuado, el número de oportunidades de empleo y de bienestar para esa comunidad crecerán².

Es necesario, para la dinámica de este proceso, la visión de empresarios nuevos, que sepan actuar en el momento indicado, creativas, innovadoras, con la capacidad de enfrentar los cambios del ambiente económico, social, político, empresarial. Basados en esta premisa, se determina que los empresarios “emprendedores”, “requieren procesos formativos, educativos y de capacitación que mejoren sus competencias personales y de conocimiento”

Grafico No. 2. Proceso formativo empresarial.



² Global Entrepreneurship Monitor (1999)

Fuente: modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. Rodrigo Varela, Olga Lucía Bedoya Arturo

La actividad emprendedora se percibe como un concepto multidimensional, por lo que entenderlo depende esencialmente de la óptica o enfoque desde que se estudia dicho fenómeno. Un emprendedor puede desempeñar funciones tales como aportar capital financiero o de riesgo, asignar recursos entre diferentes usos alternativos, introducir nuevos productos o servicios y tomar diversas decisiones o alternativas de gestión³. Para algunos expertos, un emprendedor es quien asume las responsabilidades y toma decisiones frente al tipo y uso de recursos o instituciones. Debe identificar las oportunidades y con los recursos necesarios, implementa planes de acción, logrando a futuro recoger los frutos de su trabajo en el momento oportuno.

En la actualidad se puede observar un incremento a nivel nacional, regional y local del emprendimiento social, “entendido como el proceso seguido por una persona de manera particular o desde una organización que busca combinar la innovación y la recursividad para crear valor orientado al beneficio social”.

3.2 APORTACIÓN PROPIA DE LA INVESTIGACIÓN

³ <https://pca.edu.co/userfiles/file/CDEE-PCA>

3.2.1 Estado del arte. El concepto de los Centros de desarrollo Empresarial, surgió de un Proyecto Nacional de la Organización de los Estados Americanos, OEA, con el Ministerio de Educación en Trinidad y Tobago, el cual fue institucionalizado en dicho país. El Ministro pensó que al igual que los colegios tenían laboratorios para proporcionar experiencia práctica en las áreas de la ciencia, el mismo principio podría ser aplicado a la enseñanza de los negocios, mejorando el actual enfoque principalmente académico.

Los Centros de desarrollo Empresarial ayudan a educar a jóvenes para que sean emprendedores. Apoyando la creatividad y las ideas innovadoras en ejercicios prácticos, contribuyendo a la creación de una base económica diversa aunque interconectada mediante la promoción de nuevos emprendimientos. El proyecto por lo tanto responde a la prioridad de “diversificación e integración económica, libre comercio y acceso al mercado, desarrollo social y la creación de empleo productivo y educación” que fueron declarados como tres de las cuatro mayores prioridades.

3.2.1.1 El entorno de las universidades. Se puede observar la apropiación de los centros de desarrollo empresarial como objetivo para la proyección y extensión de las mismas en la comunidad. Los Centros Alaya de desarrollo empresarial en Colombia, son una iniciativa de las Universidades Icesi y

Valle, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Fundación de Apoyo de la Universidad del Valle y Compañeros de las Américas, que tiene como finalidad apoyar el desarrollo empresarial del Valle del Cauca y del país.

La misión de los Centros Alaya es contribuir al mejoramiento de la productividad y competitividad de las MIPYMES de la región, mediante programas de asesoría y capacitación, logrando así, promover su creación, supervivencia y crecimiento para contribuir a la transformación empresarial y social del país”.

El Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial (CDEE) de la Universidad Icesi, ha creado una cultura empresarial en la región, que realiza su contribución al mejoramiento de la productividad y de la competitividad de las MIPYMES, a través de diferentes programas, y que atiende de manera subsidiada, los siguientes servicios:

Oportunidad de empresa: Para empresarios que tienen una idea de negocio pero aún no se ha estructurado el concepto y modelo de empresa.

Creación de empresas: Para empresarios que tienen una idea de negocio estructurada, han desarrollado concepto, modelo de empresa y algunas

investigaciones adicionales que contribuyen a su proyecto y desean elaborar su plan de empresa.

Fortalecimiento empresarial: Para los empresarios que requieran mejorar aspectos generales de su organización.

Asesorías y consultorías especializadas en las áreas funcionales de la empresa.

Se encuentra igualmente, el Centro de Desarrollo empresarial de la Universidad Pontificia Bolivariana, que está dedicado al emprendimiento e innovación y que brinda sensibilización, creación, fortalecimiento y aceleración de iniciativas de negocios. El Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial Agustiniiano donde apoyan las ideas emprendedoras y cuya misión es contribuir a la generación de emprendedores y empresas que impactan comunidades, creando bienestar, centra su actividad en el fomento y desarrollo de la cultura emprendedora.

Mediante la Resolución Rectoral No. 008, Julio 6 de 2015, el Rector de Corporación Universitaria "UNISABANETA" creó el "Centro de Innovación y

Desarrollo Empresarial y Territorial de Unisabaneta (CIDEU), su propósito es el de “planear y ejecutar Programas y Proyectos, innovadores y pertinentes que generen desarrollo sostenible de los territorios, el tejido empresarial y la sociedad”.

3.3 MARCO CONCEPTUAL

3.3.1. Centro de desarrollo empresarial. Un Centro de Desarrollo Empresarial es un modelo que debe estar basado en el ser humano y en éste con el medio empresarial. Las nuevas tendencias educativas y el interés creciente de las entidades en general, están orientadas a fortalecer el desarrollo económico y social del sector donde se encuentran inmersas, es por esto que los CDE, se orientan al fortalecimiento de la identidad profesional como empresario y la consolidación de las empresas extendidas en el tiempo.

En razón a la premisa anterior, los programas que ejecuten los centros de desarrollo empresarial deben contar con una serie de características como son:

- a. Definición de las competencias y requerimientos
- b. Los procesos formativos que son necesarios.

c. Las etapas de acción y sus metodologías.

d. Los recursos de apoyo que requiere el centro de desarrollo empresarial.

Un modelo para el centro de desarrollo empresarial debe tener la capacidad de facilitar el aprendizaje de conocimientos, el desarrollo de valores, actitudes y las habilidades que debe tener un empresario.

La formación y acción empresarial requieren procesos basados en la imaginación, combinación de elementos, toma de decisiones, uso de la intuición, visión holística, que permitirán llevar a buen término la gestión empresarial. El proceso de formación debe ser el elemento que permita el desarrollo de competencias personales y profesionales. Dada la naturaleza del proceso empresarial, es necesario involucrar en el modelo de un centro de desarrollo empresarial a los participantes, formadores, asesores y todos los entes ayudadores.

El desarrollo de la cultura empresarial y la integración del empresario con el entorno y el crecimiento, son fenómenos incontrolables debido a la cantidad de variables necesarias en el proceso.

3.3.2. Crecimiento y desarrollo empresarial. Para que exista un crecimiento y fortalecimiento empresarial se requiere la intervención dirigida de a las empresas, empresarios, emprendedores de la región o sector. Esto se logra a través de asesoría, acompañamiento, capacitaciones colectivas, participación en ferias, ruedas de negocios, etc., buscando generar en estos actores las capacidades, competencias gerenciales y técnicas necesarias.

El incremento de tamaño, de número de empleados, de volumen de ventas, ampliación del portafolio de productos, incremento en la rentabilidad, expansión geográfica, entre otros factores, hacen que la empresa evolucione. Igualmente el establecimiento de cursos de especialización en diferentes áreas, reorganización de la empresa para cumplir objetivos, adecuación de la planta para mejoras, realización de investigaciones dentro de la empresa, innovaciones, mantenimiento de los productos, etc.

La productividad es un indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de productos obtenida por una unidad productiva y los recursos utilizados para obtener dicha producción. Un incremento en la productividad de una empresa sugiere hacer cambios en diversos factores: desarrollo de la tecnología; el aumento del capital y mejora en las condiciones relacionadas con el factor humano: automatización, uso eficiente de tecnologías de la información y la

comunicación; aumento de la cualificación profesional; actualización técnica permanente de los trabajadores e implantación de un sistema de calidad.

Los anteriores argumentos permiten a las empresas la competitividad de los negocios que no es más que la capacidad de una empresa de mantener ventajas comparativas y competitivas que le permitan tener una participación importante en el mercado. Se pierde competitividad cuando se asumen altos costos de producción, altos precios en los insumos y los salarios, y la relación calidad- costo del producto que produce la empresa está en desventaja con respecto a los productos de sus competidores.

3.3.3. Incubadora de negocios. Las incubadoras de empresas o incubadoras de negocios son programas designados para acelerar el desarrollo exitoso de nuevas empresas. Facilita a sus empresas acceso a servicios, recursos y libera tiempo y recursos de los emprendedores para que se dediquen al procesos productivo de su compañía. Según un estudio de la Universidad de Michigán el 87% de las empresas que se gradúan de un programa de incubación logran viabilidad de largo plazo.⁴

⁴ Aurora Berenice Orozco estudiante de la UNAM.

Una incubadora de empresas ayuda al emprendedor a preparar un plan de negocios y brinda apoyo en los procesos de creación de empresas proporcionándole consultoría en todas las áreas de la empresa, ya sean administración, finanzas, mercadotecnia, recursos humanos, tecnología, etc.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de estudio para desarrollar la propuesta se basa en la investigación cualitativa, descriptiva.

Fuentes de información

Fuentes primarias:

La propuesta se basará principalmente en información recopilada por:

- Datos e información obtenida por encuestas realizadas a profesionales y estudiantes de las áreas administrativo-contables.
- Entrevista a personas conocedoras e involucradas en el tema de la creación de empresa.

Fuentes secundarias:

Para la realización del proyecto se recurrirá a la información recopilada por:

- Fuentes institucionales.
- Textos especializados.
- Revistas y documentos sobre creación de empresa.
- Prensa e información de internet.

Herramientas:

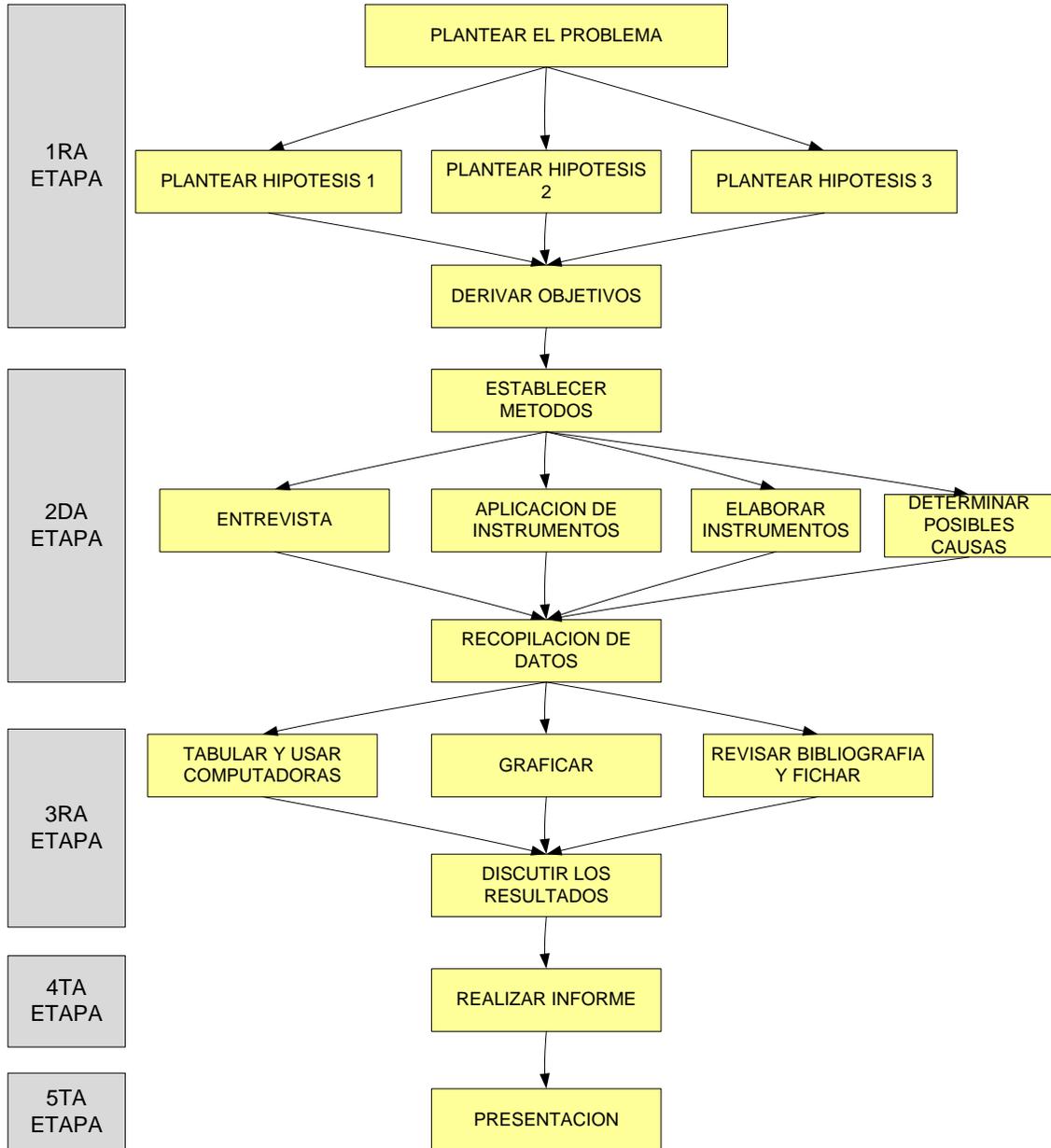
- Entrevistas informales.
- Análisis documental.
- Encuestas.

4.2 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

El esquema general para el desarrollo de la tarea investigativa es la siguiente:

Gráfico No. 3. Esquema general de la tarea investigativa

ESQUEMA GENERAL DE LA TAREA INVESTIGATIVA



Fuente: Presente Estudio

4.2.1 Método. El método utilizado es el analítico, porque se adapta al tipo de investigación, como el método de observación directa.

4.2.2 Técnicas. Para la realización de la investigación se utilizaron las técnicas siguientes: encuesta dirigida a estudiantes de Universidad de Cundinamarca sede Girardot y empresarios de la región.

4.2.3 Instrumentos. El instrumento de recolección de información que se utiliza en la investigación es la encuesta (Anexo A) que consiste en un conjunto de preguntas de tipo abierto y cerrado.

4.2.4 Determinación del universo o población. El universo o población se conforma por estudiantes y docentes de la universidad de Cundinamarca sede Girardot y los empresarios de la región, directivos de la Universidad de Cundinamarca y de las Universidades en la región, las instituciones de Educación Superior existentes; como resultado de este, se identificó la necesidad de crear un centro de desarrollo empresarial y fortalecer el emprendimiento, la investigación, las ideas de negocio en la región.

4.2.5 Análisis e interpretación de resultados. Una vez recopilada y tabulada la información se procede al análisis e interpretación de cada pregunta del cuestionario, atendiendo los objetivos de la investigación.

