

**Propuesta de modelo de servicios para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial
en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial
de la Universidad Tecnológica de Pereira**

Diana Paola Vergara Andica

**Universidad Tecnológica de Pereira
Facultad de Ciencias Empresariales
Especialización en Gerencia de Proyectos
Pereira
2020**

**Propuesta de modelo de servicios para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial
en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial
de la Universidad Tecnológica de Pereira**

Diana Paola Vergara Ándica

**Trabajo de Grado para optar al título de
Especialista en Gerencia de Proyectos**

Director

Miguel Ángel Aguilar Londoño

Magister en Administración

Universidad Tecnológica de Pereira

Facultad de Ciencias Empresariales

Especialización en Gerencia de Proyectos

Pereira

2020

Nota de aceptación

Firma del Director Trabajo de Grado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Pereira, febrero de 2020

Dedicatoria

Dedico este trabajo de grado principalmente a Dios que me guía, me acompaña y me da luz cada día de mi vida, sacando lo mejor de mí y permitiéndome llegar hasta donde estoy, a lo que un día lo vi tan inalcanzable, hoy gracias a Él, se hace realidad.

A mis padres Amelia y Alberto que siempre estuvieron conmigo, brindándome su amor, su compañía y dándome todo el apoyo que sin duda alguna jamás podré devolver. A mi bebe Daniel, mi motor, mi aliento y mi motivación a ser mejor cada día.

Al señor Wilson Álvarez, que cada noche de trabajo estuvo conmigo aportándome, corrigiéndome y compartiendo todo su conocimiento, todo su apoyo permitió que este sueño se hiciera realidad.

Agradecimientos

A la Universidad Tecnológica de Pereira, por ser mi escuela profesional, enseñándome a ser una persona íntegra, al Director de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial por el apoyo en todo el proceso. Al Decano de la Facultad de Tecnología por aportar ese granito de arena que sin duda alguna hizo posible que llegara este momento tan importante de mi formación. A mi Director de Trabajo de Grado, por aportarme todo su conocimiento y experiencia.

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	17
1 El Problema de Investigación	19
1.1 Planteamiento del Problema	19
1.2 Formulación del Problema.....	20
1.3 Sistematización del Problema.....	21
2 Justificación de la Investigación	22
3 Hipótesis o Supuestos.....	24
4 Marco Referencial.....	25
4.1 Marco Teórico.....	25
4.1.1 Antecedentes	25
4.1.2 Legal	27
4.1.3 Conceptual	29
4.1.3.1 Portafolio de Servicios.....	29
4.1.3.2 Pertinencia en materia de oferta y demanda de servicios.....	30
4.1.3.3 Asesoría Organizacional	32
4.1.3.4 Competitividad Empresarial.....	32
4.1.3.5 Gestión del conocimiento.....	33
4.1.3.6 Extensión Universitaria.....	33
4.1.3.7 Programas Universitarios	35
4.1.3.8 Ambientes de práctica.....	35
4.1.3.9 Servicios de Extensión.....	36
4.1.3.10 SBDC.....	36

4.1.4 Espacial	37
5 Objetivos	39
5.1 Objetivo General.....	39
5.2 Objetivos Específicos.....	39
6 Aspectos metodológicos (Plan Procedimental)	41
6.1 Tipo de Estudio.....	41
6.2 Población y Muestra	41
6.3 Métodos e instrumentos de recolección de datos.....	43
7 Análisis y discusión de resultados.....	44
7.1. Prueba piloto Empresarios	44
8 Encuesta realizada a Estudiantes y Egresados de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP.....	50
9 Encuesta realizada a Empresarios Mi Pymes del Área metropolitana.....	61
10 Encuesta realizada a los docentes de Planta, Transitorios Tiempo Completo y Medio Tiempo de los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.....	69
11 Plan Estratégico del Centro De Desarrollo Empresarial SBDC –UTP 2019.....	80
11.1 Propuesta de Misión, Visión y Valores del Centro de Desarrollo Empresarial de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira	80
11.1.1 Misión	80

11.1.2	Visión.....	80
11.1.3	Valores.....	80
12	Identificación de los principales grupos de interés del Centro de Desarrollo Empresarial de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira y sus expectativas.....	82
13	Determinar el rol que juega el SBDC en el desarrollo económico regional y dentro de su institución anfitriona.....	85
14	Propuesta de la Estructura Organizacional del centro de desarrollo Empresarial SBDC-UTP Pereira (organigrama).....	87
15	Análisis DOFA, identificando las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del SBDC UTP Pereira.....	91
16	Propuesta de Mapa estratégico (Estrategias, Objetivos e indicadores).....	92
17	Servicios de Formación y Asesoría.....	93
17.1	Servicios de formación.....	93
17.1.1	Clientes Nivel 1 (Emprendedores).....	93
17.1.2	Clientes Nivel 2 (Empresas creadas).....	93
17.1.3	Clientes Nivel 3:.....	94
17.1.4	Servicios de Investigación de Mercados:.....	94
17.2	Servicios de Asesoría.....	95
17.2.1	Clientes Nivel 1:.....	95
17.2.2	Clientes Nivel 2:.....	96
17.2.3	Clientes Nivel 3:.....	97
18	Plan operativo del centro de desarrollo empresarial SBDC UTP Pereira 2019.....	99

19	Metas de Impacto Económico	101
20	Metas de Clientes Atendidos	102
21	Metas de Capacitación.....	103
22	Metas de Horas de Asesoría	104
23	Recomendaciones	105
24	Conclusión General.....	107
25	Referencias Bibliográficas.....	109
26	Glosario.....	111

Lista de Tablas

Pág.

Tabla 1. Apreciaciones pregunta No. 8, Apreciaciones Empresarios.....	48
Tabla 2. Apreciaciones pregunta No. 8, Apreciaciones Estudiantes y Egresados	48
Tabla 3. Apreciaciones a la pregunta No. 8 encuesta egresados	55
Tabla 4. Apreciaciones pregunta No 8 encuesta empresarios My pimes	66
Tabla 5. Apreciaciones encuestados	76
Tabla 6. ¿Cuáles considera usted que son las principales fortalezas con las que cuentan los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial?	76
Tabla 7. ¿Cuáles considera usted que son los factores que condicionarían la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en la UTP?.....	77
Tabla 8. Análisis DOFA SBDC UTP.	91
Tabla 9. Intensidad Horaria CDE por roles	99
Tabla 10. Meta de Impacto Económico	101
Tabla 11. Niveles de Clientes Atendidos	102
Tabla 12. Metas de Capacitación	103
Tabla 13. Metas de horas de asesoría.....	104

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Con que cuenta actualmente.....	45
Figura 2. Cómo recibir servicios de acompañamiento.....	45
Figura 3. Para que se requiere los servicios de acompañamiento.....	45
Figura 4. Opciones de servicios de acompañamiento empresarial	46
Figura 5. Preferibles opciones de servicio de asesoría	46
Figura 6.	46
Figura 7. Motivación para iniciar un proceso de acompañamiento empresarial	47
Figura 8. Es importante que la UTP ofrezca este tipo de servicios	47
Figura 9. Disposición en pagar por este servicio	48
Figura 10. Con lo que los estudiantes cuentan actualmente	50
Figura 11. ¿De qué manera está usted interesado en recibir servicios de acompañamiento empresarial?	50
Figura 12. ¿Los servicios de acompañamiento los requiere para? Elaboración Propia.....	51
Figura 13.¿Cuál de los siguientes servicios de acompañamiento empresarial le gustaría recibir? Elaboración Propia.....	51
Figura 14. ¿Cuál de los siguientes servicios de asesoría y/o Formación Empresarial considera necesario obtener para el mejoramiento de su empresa? Elaboración Propia	52
Figura 15. ¿Ha recibido usted ayuda en alguno de los anteriores servicios?.....	53
Figura 16. ¿Qué le motivaría a iniciar un proceso de acompañamiento empresarial?	53
Figura 17. ¿Considera usted importante que la Universidad Tecnológica de Pereira ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial?.....	54
Figura 18. ¿Estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de servicios empresariales?	59
Figura 19. Opciones de negocios de los empresarios	61
Figura 20. De qué manera está usted interesado en recibir servicios de acompañamiento empresarial.....	61
Figura 21. Los servicios de acompañamiento los requiere para:.....	62
Figura 22. ¿Cuál de los siguientes servicios de acompañamiento empresarial le gustaría recibir?	62

Figura 23. ¿Cuál de los siguientes servicios de asesoría y/o Formación Empresarial considera necesario obtener para el mejoramiento de su empresa?	63
Figura 24. ¿Ha recibido usted ayuda en alguno de los anteriores servicios?.....	64
Figura 25. ¿Qué le motivaría a iniciar un proceso de acompañamiento empresarial?	64
Figura 26. ¿Considera usted importante que la Universidad Tecnológica de Pereira ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial?	65
Figura 27. ¿Estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de servicios empresariales?	67
Figura 28. Indique su tipo de vinculación con la UTP	69
Figura 29. Indique el Nodo en el que se desempeña con mayor intensidad	70
Figura 30. ¿Qué tan importante considera la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en el marco de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP?....	71
Figura 31.¿Cuál considera que debería ser el principal enfoque del Centro de Desarrollo Empresarial?	72
Figura 32. ¿Indique el área sobre la cual se debería dar mayor relevancia en materia de asesorías por parte del Centro de Desarrollo Empresarial?	73
Figura 33. ¿Cuál considera usted que deberá ser el número de estudiantes que conforme cada equipo de práctica?	74
Figura 34. ¿Está dispuesto a coordinar equipos de práctica conformado por estudiantes?	75
Figura 35. ¿Indique su disponibilidad en horas para la prestación del servicio de asesorías?	78
Figura 36. Estructura Organizacional	87
Figura 37. Propuesta de Mapa estratégico	92

Ficha Técnica

Título del Proyecto: Propuesta de modelo de servicios para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Estudiante: Diana Paola Vergara Andica

Líneas de Investigación:

Capacidades Tecnológicas de las Organizaciones:

- Análisis de las Capacidades Tecnológicas de la Universidad.
- Análisis de las Capacidades Tecnológicas del Sector Empresarial
- Análisis de las Capacidades Tecnológicas Territoriales
- Análisis de los Procesos de Innovación en las Organizaciones

Economía y Tecnología:

- Diagnóstico y Estrategias tecno-económicas para el crecimiento y el desarrollo
- Economía Institucional. Estructura de relaciones y generación de conocimiento e innovación
- Economía y Política del cambio tecnológico y de la Innovación
- Internacionalización, cambio técnico y competitividad sectorial, regional y nacional
- Propiedad intelectual y desarrollo tecnológico y económico

Logística: Estrategia de la cadena de Suministro:

- Aplicación de modelos para mejorar la productividad y competitividad en la cadena de suministro
- Gestión del conocimiento e Innovación
- Optimización de la logística inversa en el rescate del medio ambiente
- Optimización logística Sincronización de la cadena de suministro

Productividad y Competitividad en las Organizaciones

- Análisis de Capacidades tecnológicas en las Organizaciones
- Gestión Tecnológica
- Innovación Social y estrategia
- Productividad y Competitividad en las Organizaciones

Duración del proyecto: Nueve meses

Tipo de Proyecto: Investigación Aplicada

Resumen

El proceso de Globalización de la economía exige que las empresas y actores clave del desarrollo, como las instituciones de educación superior, logren generar ventajas competitivas en el mercado en el cual se desenvuelven. Lo anterior se constituye en una oportunidad que representa un beneficio tanto para el sector empresarial como para la Universidad, en la posibilidad de generar espacios de prácticas y apoyo empresarial que dinamicen estas relaciones y fortalezcan los Programas de Tecnología y Administración industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Palabras Claves: Administración Industrial – Métodos de Enseñanza, Centros de Desarrollo Empresarial, Emprendimiento, Formación Profesional de Empresarios, Tecnología Industrial – Métodos de Enseñanza.

Abstract

The process of Globalization of the economy requires that companies and key development actors, such as institutions of higher education, achieve competitive advantages in the market in which they operate. The above is an opportunity that represents a benefit for both the business sector and the university, in the possibility of generating practice and business support spaces that energize these relationships and strengthen the Technology and Industrial Administration Programs of the Technological University of Pereira.

Keywords: Industrial Administration - Teaching Methods, Business Development Centers, Entrepreneurship, Professional Training of Entrepreneurs, Industrial Technology - Teaching Methods.

Introducción

En el año 2006 Colombia se vinculó al proceso investigativo GEM (Global Entrepreneurship Monitor), quien hace una medición sobre la actividad emprendedora en un País y del cual para el periodo 2017-8 hicieron parte 73 países de los cinco continentes, que representan el 67,8 de la población mundial y el 86% del PIB mundial, según el informe, las economías con mayores niveles de desarrollo económico generalmente reportan niveles más altos de creación de empresas impulsadas por las oportunidades y mayores niveles de innovación.

Según el informe GEM 2017-8 Colombia se concluye para Colombia “En general, los resultados GEM 2017 muestran que se ha generado una cultura emprendedora en la que el estatus del empresario y la percepción del emprendimiento como opción deseable de carrera profesional se han consolidado. Por su parte, el miedo al fracaso ha disminuido, a pesar de que la percepción sobre la cobertura de los medios de comunicación ha ido decreciendo. Al parecer, la formulación e implementación de políticas que incentivan el emprendimiento han afianzado la confianza de los colombianos en sus capacidades para iniciar un negocio, lo que puede llevar a que la identificación de oportunidades sea más selectiva, con lo cual se genera un entorno favorable para la creación de empresas y el surgimiento de emprendedores potenciales” p.28 Estudio GEM 2017-8.

Lo anterior no permite identificar la importancia de la temática en estudio, así como las posibilidades que tienen la Universidad para apoyar el emprendimiento desde sus procesos de extensión universitaria con la creación del Centro de Desarrollo empresarial propuesto en el presente trabajo de investigación.