4.2.6 Presentación de los resultados. A continuación se detalla el procedimiento utilizado en cada pregunta de la encuesta, con el fin de dar una mejor presentación de los resultados:

- Pregunta.
- Objetivo de la pregunta.
- Presentación de los datos recopilados por medio de un cuadro de resultados.
- Presentación a través de gráficos estadísticos de los resultados obtenidos para una mayor comprensión.
- Análisis e interpretación de los resultados.

Al final del análisis de las respuestas a cada pregunta del cuestionario, se elaboraron las conclusiones y recomendaciones generales.

4.2.7 Determinación de la muestra. Para calcular el tamaño de muestra a partir de un tamaño universal, se utiliza la siguiente fórmula que permite determinar el tamaño muestral:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

donde

$z_{\alpha/2}$: z correspondiente al nivel de confianza elegido

P: proporción de una categoría de la variable

e: error máximo

N: tamaño de la población

El tamaño del universo establecido es de 1250 personas.

N=1250 personas

La proporción de la categoría es del 95 % y se fija el nivel de confianza en 0.95 con un error máximo de 0.02

Quedando un tamaño muestral objeto de estudio estimado de 80 personas:

$$n = \frac{(1250*(0,96^2)*(0,95*(1-0,95)))}{((1250-1)*(0,02^2)) + ((1,96^2)*(0,95*(1-0,95)))} = 80,22 \text{ personas}$$

4.3 DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO

El presente estudio se concentra en la identificación de la metodología para implementar un Centro de Desarrollo Empresarial de la universidad de

Cundinamarca en la sede Girardot, dejando abiertos los espacios para que se tome el presente proyecto y se aplique a cualquier área del conocimiento.

4.4 PROCESO METODOLÓGICO

- Desarrollo de la idea de trabajo.
- Identificación de fuentes Primarias
- Revisión documental – Agrupar y articular conceptos
- Análisis de información documental - Identificación de categorías de análisis
- Identificación de fuentes secundarias
- Diseño de instrumentos de recolección de información
- Recolección de información con las fuentes seleccionadas
- Organizar información
- Interpretación de la información
- Elaboración de informe final

5. ESTRUCTURA Y REALIDAD DE LOS CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN COLOMBIA.

5.1 CENTROS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN COLOMBIA

5.1.1 Contexto mundial de los Centros de Desarrollo Empresarial. Los centros de desarrollo empresarial creados en los últimos tiempos han querido responder a un esquema de sostenibilidad empresarial. Se pretende la dinamización de los mercados de servicios empresariales, apuntando a la modernización de las estructuras productivas de las pequeñas y medianas empresas de la región en América Latina. Según el BID, la responsabilidad del Centros de Desarrollo Empresarial, es permitirle a las Pymes que no se encuentran habituadas a la competitividad, la sostenibilidad en el tiempo y el desarrollo económico, aunado al crecimiento social, empresarial, tecnológico y social del entorno.

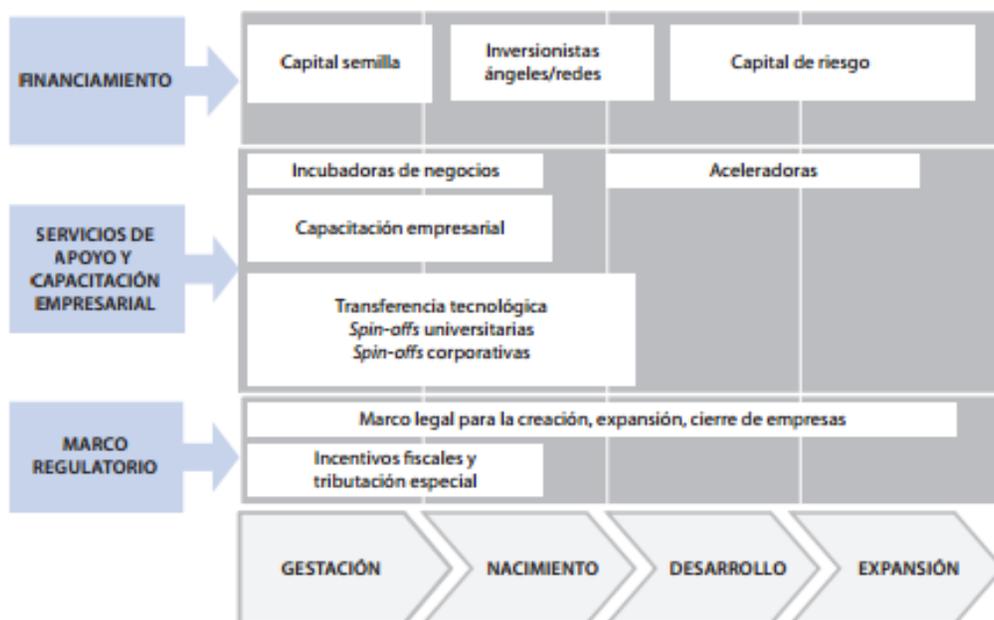
En América Latina, se ha venido desarrollando un programa llamado Startup, que pretenden apoyar el cambio estructural en la economía, al contribuir a introducir nuevos productos y servicios intensivos en conocimiento. Al mismo tiempo, contribuyen a sostener la innovación, aportan dinamismo a la productividad del sistema económico y generan oportunidades de empleo de calidad. En América Latina los países tienen enfoques distintos al definir las

startups. En Argentina y Brasil se apoyan en nuevos emprendimientos de base tecnológica, en Chile se privilegian las empresas de alto crecimiento, mientras que en Colombia y Perú se diseñan instrumentos que fomenten la creación de nuevos emprendimientos relacionados con las TIC.⁵

El apoyo al emprendimiento varía según el país y sus políticas de desarrollo, teniendo en cuenta la estructura de las organizaciones, la clasificación territorial, el nivel de desarrollo educativo, productivo y científico, teniendo entre ellas las incubadoras, los parques tecnológicos, redes de inversionistas e institutos de formación.

Gráfico No. 4. Clasificación de apoyo directo a los Startup.

⁵ Startup America Latina, promoviendo la innovación en la región.



Fuente: OCDE (2011), Financing High-Growth Firms: The Role of Angel Investors, OECD, París; InnoGrips (2011), “Policies in support of high-growth innovative SMEs”, INNO-Grips Policy Brief núm. 2, junio 2011; LAVCA (2012), 2012 Scorecard: The Private Equity and Venture Capital Environment in Latin America, LAVCA, New York.

Casi todos los países de América Latina cuentan con algún mecanismo de apoyo a la capacitación empresarial. Argentina, Brasil y Chile destacan por poseer instrumentos de capacitación empresarial más establecidos, mientras que en Colombia, México y Perú éstos se encuentran en fase de desarrollo. Asimismo, todos los países de la región disponen de incubadoras de empresas y han acumulado un aprendizaje relevante en este ámbito. Los mecanismos de apoyo introducidos en la década de 1990 sufrían de limitaciones importantes en su funcionamiento debido a la falta de criterios de condicionalidades de resultados en la gestión de las incubadoras. Los países

han aprendido que es necesario establecer un sistema de evaluación de resultados y un sistema de acreditación de los actores intermediarios involucrados en el proceso de selección de proyectos y asignación de recursos. Por ejemplo, con base en evaluaciones de desempeño de programas, Argentina y Chile han introducido recientemente mejoras en los esquemas de apoyo a las incubadoras. Sin embargo, se aprecia que las incubadoras y aceleradoras en la región tienden todavía a operar de manera más cercana con las universidades y los centros de investigación que con las empresas innovadoras líderes.⁶

Gráfico No. 5. Apoyo en América Latina a las Startup: Comparación entre países 2012

⁶ Startup America Latina, promoviendo la innovación en la región.

Categoría	Instrumento	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú
Financiamiento	Capital semilla	●	●	●	●	○	●
	Inversionistas ángeles	○	●	●	●	○	○
	Capital de riesgo	○	●	●	●	●	○
Servicios de apoyo y capacidad empresarial	Incubadoras	●	●	●	●	●	●
	Aceleradoras	●	●	●	○	●	○
	Spin-offs corporativas	○	○	○	○	○	○
	Transferencia tecnológica y Spin-offs universitarias	●	●	●	○	●	○
	Capacitación empresarial	●	●	●	●	●	●
Marco regulatorio	Facilidad para crear/cerrar empresas	○	○	●	●	●	●
	Tributación y legislación especial	○	●	●	○	●	○

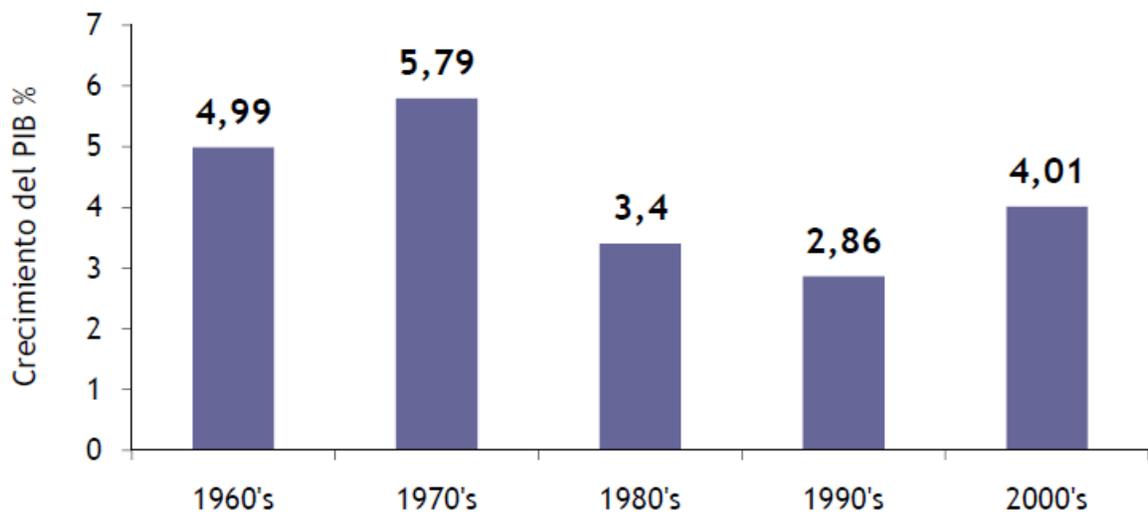
● En operación
● En fase de desarrollo
● Recién creados
○ Necesitan ser creados/reformados

Fuente. datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), Red de Indicadores de Ciencia y Tecnología Iberoamericana e Interamericana (RICYT) y Main Science and Technology Indicators (MSTI) Database de la OCDE

5.1.2 Contexto de Colombia con la apropiación de los centros de desarrollo empresarial. La economía Colombiana empezó a crecer a las más altas tasas de los últimos 30 años – por encima del 7%- así como las exportaciones y la inversión alcanzó toques históricos. Los flujos de inversión extranjera directa pasaron de cerca de 2000 millones de dólares anuales los primeros años de la década anterior, a valores por encima de 10.000 millones a finales de la misma. A pesar de estos avances el país no ha logrado consolidar tasas de

crecimiento por encima del 5 o 6 por ciento en un tiempo extendido. Entre los países latinoamericanos, el crecimiento económico de Colombia durante las últimas décadas se asemeja al promedio regional, que en comparación con otras zonas emergentes ha sido insuficiente, y el PIB por habitante es aún relativamente bajo⁷.

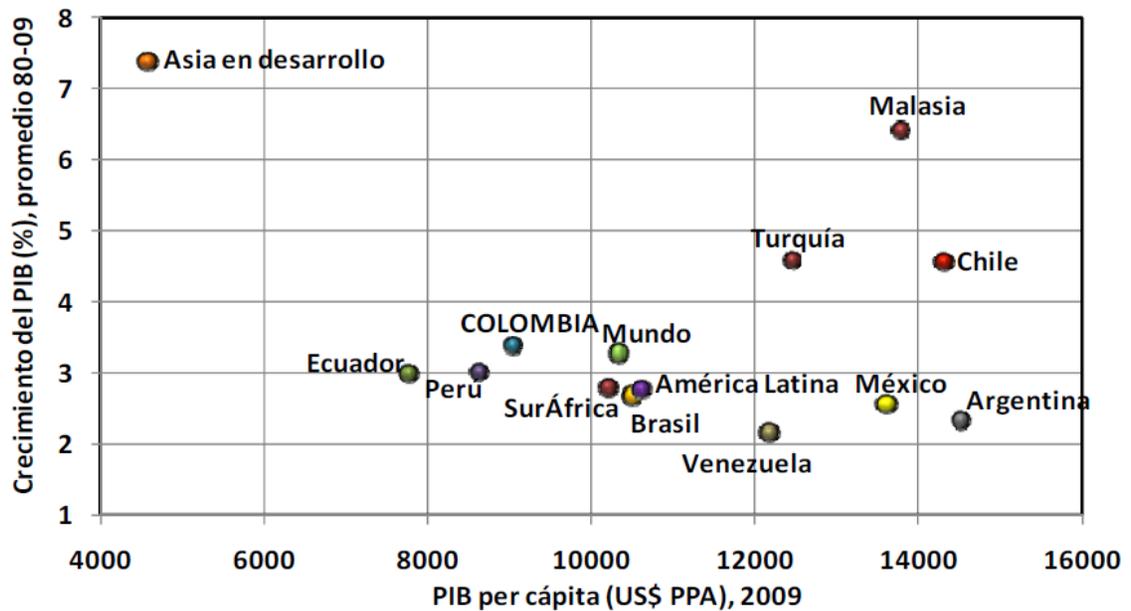
Grafico No. 6. Crecimiento del PIB 1960 – 2009 (Promedio por décadas)



Fuente: DANE

Grafico No. 7. Crecimiento económico (promedio 80 – 09) y PIB por habitante.

⁷ Plan Nacional de Desarrollo 2010 - 2014 .



Fuente: FMI, DANE.

5.1.2.1. “Política industrial” en Colombia⁸. En el pasado la “política industrial” de Colombia se basó en la protección artificial de los sectores, mediante altos aranceles, licencias previas para la importación, monopolio de la importación de productos alimenticios por parte del gobierno, controles de precios de insumos y otras prácticas que restringían la competencia internacional. Aun después de la apertura de los noventa, cuando se presumía la más rigurosa ortodoxia en la política económica, se empezó a pensar en la implementación de políticas de competitividad, que dieran al aparato productivo la capacidad de enfrentar la creciente competencia del mundo globalizado. Los estudios

⁸ Política de desarrollo empresarial, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo 2011

Monitor de Michael Porter son marcan el inicio de las políticas de competitividad en Colombia. Pero sólo en el presente siglo se estableció una institucionalidad para la política de competitividad, con la creación del Sistema Nacional de Competitividad. Desde entonces, la “política industrial” se viene consolidando, teniendo como eje central la COMPETITIVIDAD.

En Colombia la “política industrial” moderna se denomina POLÍTICA DE DESARROLLO EMPRESARIAL y está centrada en la competitividad y se orienta a la eliminación de las barreras y el desarrollo de las empresas en el país. La mejora en el entorno en el que se desenvuelven las empresas crea las condiciones adecuadas para su nacimiento, crecimiento, sostenibilidad y salida ordenada, cuando ello sea necesario. Rigurosas evaluaciones académicas muestran que en el país existe una “política industrial” y que ella registra avances importantes, aun cuando todavía tiene camino por recorrer⁹

Gráfico No. 8. Competitividad para el desarrollo Industrial.