De otro lado, la gran mayoría de las organizaciones tienen como meta la eficiencia en sus procesos y en el desarrollo de sus actividades. Calderón Parra, (2016) afirma que “la extensión Universitaria se constituye como la tercera función sustantiva de las universidades y como el elemento dinamizador que facilita el flujo continuo de conocimientos compartidos entre la universidad y la sociedad” (p.1). Es por esto que se considera importante la realización de este proyecto para dinamizar y fortalecer la relación entre las organizaciones y los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira, en la medida en que facilita la aplicación práctica del conocimiento y su impacto esperado en las unidades económicas atendidas.

El propósito fundamental es entonces establecer las bases para la creación de un centro de desarrollo empresarial en los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira, que apoye y estimule la actividad emprendedora en la comunidad universitaria y facilite así mismo la articulación con el sector empresarial de Risaralda, en donde de esta manera se favorezca el desarrollo de los equipos emprendedores y sus redes de contactos, se mejore el acceso al financiamiento y se fortalezca el proceso emprendedor en el municipio, constituyéndose esto en un aporte importante de la enseñanza universitaria en el proceso emprendedor.

1 El Problema de Investigación

1.1 Planteamiento del Problema

Los estudiantes de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial no logran concretar las iniciativas de emprendimiento que desarrollan en los ambientes de estudio. Medina y Nieto (2018) en su proyecto “fortalecimiento de los servicios de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira”. Muestran que existe un alto nivel de frustración y desmotivación frente a la posibilidad de desarrollar iniciativas de empresa que generen impacto en la región.

Lo anterior se debe en gran parte a que la Universidad Tecnológica de Pereira no cuenta actualmente con un Centro de Desarrollo Empresarial que promueva a través de un modelo de servicios en emprendimiento las iniciativas de la comunidad académica específicamente del estudiantado interesado en las dinámicas de emprendimiento, en donde se logren articular y potencializar las capacidades de los docentes de las diferentes disciplinas a las que pertenecen y que de igual manera se puedan aprovechar los recursos del estado central para el desarrollo de esta iniciativa.

En Colombia existen grandes posibilidades para que las instituciones educativas se apropien de herramientas de apoyo del gobierno central en la implementación de los Centro de Desarrollo Empresarial, en Colombia los Centro de Desarrollo Empresarial son mencionados explícitamente en la política de desarrollo Conpes 3866 del año 2016, del consejo nacional de política económica y social, en el capítulo dedicado a aumentar la actividad innovadora y el emprendimiento en el

aparato productivo, de igual manera se establece que el Ministerio de industria comercio y turismo fortalecerá los programas de centros de desarrollo empresarial bajo la modelo de SBDC (Small Business Development Center).

En el reto por mejorar la competitividad de las empresas y en general el bienestar de las comunidades para lograr un desarrollo económico y social de las regiones, es indudable el importante papel que desempeñan los Centros de Desarrollo Empresarial, pues, generalmente, por intermedio de ellos se logran los procesos de innovación que mejoran la productividad y la competitividad empresarial. También es ampliamente reconocido el papel que juegan las universidades para lograr los propósitos arriba mencionados.

Por lo tanto, es importante que la Universidad Tecnológica cuente con un Centro de Desarrollo Empresarial que de manera sistemática y eficiente articule y ofrezca los servicios de apoyo al sector empresarial, facilitando la participación de la comunidad académica y convirtiendo esta posibilidad en un mecanismo para generar ventajas competitivas y posibilidades de generación de recursos para la sostenibilidad del Centro de Desarrollo Empresarial.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo establecer un Modelo de Servicios que facilite la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira, que promueva iniciativas de emprendimiento y empresarismo en la comunidad académica, así como la articulación y la generación de impacto económico en el sector empresarial del Área Metropolitana?

1.3 Sistematización del Problema

1. ¿Cómo describir las características de la demanda de servicios de formación y asesoría empresarial de la comunidad académica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira y del sector empresarial del Área Metropolitana para el año 2019?

2. ¿Cómo describir las características de la oferta disponible de servicios de formación y asesoría empresarial de la comunidad académica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019?

3. ¿Cuáles son los factores claves para el establecimiento de un modelo de servicios que facilite la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019?

4. ¿Cómo definir los lineamientos del plan estratégico para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019?

5. ¿Cómo establecer un Plan operativo que permita la implementación del Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019?

2 Justificación de la Investigación

El desarrollo de esta propuesta está basada en la necesidad que existe en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de un Centro de Desarrollo Empresarial, por lo que se está desaprovechando enormemente el apoyo que se podría brindar a la comunidad en general.

Los docentes vinculados a cada uno de los grupos de investigación de los programas, no sólo cuentan con la idoneidad profesional y experiencial, sino que también están dispuestos a realizar asesorías que conduzcan al fortalecimiento empresarial de la región desde un modelo complementario de ambientes de aprendizaje.

La Universidad podría brindar apoyo a los empresarios en la atención de sus diferentes necesidades de carácter organizacional y productivo y estos dispondrían de ambientes de práctica para que los estudiantes antes de ser profesionales, aporten a la solución de problemas reales, contando con el acompañamiento de docentes expertos, dando así respuesta a necesidades de empresas Mi pymes vinculadas a Prácticas Empresariales de la Vicerrectoría de Investigaciones Innovación y Extensión de la Universidad Tecnológica de Pereira y así terminar con el estancamiento que se tiene actualmente en materia de asesorías de emprendimiento.

Este trabajo les aporta a los futuros profesionales, no esperar a terminar sus estudios de pregrado para tener una experiencia laboral acorde a las necesidades de los empresarios.

A partir de estas justificaciones se hace importante, proponer el modelo de servicios para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial que responda a las necesidades de estudiantes, docentes y pequeños empresarios y a todos quienes presenten determinadas debilidades en todos y cada uno de los temas.

Se espera que, con ello, se generen respuestas que le permitan a la población involucrada, ser mucho más sólida a la hora de requerir asesorías en dichos temas.

3 Hipótesis o Supuestos

La creación de un Centro de Desarrollo Empresarial genera un impacto económico en el sector empresarial regional que desde su oferta de servicios promueve el desarrollo de las actividades de emprendimiento y empresarismo en la comunidad académica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

4 Marco Referencial

4.1 Marco Teórico

4.1.1 Antecedentes. Dado que la temática abordada en este trabajo de investigación involucra diferentes componentes que conservan una estrecha relación con la extensión universitaria y factores asociados a su divulgación, éste punto presenta el resultado de consultas de fuentes secundarias que facilitan la comprensión teórica de posturas adoptadas por múltiples autores que han aportado a la construcción de conocimiento asociado al tema en estudio.

En primer lugar se tomó como referente la Propuesta Proyecto de Extensión y Proyección Social del Programa de Tecnología Industrial, presentado por el Profesor Mauricio Calderón Parra al Comité Curricular del Programa de Tecnología Industrial, Calderón Parra, (2016) menciona que “según el resultado que arrojó el informe de Autoevaluación con fines de re-acreditación, se presenta el hecho que el programa no cuenta con un proyecto estructurado de extensión y proyección social, por lo que se debe diseñar un plan que dinamice los procesos de extensión”.(p. 2).

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Dirección de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, (2014) propuso el “Manual Operativo - Centros de Desarrollo Empresarial para las Mi pymes”, dicho manual se constituye en el segundo documento consultado en esta investigación como referente para la estructuración del presente proyecto de investigación a través del cual se busca brindar elementos que contribuyan a la integración de conocimiento relacionado con esta temática.

Universidad Tecnológica de Pereira. Oficina de Planeación, (2016), La tercera investigación es el Proyecto: Centro de Innovación y Desarrollo Tecnológico – CIDT – Oficina de Planeación de la Universidad Tecnológica de Pereira. En este proyecto se evidencia que la descripción del proyecto hace referencia a las capacidades de investigación y desarrollo que existe en el eje cafetero que se pueden enfocar en la creación de empresas y la generación de bienes y servicios.

La cuarta investigación tiene que ver con el “Centro de Desarrollo del Emprendimiento Empresarial – CDEE – Politécnico Costa Atlántica, la cual está planteada sobre la base de los factores: Integralidad, transversalidad e interinstitucionalidad; haciendo referencia al acercamiento e intervención del estudiante en el medio organizacional regional, lo cual es de alto interés para el presente trabajo de investigación.

La cuarta investigación se enfocó en analizar aspectos de interés para este proyecto de investigación propuestos desde el proyecto SBDC (Small Business Development center) Centros de Desarrollo para las pequeñas empresas de EE.UU, el cual fue financiado por su Departamento de Estado e implementado en Colombia desde febrero de 2013, iniciando con un diplomado para futuros asesores y Directores de los SBDC en las principales ciudades del País. Hoy este modelo es liderado por Instituciones como el Sena que lo viene implementando en sus 33 regionales y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en todo el País.

Si bien las investigaciones antes mencionadas no son consideradas como referencia directa, el objeto de cada una de ellas y alguno de sus componentes, tienen relación con el objeto y apartados del presente proyecto, lo cual ha sido considerado por la investigadora como referente

inicial en la búsqueda de información que contribuya a fundamentar la integración de conocimiento correspondiente.

4.1.2 Legal. La Universidad Tecnológica de Pereira en su (acuerdo 11 del 12 de abril de 2004) señala que la Extensión deberá articularse con la Docencia y con la Investigación y partirá de las fortalezas propias de la Universidad” entre las diferentes modalidades de extensión, se encuentran las Asesorías, consultorías, asistencia técnica, entre otros. Posteriormente el Estatuto básico de extensión de la Universidad de Antioquia en el Acuerdo Superior 24 29 de septiembre de 1997, tiene por objeto la búsqueda, el desarrollo y la difusión del conocimiento en los campos de las humanidades, de la ciencia, de las artes, de la filosofía, de la técnica y de la tecnología.

Ley 30 de diciembre 28 de 1992, por la cual se organiza el servicio público de la Educación Superior. Artículo 120, vale la pena destacar que dentro de la normatividad colombiana se indica que la extensión comprende los programas de educación permanente, cursos, seminarios y demás programas destinados a la difusión de los conocimientos, al intercambio de experiencias, así como las actividades de servicio tendientes a procurar el bienestar general de la comunidad y la satisfacción de las necesidades de la sociedad

Las normas de mayor relevancia al fortalecimiento empresarial son:

- Plan Nacional de Desarrollo
- Ley 590 de 2000. “Para la promoción de las micro, pequeñas y medianas empresas” y Ley 905 de 2004
- Ley 1014 de 2006 “De Fomento a la Cultura del Emprendimiento”

- Ley 1838 de 2017. “Por la cual se dictan normas de fomento a la ciencia, tecnología e innovación mediante la creación de empresas de base tecnológica (SPIN OFFS) y se dictan otras disposiciones”.

El principio de autonomía universitaria y la responsabilidad social que acompaña la prestación del servicio público, consagrado en la Constitución Nacional y expresado en la ley 30 de 1992.

Respecto a la promoción de empresas basadas en innovación y desarrollo tecnológico, se definió en la Ley 29 de 1990 (Ley de Ciencia y Tecnología), la responsabilidad del Estado de promover y orientar el adelanto científico y tecnológico. Esta ley debía incluir los temas de ciencia y tecnología en los planes y programas de desarrollo económico y social. Adicionalmente estableció los medios para la relación y asociación entre el Estado, la universidad, la comunidad científica y el sector privado. Los decretos 393, 591 y 585 de 1991 desarrollaron la ley de ciencia y tecnología y definieron los siguientes aspectos: el objeto de la ley, las normas de asociación, los tipos de contrato, creación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, y definición del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología como organismo de dirección y coordinación de dichos temas (Congreso de Colombia, 1990). Como complemento para promover el desarrollo de programas de competitividad, desarrollo tecnológico y productivo, el Congreso promulga la Ley 344 de 1996. Dicha ley define las normas tendientes a la racionalización del gasto público, y en el artículo 16 obliga al SENA a destinar el 20% de los recursos totales de aportes por nómina a dichos programas (Congreso de Colombia, 1996). Para dar continuidad en el desarrollo y fortalecimiento del emprendimiento, el Congreso de la República dicta de la Ley 1286 de 2009 (Política Nacional de

Emprendimiento), la cual modifica la Ley 29 de 1990. La Ley de Emprendimiento transforma a Colciencias en Departamento Administrativo y fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación. En términos generales dicha ley establece: promover la formación de ciudadanos que puedan generar iniciativas emprendedoras y la creación de empresas, propiciar el fortalecimiento de la tecnología, innovación, competitividad y emprendimiento. Además, establece los procesos prioritarios en la asignación de recursos en actividades (ciencia, tecnología e innovación) que generen resultados en emprendimiento y competitividad. También promueve las relaciones de desarrollo entre los sectores social y productivo, fortaleciendo el emprendimiento y la competitividad junto con el empleo y las condiciones de vida. Finalmente, se encarga de coordinar todas las políticas nacionales; entre otras, la de ciencia, tecnología, innovación, financiamiento, educativa, competitiva y de emprendimiento Colombia. Congreso de la República, (2009).

4.1.3 Conceptual. Con el fin de facilitar la comprensión de diferentes términos y expresiones relacionados en este anteproyecto a continuación, se describen los principales conceptos considerados fundamentales para el desarrollo de este trabajo:

4.1.3.1 Portafolio de Servicios. Partiendo de la premisa en la que la oferta de los servicios de extensión universitaria podría alcanzar una mayor cobertura en la medida que puedan ser difundidos de manera apropiada, conviene realizar una aproximación teórica a aspectos relacionados con el marketing universitario. En ese contexto Sainz de Vicuña Ancín, (2007), afirma que: “El marketing debe buscar la satisfacción de la necesidad de los clientes y que el conocimiento de estas favorece la mejor configuración de servicios que ofrece la entidad” (p. 35).