⁹ Guillermo Perry y Marcela Meléndez en una investigación de Fedesarrollo para el BID en 2009.



Fuente. Política de desarrollo empresarial, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo 2011

El Banco Interamericano de Desarrollo formula un proyecto para la creación de Centros de Desarrollo Empresarial en Colombia, con el fin de promover la ampliación del mercado de servicios para las pequeñas empresas de forma que mejore su competitividad ante el marco de apertura económica que vive el país. En forma conjunta con las Cámaras de Comercio y las Seccionales de la Asociación Colombiana de la Pequeña Empresa Industrial (ACOPI) de Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga y Barranquilla, y otras instituciones

privadas de cada localidad, pretenden crear cinco Centros de Desarrollo Empresarial (CDE) en las capitales de las regiones más industrializadas del país. Estos CDE serán autónomos en su gestión estarán coordinados por una unidad nacional y tendrán como objetivo facilitar el acceso de la pequeña empresa a los servicios externos de asistencia técnica que requieren para la mejora de su competitividad.

Se requiere que los CDE actúen prestando los servicios de promoción y extensión empresarial; información empresarial; diagnósticos de competitividad; preparación de proyectos de mejora en los campos de producción e innovación, aseguramiento de la calidad, comercialización y acceso a mercados y gestión y financiamiento; proyectos de costo compartido por grupos de pequeñas empresas; y capacitación en gestión empresarial. Las pequeñas empresas serían las más beneficiadas.

5.2. DESARROLLO EMPRESARIAL EN GIRARDOT

5.2.1. Estructura económica de Girardot¹⁰. La economía de Girardot se basa en el comercio y la explotación turística, debido a que la mayoría de industrias que existían en la localidad cerraron sus puertas por estrategias empresariales y expansión de las organizaciones en el mercado mundial.

¹⁰ Biblioteca Virtual de derecho, economía y ciencias sociales.

Actualmente, “en Girardot existen 2.833 empresas según información de Planeación Municipal, destacándose las empresas de servicios y de obras. Además según datos de Industria y Comercio 3.474 de empresas, entre grandes y pequeños contribuidores, se encuentran organizadas y contribuyendo con impuestos. En esta información se encuentran tiendas, lecherías, hipermercados, etc.”, s e destaca el desarrollo comercial de tiendas y microempresas en la ciudad, auxiliándose los habitantes con los ingresos que se genera por estas actividades comerciales debido a que no hay grandes empresas para emplearse, las pequeñas tiendas que se han generado en la ciudad benefician con sus tributos las arcas del Municipio.

Los sectores más importantes para la economía de Girardot se destacan el Comercio local, restaurantes, cafeterías, heladerías, hoteles, supermercados e hipermercados; presentándose una mayor concentración de ingresos por estas actividades económicas y un crecimiento en la economía local.

Por otra parte, se exhibe una notoria recuperación económica local; debido a las nuevas inversiones locales y al despegue comercial, pero esto no es suficiente para genera nuevos puestos de trabajo que eviten mitigar la problemática social en que se encuentra la localidad por el aumento de mano de obra joven la cual seria apta para cualquier trabajo empresarial.

5.2.1.1. Tipos de empresas de Girardot cantidad y personal. La realidad económica de Girardot se debe a la ausencia de nuevas industrias y la proyección turística del Municipio como medio de desarrollo lo cual originaria nuevas fuentes de trabajo e ingreso para el habitante.

La sustentación de la mediana empresa y centros comerciales se basa en el turismo y la recreación; ya que la mayoría de establecimientos son Comerciales, hoteleros, supermercados e hipermercados generando ingresos para el habitante que se beneficia por estas actividades.

El municipio debe consolidarse como líder en alternativa turística de la provincia del Alto Magdalena en unificación con el Distrito capital para generar paquetes turísticos que a aprovechen los recursos naturales de Girardot fomentando un desarrollo local. A partir de los atractivos turísticos naturales del sector rural, el clima y río; fuentes económicas locales que beneficien los ingresos del Municipio.

Girardot, es turística por excelencia, ya que presenta unos excelentes recursos naturales para el turista de la capital. Pero estos atractivos turísticos son suficientes para generar un pleno empleo para la localidad que por ende forjaría un desarrollo sostenible al habitante.

Además, en la ciudad se destaca la ausencia de políticas ambientales, culturales y turísticas a nivel local; que contribuiría con un mejor desarrollo en el ámbito turístico para la localidad.

El municipio carece de infraestructura turística y nuevas vías de acceso tanto a nivel interno como externo de la localidad. Mientras que Girardot no cuente con infraestructura turística propia no generaría un desarrollo social sostenible.

De otra manera, la infraestructura turística propia fomentaría un mayor desarrollo turístico a nivel local y regional obteniendo mayor demanda de habitantes que visitarían la ciudad por sus infraestructuras imponentes. Al mismo tiempo, la ausencia de nuevas vías de acceso dentro de la localidad y fuera de ella originaría contaminación auditiva, accidentes, trancones de autos y estrés para los habitantes de la localidad y turistas que visitan los días de fiestas.

De otra manera, el abandono del teatro cultural y actividades culturales locales contribuyen con el descuido de la demanda de turistas mayores de 50 años que se encierran en los hoteles sin darles mayor prioridad de nuevas actividades.

En el contexto ambiental el Municipio a través del tiempo ha sido afectado por el río Bogotá, el cual afecta con sus aguas llenas residuos y contaminantes tóxicos al río Magdalena que atraviesa a Girardot dividiendo los Departamentos de Cundinamarca y Tolima.

De otro lado, la contaminación fluvial y los habitantes que se encuentran en las orillas del río contribuyen de forma directa e indirecta al mal aspecto de las riveras del Magdalena exhibiendo la pobreza y mendicidad por la cual se encuentra este extremo de la ciudad.

Mientras, que en otras ciudades Colombianas y extranjeras que dependen del desarrollo turístico fluvial, sus riveras son el epicentro del progreso turístico, cultural y social, en Girardot las riveras exteriorizan el atraso económico, ambiental y turístico originando una vista desagradable para el turista que visita la ciudad, además de lo anterior el aumento de contaminación visual por las pancartas publicitarias y el ruido en exceso generan desequilibrios sociales para la localidad.

Por otra parte, el turismo no puede entenderse como la panacea al desarrollo de Girardot, simplemente es una alternativa económica que contribuye con nuevos ingresos a favor de la localidad.

Cabe advertir; que el turismo solo concebiría empleos los días de fiestas, e igualmente, no favorecería la distribución del ingreso del habitante promedio, pero si generaría desequilibrios sociales como: la propagación de explotación infantil local y la venta de sustancias alucinógenas para los jóvenes turistas que visitan a la ciudad.

Si no se genera políticas conjuntas en el contexto; ambiental, cultural, de seguridad y turísticas se presentarían problemas sociales para la localidad y los visitantes.

De otra forma; el Municipio presenta un desarrollo económico importante en el sector turístico, pero no generaría un equilibrio económico en la producción de nuevos puestos de trabajo. Mientras si se concibe el apoyo a las PYME locales por parte de Fenalco, Cámara de Comercio y Alcaldía; se generaría una alternativa empresarial de mayor envergadura para los habitantes del Municipio creando nuevas oportunidades de manera permanente contribuyendo así a bajar la tasa de desocupación por la cual atraviesa Girardot.

En efecto; el turismo se debe tomar con una alternativa de nuevos ingresos para la localidad, pero no como la panacea al desarrollo para Girardot; ya que trae desequilibrios sociales para los habitantes, las políticas municipales

deben trazarse en pro del fortalecimientos de pequeñas, medianas y grandes empresas que contribuiría con plenos empleos locales permanentes y no esporádicos en la localidad.

En los últimos años se han realizado varios estudios y planes, dirigidos a dotar al municipio de análisis y propuestas para elevar el desempeño económico. Desde diversos sectores e instituciones públicas y privadas, existe preocupación sobre el desarrollo futuro, y se observa un elevado crecimiento de la población y una expansión urbana, que no se corresponden con mejoras en la calidad de vida ni la consolidación del liderazgo municipal en la subregión.

En los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, la dimensión económica del desarrollo de Girardot figura de manera destacada. En forma más precisa, se elaboraron el “Plan estratégico de desarrollo turístico” y el “Perfil económico de Girardot”. Con el fin de impulsar un mejor desempeño productivo, y establecer condiciones de organización del territorio favorables para las actividades económicas, a través de planes se han definido programas y proyectos, dirigidos a dotar de infraestructura, servicios y normatividad sobre el uso del suelo y localización de las actividades, que

faciliten e impulsen el desarrollo económico local¹¹. En el “Plan estratégico de desarrollo turístico”, que se realizó en el segundo semestre del 2005, por iniciativa del Instituto Municipal de Turismo, Cultura y Fomento, se propone potenciar la actividad turística de la región, identificar y aprovechar sus oportunidades y posibilidades, se define hacia dónde se debe dirigir el desarrollo turístico de la ciudad y se proponen acciones para maximizar la eficiencia administrativa de las entidades que rigen la organización turística de la ciudad.

Entre los componentes del plan estratégico de turismo se destaca el diagnóstico situacional. En este, además de un inventario y análisis de los componentes de la actividad turística, se plantean dos temas, considerados prioritarios: una propuesta de productos turísticos y unas iniciativas para su comercialización, complementadas con un programa de apoyo a los servicios y un plan de capacitación o de educación ciudadana para el turismo. En el plan estratégico de turismo, se proponen las siguientes acciones: Fortalecimiento receptivo-mercado asociado a recuperar la calidad urbana en Girardot. Conquistar la demanda, ya localizada en los complejos vacacionales y en los condominios campestres. Mejoramiento de la calidad.¹²

¹¹ Jose María Obando Vega. Municipio de Girardot. Alcaldía de Girardot, Oficina Asesora de Planeación. Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Fomento. Diagnostico situacional del sector turístico de Girardot. Girardot, mayo de 2005.

¹² Plan de Competitividad de Girardot 2007 - 2019

5.2.2. Desarrollo empresarial. Tradicionalmente, el municipio de Girardot ha sido un “cruce de caminos” privilegiado entre Bogotá y el occidente del país, con salida hacia el Pacífico. Ello lo ubica, en la escala suramericana, como parte integral de Integración Caracas- Bogotá-Buenaventura, que posibilita articular el comercio venezolano con el colombiano, lo cual da acceso a la cuenca del Pacífico y a los mercados suramericanos.

Los municipios de Girardot, Ricaurte y Flandes conforman una conurbación, con aproximadamente 165.981 habitantes, de los cuales el 92% residen en la zona urbana. Esta conurbación se ha constituido en el centro principal de actividades de la subregión¹³ del Alto Magdalena¹⁴ y el área circunvecina de municipios de las regiones del Yuma y Sumapaz, en el Tolima, integrada por ocho municipios del departamento de Cundinamarca y seis del Tolima. En ella residen 340.262 habitantes, 78% viven en las cabeceras municipales. Esta continuidad física urbana tiende a extenderse de forma más dispersa, avanzando hacia otros municipios aledaños bajo la modalidad de clubes vacacionales y condominios campestres, a la manera de segunda vivienda. Estos últimos están dando lugar a amplias y exclusivas zonas suburbanas, de estratos medios altos y altos, que en forma progresiva están transformando terrenos tradicionalmente dedicados a la agricultura y la ganadería.

El municipio de Girardot, además, está constituido como el centro administrativo, de servicios y comercio de la subregión del Alto Magdalena. El Plan de Ordenamiento Territorial de Girardot identifica los elementos constitutivos del papel funcional del municipio¹⁵. Allí funcionan las entidades de orden departamental, el Centro Administrativo Provincial (CAP), la oficina regional de la Corporación Autónoma Regional (CAR), la Asociación de Municipios del Alto Magdalena, la sede de la DIAN, la Procuraduría Provincial, y la Cámara de Comercio de Girardot, con una cobertura de 17 municipios en el departamento. Como centro regional de salud, posee el Hospital Regional Universitario La Samaritana y una amplia oferta de servicios médicos privados. Asimismo, es la sede de empresas como ERAS, ACUAGYR, Empresa de Teléfonos de Girardot (ETG), Electrificadora de Cundinamarca, Jumbo, Unicentro, Homecenter y Colsubsidio, y el principal centro de acopio regional. Girardot es el centro educativo de la subregión del Alto Magdalena y posee una oferta educativa y docente para todos los niveles: educación formal pública y privada, desde el preescolar hasta el postgrado; educación no formal en diversas disciplinas, educación técnica, liderada por el Sena y apoyada por la acción municipal de educación para el trabajo; es el centro cultural de la subregión, con bibliotecas, salas de lectura infantil y juvenil, espacios para investigadores, sala múltiple, sala de exposiciones; sede del Fondo Mixto

Cultural del departamento. En turismo, es la sede del Reinado Nacional, donde se reúnen representantes de todos los departamentos del país.¹³

5.2.3. Competitividad regional. La competitividad territorial ha ganado un relativo consenso desde la práctica de su medición por entidades multilaterales, que la consideran como una capacidad para atraer recursos y actividades productivas rentables a espacios geográficos, regiones o países (CEPAL, 2002; IMD, 1999; WEF, 2001). En otras palabras, la competitividad territorial engloba un conjunto de factores que contribuyen a la retención, atracción o potenciación de actividades productivas creadoras de valor y, en este sentido, crean condiciones favorables a la inversión y al desarrollo empresarial.¹⁴

Grafico No 9. Evaluación del nivel de desarrollo socioeconómico de la subregión.

¹³ Plan de Desarrollo ¡Girardot tiene con qué! 2011 – 2015.

¹⁴ Plan de Competitividad de Girardot 2007 – 2019.

Índice de desarrollo y sostenibilidad social ambiental

	Ambiente	Económico	Participación	Estado	Total	Tipología
Alto Magdalena (C)						
Agua de Dios	91,0	13,0	16,0	11,0	21,2	Frágil
Girardot	70,0	39,3	18,4	15,0	26,5	Potencial
Guataqui	90,0	11,9	18,6	13,6	22,7	Frágil
Jerusalén	73,0	19,0	17,7	13,6	22,1	Frágil
Nariño	73,0	14,6	21,1	13,6	22,3	Frágil
Nilo	82,0	15,0	22,1	13,7	23,7	Incipiente
Ricaurte	82,0	25,1	17,8	13,7	24,2	Incipiente
Tocaima	82,0	26,0	17,3	13,9	24,3	Incipiente
Municipios de Tolima						
Coello	64,0	16,9	18,3	13,7	21,0	Precario
Flandes	82,0	24,9	17,1	14,0	24,1	Incipiente
Espinal	82,0	35,0	20,1	14,7	27,4	Potencial
Suárez	70,0	18,3	19,6	13,7	22,3	Frágil
Carmen de Apicalá	60,0	23,8	19,7	13,6	22,4	Frágil
Melgar	64,0	34,0	18,4	14,1	24,6	Incipiente
Promedios	76,1	22,6	18,7	13,7	23,5	Incipiente
Referentes						
Cundinamarca	60,0	28,9	21,9	14,2	24,5	Incipiente
Tolima	64,0	29,9	23,3	15,7	26,2	Potencial
Bogotá	46,0	100,0	84,7	99,8	89,2	Consolidado
Colombia	67,8	19,6	21,1	14,1	23,2	Incipiente

Fuente: Fundación Social 1998

La fortaleza económica de una región es un factor de competitividad que se construye identificando las ventajas “naturales” o comparativas que sustentan su economía, así como las ventajas construidas con innovación y conocimiento, lo que las convierte en ventajas competitivas a largo plazo. Desde la perspectiva de la fortaleza económica, un territorio es más competitivo si su economía ha logrado diversificarse, o es una economía especializada, con altos niveles de encadenamiento a sectores conexos y de apoyo. Esa fortaleza se frena cuando la región tiene altos niveles de pobreza

y desigualdad. La subregión del Alto Magdalena representa el 13,7% (8.320) del total de establecimientos de comercio, industria y servicios registrados en Cundinamarca (60.891) –Censo Económico 1999–, y emplea a un total de 30.868 personas. Extendiendo su área de influencia a algunos municipios de las regiones del Yuma y Sumapaz, en el Tolima, los municipios de Girardot y Espinal son los más importantes, y representan el 46,8% y el 21,2%, respectivamente, del total de establecimientos de la subregión, así como el 51 y el 22,8% del personal ocupado (cuadro 3). Alternativamente, los municipios con menor actividad económica en comercio, industria y servicios son Guataquí, Jerusalén, Nariño, Nilo, Coello y Suárez (todos con menos del 1% de los establecimientos registrados en la subregión). Este diagnóstico de la actividad económica está en concordancia con el nivel de desarrollo identificado como precario o frágil.

Grafico No. 10. Estructura productiva por sector económico.

Municipio	T. Establ.	Personal ocupado	Industria (%)	Comercio (%)	Servicios (%)
Agua de Dios	338	1.042	5,3%	60,1%	34,6%
Girardot	3.894	15.743	5,3%	58,2%	36,5%
Guataquí	27	64	0,0%	55,6%	44,4%
Jerusalén	30	83	6,7%	40,0%	53,3%
Nariño	52	124	3,8%	55,8%	40,4%
Nilo	37	115	2,7%	43,2%	54,1%
Ricaurte	103	843	6,8%	38,8%	54,4%
Tocaima	640	1.651	4,5%	55,6%	39,8%
Subtotal	5.121	19.665	5,2%	57,4%	37,4%
Carmen de Apicalá	186	371	4,1%	66,2%	29,7%
Coello	40	99	12,1%	56,4%	31,4%
Espinal	1.800	7.033	5,9%	68,9%	25,2%
Flandes	570	1.614	9,4%	49,0%	41,7%
Melgar	606	1.996	3,0%	57,9%	39,1%
Suárez	38	89	5,4%	53,7%	40,9%
Subtotal	3.199	11.203	6,0%	62,8%	31,2%
Total	8.320	30.868	5,5%	59,5%	35,0%

Fuente: DANE, Censo económico de Cundinamarca, 1999.

5.2.3.1. Gestión empresarial. Las posibilidades de construir competitividad territorial dependen de que la clase empresarial radicada en la región sea capaz de implementar en sus unidades de producción una administración con estándares de calidad y una orientación hacia la gestión de la innovación tecnológica. Ello significa tener una clase empresarial con alto nivel educativo y capacidad para la innovación y la creatividad. No hay mucha información al respecto, y la más cercana viene del perfil económico realizado por la Universidad de Cundinamarca; allí se estableció que solamente el 16% de los empresarios o gerentes de Girardot tienen formación profesional, y el 70% secundaria o primaria. Este indicador grueso de la calidad de la gerencia

muestra una debilidad estructural para la construcción de competitividad territorial. De acuerdo con el Censo Económico de Cundinamarca (1999), la percepción sobre incorporación de cambio técnico es optimista, y el 40% de las empresas industriales introdujeron alguna mejora; sin embargo, como la gran mayoría de estas empresas pertenecen a sectores de baja intensidad de cambio técnico (productos de panadería, prendas de vestir y estructuras metálicas), es factible inferir que los cambios introducidos son de tipo incremental o de mejora continua, de tal manera que no son empresas innovadoras, en sentido estricto. Un buen ejemplo, es la apuesta estratégica del departamento del Tolima para la creación de un clúster de la innovación en el sector agropecuario de Ibagué-Saldaña - Espinal (Agenda Interna de Productividad y Competitividad del Tolima, 2006)¹⁵.

5.3. CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA SEDE GIRARDOT

Con la idea de conformar y consolidar un centro de desarrollo empresarial para la comunidad Udecina de la seccional Girardot, se tienen en cuenta el fortalecer el tema a nivel regional y nacional, aprovechando las iniciativas y experiencias de otras Instituciones de Educación Superior (IES) colombianas, teniendo en cuenta que hay un número significativo de instituciones que ya

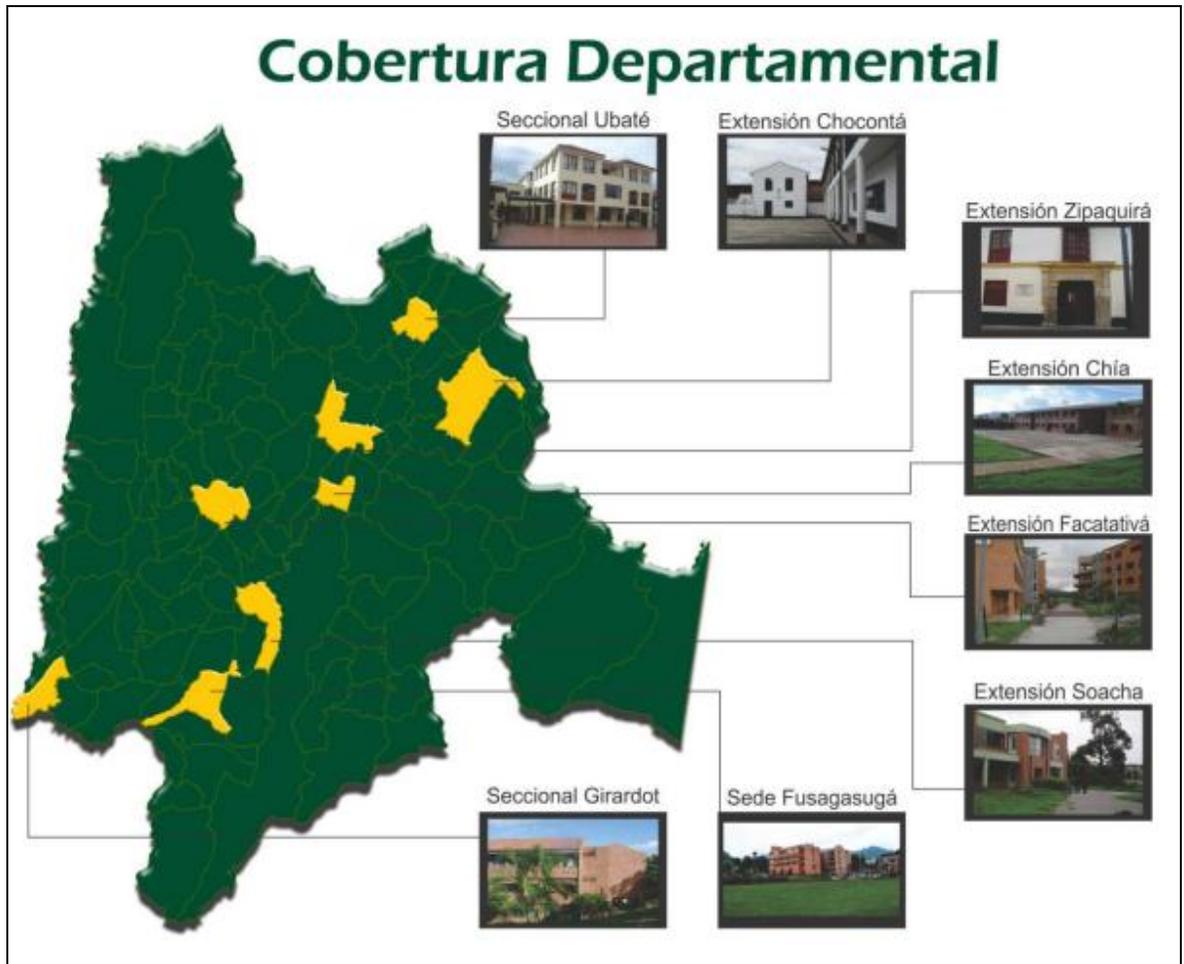
¹⁵ Plan de Competitividad de Girardot 2007 - 2019

cuentan con un centro de desarrollo empresarial, y que estas han sido acompañadas en el proceso de planeación con implementación de planes, presentando un escenario que permite empezar a intercambiar intereses, experiencias y proyectos, de manera que se vean beneficiadas como producto de esto, para que el tema del emprendimiento se desarrolle con mayor prontitud.

5.3.1. Universidad de Cundinamarca, referente histórico. La Universidad de Cundinamarca tuvo sus orígenes en la Ordenanza número 045 del 19 de diciembre de 1969 mediante la cual se creó el Instituto Técnico Universitario de Cundinamarca "ITUC", destinado a ofrecer en las provincias Cundinamarquesas, carreras técnicas de grado medio para bachilleres. El primero de agosto de 1970 inicia labores académicas en la sede Fusagasugá con los programas de: Tecnología Agropecuaria, Tecnología Administrativa y Secretariado Ejecutivo. El siguiente año se crea el programa de Ciencias de la Educación para la formación de profesores y técnicos en 4 y 6 semestres respectivamente. Posteriormente y mediante ordenanza 073 del 7 de diciembre se crea la Seccional del Instituto Universitario de Cundinamarca, ITUC., en la ciudad de Ubaté, la cual inicia labores en el mes de abril de 1973. De igual forma, la ordenanza 014 de 1972 crea la Seccional del Instituto Universitario de Cundinamarca, ITUC., en la ciudad de Girardot, iniciando

labores en esta ciudad el 4 de marzo de 1974. Continúa la institución incrementando la oferta académica, su experiencia e impacto en el Departamento, de tal forma que en el año de 1990 el ITUC solicita al Ministerio de Educación el reconocimiento como Universidad de Cundinamarca, entidad que profiere la resolución N° 19530, del 30 de diciembre de 1992 mediante la cual se hace el reconocimiento institucional a la Universidad de Cundinamarca. Una vez adquiere el estatus de Universidad, se incrementa la presencia en las principales provincias del Departamento.

Grafico No. 11. Cobertura departamental Universidad de Cundinamarca.



Fuente. Oficina de Comunicaciones Universidad de Cundinamarca.

5.3.2. Misión. La Universidad de Cundinamarca es una institución pública local del Siglo XXI, caracterizada por ser una organización social de conocimiento, democrática, autónoma, formadora, agente de la transmodernidad que incorpora los consensos mundiales de la humanidad y las buenas prácticas de gobernanza universitaria, cuya calidad se genera desde los procesos de

enseñanza - aprendizaje, investigación e innovación, e interacción universitaria.

5.3.2.1. Ejes misionales. La alta dirección de la UDEC, en sus ejes misionales ha establecido y socializado aspectos tan importantes como la investigación, encaminada a la proyección social así:

5.3.2.1.1. Fortalecimiento a la investigación. Han sido importantes los avances en materia de investigación en la Universidad de Cundinamarca. En el último cuatrienio se ha organizado y visibilizado un sistema de investigación acorde con las expectativas de las condiciones de Alta Calidad, que corresponde al incremento de indicadores con relación a grupos categorizados, patentes, publicaciones, número de investigadores, productos y servicios pertinentes a las demandas de la sociedad. Por eso, nuestro esfuerzo estará encaminado al paso de la formación de profesionales a la conformación de investigadores.

5.3.2.1.2. Consolidación del sistema de investigación. La institución seguirá empeñada en el permanente avance en la categorización de grupos ante COLCIENCIAS como resultado del fortalecimiento de semilleros de

investigación, una agenda organizada por proyectos, convocatorias internas, convocatorias de cofinanciación externa, publicaciones en revistas indexadas, participación en ponencias nacionales e internacionales y una cultura de apropiación social del conocimiento.

5.3.2.1.3. Desarrollo de la comunidad científica de la Udec. En el próximo cuatrienio se fortalecerá la dinámica de investigación pertinente para la Región, en cumplimiento de los postulados institucionales. Seguiremos concentrados en el desarrollo de proyectos investigativos que respondan a las necesidades y potencialidades del Departamento y la Nación, de manera articulada con el avance de las líneas de investigación de los procesos misionales de docencia y relación con el entorno, en que nos hallamos comprometidos.

5.3.2.1.4. Vinculación con el entorno e impacto social Es claro para la institución que el modelo de Universidad Región, parte del presupuesto de ser globalmente competitiva y localmente comprometida. Por ello, se fortalecerá la extensión de la función docencia a través de la realización de diplomados, conferencias, talleres y eventos de capacitación y actualización. Además, la

función Investigación a través de los adelantos en el desarrollo de sus proyectos, consolidará sus servicios de consultoría, construcción e implementación de patentes y realización de estudios de impacto social, económico, cultural y ambiental. De acuerdo con lo anterior se creará el Centro de Investigaciones Ambientales y agropecuarias, a partir de alianzas estratégicas con el Departamento y organizaciones del sector público y productivo del país. En este propósito igualmente se desarrollarán estrategias para la vinculación y permanente actualización de los egresados de la institución, considerados como el mayor indicador de impacto de la gestión de la Universidad en la sociedad.

La Universidad de Cundinamarca como universidad departamental es la llamada a promover en la región la formación de los futuros profesionales, (de acuerdo a su plan estratégico) y su visión, en pro de responder a las necesidades del sector empresarial.

5.3.3. Caracterización.

5.3.3.1. Justificación. Según el PEI de la Universidad, “El momento en que se realiza el debate sobre el rol que le corresponde asumir a la Universidad de

Cundinamarca en el desarrollo de científico, cultural, social y económico del entorno que le es más próximo, de la nación y de mundo, no puede ser más complejo.

Los avances en la ciencia y la tecnología se suceden de forma vertiginosa en medio de una competencia abierta entre las naciones de mayor desarrollo por imponer los paradigmas que soportan sus modelos de producción, de organización y de gestión en las empresas y en la manera de entender la organización de las naciones y los mercados.

Al parecer, finalmente el modelo de la economía capitalista ha logrado avasallar a las economías centralizadas de los países socialistas y comunistas, demostrando la no viabilidad de sus propuestas de solución a los problemas de la sociedad y que, por lo tanto, el mundo convencido ante las evidencias, se encamina a la unificación de los modelos económicos, políticos y sociales para hacerlos idénticos a los de las naciones triunfantes en el proceso.

Han quedado al descubierto, después de muchos años de haberse escondido a la realidad, que las diferencias ideológicas, culturales y religiosas subsisten generando conflictos y enfrentamientos muy serios entre las etnias, entre los pueblos y entre las naciones. Es decir, una buena parte de los problemas de

la humanidad no han podido todavía ser resueltos y seguramente persistirán por muchos años más”.