Castro Alfaro, Mercado León, & Londoño Ossa, (2017) De ésta manera surgen los planes de marketing como herramientas de carácter estratégico, que estimulan la oferta de los bienes y servicios que ofrece el organismo corporativo por medio de la generación de una ventaja competitiva.

En ese orden de ideas, Franco Restrepo & Arrubla Zapata, (2014) destacan:

“Las universidades de mayor relevancia e importancia, no se aíslan del sector empresarial, los convierten en sus mejores aliados a partir de convenios de cooperación en materia de investigación y desarrollo, y en la facilitación de las empresas como espacios de enseñanza – aprendizaje, bien sea en formatos de prácticas o pasantías de estudiantes, o también como escenario de casos empresariales, en los cuales los ejecutivos transfieren experiencia y conocimiento por medio de conferencias a grupos de estudiantes” (p. 58).

Así las cosas, con este trabajo de investigación tendrán en cuenta estos referentes teóricos para su respectiva sustentación en los escenarios correspondientes.

4.1.3.2 Pertinencia en materia de oferta y demanda de servicios. Al respecto, el Centro de Desarrollo Empresarial objeto de este proyecto debe formularse de manera que identifique cual es el modelo de servicios en emprendimiento y empresarismo que podría ofrecerse desde los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial, UTP (2018), “Perfil profesional Administrador Industrial” los cuales fundamentalmente buscan que el Administrador Industrial adquiera sólidos conocimientos tanto para la administración de la producción como para la

administración general de la empresa, entre los que podrían destacarse asesorías y entrenamientos para:

- Dirigir todo el proceso de adquisiciones de los materiales principales y accesorios que la empresa requiera para su producción.
- Administrar los inventarios de los recursos físicos que la empresa requiere para obtener los bienes que produce y sugerir cambios, reposiciones y nuevas adquisiciones.
- Administrar el recurso humano que la empresa necesita comprometer en la obtención de su propósito.
- Administrar los recursos financieros que la empresa requiere y utiliza en su actividad productiva.
- Formular y evaluar proyectos industriales, los que administra una vez aprobados.
- Dirigir los procesos de información relacionados con el sistema de producción de la empresa.
- Interpretar la información contable financiera y administrativa y con base en ella elaborar presupuestos e introducir los correctivos que sean recomendables.
- Implantación de los procesos de auditoría que se consideren convenientes en la empresa.
- Realizar el análisis de los problemas de portafolio, mercado de capitales y selección de inversiones de bajo riesgo.
- Planear y controlar las operaciones haciendo énfasis en relacionar las predicciones de la demanda con el control de inventarios, la programación y el control de la producción.
- Preparar y rendir todos los informes que la actividad administrativa empresarial exige, empleando para ello las técnicas y los medios que la comunicación moderna demanda.

- Examinar la forma como la administración emplea la comunicación interna y externa y diseñar o colaborar en las estrategias corporativas.
- Participar en los aspectos generales de mercadeo, incluyendo política de precios, publicidad, distribución y ventas.
- Controlar la aplicación en la empresa de la legislación nacional en aspectos laborales, comerciales y tributarios.
- Aplicar a la empresa diferentes sistemas de planeación, según lo demanden las circunstancias. Administrar el proceso de calidad en toda la empresa
- Entre otros.

4.1.3.3 Asesoría Organizacional. Este proyecto contempla la asesoría organizacional como el acompañamiento que promueve la eficiencia administrativa, operativa, logística y financiera buscando agregar valor y mayor crecimiento a las operaciones de una organización.

En función de ello, este proyecto propone desarrollar estrategia en materia de asesoría organizacional en aspectos relevantes que promuevan tanto la competitividad empresarial, como la gestión del conocimiento, tal como se señala a continuación.

4.1.3.4 Competitividad Empresarial. Chavez Hernández, (2013), dice que:

“Reconociendo la trascendencia de la Globalización como un fenómeno que requiere ser estimado en múltiples términos por las diferentes empresas que de una manera u otra buscan hacer crecer sus operaciones en termino de cantidad y calidad, con este proyecto se busca

promover entre los usuarios del Centro de Desarrollo Empresarial, la competitividad empresarial como factor de desarrollo de modo que puedan atender los desafíos y gestionar los riesgos que implica su participación en los escenarios afines” (p. 11).

4.1.3.5 Gestión del conocimiento. En el marco de los Sistemas de Gestión de la Calidad y particularmente según los requisitos de la norma Nueva ISO 9001:2015, (2016), “el conocimiento de la organización se agrupa con otros recursos, como las personas, la infraestructura, el medio ambiente, las operaciones y los recursos de monitoreo y medición. En concreto, es el conocimiento específico de la organización, por lo general adquirida por la experiencia, que es utilizada y compartida para alcanzar los objetivos de la organización.

En ese contexto, este proyecto busca generar beneficios en ambas direcciones primero a los estudiantes que hagan parte de los procesos de acompañamiento, pues les permitirá conseguir aplicar los aprendizajes en contextos reales y a las empresas asesoradas, pues ellas podrán capitalizar la administración del conocimiento de sus procesos como factor de sostenibilidad y crecimiento empresarial”

4.1.3.6 Extensión Universitaria. Según Díaz & Herrera, (2003) desde 1972 en Cambridge Inglaterra se hace referencia a la extensión universitaria como respuesta a los cambios nacionales y las características regionales con el entorno en el que se encuentran inmersas las instituciones universitarias. Respecto a su funcionamiento, estos autores indican que este proceso se enmarca en múltiples principios entre los que se destaca: “La Extensión Universitaria como función integradora y como proceso pedagógico, se expresa fundamentalmente a través de programas y

proyectos, los cuales se gestionan a partir de la metodología de la promoción cultural” (p. 22). De esta manera, podría afirmarse que la Extensión Universitaria es un instrumento flexible que conecta a la universidad con la sociedad integrando la cultura, la ciencia y la tecnología a la resolución de problemas cotidianos de la sociedad, tomando de ésta elementos necesarios para la investigación y el trabajo académico.

En el caso colombiano, la Extensión Universitaria es entendida como una práctica social que debe contribuir con la transformación social de su entorno y según la Asociación Colombiana de Universidades, se fundamenta en este enfoque.

Ministerio de Educación Nacional. MEN, (2010) La Extensión universitaria, cuya orientación trasciende cualquier finalidad rentística o asistencialista, se compromete en la conformación de redes académicas y sociales que permitan estrechar los vínculos entre la universidad colombiana y el sector estatal, los sectores populares, las organizaciones sociales, los gremios y el sector productivo, entre otros. Para ello, propende por el fortalecimiento de la comunicación universitaria con el medio social, por la formación y capacitación de la comunidad, por el intercambio de experiencias y saberes, por la construcción de conocimientos específicos y pertinentes en los procesos sociales, por la asesoría y la transferencia de conocimientos y por la promoción, la divulgación, la circulación y comunicación del conocimiento científico, tecnológico, artístico y humanístico en la sociedad” ASCUN (2007) (p. 11).

Vale la pena destacar que dentro de la normatividad colombiana se indica que la extensión comprende los programas de educación permanente, cursos, seminarios y demás programas

destinados a la difusión de los conocimientos, al intercambio de experiencias, así como las actividades de servicio tendientes a procurar el bienestar general de la comunidad y la satisfacción de las necesidades de la sociedad (Colombia. Congreso de la República. Ministerio de Educación, 1992).

4.1.3.7 Programas Universitarios. Según Ministerio de Educación Nacional. MEN, (2010), en Colombia, la Ley 1188 de 2008 y su decreto reglamentario 1295 de 2010 determinan requisitos y condiciones para ofrecer un programa de educación superior, de modo que pueda obtener su registro calificado bajo condiciones institucionales específicas señaladas a continuación:

“Las condiciones institucionales son:

- El establecimiento de adecuados mecanismos de selección y evaluación de estudiantes y profesores, en donde se garantice la escogencia por méritos y se impida cualquier discriminación por raza, sexo, credo, discapacidad o condición social.
- La existencia de una estructura administrativa y académica flexible, ágil y eficiente al servicio de la misión de las instituciones de educación superior.
- El desarrollo de una cultura de la autoevaluación que genere un espíritu crítico y constructivo de mejoramiento continuo.
- La existencia de un programa de egresados que haga un seguimiento a largo plazo de los resultados institucionales, involucre la experiencia del egresado en la vida universitaria y haga realidad el requisito de que el aprendizaje debe continuar a lo largo de la vida.”

4.1.3.8 Ambientes de práctica. Haciendo referencia a ambientes de práctica pedagógica, (Colombia. Ministerio de Educación, 2016) concibe como un proceso de auto reflexión, que

se convierte en el espacio de conceptualización, investigación y experimentación didáctica, donde los estudiantes abordan saberes de manera articulada y desde diferentes disciplinas que enriquecen la comprensión de su proceso educativo, promoviendo el desarrollo de sus competencias como futuros profesionales.

4.1.3.9 Servicios de Extensión. Asociación Colombiana de Universidades - Red Nacional de Extensión Universitaria (2008), en su documento de trabajo Políticas de Extensión, dice que:

“La extensión es parte de la estructura de la universitaria y tiene por objeto establecer procesos de interacción e integración con las comunidades nacionales, en orden a aportar en la solución de sus principales problemas, a participar en la formulación construcción de políticas públicas y a contribuir en la transformación de la sociedad en una perspectiva de democratización y equidad social, regional, política y cultural. (p. 26)

4.1.3.10 SBDC. SBDCGlobal, (2013) Qué es Small Business Development Center (SBDC)?. Según el modelo de Small Business Development Center (SBDC): Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe, es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro y pequeñas empresas de los Estados Unidos. La misión de un SBDC es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las pequeñas empresas a través de mejoras en la administración empresarial.

4.1.4 Espacial. Este proyecto de investigación se está realizando en la Universidad Tecnológica de Pereira, ubicada en la carrera 27 No. 10-02 Los Álamos, edificio 5 piso 4 oficinas 5-427 y 5-430 en el municipio de Pereira localizado en el Departamento de Risaralda, está orientado a cincuenta empresas de la región y tiene por objeto establecer un modelo de servicios que facilite la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial (CDE) en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP, con el fin de promover las iniciativas de emprendimiento y empresarismo en la comunidad académica, así como la articulación y la generación de impacto económico en el sector empresarial.

Por medio de la Ley 41 de 1958, se crea la Universidad Tecnológica de Pereira como máxima expresión cultural y patrimonio de la región y como una entidad de carácter oficial seccional.

Posteriormente, se decreta como un establecimiento de carácter académico del orden nacional, con personería jurídica, AUTONOMIA administrativa y patrimonio independiente, adscrito al Ministerio de Educación Nacional.

La Universidad inicia labores el 4 de marzo de 1961 bajo la dirección de su fundador y primer Rector Doctor Jorge Roa Martínez. Gracias al impulso inicial y al esfuerzo de todos sus estamentos la Institución empieza a desarrollar programas académicos que la hacen merecedora de un gran prestigio a nivel regional y nacional.

Mediante la Ley 61 de 1963 se crea el Instituto Politécnico Universitario, cuyas labores empiezan en 1966 con las Escuelas Auxiliares de Ingeniería: Eléctrica, Mecánica e Industrial, en

la actualidad Facultad de Tecnologías, con los programas de Tecnología Eléctrica, Mecánica e Industrial.

5 Objetivos

5.1 Objetivo General

Establecer un Modelo de Servicios que facilite la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira, que promueva iniciativas de emprendimiento y empresarismo en la comunidad académica, así como la articulación y la generación de impacto económico en el sector empresarial del Área Metropolitana.

5.2 Objetivos Específicos

- Caracterizar la demanda de servicios de formación y asesoría empresarial de la comunidad académica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira y del sector empresarial del Área Metropolitana para el año 2019.

- Caracterizar la oferta disponible de servicios de formación y asesoría empresarial de la comunidad académica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019.

- Determinar los factores claves para el establecimiento de un modelo de servicios que facilite la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019.

- Establecer el plan estratégico para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019.

- Generar un Plan operativo que permita la implementación del Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira para el año 2019.

6 Aspectos metodológicos (Plan Procedimental)

A continuación, se describen aspectos metodológicos que permitirán el desarrollo de este proyecto, entre los que se destacan: Tipo de estudio, determinación de la población, métodos e instrumentos de recolección de datos y procedimiento y análisis de datos:

6.1 Tipo de Estudio

El tipo de estudio de este proyecto es retrospectivo ya que se debe indagar sobre hechos ya ocurridos, descriptivo y analítico porque se recopila información en libros, fuentes especializadas en el tema y diferentes investigaciones.

6.2 Población y Muestra

6.2.1 Población.

- Las Mi pymes del Área Metropolitana
- Comunidad Académica inherente a los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial.

6.2.2 Muestra. Se tomará como referencia:

- Base de datos suministradas por Prácticas empresariales (Vicerrectoría de Investigaciones Innovación y Extensión) de empresas Mi pymes del Área

Metropolitana que tienen vinculación directa con la Universidad Tecnológica de Pereira, entre las cuales se tomará una muestra de 23 empresas Mi pymes, teniendo en cuenta:

Margen de error	5%
Tamaño de la población	24
Nivel de confianza	95%
Muestra	23

- Base de datos de estudiantes activos de los últimos dos semestres del Programa de Tecnología Industrial y Administración Industrial, entre los cuales se tomará una muestra aleatoria de 101 estudiantes, teniendo en cuenta:

Margen de error	5%
Tamaño de la población	136
Nivel de confianza	95%
Muestra	101

- Base de datos de docentes de Planta, Transitorios Tiempo Completo y Medio Tiempo y docentes catedráticos adscritos al Programa de Tecnología Industrial y Administración Industrial, entre los cuales se tomará una muestra de 39 docentes, entre Planta, Transitorios Tiempo completo, Medio tiempo y catedráticos, teniendo en cuenta:

Margen de error	5%
Tamaño de la población	43
Nivel de confianza	95%

6.3 Métodos e instrumentos de recolección de datos

Se aprovecha como método de recolección de información, **la Encuesta**. Esto permite obtener información primaria y realizar una aproximación a la identificación del estado del arte tanto de las necesidades de formación y asesoría por parte del sector empresarial y del estudiantado, como de las potencialidades de formación y asesoría de los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial.