Por lo tanto es de vital importancia encaminar a los jóvenes en el emprendimiento, como herramienta para afrontar los retos que nos depara la sociedad actual, de la mano de la globalización y la participación que nos obliga a tener en medida de competitividad y desarrollo empresarial.

En otro aparte el PEI dice: “El mejoramiento de las condiciones de vida de los colombianos requiere de la construcción de soluciones ingeniosas y concertadas a los problemas que afectan nuestra sociedad, la utilización plena de las potencialidades ambientales y de nuestra abundancia de recursos en beneficio de todos, pasa por el desarrollo de la ciencia, las tecnologías y las técnicas para que se adapten a las condiciones particulares de nuestro entorno y de nuestra cultura y es, en esos ámbitos, en los cuales se debe desarrollar de forma más activa la acción formadora de la universidad”.

Estas soluciones están en las mentes creadoras de los estudiantes, que debidamente direccionados desde el Centro de desarrollo Empresarial, enfocan su plan de vida en el desarrollo de empresas que facturan en su favor y garantizan un porvenir donde pueden aplicar sus conocimientos dentro de su propia empresa.

DIRECTRICES:

- A) Políticas de estímulos a las actividades de emprendimiento, empresarialidad y extensión o proyección social
- B) Respuestas académicas del programa a problemas de la comunidad regional y nacional, plasmadas en el desarrollo de ideas de negocio y fortalecimiento empresarial.
- C) Estrategias y actividades de extensión o proyección social de los participantes del programa hacia la comunidad.
- D) Cambios realizados en el entorno, a partir de propuestas emprendedoras resultantes del trabajo académico dentro del programa.
- E) Cambios en el plan de estudios, resultados de experiencias relativas al análisis y propuestas de solución a los problemas del entorno.

5.3.3.2. Misión. Fortalecer las relaciones Universidad-(comunidad) Empresa-Estado- en función del desarrollo empresarial regional, nacional e internacional, a través de acciones de diseño, creación de empresas, consultoría, asesoría, asistencia técnica, investigación y proyección social.

Podrá ofrecer:

Asesoría individual: consiste en ofrecer asesoría y acompañamiento individual reconociendo que cada empresa tiene características únicas y se encuentran en diferentes etapas de desarrollo.

Capacitación: Actividades de preparación a los emprendedores / empresarios en temas de gestión empresarial y gerencial. Su propósito es preparar, desarrollar capacidades en las personas que desarrollan la actividad empresarial, mediante la entrega de conocimientos, desarrollo de habilidades y actitudes necesarias para generar un mejor desempeño, prevenir y solucionar anticipadamente problemas potenciales dentro de la empresa.

Investigación aplicada de negocio y mercado: Esta actividad es necesaria para garantizar el crecimiento y desarrollo de la empresa especialmente en lo relacionado con el acceso a nuevos mercados, la investigación será adaptada a los requisitos de cada cliente y será apoyada por la academia.

5.3.3.3. Objetivos. Promover la cultura empresarial en los estudiantes y comunidades en general mediante el apoyo académico, guiándolos en los diferentes procesos de la organización y en las iniciativas empresariales, universitarias y regionales, hasta la consolidación de sus empresas, acompañándolos con los estudiantes de pregrado, egresados, docentes y del

sector productivo, para garantizar los beneficios económicos de la inversión realizada.

Promover el emprendimiento en los estudiantes desde el aula, en los egresados mediante la generación de ideas innovadoras de proyectos productivos a través del trabajo interdisciplinario, curricular entre docentes y estudiantes de la facultad de ciencias administrativas, económicas y contables.

Motivar la creatividad y el liderazgo como un factor de desarrollo, creación de tejido social y generador de riqueza.

Elaborar proyectos de investigación relacionados con los fenómenos ocurridos en el entorno académico y empresarial, respecto al comportamiento, desarrollo y tendencias del emprendimiento.

Implementar el consultorio empresarial, como apoyo a los estudiantes emprendedores y la comunidad externa en general que solicite asesorías sobre sus ideas de negocio y sus procesos organizacionales.

Realizar diagnósticos empresariales que conlleven a la formulación e implementación de estrategias tendientes a solucionar los principales

problemas de las organizaciones productivas de la región. El cual se desarrollará con la participación de un equipo interdisciplinario conformado por docentes, investigadores, estudiantes, egresados y directivos.

Coordinar con el sector productivo, egresados, facultades, organizaciones no gubernamentales, entidades de desarrollo municipal públicas y privadas, el desarrollo y puesta en marcha de ideas innovadoras.

Ofrecer capacitación a los empresarios por medios de ciclo de cursos, conferencias, diplomados, talleres, seminarios y demás temáticas relacionadas con la problemática empresarial. Esto con el fin de mejorar sus procesos organizacionales que conlleva a mejorar sus condiciones de competitividad y sostenibilidad.

5.4. DIAGNÓSTICO IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL. Al realizar la encuesta dirigida a los estudiantes de la Universidad de Cundinamarca sede Girardot y empresarios de la ciudad, se pudieron obtener los siguientes resultados.

5.4.1 Implementación Centro de Desarrollo Empresarial.

5.4.1.1 Concepto Centro de Desarrollo Empresarial. De las encuestas realizadas, el 54 % de los encuestados, tiene conocimiento de qué es un centro de desarrollo empresarial y sus beneficios para la comunidad, el restante 46 % no sabe qué es un centro de Desarrollo empresarial (Ver Gráfico 12.)

Tabla No 1. Concepto Desarrollo Empresarial.

Concepto CDE	Nj	hi	NJ	HI
SI	43	0,54	43,00	0,54
NO	37	0,46	80,00	1,00
TOTAL	80			

Fuente: Presente estudio

Gráfico No. 12. Concepto Centro de Desarrollo Empresarial.



Fuente: Elaboración propia

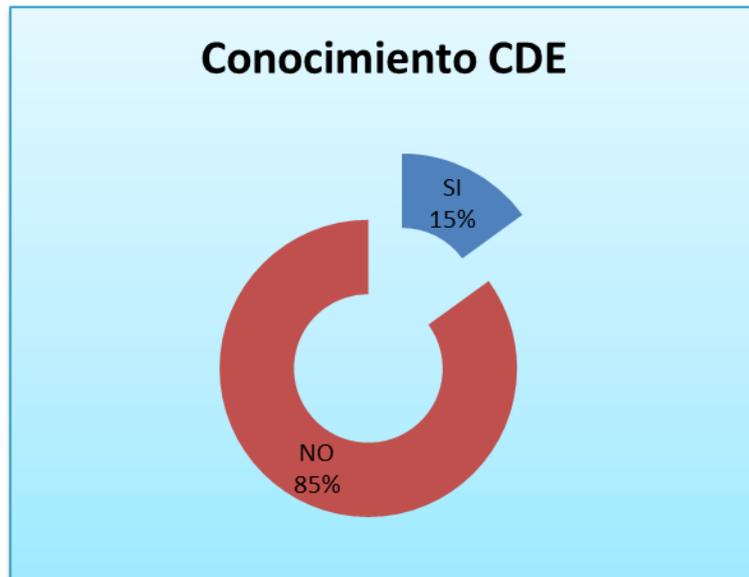
5.4.1.2 Conocimiento de algún centro de Desarrollo Empresarial. Respecto al conocimiento de centros de desarrollo empresarial en la región los encuestados respondieron: un 15 % tiene conocimiento de actividades por parte de la cámara de comercio y la alcaldía donde se realiza el apoyo a los empresarios de la región, 85 % no lo tiene conocimiento de centros de desarrollo empresarial en la región. (Ver Gráfico 13).

Tabla No 2. Conocimiento de Centros de Desarrollo empresarial.

Conocimiento CDE	Nj	hi	NJ	HI
SI	12	0,15	12,00	0,15
NO	68	0,85	80,00	1,00
TOTAL	80			

Fuente: Presente estudio

Gráfico No. 13. Conocimiento de Centros de Desarrollo empresarial en la región.



Fuente: Elaboración propia

5.4.1.3 Divulgación centro de desarrollo empresarial. El 6 % de los encuestados cree que debe publicitarse a través de eventos científicos, el 27 % a través de congresos y el 30 % seminarios, el 11 % cree que deben realizarse relaciones corporativas, el 14 % ruedas de negocio, el 9 % cree que deben realizarse mesas de competitividad y el 4 % piensa que se deben desarrollar otras actividades como ferias empresariales, talleres, blogs científicos y redes sociales (Ver Gráfico .14)

Tabla No 3. Divulgación centro desarrollo empresarial.

Publicidad CDE	Nj	hi	NJ	HI
Eventos científicos	5	0,06	5	0,06
Congresos	22	0,27	27	0,33
Seminarios	24	0,30	51	0,63
Relaciones corporativas	9	0,11	60	0,74
Ruedas de negocio	11	0,14	71	0,88
Mesa de competitividad	7	0,09	78	0,96
Otros	3	0,04	81	1,00
TOTAL	81			

Fuente: Presente estudio

Gráfico 14. Medios de divulgación Centro de Desarrollo empresarial



Fuente: Elaboración propia

5.4.1.4 Necesidades del profesional graduado. Un 44 % de los encuestados cree que en la región se dificulta la empleabilidad para el recién graduado, teniendo en cuenta la poca cantidad de empresas y fábricas existentes en la región, un 37 % asume que la falta de experiencia del recién graduado impide el desarrollo profesional, el 7 % cree que el profesional graduado no tiene posibilidades de ubicarse según los estudios realizados debe generar otras opciones, el 12 % requiere fortalecer conocimiento en áreas específicas como contabilidad y finanzas, gestión humana, etc. El 1 % cree que el profesional recién graduado carece de oportunidades para el emprendimiento (Ver Gráfico No. 15)

Tabla No 4. Necesidades del profesional recién graduado.

Necesidades del Profesional	Nj	Hi	NJ	HI
Empleo	67	0,44	67	0,44
Experiencia	56	0,37	123	0,80
Ubicación en el contexto	10	0,07	133	0,87
Fortalecimiento áreas Específicas	18	0,12	151	0,99
Otros	2	0,01	153	1,00
TOTAL	153			

Fuente: Presente estudio

Gráfico No.15. Necesidades del profesional recién graduado.



Fuente: Elaboración propia

5.4.1.5 Ofrecimiento servicios del Centro de Desarrollo Empresarial. El 16 % de los encuestados responde que un centro de desarrollo empresarial debe realizar congresos, el 23 % que debe tener bolsa de empleo, el 8 % ruedas de negocio y el 9 % incubadora de negocios, el 16 % que debe realizar investigación, el 25 % gestión empresarial, el 3 % cree que deben realizarse capacitaciones en temas de tipo empresarial, programas de préstamos para emprendimiento, paquetes de talleres empresariales y cursos empresariales. (Ver Gráfico No. 16.).

Tabla No 5. Servicios centro de desarrollo empresarial.

Ofrecimiento Servicios de CDE	Nj	hi	NJ	HI
Congresos	46	0,16	46	0,16
Bolsa de Empleo	67	0,23	113	0,39
Ruedas de negocio	22	0,08	135	0,47
Incubadora de negocios	25	0,09	160	0,56
Investigación	45	0,16	205	0,71
Gestión empresarial	73	0,25	278	0,97
Otros	9	0,03	287	1,00
TOTAL	287			

Fuente: Presente estudio

Gráfico 16. Servicios centro de desarrollo empresarial



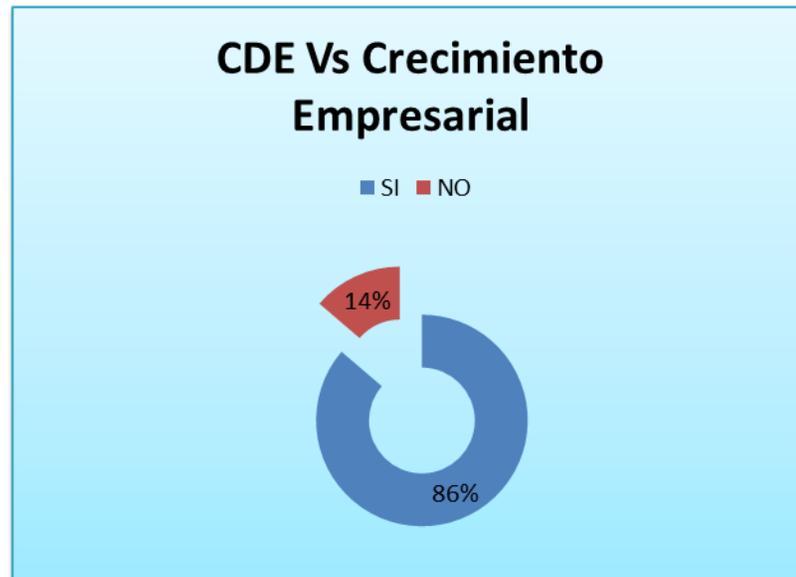
Fuente: Elaboración propia

5.4.1.6 Centro de desarrollo empresarial vs crecimiento empresarial. El 86 % de los encuestados asume que donde existe un centro de desarrollo empresarial se propicia el crecimiento para la región pues redunda en beneficios para el emprendimiento y con capacitación permanente las empresas pueden mantenerse en el tiempo y generar mayores utilidades. El 14 % no encuentra relación entre un centro de desarrollo empresarial y el crecimiento de una región (Ver Gráfico No. 17)

Tabla No 6. Centro desarrollo empresarial Vs Crecimiento empresarial.

CDE Vs Crecimiento Empresarial	Nj	hi	NJ	HI
SI	69	0,86	69,00	0,86
NO	11	0,14	80,00	1,00
TOTAL	80			

Gráfico No. 17. Centro de Desarrollo empresarial Vs crecimiento empresarial.



Fuente: Elaboración propia

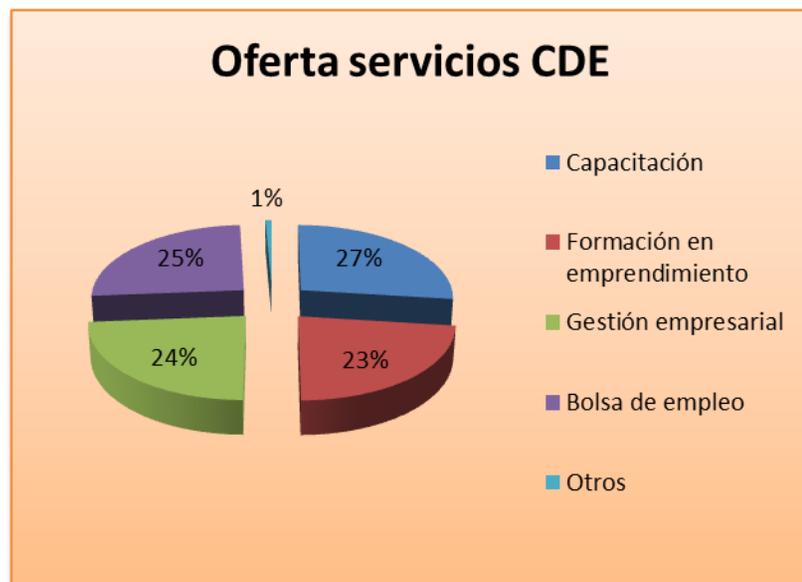
5.4.1.7 Oferta de servicios Centro de Desarrollo empresarial. El 27 % de los encuestados opinan que un centro de desarrollo empresarial debe ofrecer capacitaciones, el 23 % formación en emprendimiento, el 24 % gestión empresarial apoyando al nuevo empresario, el 26 % una bolsa de empleo que contacte directamente al recién graduado con la empresa, el 1 % cree que debe ofrecer alianzas estratégicas con las corporaciones financieras, también que debe prestarse los servicios de incubadora o ideas de negocio. (Ver Gráfico No. 18.)