7 Análisis y discusión de resultados

El desarrollo de la propuesta de modelo de servicio para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira a nivel estudiantes, docentes, egresados y empresarios de las Mi pymes del Área Metropolitana, se define a partir de una necesidad asociada a la falta de un Centro de Desarrollo Empresarial en la Universidad Tecnológica de Pereira, de áreas específicas que brinde asesorías en temas determinados en materia de Administración de Operaciones y logística, Económico y Financiero, Gestión Humana y Organizacional, Tecnología Innovación e Investigación, Gestión Humana y Organizacional.

Se realizó un estudio específico para determinar características de la demanda, asociadas al tema, para tener una mayor profundización de la problemática y así formular una propuesta de modelo de servicios que responda a las expectativas tanto de los estudiantes, docentes y egresados como de los pequeños empresarios del Área Metropolitana y éstos sean los principales beneficiarios para el aprovechamiento de todas las ventajas y así haya soluciones a cada necesidad.

7.1. Prueba piloto Empresarios

Prueba piloto realizada a empresas vinculadas a Prácticas Universitarias, estudiantes y egresados de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP

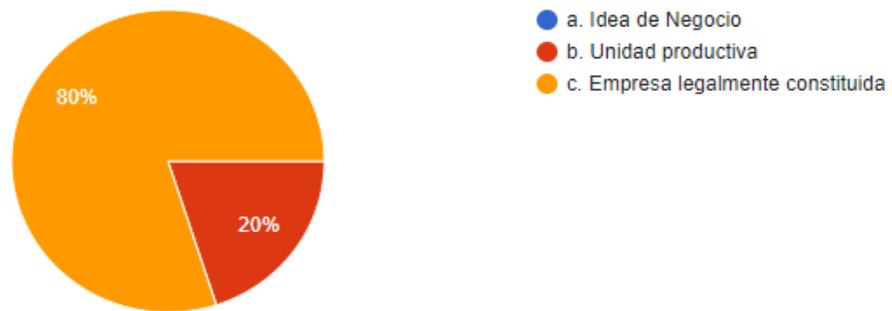


Figura 1. Con que cuenta actualmente

Fuente: Elaboración propia



Figura 2. Cómo recibir servicios de acompañamiento

Fuente: Elaboración propia

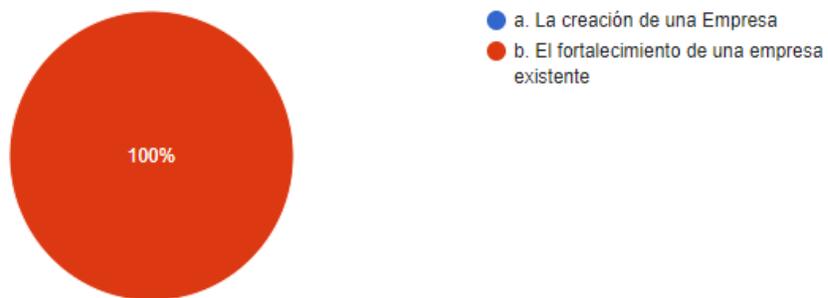


Figura 3. Para que se requiere los servicios de acompañamiento

Fuente: Elaboración propia

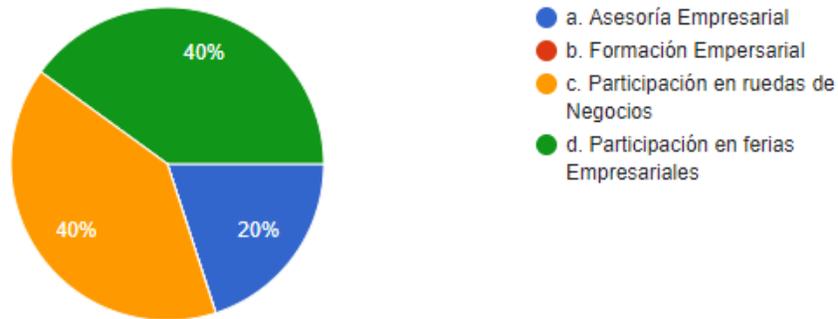


Figura 4. Opciones de servicios de acompañamiento empresarial

Fuente: Elaboración propia

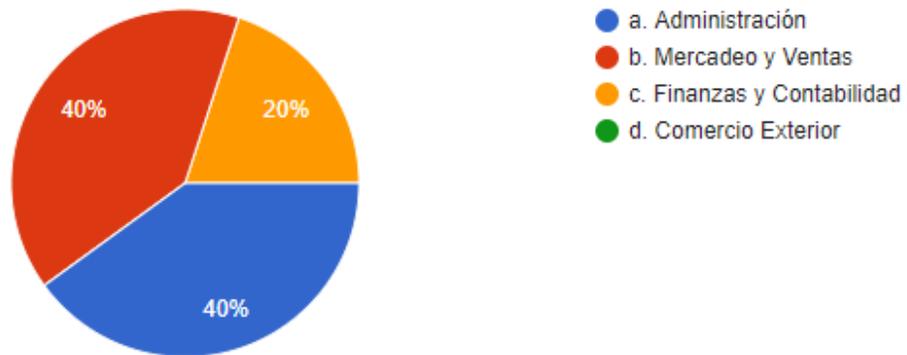


Figura 5. Preferibles opciones de servicio de asesoría

Fuente: Elaboración propia

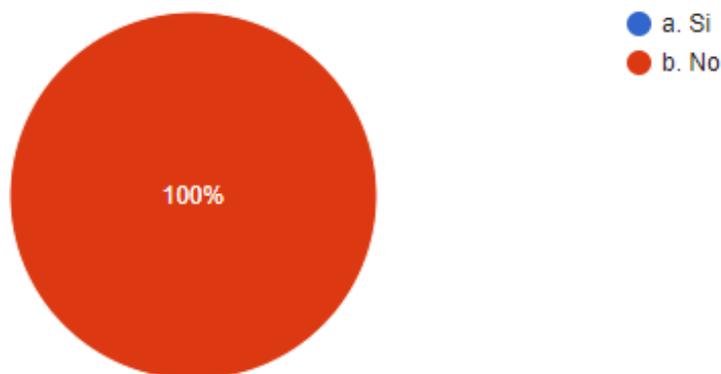


Figura 6.

Fuente: Elaboración propia

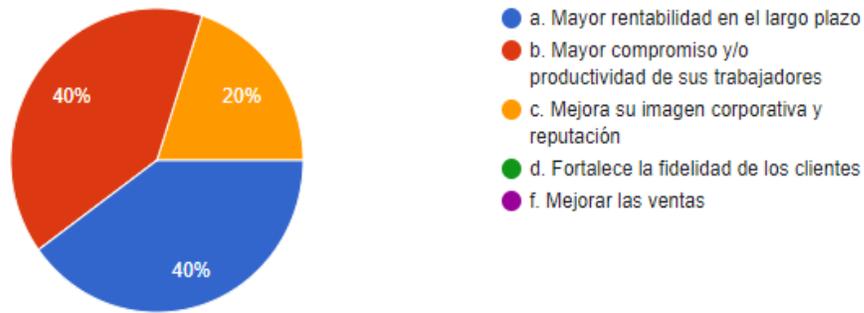


Figura 7. Motivación para iniciar un proceso de acompañamiento empresarial

Fuente: Elaboración propia

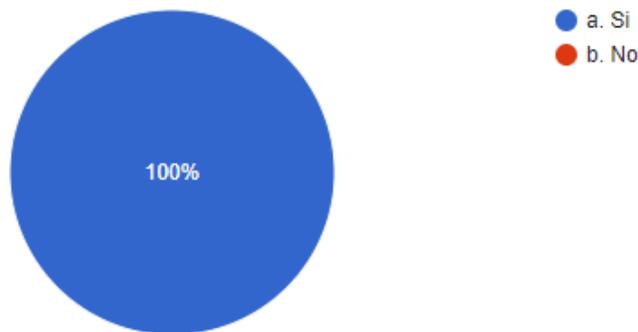


Figura 8. Es importante que la UTP ofrezca este tipo de servicios

Fuente: Elaboración propia

Al consultar los encuestados: Por favor indique el porqué de su respuesta a la pregunta 8 “¿Considera usted importante que la Universidad Tecnológica de Pereira ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial?” Se pudo obtener de ellos las siguientes apreciaciones:

Tabla 1. *Apreciaciones pregunta No. 8,preciaciones Empresarios*

Apreciaciones
Porque en la ciudad de Pereira, no existe este tipo de servicio en ninguna universidad
Fortalecimiento en el área Administrativa
Mejoras en cada área de la entidad
Acompañamiento de calidad
Es bueno tener en cuenta el asesoramiento de una Universidad como la Tecnológica

Tabla 2. *Apreciaciones pregunta No. 8,preciaciones Estudiantes y Egresados*

Apreciaciones
Es bueno tener en cuenta la mirada académica ya que van a la vanguardia de las organizaciones
Es una universidad que ofrece este tipo de programas, es decir, que tiene la capacidad para asesorar y prestar estos servicios
Mejor Acompañamiento
Porque considero que tiene la capacidad de aporta a la región, debido a que tienen excelentes profesionales y amplia experiencia en al ámbito empresarial.
Para el desarrollo de la región y el fomento al emprendimiento

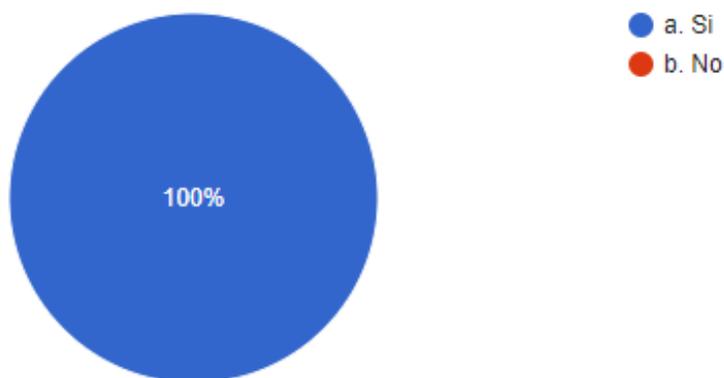


Figura 9. *Disposición en pagar por este servicio*

Fuente: *Elaboración propia*

Conclusión

En general se percibe la creación del Centro de Desarrollo Empresarial como una enorme oportunidad para el fortalecimiento del sector empresarial a nivel regional, que no solo daría respuesta a una necesidad de fortalecimiento del mismo, sino que simultáneamente constituye una gran posibilidad de que los programas de T.I y A.I cuenten con un ambiente de practica en el que podrán aplicar los conocimientos integrados en su proceso de formación tecnológico y profesional.

8 Encuesta realizada a Estudiantes y Egresados de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP

Pregunta No. 1

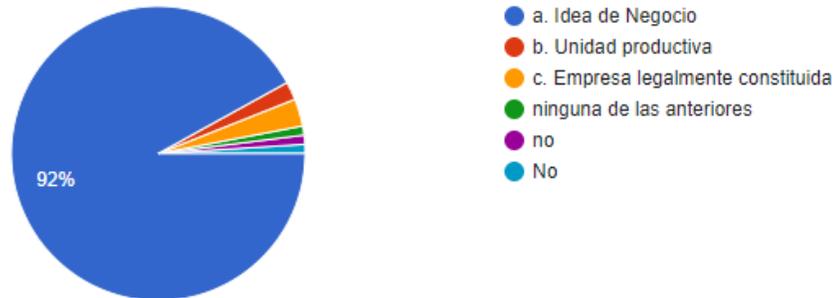


Figura 10. Con lo que los estudiantes cuentan actualmente

Elaboración Propia

Muestra que el 92% de los estudiantes cuentan con idea de negocio, información importante ya que la mayoría de ellos quieren emprender.

Pregunta No. 2

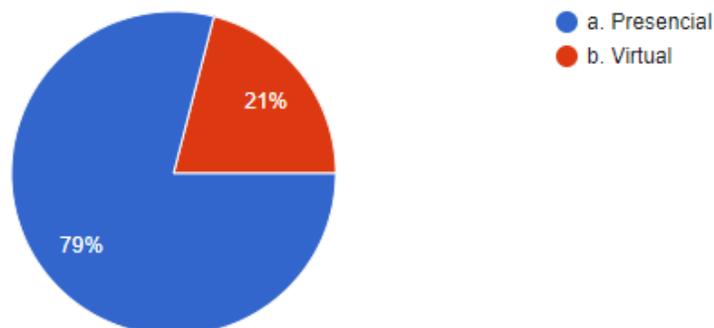


Figura 11. ¿De qué manera está usted interesado en recibir servicios de acompañamiento empresarial?

Fuente: Elaboración propia

Con esta pregunta se busca recoger la percepción representativa del servicio de acompañamiento que quiere recibir. En esta Figura se visualiza, que la mayoría (79%) de estudiantes y egresados, prefieren el servicio de manera presencial.

Pregunta No. 3



Figura 12. ¿Los servicios de acompañamiento los requiere para?
Elaboración Propia

Deja muy claro que los estudiantes y egresados necesitan apoyo para la creación de una Empresa, ya que el 96% manifiestan interés.

Pregunta No. 4

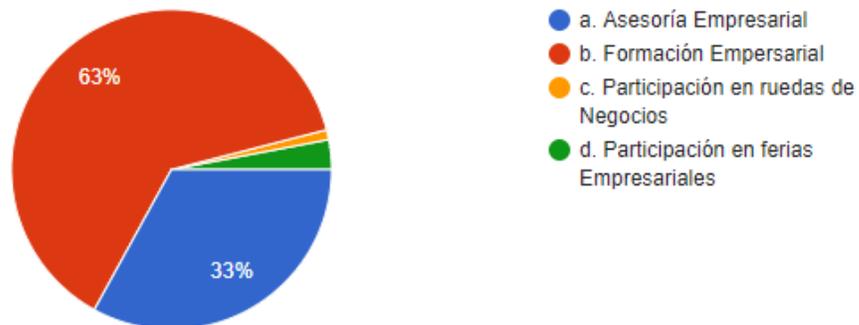
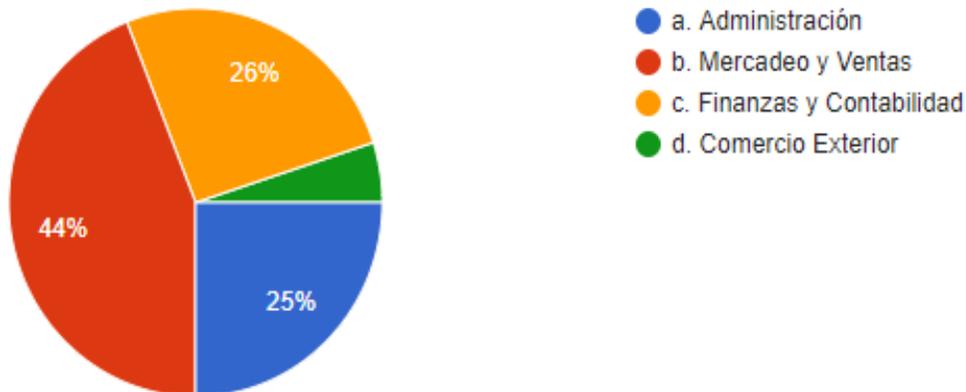


Figura 13. ¿Cuál de los siguientes servicios de acompañamiento empresarial le gustaría recibir?
Elaboración Propia

La Figura 13, indica cuál es el tipo de acompañamiento empresarial que quiere recibir. Se puede observar que hay representación en diferentes acompañamientos, pero el más representativo es Formación Empresarial. Con un 63%.

Pregunta No. 5



*Figura 14. ¿Cuál de los siguientes servicios de asesoría y/o Formación Empresarial considera necesario obtener para el mejoramiento de su empresa?
Elaboración Propia*

La relevancia de este gráfico radica en que la encuesta busca recoger la percepción representativa de las diferentes opciones en los que se podría enfocar el tipo de asesoría a ofrecer desde el Centro de Desarrollo Empresarial, podemos observar que el servicio de asesoría más requerido corresponde a la (b) Mercadeo y Ventas con el 44%, la (c) Finanzas y Contabilidad con el 26%, y la (a) Administración con el 25% 4% restante.

Pregunta No. 6

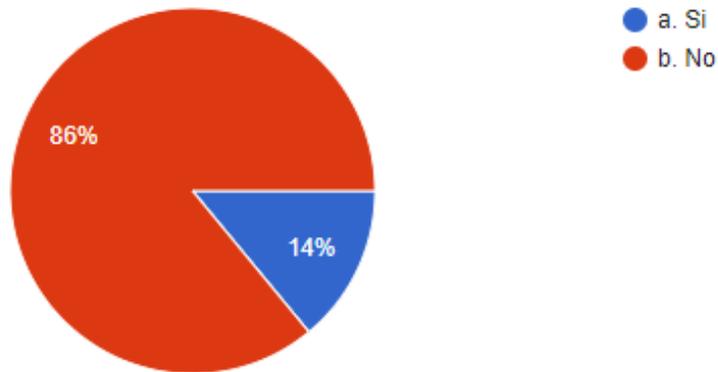


Figura 15. ¿Ha recibido usted ayuda en alguno de los anteriores servicios?

Fuente: Elaboración Propia

Según la Figura 15, los encuestados dan cuenta del deficiente apoyo, ya que solo el 14% de esta población ha recibido ayuda en este tipo de asesorías.

Pregunta No. 7

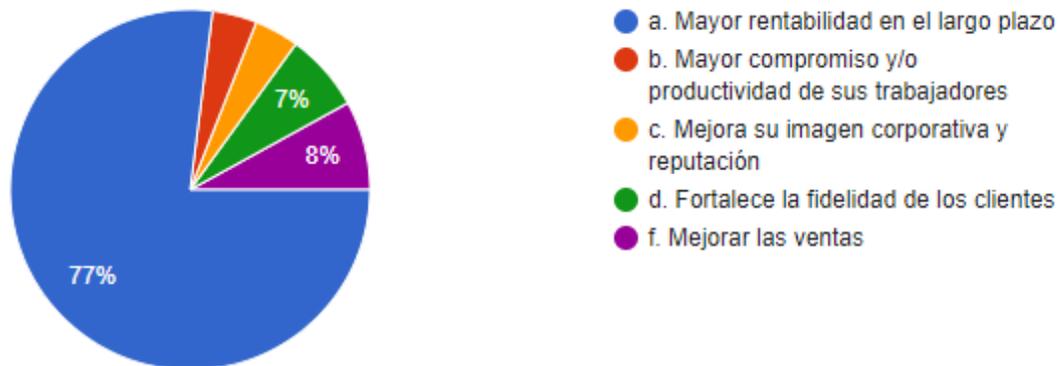


Figura 16. ¿Qué le motivaría a iniciar un proceso de acompañamiento empresarial?

Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto positivo de esta investigación que se puede identificar en la Figura 16, es que revela la motivación que tienen los estudiantes para iniciar un proceso de acompañamiento, los

encuestados consideran que, en su orden, el Centro de Desarrollo Empresarial debe enfocarse en brindar asesorías para:

- Mayor rentabilidad en el largo plazo con un 77%
- Mejorar las ventas con un 8%
- Fortalecer la fidelidad de los clientes con un 7%

Pregunta No. 8

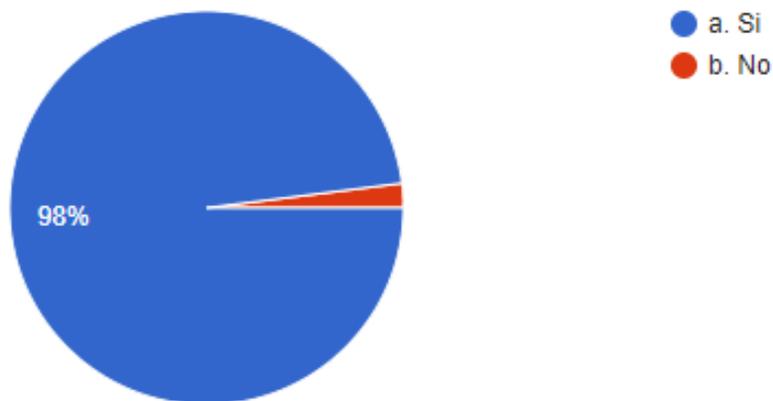


Figura 17. ¿Considera usted importante que la Universidad Tecnológica de Pereira ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial?

Fuente: Elaboración propia

Se aprecia de manera positiva, que el 98% de los estudiantes y egresados encuestados consideran importante que la Universidad ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial.

Pregunta No. 9

Al consultar los encuestados: Por favor indique el porqué de su respuesta a la pregunta 8 “¿Considera usted importante que la Universidad Tecnológica de Pereira ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial?” Se pudo obtener de ellos las siguientes apreciaciones

Tabla 3. *Apreciaciones a la pregunta No. 8 encuesta egresados*

Apreciaciones
Porque en el proceso formativo se incentiva mucho a la creación de una empresa o en emprendimiento en negocios, sin embargo, no pasa más allá de inculcar una idea en los estudiantes, por eso es importante que, si esa idea sale de los profesores o directivos de la U, se hagan acompañamientos que resulten en una formación real de una empresa.
porque en la universidad se presentan buenas ideas tanto de investigación y de negocio y sería importante contar con este tipo de ayudas en un sitio confiable y acreditado como lo es la universidad.
Es una propuesta algo impulsadora para los nuevos empresarios, ya que de tener el acompañamiento de una entidad y en este caso una universidad reconocida esto genera mayor seguridad de las organizaciones.
Porque al fortalecer habría más claridad sobre cómo desarrollar una empresa con todas sus bases más planteadas y dirigidas, se tendría más control a la hora de iniciar una empresa, sería menos empírico y más tecnológico.
Para fortalecer y guiar a las personas que desean emprender.
Es importante que exista un acompañamiento con la finalidad de lograr la incentivación de las personas a crear o poner en marcha su idea de negocio, para que tenga unas bases sólidas y exista una menor probabilidad de fracasar.
Porque no existe como tal un lugar a donde uno pueda acudir si requiere asesoría de las ideas presentadas en las preguntas.
Puesto que sería una manera interesante no solo de ayudar a la comunidad sino también de poner en práctica los conocimientos adquiridos por parte de los estudiantes.
Considero que es importante ya que al ser la universidad un centro del conocimiento y al acoger a miles de personas en distintas situaciones sociales y económicas, debería estar en capacidad de atender, ayudar y dar una respuesta a todas las personas que quieren emprender un negocio o consolidar el trabajo en una empresa. Así mismo se le facilitaría a las personas el desplazamiento tedioso hacia un establecimiento diferente en busca de estos mismos servicios y al ser una universidad tendría el respaldo de al menos los imaginarios de las personas al referirse a ella como un lugar donde se facilita el aprendizaje.
Porque son los jóvenes los que tienen una visión más actualizada de lo que necesita en este momento la ciudad y el planeta, así que las ideas que se proyecten serán enfocadas al mejoramiento de estas condiciones, aquí está el futuro y al ser nuevos en el campo se necesita el apoyo en cuestiones prácticas para ejecutar las ideas.

Acompañamiento importante.

Porque en la universidad se desconoce este tipo de acompañamientos, y como carrera es necesario para complementar ya que muchos de los estudiantes tenemos visión de entendimiento en el futuro.

La Universidad Tecnológica de Pereira tiene muy buen posicionamiento a nivel Regional.

Me parece demasiado importante el acompañamiento de una Universidad como lo es la UTP.

Me parece importante que la UTP ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento a los empresarios, ya que por su experiencia y calidad, aportaría grandemente al sector empresarial. Ya que la Universidad cuenta con alta calidad y me parece excelente que brinde esta clase de asesorías.

Importante el acompañamiento y direccionamiento que brinde la universidad.

Importante por el posicionamiento que tienen los docentes de la UTP.

Por la calidad que tiene la universidad.

Aprovechar la experiencia y la calidad que tiene la universidad.

Porque la Universidad cuenta con unos docentes excelentes y buenas ideas para emprender.

Por el posicionamiento y la calidad de la UTP.

Creo que uno de los grandes problemas u obstáculos que tienen los grandes emprendedores es a la hora de poner en marcha su idea de negocio ya que no tienen los conocimientos apropiados o no saben por dónde empezar, si existiese un acompañamiento empresarial lo enfocarían hacia un objetivo si salirse de él.

Fortalecimiento del emprendimiento.

Es importante que la Universidad comparta y dirija a todos los que quieren emprender.

Por la calidad y las buenas ideas de emprendimiento.

Ya que es de alta calidad y está entre las mejores universidades a nivel Regional.

La universidad maneja los mejores estándares en educación y experiencia.

Aprovechar el apoyo que brinda la universidad en el tema de emprendimiento..

Aprovechar la experiencia de la universidad

Acompañamiento excelente.

Porque no existe una universidad en Pereira, que brinde este tipo de asesorías.

Porque si hay fortalecimiento, hay claridad en el desarrollo de la empresa.

Porque es una manera importante de apoyar a la comunidad.

Porque es una propuesta muy importante para todos los que quieren emprender y no saben cómo iniciar.

Demasiado importante este acompañamiento a los pequeños emprendedores, porque somos el futuro del país.

Sería importante contar con este tipo de apoyo que brinda la UTP.

Sería excelente contar con la asesoría de la universidad ya que es una de las mejores a nivel nacional.

Como ente formador debería brindar la posibilidad de acceder a acompañamientos, y capacitaciones para instruir y fomentar el emprendimiento.

Debido a que en Colombia principalmente el crear empresa tiene varias dificultades por el sistema en el que estamos inmersos, así que con una asesoría y acompañamiento este proceso no sería tan complejo, además de que podría ayudar a aumentar la longevidad de las organizaciones

Es necesario que la Universidad ofrezca este tipo de asesoramiento empresarial para que se creen más empresas en la región.

Para tener unas bases más firmes de cómo crear nuestra empresa y que decisiones tomar en ella en el futuro.

Porque muchos estudiantes quieren emprender, pero no es tan fácil como parece y sería bueno contar con el apoyo de la universidad para iniciar ese proceso.

Porque así los estudiantes obtendremos mejores bases y más conocimientos para la creación y/o administración de las empresas.

fortalece el ámbito educativo y complementa la academia.

La calidad de profesores que ofrece la universidad están muy interesados en las necesidades de sus alumnos.

Si, puesto que es de suma importancia para personas emprendedoras que quiera tener bases para la construcción de su negocio.

Es un factor importante en nuestra carrera ya que el salir con una mejor visión empresarial nos hace distinguidos y eficientes en todo lo que emprendamos ya sea en una creación de alguna empresa o en dentro de ella.

Porque la universidad es un lugar confiable y de fácil accesibilidad.

Porque permiten tener un campo de aplicar nuestros conocimientos en un campo experimental.

Además, se podría tener en cuenta como un indicador de calidad frente al conocimiento que nos transmiten los docentes, también sirve como una fuente de ingreso extra para el programa una vez nos posicionemos en el mercado de servicios.

Porque como estudiantes nos gustaría explotar cada espacio que la Universidad brinda tanto para la formación laboral como la personal.

Porque la universidad en su ruta emprendedora debe garantizar el emprendimiento o ese ecosistema, además como una estrategia de crecimiento institucional y de impacto de sus egresados en el entorno.

Es importante porque es una manera de hacer que tanto la academia como las empresas aprendan la una de la otra, para que en ambos escenarios haya una mejora continua.