Tabla No 7. Oferta de servicios centro desarrollo empresarial.

Oferta Servicios CDE	Nj	hi	NJ	HI
Capacitación	76	0,27	76	0,27
Formación en emprendimiento	65	0,23	141	0,50
Gestión empresarial	67	0,24	208	0,74
Bolsa de empleo	72	0,26	280	0,99
Otros	2	0,01	282	1,00
TOTAL	282			

Fuente: Presente estudio

Gráfico No. 18. Oferta de servicios Centro de Desarrollo empresarial



Fuente: Elaboración propia

5.4.1.8 Promoción de Centro de Desarrollo empresarial por parte de la Universidad. El 97 % de los encuestados cree que la universidad es el medio mas propicio para generar y promover un centro de desarrollo empresarial que apoye el empresarismo en la región, el 3 % cree que no solo la universidad puede encargarse de promover en CDE (Ver Gráfico No. 19)

Tabla No 8. Promoción CDE por parte de la Universidad.

Promoción del CDE	Nj	hi	NJ	HI
SI	78	0,975	78,00	0,98
NO	2	0,03	80,00	1,00
TOTAL	80			

Fuente: Presente estudio

Gráfico No. 19. Promoción centro de desarrollo empresarial por parte de la Universidad.



Fuente: Elaboración propia

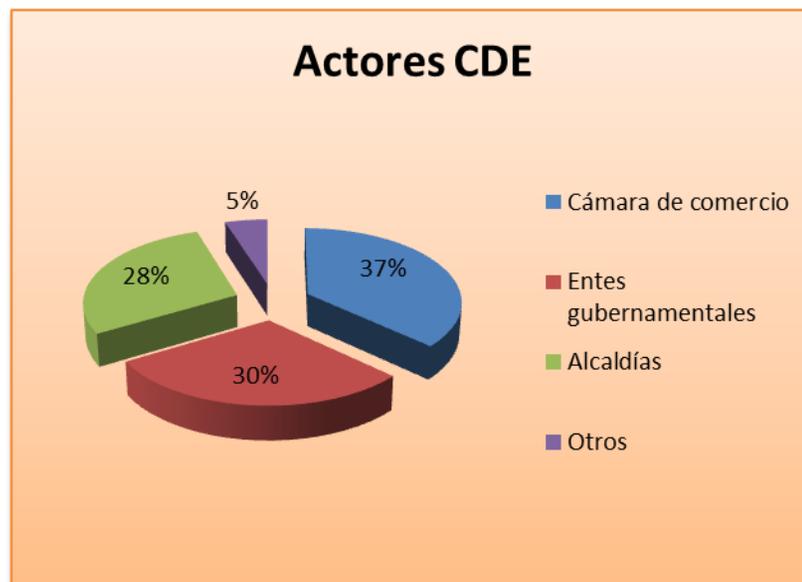
5.4.1.9 Actores del Centro de Desarrollo empresarial. El 37 % de los encuestados cree que la Cámara de Comercio debe ser un actor relevante en el proceso de funcionamiento del CDE, el 30 % opina que los entes gubernamentales deben tener un ingerencia en el desarrollo del CDE, el 29 % piensa que la alcaldía debe involucrarse en el funcionamiento del CDE y el 5 % opina que los empresarios de la región deben apoyar el funcionamiento del CDE. (Ver Gráfico No. 20)

Tabla No 9. Actores CDE.

Actores CDE	Nj	hi	NJ	HI
Cámara de comercio	67	0,37	67	0,37
Entes gubernamentales	54	0,30	121	0,66
Alcaldías	52	0,29	173	0,95
Otros	9	0,05	182	1,00
TOTAL	182			

Fuente: Presente estudio

Gráfico No. 20. Actores del Centro de Desarrollo Empresarial.



Fuente: Elaboración propia

5.4.1.10 Aportes al Centro de Desarrollo empresarial. De los encuestados el 23 % realizaría aportes a la bolsa de empleo, el 43 % apoyaría las ideas de

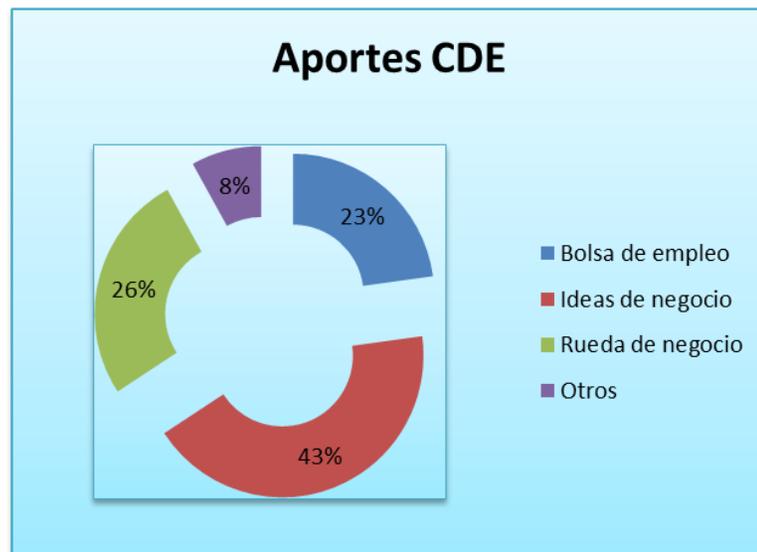
negocio involucrándose en ellas y generando investigación, el 26 % aportaría a las ruedas de negocio y el 8 % se involucraría en otras actividades como las capacitaciones en diferentes temas, la gestión empresarial o la gestión estratégicas con las empresas en la región. (Ver gráfico No. 21)

Tabla No 10. Aportes al CDE.

Aportes CDE	Nj	hi	NJ	HI
Bolsa de empleo	34	0,23	34	0,23
Ideas de negocio	64	0,43	98	0,66
Rueda de negocio	39	0,26	137	0,92
Otros	12	0,08	149	1,00
TOTAL	149			

Fuente: Presente estudio

Gráfico No. 21. Aportes al Centro de Desarrollo Empresarial.



Fuente: Elaboración propia

5.5 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La recopilación de información permitió comprender la necesidad existente de un Centro de desarrollo empresarial que permita a la región su crecimiento y a los empresarios mejorar su entorno.

Crear centros de desarrollo empresarial aunados a los esfuerzos y el conocimiento que tiene la Universidad de Cundinamarca permitirá a los empresarios, estudiantes, emprendedores, el crecimiento de las empresas en la región.

6. PROPUESTA METODOLÓGICA

6.1. DISEÑO ORGANIZACIONAL.

Un centro de desarrollo empresarial tiene como fin prestar los servicios de asesorías y acompañamiento a los emprendedores y empresarios de la universidad y externos.

6.1.1. Objetivo. Apoyar a los estudiantes emprendedores y empresarios, así como a la comunidad externa y microempresarios en Girardot y la región, mediante asesorías, consultorías y acompañamiento que contribuyan a resolver los problemas que puedan enfrentar como empresarios nacientes en

la comunidad, como también en la constitución legal, formalidad de los establecimientos y sociedades, así como en el manejo organizacional.

6.1.2. La población objetivo. Aquellos emprendedores ávidos de acompañamiento en su camino a la empresariedad, empresarios existentes con deseos de fortalecer sus negocios, de ser más competitivos y de explorar posibilidades de crecimiento desarrollo e internacionalización.

6.1.3. Marco institucional. Roles y responsabilidades de los actores

6.1.3.1. Universidad de Cundinamarca sede Girardot. La universidad de Cundinamarca sede Girardot, será la encargada de la dirección del Centro de Desarrollo empresarial con las siguientes funciones:

- Conformar y coordinar el centro de desarrollo empresarial.
- Liderar el programa del centro de desarrollo empresarial en la sede Girardot.
- Apoyar los programas del centro de desarrollo empresarial que se creen en la sede Girardot.
- Ofrecer apoyo técnico e información para el desarrollo óptimo del Programa de Centro de Desarrollo Empresarial.

- Impartir los lineamientos generales a través de los cuales funcionará el CDE y verificar que estos operen de acuerdo a lo establecido.
- Velar por la igualdad, la calidad, la eficiencia y la efectividad en el servicio de los Programas del CDE.
- Velar por el respeto, confidencialidad y confiabilidad en la prestación del servicio ofrecido por el CDE.
- Apoyar la gestión de alianzas interinstitucionales con entidades públicas y privadas, a fin de fortalecer el CDE y contribuir a su sostenibilidad.
- Programar y realizar las reuniones que se requieran para la coordinación, ejecución y seguimiento de los Programas del CDE.
- Definir criterios, indicadores, metas, formatos, entre otros, necesarios para el desarrollo óptimo de los programas del CDE

6.1.3.2. Entidades Asociadas. Son las entidades del sector público, privado o académico que aportarán al funcionamiento del CDE y que deberá realizarlo en un periodo no inferior a dos años. Tendrán las siguientes funciones:

- Adaptar los recursos necesarios para el funcionamiento del Centro. Todos los aportes deberán ser consignados en el presupuesto del CDE.

- Comprometerse a estar vinculado al Centro por un periodo mínimo de 2 años.
- Participar en el Órgano de Directivo.
- Promover la difusión y apoyar los servicios ofrecidos por el Centro.

6.1.3.3. Entidades aliadas. Son todas aquellas instituciones y entidades que apoyarán el CDE eventualmente, a través de la prestación de un servicio o en el desarrollo de actividades específicas.

6.1.4. Requisitos operacionales del CDE. Serán requisitos del Centro de desarrollo empresarial los siguientes:

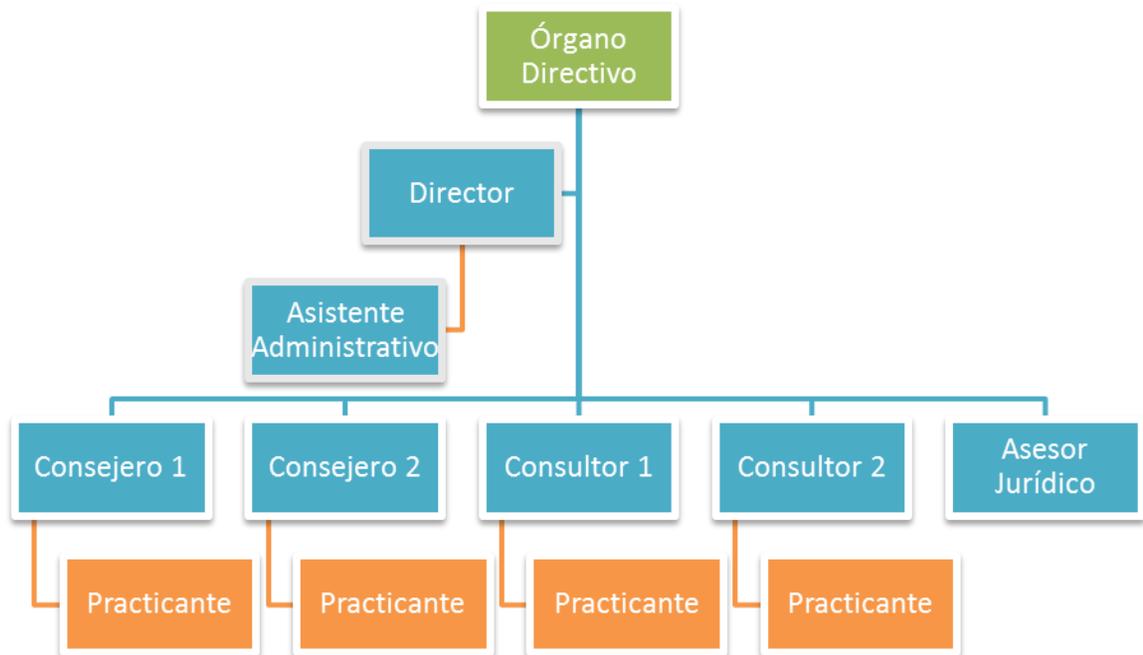
- Gestión de alianzas estratégicas con entidades del sector público, privado y académico.
- Establecer un órgano directivo conformado por un representante de cada programa de la universidad de Cundinamarca sede Girardot y una de las entidades asociadas del Centro el cual será el principal órgano de gobierno del CDE.
- Garantizar la prestación continua del servicio, con el personal del Centro.
- El Centro debe garantizar la consecución del personal idóneo para su operación.

- Se deberá garantizar el espacio físico para desarrollar las actividades del Centro.

6.1.5. Estructura organizacional. Se debe establecer una estructura organizacional que permita cumplir con las metas propuestas.

- a. Órgano Directivo conformado por los directores de los programas existentes en la sede Girardot de la Universidad de Cundinamarca.
- b. Un Director.
- c. 2 consejeros.
- d. 2 consultores.
- e. Un Asesor Jurídico
- f. Practicantes.
- g. Un asistente administrativo.

6.1.5.1. Organigrama Centro Desarrollo Empresarial



6.1.5.1.1. Órgano Directivo. Será el máximo Órgano de gobierno del CDE. Esté estará conformado por el director o coordinador de cada programa existente en la Universidad de Cundinamarca Sede Girardot.

Obligaciones del Órgano Directivo:

- a. Velar por el cumplimiento de las actividades programas para el CDE.
- b. Avalar los planes estratégicos que se desarrollen para el CDE.
- c. Revisar y aprobar las hojas de vida del personal que prestará servicios en el CDE.
- d. Hacer las recomendaciones necesarias, enfocadas a mejorar el desempeño el CDE y a cumplir las metas establecidas.

e. Las demás que se establezcan.

6.1.5.1.2. Director. Todos los Centros deberán contar con un director tiempo completo, este será el enlace entre todos los actores del CDE y será el representante y responsable de la gestión y de los resultados del Centro que dirige.

Perfil requerido para el cargo de Director del CDE:

Nivel académico: Profesional con posgrado graduado en áreas de las ciencias económicas y/o administrativas, ingeniería Industrial y profesiones afines.

Experiencia: Mínimo 4 años de experiencia laboral certificada relacionada en temas de emprendimiento, fortalecimiento empresarial, gerencia de negocios, asesoría a empresas y 2 años en cargos directivos.

Competencias: Habilidad de dirigir y administrar recursos; enfocado a resultados, con capacidad de liderazgo y coordinación de equipos y actividades; capacidad para hacer el seguimiento financiero y administrativo al Centro y para realizar rendición de cuentas; habilidad para forjar alianzas estratégicas en beneficio del Centro y para realizar gestión enfocada a conseguir recursos y fortalecer el Centro; capacidad de asumir compromisos y retos; capacidad de negociación, toma de decisiones estratégicas; capacidad

identificar oportunidades en entorno de la ciudad o región donde se está ubicado el CDE.