Claro, nos formamos con bastantes conocimientos iniciales de diferentes temas, métodos o procedimientos, pero también nos gustaría salir a competir al marco empresarial con buenas ideas y incentivar a las personas con las que en el camino vallamos contando, no importa desde que tan abajo empecemos lo importante es empezar y las ganas que tenemos. Pues podemos incurrir en temas más sociales a futuro y llegar a una comunidad o número de personas a una mejoría para sus vidas.

Porque es la forma en que se progresa en la sociedad, la unión hace la fuerza y la academia, el estado y la empresa, deberían parecer uno solo. La sociedad debe valerse de esta unión y así se logra realmente el progreso.

Porque este acompañamiento es importante ya sea para crear o mejorar una empresa.

Porque no existe en Pereira una Universidad que brinde este tipo de servicio.

Para fortalecer y complementar la academia en la vida real.

Es bueno complementar la academia con la empresa.

Porque es importante complementar y fortalecer las bases de emprendimiento que se recibe en clase.

Porque como egresado me parece importante que tanto la academia como las empresas, tengan una sincronización total.

Porque debemos salir de la universidad con las bases suficientes para emprender.

Salir con mejor visión a nivel empresa.

Por la confiabilidad que tiene la universidad.

Por la experiencia que tiene los docentes.
Por la importancia que tiene la relación entre academia-empresa.
Aprovechamiento de los amplios conocimientos que tienen los docentes.
Es importante que los estudiantes aprovechemos al 100% lo que nos brinda la universidad.
Aprovechamiento de la calidad con la que cuenta.
Sería importante fortalecer las bases que tenemos de emprendimiento.
Tener una visión más grande sobre emprendimiento e idea de negocio.
Porque lo que necesita la ciudad en este momento es tener jóvenes emprendedores.
Pienso que el país debe tener más personas con iniciativa propia y emprendimiento.
La universidad está entre las mejores del eje cafetero, hay que aprovechar eso.
Porque no solo se ayuda al sector empresa, sino que hay oportunidad para los estudiantes que salen sin ninguna experiencia.
Porque el inicio de un negocio es el punto más complicado y sería muy bueno que la universidad brinde este tipo de asesorías.
Es importante el direccionamiento que pueda dar la universidad.
Porque es importante ese tipo de asesorías tanto para empresa como para estudiantes.
Debemos como estudiantes no quedarnos con el conocimiento básico, debemos aprovechar este apoyo tan importante que brinda la universidad.
Porque en la ciudad de Pereira las universidades no prestan este tipo de servicios.
Porque es de suma importancia que la universidad piense en la comunidad y brinde estas asesorías.
Importante la propuesta de la universidad.
Me parece muy importante que la universidad brinde este tipo de apoyos a los pequeños emprendedores, ya que son el futuro.
Porque muchos queremos emprender, pero no es fácil empezar sin un acompañamiento y creo que la universidad brindará un excelente acompañamiento.
No nos debemos quedar solo con las bases del emprendimiento.
Interesante el acompañamiento en emprendimiento.
Como estudiantes debemos aprovechar cada espacio que nos brinda la universidad.
Bastante importante estas asesorías, ya que impulsa a ser emprendedores.
Debemos aprovechar la calidad y experiencia de la universidad.
Me parece muy importante este acompañamiento ya que para iniciar con una idea de negocio es bastante complicado y tener el apoyo de la universidad sería genial.
Como pequeño empresario me parece que está muy bien el apoyo que está brindando la universidad, ya que, por su experiencia, aportaría bastante.
Porque es una universidad de alta calidad, en la que se puede confiar.
Por el direccionamiento que se necesita para el inicio de un negocio.
Es muy importante ya que no se ha dado este tipo de ayudas a los pequeños emprendedores
Importante contar con el acompañamiento de la universidad.
La universidad debería implementar más el emprendimiento.
Se debe fortalecer lo visto en clase con lo real.
Porque en la ciudad no contamos con una universidad que brinde estas asesorías.
Se debe aprovechar la experiencia que tiene la universidad, me parece muy bien que se esté brindado estos servicios.
Qué bueno que la universidad preste este servicio.

Pregunta No. 10

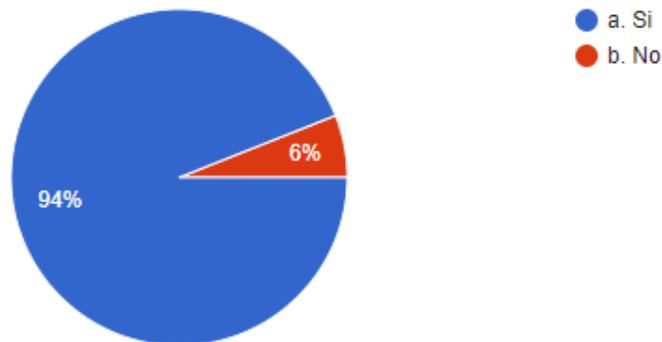


Figura 18. ¿Estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de servicios empresariales?

Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto positivo se evidencia en la Figura 18, ya que se puede identificar que el 94% de los encuestados manifiesta interés y estaría dispuesto a pagar por este tipo de servicios empresariales, lo que evidencia un aporte a la sostenibilidad financiera del Centro de Desarrollo Empresarial.

Conclusión

En general se percibe la creación del Centro de Desarrollo Empresarial en la UTP como una enorme oportunidad para el grupo la comunidad académica representada en estudiantes y egresados de la universidad, el 98% de los encuestados manifestaron interés en este servicio, indicando un 94% que estarían dispuestos a pagar, su principal motivación sería el desarrollo de sus ideas de negocios a través de procesos de formación y asesoría presencial y virtual, que les permita mejorar en aspectos relacionados con el mercado y ventas, las finanzas y los procesos administrativos de sus potenciales empresas, la población encuestada tiene una percepción de calidad académica reflejada en los docentes lo cual les facilitaría promover el emprendimiento

sostenible en la universidad, los estudiantes y egresados manifiestan además poder aprovechar este espacio que les pueda brindar la universidad en el desarrollo de sus iniciativas de negocio.

9 Encuesta realizada a Empresarios Mi Pymes del Área metropolitana

Pregunta No. 1

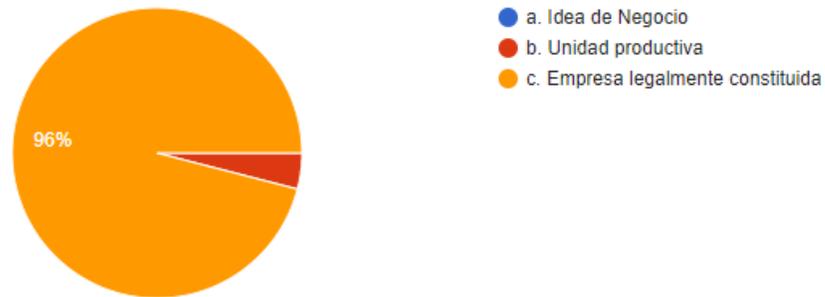


Figura 19. Opciones de negocios de los empresarios

Fuente: Elaboración propia

El 96% cuenta con empresa legalmente constituida y el 4% rescata, es decir una empresa corresponde a una unidad productiva.

Pregunta No. 2

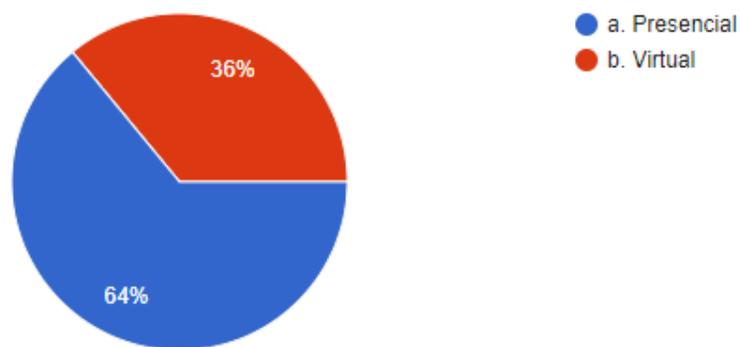


Figura 20. De qué manera está usted interesado en recibir servicios de acompañamiento empresarial

Fuente: Elaboración propia

Percepción representativa del servicio de acompañamiento que quiere recibir. En esta Figura se visualiza, que la mayoría (64%) de encuestados prefieren el servicio de manera presencial.

Pregunta No. 3

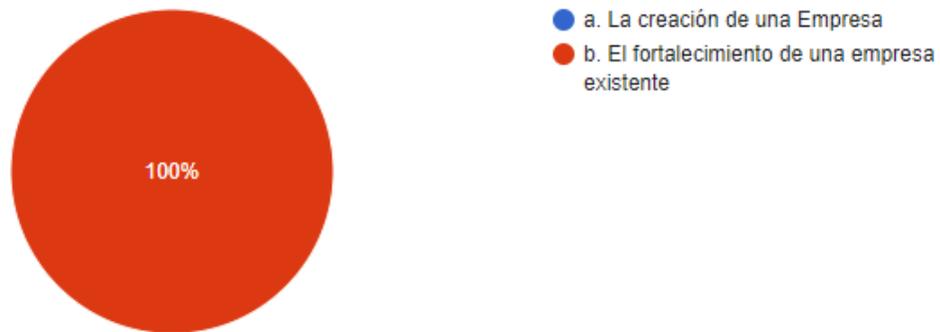


Figura 21. Los servicios de acompañamiento los requiere para:

Fuente: Elaboración propia

Los empresarios necesitan apoyo para el fortalecimiento de una empresa existente, ya que el 100% de la muestra corresponde a empresas en funcionamiento.

Pregunta No. 4

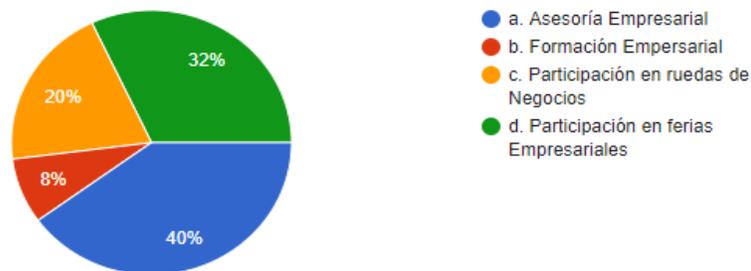


Figura 22. ¿Cuál de los siguientes servicios de acompañamiento empresarial le gustaría recibir?

Fuente: Elaboración propia

Indica cuál es el tipo de acompañamiento empresarial que quiere recibir. Se puede observar que hay representación en diferentes acompañamientos, pero el más representativo es la (a) Asesoría Empresarial. Con un 40%.

Pregunta No. 5

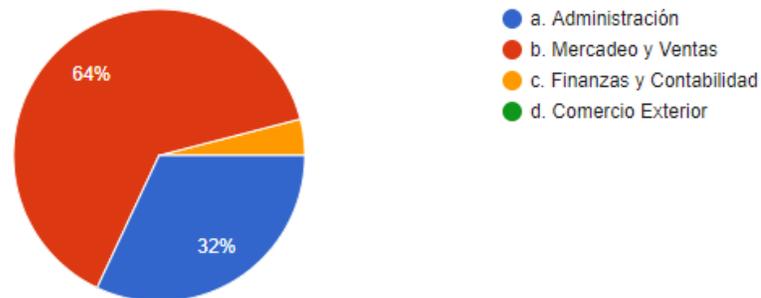


Figura 23. ¿Cuál de los siguientes servicios de asesoría y/o Formación Empresarial considera necesario obtener para el mejoramiento de su empresa?

Fuente: Elaboración propia

Percepción representativa de las diferentes opciones en los que se podría enfocar el tipo de asesoría a ofrecer desde el Centro de Desarrollo Empresarial, podemos observar que el servicio de asesoría más requerido corresponde a la (b) Mercadeo y Ventas con el 64%, la (a) Administración con el 32% y el 4% restante (c) Finanzas y Contabilidad.

Pregunta No. 6

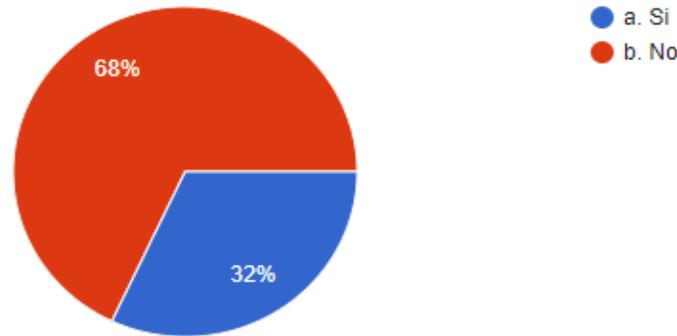


Figura 24. ¿Ha recibido usted ayuda en alguno de los anteriores servicios?

Fuente: Elaboración propia

Los encuestados dan cuenta del deficiente apoyo que percibe el gremio empresarial, ya que solo el 32% ha recibido ayuda en este tipo de asesorías.

Pregunta No. 7

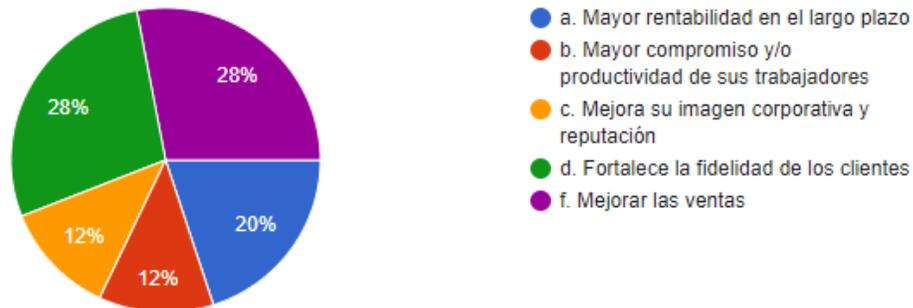


Figura 25. ¿Qué le motivaría a iniciar un proceso de acompañamiento empresarial?

Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto positivo de esta investigación que se puede identificar en esta Figura es que revela la motivación que tienen los empresarios para iniciar un proceso de acompañamiento, los

encuestados consideran que, en su orden, el Centro de Desarrollo Empresarial debe enfocarse en brindar asesorías para:

- Mejorar las ventas con un 28%
- Fortalecer la fidelidad de los clientes con un 28%
- Mayor rentabilidad en el largo plazo con un 20%
- Mejorar su imagen corporativa y reputación con un 12%
- Mayor compromiso y/o productividad de sus trabajadores con un 12%

Pregunta No. 8

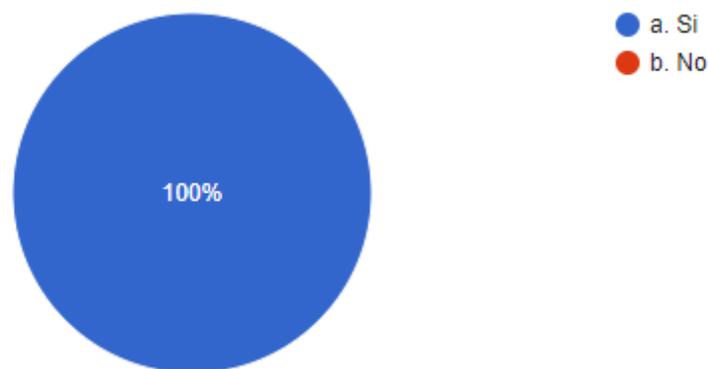


Figura 26. ¿Considera usted importante que la Universidad Tecnológica de Pereira ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial?

Fuente: Elaboración propia

En esta Figura, se aprecia de manera positiva, que el 100% de los empresarios encuestados consideran importante que la Universidad ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial.

Pregunta No. 9

Al consultar los encuestados: *Por favor indique el porqué de su respuesta a la pregunta 8*
“¿Considera usted importante que la Universidad Tecnológica de Pereira ofrezca este tipo de servicios de acompañamiento empresarial?” Se pudo obtener de ellos las siguientes apreciaciones

Tabla 4. Apreciaciones pregunta No 8 encuesta empresarios My pimes

Apreciaciones
En su gran mayoría, la debilidad más grande que tenemos los creadores de empresa es la falta de conocimiento y el direccionamiento para posicionar la empresa en el mercado.
Porque hasta el momento ninguna universidad ha ofrecido este tipo de servicios.
Porque es una propuesta que motiva a ser mejor empresa.
Sería de gran ayuda para el gremio empresarial, poder contar con la asesoría de una Universidad como la UTP.
Es importante que exista una universidad que se preocupe por brindar acompañamientos de este tipo.
UN acompañamiento importante que se debe brindar.
Porque se debe aprovechar todo el conocimiento y la calidad que tiene la universidad tecnológica.
Es importante que se pueda fortalecer y direccionar a las empresas.
Sería muy importante contar con el apoyo de expertos en este tipo de asesorías.
Es de suma importancia contar con el apoyo de la universidad, esto incentiva a emprender.
Supremamente importante, ya que no existe en Pereira quien brinde este tipo de asesorías.
Importante recibir apoyo de una universidad, con la imagen que tiene la universidad tecnológica de Pereira.
Porque no se cuenta con este servicio en Pereira.
Es bueno que una universidad con la calidad que tiene la UTP, brinde estas asesorías a las empresas.
Por la experiencia que tiene la universidad.
Por la calidad, posicionamiento y experiencia que tienen los docentes.
Porque no existe una entidad en la ciudad de Pereira que brinde este servicio tan importante para los empresarios.
Muy importante que se brinde este acompañamiento por parte de la universidad.
Importante recibir asesorías de profesores de la Universidad Tecnológica de Pereira.
porque no existe un lugar donde ofrezcan este apoyo.
Es un servicio que no se encuentra en la ciudad de Pereira.
Por la importancia del acompañamiento que brinda la universidad, la calidad de los estudiantes y los docentes es excelente.
Porque como Empresa nos interesa tener un vínculo con la Universidad, ya que la calidad de los docentes es muy buena.
Calidad en la Educación.
Por el posicionamiento que tiene la Universidad. La calidad de los estudiantes es excelente.

Pregunta No. 10

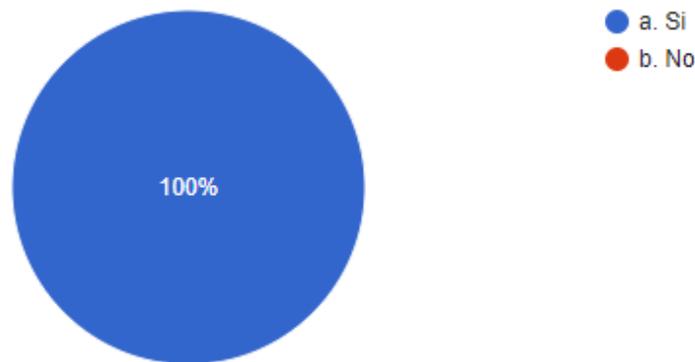


Figura 27. ¿Estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de servicios empresariales?

Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que el 100% de los encuestados manifiesta interés y estaría dispuesto a pagar por este tipo de servicios empresariales.

Conclusión

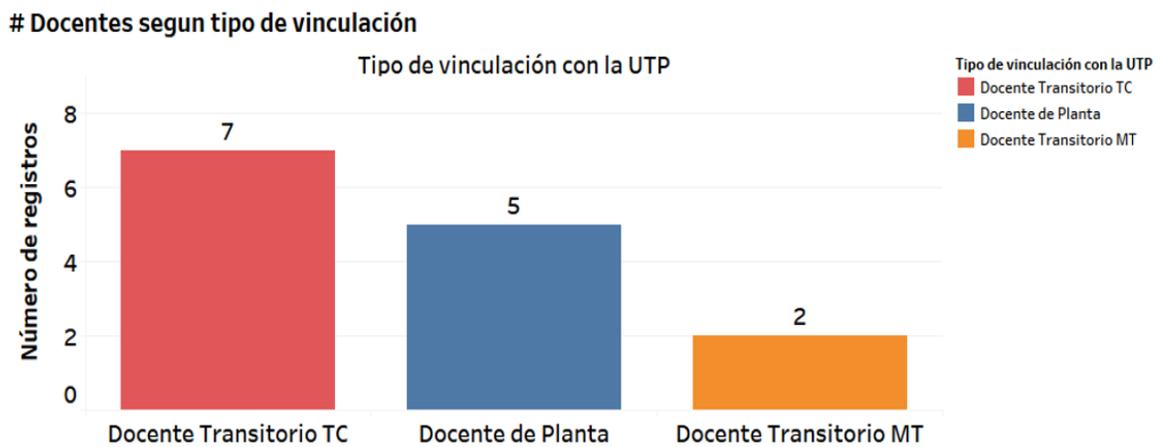
En general se percibe la creación del Centro de Desarrollo Empresarial en la UTP como una enorme oportunidad para el fortalecimiento de las Mipymes a nivel regional, el 100% de los empresarios encuestados manifestaron interés en este servicio, indicando que aun estarían dispuestos a pagar, su principal motivación sería para fortalecer sus empresas a través de asesorías presenciales y virtuales, específicamente en el área comercial y administrativa, mostrando un gran interés por la participación en eventos como ferias empresariales con el fin de incrementar sus ventas. El posicionamiento de la universidad es un factor que genera confianza y credibilidad en

los empresarios de la región para acceder a este servicio por parte de la misma, el cual esta soportado en la calidad académica de sus docentes. Se percibe por parte de los empresarios una ausencia en el medio de instituciones que puedan prestar este servicio de extensión universitaria al sector productivo.

10 Encuesta realizada a los docentes de Planta, Transitorios Tiempo Completo y Medio Tiempo de los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira

Se realizó este estudio para determinar características de la oferta disponible de servicios de formación y asesoría empresarial de la comunidad académica de los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Pregunta No. 1



Suma de Número de registros para cada Tipo de vinculación con la UTP. El color muestra detalles acerca de Tipo de vinculación con la UTP.

Figura 28. Indique su tipo de vinculación con la UTP

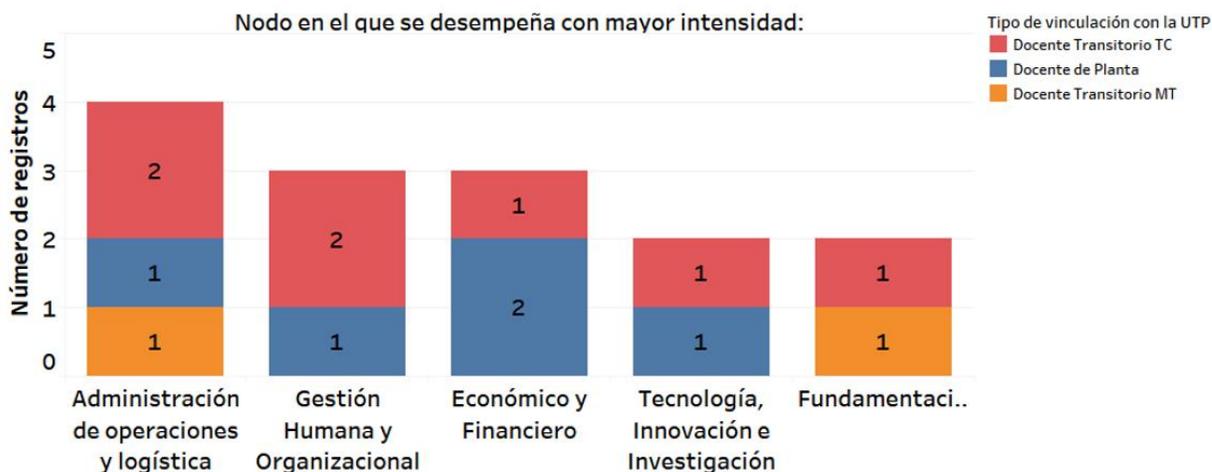
Fuente: Elaboración propia

La Figura 28, indica la encuesta aplicada a 14 docentes de los cuales cinco son de Planta, siete son vinculados con Transitorios de tiempo completo y dos transitorios de medio tiempo. (los

colores muestran detalles del tipo de vinculación. Esta muestra corresponde más de un tercio de la población total de docentes que se encuentra adscritos a los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Pregunta No. 2

Docentes por nodo y tipo de vinculación



Suma de Número de registros para cada Nodo en el que se desempeña con mayor intensidad:. El color muestra detalles acerca de Tipo de vinculación con la UTP.

Figura 29. Indique el Nodo en el que se desempeña con mayor intensidad

Fuente: Elaboración propia

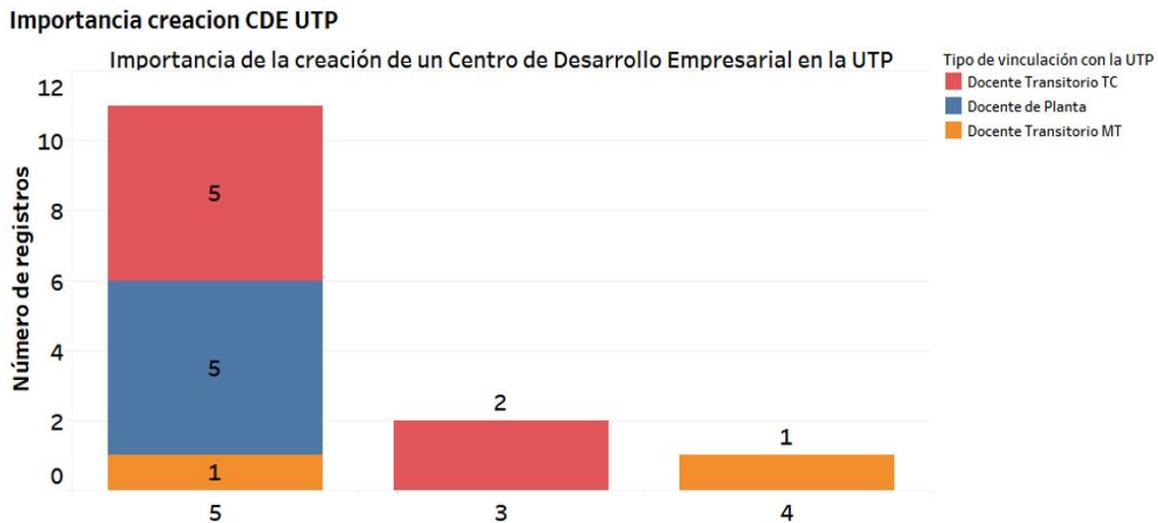
Actualmente los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP, se desarrollan en cinco Nodos a saber:

- Fundamentación: Lógico-matemático, Socio-Humanístico y Ambiental
- Gestión Humana y Organizacional
- Administración de Operaciones y Logística

- Económico y Financiero
- Tecnología, Innovación e Investigación

Por lo que la Figura 29 nos indica en que Nodo se desempeña cada uno de los docentes encuestados, la relevancia de este apartado radica en que la encuesta busca recoger percepción representativa de los diferentes segmentos en los que se podría referenciar el tipo de representación a ofrecer desde el Centro de Desarrollo empresarial. Se puede observar que hay representación de docentes en todos los Nodos, principalmente en los Nodos de Administración de Operaciones y Logística, Gestión Humana y Organizacional; lo cual es proporcional con la intensidad académica entre estos.

Pregunta No. 3



Suma de Número de registros para cada Importancia de la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en la UTP. El color muestra detalles acerca de Tipo de vinculación con la UTP.

Figura 30. ¿Qué tan importante considera la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en el marco de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP?