Funciones del Director:

- a. Atender las indicaciones del Órgano Directivo sobre la implementación de controles administrativos, financieros y técnicos.
- b. Presentar el Plan Estratégico del Centro al Órgano Directivo para su aprobación y organizar los recursos humanos y financieros disponibles para la ejecución del Plan.
- c. Programar y realizar las reuniones que se requieran para la coordinación, ejecución y seguimiento a la programación del Centro.
- d. Definir conjuntamente con los asesores el cronograma de capacitaciones a los emprendedores/ empresarios y agendas de los eventos del Centro.
- e. Definir criterios para la asignación de los consejeros y consultores de acuerdo a sus competencias y a las características del usuario.
- f. Definir los criterios para la realización de las asistencias técnicas y capacitaciones colectivas conforme a lo establecido en la metodología.
- g. Planear y administrar los diferentes programas del Centro de acuerdo a las necesidades de los grupos de interés.
- h. Diseñar la estrategia de promoción y divulgación de los servicios que ofrece el Centro en la región.

- i. Gestionar alianzas estratégicas que permitan la obtención de recursos, apoyo técnico y patrocinios para beneficio del Centro.
- j. Diseñar programas de capacitación para los asesores que hace parte del Centro.
- k. Hacer seguimiento a los indicadores que se establezcan y tomar medidas correctivas si fuere necesario.

6.1.5.1.3. Consejero. Experto, con experiencia en el sector empresarial, será quien se encargue de los casos críticos y/o estratégicos de las empresas, atenderá empresas con alto potencial de crecimiento.

Perfil requerido para el cargo:

Nivel Académico: Profesional en Administración, Economía, Finanzas, Ingeniería Industrial o afines, con postgrado en áreas relacionadas.

Experiencia: Mínimo 3 años de experiencia profesional relacionada certificada en temas de fortalecimiento empresarial, asesoría a empresas, emprendimiento, desarrollo empresarial y gerencia de negocios y/o en cargos directivos de grandes empresas.

Competencias: Líder, propositivo e innovador y enfocado a resultados; interés por la investigación y el estudio de nuevas tendencias a nivel empresarial;

capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos; poseer habilidades en comunicación y transmisión de conocimientos, venta y negociación.

Funciones:

- a. Dar asesoría y capacitación empresarial enfocada en crear impacto económico.
- b. Proponer nuevos métodos que le permitan obtener resultados positivos y cuantificables en el desempeño de la empresa asesorada, a mediano y largo plazo.
- c. Encargarse de direccionar a los empresarios que requieran una asesoría especializada y justificarla ante el Director.
- d. Contribuir a promocionar los servicios del Centro a usuarios potenciales.
- e. Preparar informes sobre clientes y documentación de capacitación.
- f. Apoyar las capacitaciones colectivas, la organización de ferias, ruedas de negocios, entre otros.
- g. Asistir a las capacitaciones para asesores relacionadas con el desarrollo profesional que programe el director del CDE.
- h. Seguir los lineamientos establecidos por el Director del Centro.
- i. Otros que se le asignen.

6.1.5.1.4. Consultor. Asesor con experiencia profesional en el sector empresarial, será quien se encargue de la asesoría y acompañamiento a las empresas en temas empresariales básicos.

Perfil requerido para el cargo:

Nivel académico: Profesional en Administración, Economía, Finanzas, Ingeniería Industrial o afines.

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia profesional relacionada certificada en temas de fortalecimiento empresarial, asesoría, capacitación y asistencia técnica a empresas.

Competencias: Líder, propositivo, innovador; interés por la investigación y el estudio de nuevas tendencias a nivel empresarial; capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos; trabajo en equipo;- capacidad de tener empatía con el usuario; capacidad para iniciar y estructurar planes de negocios; conocedor de diferentes temáticas, entre ellas: gestión administrativa, gerencia, diseño, producción, calidad, costos, presupuestos, finanzas, planeación, estructura organizacional. Deseable que tenga conocimiento sobre el entorno de la ciudad o región donde se ubicará el Centro.

Funciones:

- a. Atender, diagnosticar, asesorar y dar acompañamiento en el proceso de mejoramiento a las empresas y usuarios según sea la necesidad.
- b. Empoderar al empresario, a través de la identificación de las capacidades, habilidades y competencias que este posee.
- c. Implementar constantemente nuevos métodos que le permitan obtener resultados positivos y cuantificables en el desempeño de la empresa y usuarios asesorados, a mediano y largo plazo.
- d. Enfocarse en crear impacto económico en las empresas y usuarios atendidos.
- e. Promover los servicios del Centro a socios de su comunidad y a clientes potenciales.
- f. Apoyar en labores de capacitaciones colectivas.
- g. Asistir a las capacitaciones para asesores relacionadas con el desarrollo profesional que programe el director del Centro.
- h. Otras que se le asignen.

6.1.5.1.5. Asesor Jurídico. Asesor experto en el sector empresarial. Responsable del asesoramiento legal de las empresas que están siendo atendidas en el Centro.

Perfil del asesor jurídico:

Nivel Académico: Abogado, con postgrado en Derecho comercial o en áreas relacionadas.

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia laboral certificada, relacionada con asesoría a empresas.

Competencias: Propositivo; interés por la investigación y el estudio de nuevas tendencias a nivel empresarial; poseer habilidades en la comunicación; empatía con el usuario; capacidad de orientar y asesorar en los procesos de constitución de empresas, formalización y trámites legales; con conocimiento en propiedad intelectual, registros de marcas y patentes entre otros; y sobre el entorno de la ciudad o región donde se ubicará el Centro.

Funciones del Asesor Jurídico:

- a. Dar asesoría básica en constitución de empresas, formalización, propiedad intelectual, propiedad industrial, registros de marcas y patentes, contratación y todas aquellas relacionadas con el funcionamiento del Centro.
- b. Proponer alternativas jurídicas a las situaciones particulares de las empresas.
- c. Apoyar las capacitaciones colectivas en temas legales.
- d. Asistir a las capacitaciones para asesores relacionadas con el desarrollo profesional que programe el director del Centro.
- e. Otras que se le asignen.

6.1.5.1.6. Practicante. Estudiante universitario de instituciones de educación superior, orientados a la investigación de mercados, temas técnicos, tecnológicos específicos entre otros. Así mismo el Centro recibirá estudiantes de posgrado y pregrado que estén en el proceso de prácticas, elaboración de tesis y trabajos de grado en temáticas específicas que puedan aportar al desarrollo o mejoramiento de las empresas y usuarios atendidas por el Centro.

Nivel académico: Estudiantes de últimos semestres de pregrado o posgrado en Administración, Economía, Finanzas, Ingeniería Industrial o afines.

Las actividades de apoyo prestadas por los estudiantes en práctica se determinaran de acuerdo a las necesidades del Centro.

Competencias de los practicantes: Interesado en conocer el entorno económico, social, demográfico y cultural de la ciudad o de la región y de la problemática del sector empresarial de la ciudad o región; líder, propositivo, innovador; con interés por la investigación y el estudio de nuevas tendencias a nivel empresarial; con capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos;

con competencias en comunicación, venta, negociación, trabajo en equipo, empatía con el personal del CDE y con los usuarios.

Actividades a desarrollar por los practicantes:

a. Apoyar a los asesores del CDE con investigación de mercados, inteligencia competitiva e investigaciones relacionadas con las empresas, de la misma forma los estudiantes podrán elaborar trabajos de grado en temas relacionados con el mejoramiento de las empresas de acuerdo a los conocimientos adquiridos, previo cumplimiento de los requisitos legales y académicos exigidos por la Universidad.

b. Apoyar al Director y a los asesores en el desarrollo de programas y actividades que organice el Centro.

6.1.5.1.7. Asistente administrativo

Nivel académico: Técnico o tecnológico.

Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia certificada en temas de apoyo, asistencia, servicio al cliente.

Competencias: organizado, propositivo, innovador; con capacidad de asumir compromisos, retos y desafíos; competencias de comunicación, trabajo en equipo; empatía con el usuario y dinámico.

Funciones del Asistente administrativo:

a. Prestar servicio al cliente.

- b. Responder a preguntas del usuario y direccionarlos hacia los diferentes servicios del Centro.
- c. Almacenar y actualizar los archivos del Centro.
- d. Hacer trámites administrativos.
- e. Apoyar los procesos para nuevos usuarios y seguimiento de usuarios existentes.
- f. Apoyar a los consejeros en la coordinación de sus actividades, coordinar el envío de encuestas para identificar y medir el impacto económico generado por el Centro.
- g. Otras que se le asignen.

6.1.6. Usuarios: serán usuarios del CDE, los estudiantes de la universidad de Cundinamarca sede Girardot, empresarios de la región, estudiantes con emprendimientos o empresas en cualquier nivel de desarrollo.

6.1.6.1. Compromisos de los usuarios del CDE.

- a. Asistir a las asesorías, congresos, capacitaciones y demás actividades programadas por el CDE, y según lo establecido en el plan de trabajo de cada usuario.
- b. Cumplir con las tareas, trabajos, acciones que se programen en el CDE.

c. Aportar al desarrollo de los programas del Centro de Desarrollo empresarial.

6.1.7. Servicios del CDE

a. Emprendimiento.

b. Ferias empresariales.

c. Ruedas de negocio.

d. Incubadora de negocios.

e. Capacitaciones, congresos, ferias empresariales.

f. Ideas de Negocio.

g. Semilleros de investigación.

h. Consultorio empresarial a graduados.

i. Pasantía.

j. Convenios empresariales.

k. Bolsa de empleo.

6.2. EJES DEL CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

6.2.1 Marco Conceptual. El servicio comunitario basado en la construcción de propuestas de solución de problemas está definitivamente vinculado a la construcción de conocimiento teórico en una interacción permanente

propiciada por la investigación, y enmarcada en el quehacer social del profesional.

De esta manera, se destacan tres ejes fundamentales en este interesante proceso

Dinámico:

- Investigación
- Formulación de conocimiento
- Proyección social

En dicho proceso, la interrelación de estos tres componentes o funciones de la educación superior ha de fomentar el surgimiento de nuevas corrientes vivenciales de pensamiento crítico, creativo y emprendedor.

Grafico No. 22. Líneas del Centro de desarrollo Empresarial.



Fuente: Presente estudio.

6.3. IMPLEMENTACIÓN CONSULTORIO EMPRESARIAL

6.3.1. Emprendimiento. Es la actitud y aptitud que tiene una persona para comenzar nuevos retos y desafíos; es lo que le permite ir más allá de donde otros ya han llegado. La importancia del emprendimiento radica en la necesidad de lograr independencia y estabilidad económica como consecuencia de los niveles de desempleo y la pésima calidad de la mayoría de trabajos existentes, por ello la gente crea alternativas de generar sus

propios recursos, de iniciar sus propias ideas empresariales para no ser empleados y ser empleadores.

Para llegar a ser emprendedor se requiere de espíritu, de determinación y renunciar a la supuesta “estabilidad económica” que ofrece el ser empleado y atreverse a crear empresa.

6.3.1.1. Ruta o etapas del desarrollo del emprendimiento.

- Ideas: Los estudiantes deben generar ideas de negocio permanentemente, sin importar el semestre que estén cursando, serán apoyadas por los docentes para que puedan iniciar su proceso en el consultorio, con la orientación pertinente para que puedan evolucionar hacia la siguiente etapa. Se utilizará la especialización de los docentes como apoyo en direccionamiento y consolidación de las ideas de negocio. Diseño de proyectos de desarrollo comunitario o cursos de extensión.

- Semillas: Los estudiantes empiezan la construcción del plan de negocios, como carta de navegación de su futura empresa y como requisito indispensable para acceder a créditos financieros, además se inscribe

formalmente en el consultorio, haciéndose participé de las convocatorias a eventos de promoción.

- Germinación Y Desarrollo. Se fortalecen los módulos de mercados y financiero, además se presentan los planes de negocio a las entidades de apoyo, Con el fin de obtener los créditos para la ejecución y puesta en marcha de la empresa. Aquí se apoya la legalización de las ideas, realizando eventos como “legaliza tu idea”, donde los estudiantes son acompañados por la gobernación de Cundinamarca para que adjunten los documentos y se direccionan a la creación formal de la empresa, que estando constituida, ya puede solicitar créditos a las entidades financieras, quienes aquí también ofertan sus servicios.

Actividades de germinación y desarrollo empresarial:

DUELO DE EMPRENDEDORES

Espacio de promoción y divulgación de las ideas de negocio, utilizado como motivación y trampolín de los futuros empresarios hacia la conquista de sus ideales.

Justificación:

Llevar a la ejecución las propuestas realizadas, se necesita que los estudiantes facturen, que produzcan y además fomenten empleo en su entorno a través de sus ideas de negocio. Por esta razón se implementa un espacio para todo aquel que sea estudiante de la universidad, sin importar el semestre o programa que esté cursando, participe con sus ideas de negocio debidamente sustentadas en un plan de negocios

Objetivo General:

Desarrollar una plataforma de lanzamiento, a todas las ideas de negocio que los estudiantes tengan, con el fin de apoyarlos en su desarrollo a través del acompañamiento y direccionamiento hacia la formalización de sus empresas.

Objetivos Específicos:

1. Incentivar a los estudiantes para que sean generadores de empresas en la región
2. Desarrollar espacios que permitan el conocimiento de las capacidades emprendedoras de los estudiantes

3. Fomentar el desarrollo empresarial de la región con la creación de nuevas empresas.
4. Vincular al estudiante con la sociedad como empresario.

6.3.2. Empresario: El estudiante ya está facturando con su empresa, pero necesita su legalización o en otros casos fortalecer algunos procesos o elementos de su empresa para su mejor desempeño.

En esta etapa, el Centro de Desarrollo, a través de alianzas estratégicas, fomenta espacios, donde el empresario muestra sus productos y fortalece su negocio, a través de contactos comerciales, que consigue en las ferias empresariales, ruedas de negocio.

- Ferias empresariales. El Centro de desarrollo organizara una feria empresarial, que será el escenario indicado para que el empresario exponga sus productos y servicios promoviendo la comercialización de ellos y la integración con los demás empresarios. De esta manera se fomenta el espíritu y la cultura en la calidad en el servicio, en los productos, y en el trabajo desempeñado.

- Actividades para empresarios: Cadena De Empresarios.

La cadena de empresarios sería un espacio donde se unen todos los empresarios que actualmente están activos y produciendo con sus negocios, constituyendo una red interna de comercio, que apoyara al empresario en su desarrollo, además participaran en ferias municipales, departamentales, nacionales e internacionales que sirvan de plataforma a estos empresarios, que generan expectativa entre sus compañeros, pues se convierten en un ejemplo a seguir y en motivación para los nuevos emprendedores.

- Rueda De Negocios: Se constituye como una herramienta simple y de acción directa, donde se reúnen empresarios, organizaciones e instituciones, nacionales, internacionales, o ambas, con el fin de celebrar entrevistas para promover contactos comerciales entre sí, y de esta forma generar oportunidades de negocio o asociaciones que permitan el mutuo beneficio.

La Rueda de Negocios, además facilita las transacciones de bienes y servicios inter-empresariales entre dichas organizaciones y/o empresas participantes, permitiendo a estas abrir puertas a la internacionalización, marketing a bajo costo, enfocado en la conquista de nuevos mercados que generan oportunidades novedosas en el comercio global, adaptando sus productos a este esquema.

Principales ventajas de las ruedas de negocios.

1. Fomentar la integración entre la Universidad, la empresa privada y las empresas públicas.
2. Incentivar a los estudiantes- empresarios, para que su pequeña y mediana empresa multiplique su interés y gestión en los negocios nacionales e internacionales.
3. Propiciar espacios donde el estudiante aplique el conocimiento adquirido en la academia llevándolo a enfrentar en la práctica su mercado actual, potencial y en algunos casos, su nivel de competitividad internacional.
4. Aumentar los niveles de confianza del estudiante- empresario y del estudiante emprendedor, mediante la aplicación de estrategias de suministro de información adicional, que haga de la actividad un elemento certero en materia de concretar negocios.
5. Preparar a los empresarios en la elasticidad del comportamiento comercial que se amolden a los requerimientos y propuestas de otros agentes económicos.
6. Fomentar el desarrollo de espacios regionales que se proyecten hacia la cooperación con el mercado local, nacional e internacional.
7. Indagar y conocer la información económica necesaria para la ubicación de nichos de mercado que involucren los productos regionales, que por lo general proceden de la pequeña empresa y requieren de una adecuada orientación desde la academia para concretar nuevas formas de asociación

empresarial capaces de enfrentar la globalización de la economía y la integración económica y social.

8. Construcción de espacios de cooperación entre los diferentes actores de la empresarialidad como el gobierno central y sus Instituciones , las gobernaciones departamentales, las alcaldías, organizaciones no gubernamentales, la cámara de comercio, los empresarios y sus asociaciones, etc.

9. Materializar negocios a través del contacto directo entre los pequeños empresarios con grupos específicos de compradores, proveedores, inversionistas, financistas entre otros.

6.3.3. Proyección social. Tiene como fin propiciar y coordinar acciones y estrategias conducentes a la comunidad para desarrollo de sus proyectos con la interacción de los estudiantes, profesores de la universidad de Cundinamarca, contextualizando al estudiante con su medio laboral, a los egresados con su medio ocupacional y fomentando la cultura del emprendimiento y las competencias laborales generales.

Algunas actividades son capacitaciones a las juntas de acción comunal, a madres cabeza de hogar que buscan emprender un proyecto.

6.3.3.1. Objetivos. Generar procesos alternos de aprendizaje que fortalezcan el conocimiento en emprendimiento, planes de negocio,

constitución, fortalecimiento y liquidación de empresas, plan de ordenamiento territorial, direccionamiento jurídico, comercial y logístico para el desarrollo empresarial. Direccionar adecuadamente las ideas de negocio y a los empresarios interesados en fortalecer su empresa. Contribuir al desarrollo sociocultural de la comunidad Cundinamarquesa, brindando oportunidad a estudiantes, egresados, familiares o allegados a cursos complementarios que permitan aclarar el panorama empresarial y fomentar su desarrollo. Generar oportunidad financiera a los emprendedores a través del conocimiento de la elaboración del plan de negocios. Capacitar y formar emprendedores y empresarios capaces de afrontar los retos que impone su macro y micro entorno. Divulgar y socializar las experiencias de empresarios exitosos como motivación a los emprendedores nacientes.

6.3.4. Consultorio Empresarial a Graduados. Contacto con graduados para tener posibilidad de apoyar sus ideas de empresa y ver el desarrollo de la misma, llevar el control administrativo de egresados y estudiantes de pregrado de la universidad de Cundinamarca, y brindar apoyo y seguimiento en sus ideas de negocio.

6.3.5. Pasantía. De la práctica de pasantía. El acuerdo 001 de febrero 09 de febrero 09 de 2011, en su artículo quinto, numeral 1, establece que la Pasantía es una modalidad de las prácticas de Extensión y constituye una

actividad que un estudiante, de manera individual, desarrolla para complementar su formación a través de la vinculación a una organización pública o privada, para realizar una labor específica en alguno de los campos afines a la profesión. Igualmente el Acuerdo 001 establece el tiempo mínimo de duración de una pasantía que será de 480 horas laborales, en donde: cuando la dedicación del estudiante sea de tiempo completo, tendrá una equivalencia de ocho (8) horas diarias y cuando sea de medio tiempo, el equivalente será de cuatro (4) horas diarias.

En el centro de desarrollo empresarial, los estudiantes podrían realizar sus prácticas de pasantía como colaboradores de los proyectos que se llevan a cabo en la universidad de Cundinamarca relacionados con emprendimiento y desarrollo empresarial.

6.3.6. Convenios. El acuerdo entre la universidad de Cundinamarca y otras instituciones tanto públicas como privadas tales como la gobernación de Cundinamarca, alcaldías municipales, el SENA y diferentes empresas privadas en el cual se establecen una serie de condiciones y derechos en los cuales se buscan que las dos organizaciones salgan beneficiadas. Se pretende que la universidad de Cundinamarca, sede Girardot, exista la integración de diferentes actores sociales por medio de los cuales se logra una sinergia adecuada para la consecución de los objetivos. Se busca una

integración entre la academia (UDEC), la gobernación de Cundinamarca y la sociedad,

La universidad tiene contacto con la gobernación y entre ambas entidades existe relación, para la universidad implica progreso, para el gobierno crecimiento social y económico del cual la comunidad recibirá frutos y el gobierno para la universidad es apoyo económico en actividades, ferias, congresos, conferencias y contactos importantes para el desarrollo de las actividades que dispone la universidad para el crecimiento integral de sus estudiantes.

Adicional un gobierno integrado con la academia, fundamentado en la paz y la equidad es aporte importante para la creación de empresa, fomentando la innovación, el emprendimiento y creando nuevas oportunidades funcionales, es decir con capacitación útil y real al alcance de todos. Es importante la universidad en este aspecto porque se necesita de un direccionamiento adecuado que incentive al empresario.

6.3.7. Bolsa de empleos. Realizar convenios entre la Universidad y las empresas tanto del sector público como privado, las alcaldías municipales y los gremios que serían los articuladores, donde la oficina de empleos

suministra la información y la pone en manos del Centro de desarrollo para ser utilizada en beneficio de sus estudiantes.

6.3.7.1. Objetivos. Presentar oportunidades laborales a los estudiantes de la UDEC sede Girardot. Brindar un espacio para que los estudiantes puedan tener oportunidades laborales. Contribuir con la solución a problemáticas económicas que impidan el desempeño académico de los estudiantes. Aprovechar las alianzas que el Consultorio y la UDEC realicen con las diferentes instituciones públicas y privadas de la región.

6.3.7.2. Metodología. Los estudiantes tendrán acceso a la información laboral a través del Consultorio que colocara en su cartelera los listados de las empresas solicitantes, con sus respectivos contactos, para que el interesado se pueda comunicar directamente con las instituciones.

6.3.8. Incubadora de empresas. La implementación de este sistema permitirá a la Universidad de Cundinamarca, sede Girardot, tener un historial de las ideas de negocio inscritas por los estudiantes y hacer un seguimiento a las mismas, con el ánimo de conocer su estado actual y así buscar la forma de financiación de la nueva empresa.

Es necesario tener en cuenta dos puntos para poder desarrollar este sistema: primero se debe planear las diferentes actividades a realizar; con el fin de mostrar un progreso en el proceso, y segundo capacitar a los estudiantes. Gracias a la incubadora se puede estructurar ideas de negocio con un alto nivel de eficacia y eficiencia en el manejo de recursos físicos, financieros y cognoscitivos de cada estudiante.

6.3.8.1. Objetivos. Identificar, proponer y ejecutar programas de capacitación para los estudiantes de la universidad de Cundinamarca que intervienen en el proceso de formulación de ideas de negocio, así como analizar y orientar a los estudiantes en la construcción de proyectos productivos y desarrollo de empresas. Estructurar el direccionamiento estratégico y la base de datos de las ideas de negocio inscritas en la incubadora. Apoyar y asesorar las ideas de negocio, realizando un análisis preliminar de estas ideas, con el ánimo de conocer su viabilidad. Organizar campañas de capacitación para fomentar el progreso de las ideas de negocio, en las diferentes áreas. Participar en el proceso de selección, asesoría y presentación de las ideas de negocio en las ferias empresariales de la universidad de Cundinamarca Sede Girardot.

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo del presente trabajo ha permitido la aplicación y experimentación de conocimientos teórico-prácticos desarrollados a través de la formación académica recibida en la universidad durante la maestría y experiencia profesional.

En la recopilación de información para la elaboración del estudio metodológico del proyecto permitió consolidar el soporte formal para dimensionar teórica y contextualmente el análisis de los diversos conocimientos necesarios para llevar a cabo proyecto de investigación.

La capacidad gerencial necesaria permitió la configuración de un análisis de la realidad económica, social y empresarial para llevar a cabo acciones conducentes al mejoramiento de la calidad de vida será permitida al realizar y sistematizar propuestas para la creación del Centro de Desarrollo Empresarial "Giraemprender"

Se reflejan los propósitos de llevar a cabo acciones que permitan generar valor agregado y tener un escenario donde se realicen acciones para evidenciar la necesidad que tiene la región de un centro que permita el apoyo a empresarios, emprendedores, estudiantes, universidades.

Se visualiza que la creación del Centro de Desarrollo Empresarial, “Giraemprender”, permitirá a los estudiantes y universidades de la región, tener el soporte necesario para generar emprendimiento.

La universidad se encuentra en la capacidad de realizar los aportes necesarios para abrir el Centro de Desarrollo empresarial, generando un impacto positivo en la economía y sector empresa de la región, creando desarrollo empresarial y crecimiento.

Todas las instituciones que están inmersas en la labor educativa deben buscar formas de hacer del proceso de enseñanza aprendizaje una labor motivante, enriquecedora y positiva para el crecimiento del municipio y región en su entorno, es su obligación y también el derecho que se tiene como integrante de la sociedad, recibir por parte de estas instituciones el apoyo educativo para la mejora continua.

BIBLIOGRAFÍA

GERBER Michael E. El mito del emprendedor, España, 2009.

NUENO, Pedro. Emprendiendo hacia el 2020. España, 2009.

RUFINO, José Ignacio. Creación de Empresas para emprendedores. Guía para la elaboración de un plan de negocio. España. 2010.

BENITO HERNANDEZ, Sonia. Creación y Desarrollo de Empresas. España. 2012

Drucker, P. F. (1986). La innovación y el empresario innovador. Cali, Colombia: Editorial Norma.

Varela, R.(2001) Innovación Empresarial: Arte y Ciencia de la Creación de Nuevas Empresas. Bogotá: Pearson Educación.

Varela V. Rodrigo Ph D.(2011) Entrepreneurship Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial, Impresora Feriva S.A.

Varela V. Rodrigo Ph D.(2011) Educacion Empresarial, Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial, Impresora Feriva S.A.

MARIO TAMAYO Y TAMAYO, "METODOLOGÍA FORMAL DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA" EN: MÉXICO 2001. EDITORIAL LIMUSA

MARIO TAMAYO Y TAMAYO, "EL PROYECTO INVESTIGATIVO" EN: COLOMBIA 1996. PUBLICACIONES ICESI

MARIO TAMAYO Y TAMAYO, "PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA" EN: MÉXICO 2002. EDITORIAL LIMUSA

HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO FERNÁNDEZ COLLADO, CARLOS
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

CHIAVENATO ADALBERTO, FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN
UNESCO. Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI:
Visión y Acción. París, 1998.

SERNA GOMEZ HUMBERTO, GERENCIA Y PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

VACA URBINA GABRIEL, EVALUACIÓN DE PROYECTOS

GUIA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE ILPES.

DECRERO 229 DE FEBRERO 1 DE 1995

THOMAS C KINNEAR Y JAMES R TAYLOR, INVESTIGACIÓN DE
MERCADOS

Plan de Competitividad de Girardot 2007 - 2019

Plan de Desarrollo ¡Girardot tiene con que! 2011 - 2014

Sitios Web:

[http://www.alcaldiadeespinal.gov.co/documentos/informacion/aspectosgeneral
es/aspectos.htm](http://www.alcaldiadeespinal.gov.co/documentos/informacion/aspectosgeneral
es/aspectos.htm)

http://www.unibague.edu.co/portal/biblioteca/tolima/contenido_espinal.html

<http://www.expansionyempleo.com/edicion/noticia/0,2458,538571,00.html>

www.tendencias21.net

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA Y EMPRESARIOS DE LA REGIÓN

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

MAESTRIA EN GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR.

OBJETIVO: IDENTIFICAR LA PERCEPCIÓN Y OPORTUNIDAD DE UN CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE GIRARDOT Y LA REGIÓN COMO APOYO EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL.

1. ¿Tiene conocimiento de que es un centro de desarrollo empresarial? Si _____ NO _____.
2. ¿Conoce algún centro de desarrollo empresarial en la región? SI _____ NO _____ ¿Cual? _____
3. ¿Cómo considera usted que debe darse a conocer un centro de desarrollo empresarial en la universidad de Cundinamarca?:
Eventos científicos _____ congresos _____ seminarios _____
relaciones corporativas _____ ruedas de negocio _____ mesa de
competitividad _____ otros _____, ¿Cuál?.
4. ¿Cuáles son las necesidades que tiene el profesional graduado en Girardot para el ejercicio de su profesión?: Empleo: _____ Experiencia:

____ Ubicación en el contexto ____ Fortalecer conocimientos en áreas específicas: ____ Otros ____ ¿Cuáles? _____.

- 5.Cuál de los siguientes servicios se deben ofrecer en un centro de desarrollo empresarial:

Congresos ____ Bolsa de empleo _____ Rueda de negocios ____ Incubadora de negocios _____ Investigación _____ Formación en gestión empresarial _____ Otros ____ ¿Cuáles?

6. Considera usted que un centro de desarrollo empresarial propicia el crecimiento empresarial.

Si ____ No _____

7. Qué tipo de servicios requeriría el centro de desarrollo empresarial.

Capacitación ____ formación en emprendimiento ____ formación en gestión empresarial ____ Bolsa de empleo ____ otros ____ ¿cuáles? _____.

8. Considera que la Universidad debe promover y liderar un centro de desarrollo empresarial para Girardot y su zona de influencia.

Si ____ No ____ Por ____ qué.

9. Cuáles deben ser los actores que participen y cooperen con el centro de desarrollo empresarial:

Cámara de comercio ____ entes gubernamentales ____ alcaldías
municipales ____ otros ____ ¿Cuáles?
_____.

10. Qué aportes realizaría a la implementación del centro de desarrollo
empresarial en Girardot. Participación en las formaciones.

Aportes a la bolsa de empleo ____ aporte a las ideas de negocio ____
creación rueda de negocio ____ otros ____ ¿Cuáles?
_____.