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 30 se aprecia de manera positiva que en un rango de calificación de “1” a “5”, el 100% de los encuestados consideran importante la creación del Centro de Desarrollo empresarial, siendo los docentes de Planta y Los Transitorios de Tiempo Completo la población que mayoritariamente otorgó la más alta calificación, lo que evidencia una posible sostenibilidad del Centro de Desarrollo Empresarial, debido a la mayor estabilidad laboral con la que cuentan los docentes de éstos dos tipos de vinculación.

Pregunta No. 4

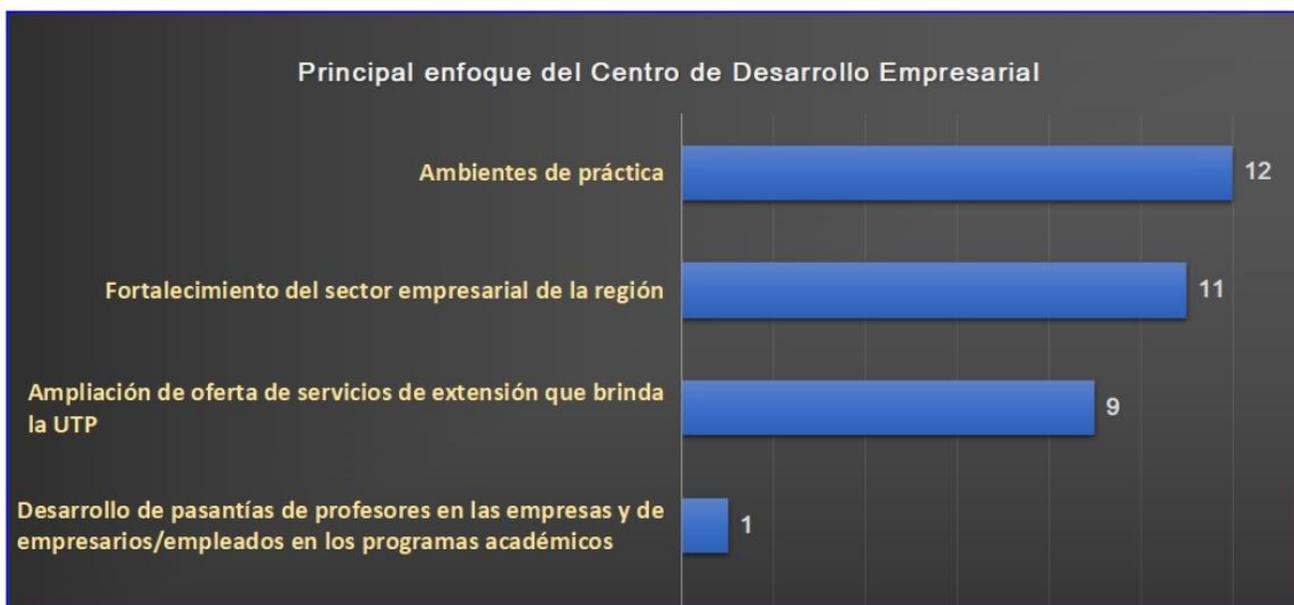


Figura 31. ¿Cuál considera que debería ser el principal enfoque del Centro de Desarrollo Empresarial?

Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 31, los encuestados consideran que, en su orden, el Centro de Desarrollo empresarial debería enfocarse como:

- Escenario complementario de Ambiente de práctica
- Agente de fortalecimiento del sector empresarial de la región
- Oportunidad de ampliación de oferta de servicios de extensión

Pregunta No. 5

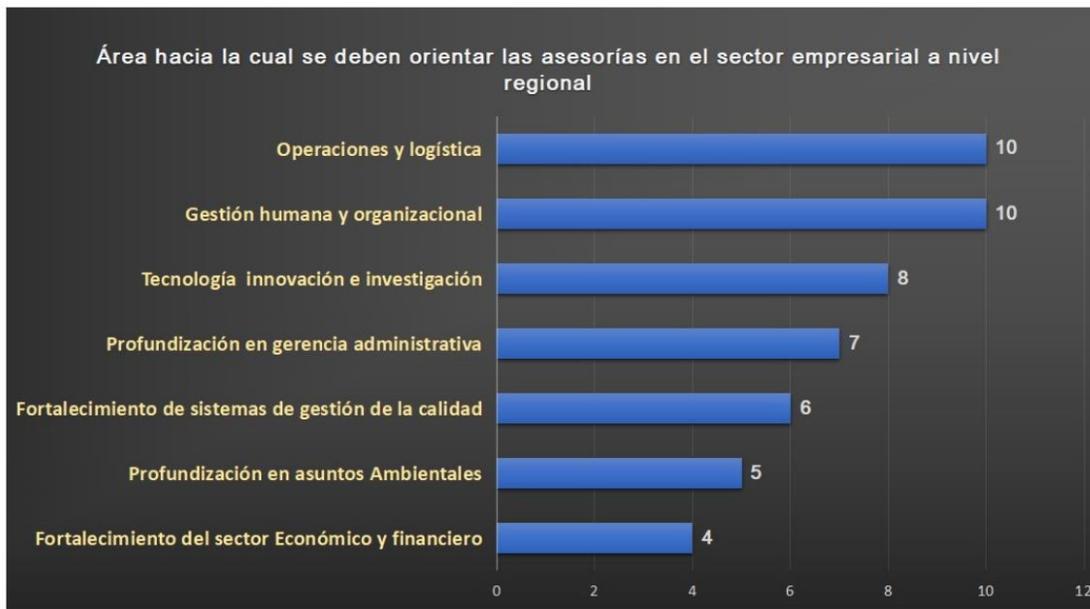


Figura 32. ¿Indique el área sobre la cual se debería dar mayor relevancia en materia de asesorías por parte del Centro de Desarrollo Empresarial?

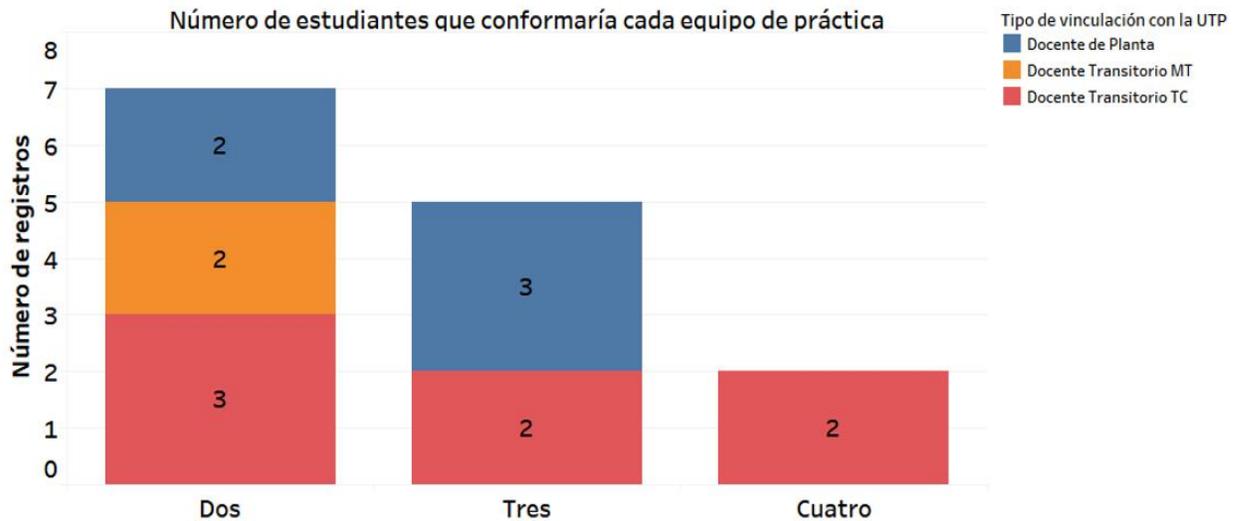
Fuente: Elaboración propia

La Figura 32 revela que la mayoría de los encuestados considera que las asesorías al sector empresarial, deberían orientarse según orden de oportunidad hacia:

- Operaciones y Logística
- Gestión Humana y Organizacional
- Tecnología, Innovación e Investigación

Pregunta No. 6

Estudiantes por Equipo de práctica



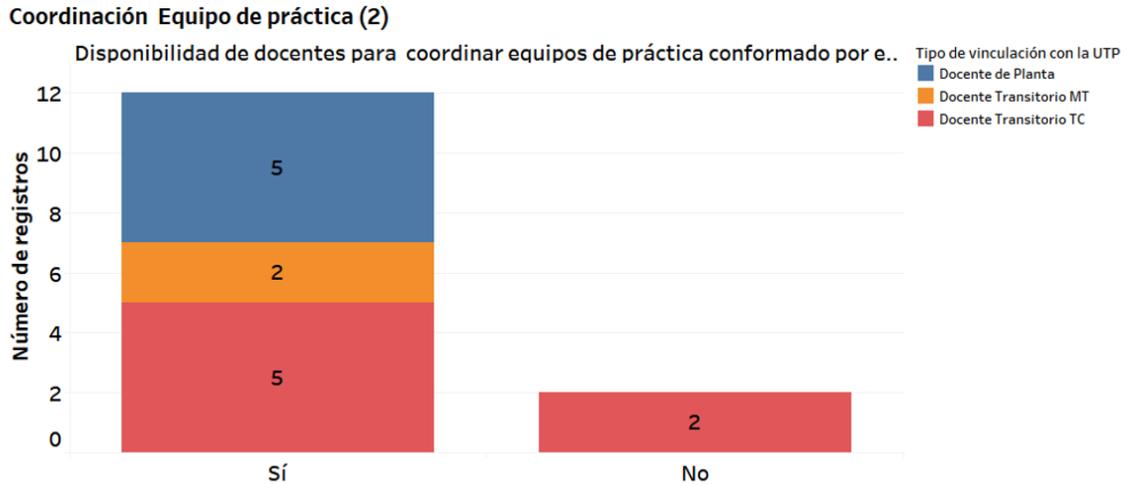
Suma de Número de registros para cada Número de estudiantes que conformaría cada equipo de práctica. El color muestra detalles acerca de Tipo de vinculación con la UTP.

Figura 33. ¿Cuál considera usted que deberá ser el número de estudiantes que conforme cada equipo de práctica?

Fuente: Elaboración propia

Respecto al número de estudiantes de los equipos de práctica, según La Figura 33, los encuestados manifiestan que éstos deberían en su mayoría contar con dos o tres estudiantes, lo que facilitaría un mejor control de responsabilidades asignadas, frente a equipos de mayor número de integrantes.

Pregunta No. 7



Suma de Número de registros para cada Disponibilidad de docentes para coordinar equipos de práctica conformado por estudiantes. El color muestra detalles acerca de Tipo de vinculación con la UTP.

Figura 34. ¿Está dispuesto a coordinar equipos de práctica conformado por estudiantes?

Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto positivo de esta investigación se puede identificar en la Figura 34 que revela que más del 90% de los encuestados manifiesta interés de participar como coordinadores de equipos de práctica. Sólo dos de los catorce encuestados no presentan disponibilidad.

Pregunta No. 8

Al consultar a los encuestados, se pudo obtener de ellos las siguientes apreciaciones:

Tabla 5. *Apreciaciones encuestados*

Apreciaciones
La Formación de los docentes y la calidad de los estudiantes
Calidad y gestión organizacional
Docentes muy bien cualificados para desarrollar actividades
Talento humano multidisciplinario
Se cuenta con capital humano calificado y cualificado
Docentes con alta formación y capacidad investigativa.
Conocimiento del comportamiento y estado de las organizaciones de la región
Capacidad de gestión
Calidad docente
El Diseño del programa de Tecnología industrial y el cuerpo docente y directivo

Tabla 6. *¿Cuáles considera usted que son las principales fortalezas con las que cuentan los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la UTP para la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial?*

Fortalezas
La experiencia institucional y de sus docentes que se manifiesta en reconocimiento social
Los desarrollos en torno a la empresa y su relación con el medio empresarial regional
La capacidad de convocatoria y aceptación en el medio empresarial regional
El compromiso de los docentes con los programas y con la universidad
Gestión organizacional, innovación y tecnología
<ul style="list-style-type: none">• Conocimiento actualizado en administración y gestión de organizaciones• Experiencia en desarrollo y ejecución de proyectos de gestión tecnológica e innovación• Equipo humano competente en desarrollo de proyectos

Pregunta No. 9

Ahora bien, teniendo en cuenta que apuestas como ésta se deben anticipar a escenarios dinámicos y cambiantes, al consultar los encuestados, ellos lo relacionan así:

Tabla 7. *¿Cuáles considera usted que son los factores que condicionarían la creación de un Centro de Desarrollo Empresarial en la UTP?*

Consideraciones creación Centro
El tiempo
Interés político en su creación
Los empresarios, el entorno, modelos existentes, planteamientos de nuevos modelos
Marco Normativo, disponibilidad de profesionales, apoyo económico inicial
<ul style="list-style-type: none"> • Voluntad política para la creación del Centro por parte de la administración de la UTP • Disponibilidad de los docentes y los recursos para remunerar su vinculación con horas en la extensión de la universidad
Disposición de la dirección de la universidad
Una persona encargada, la parte económica y el compromiso de la dirección
Disponibilidad de tiempo
La voluntad, disposición e inmersión de la Dirección de los programas en el proceso de creación del Centro
Se requiere un Centro, que haga el enlace con el medio externo
La necesidad, de las organizaciones, de generación de fuentes de diferenciación competitiva con base en la innovación.
La capacidad de investigación que tienen los programas de Tecnología Industrial y de Administración Industrial
La necesidad de establecer conexiones comunicativas complejas, entre actores de sistema organizaciones, para ampliar la capacidad interpretativa de la gestión de las mismas y de sus entornos, y de esta manera convertir y encontrar oportunidades de valor en las circunstancias cambiantes
Disponibilidad presupuestal
La disponibilidad de tiempo y recursos financieros para estimular la prestación de servicio de asesorías y coordinar equipos y practicas

Pregunta No. 10



Suma de Número de registros para cada Disponibilidad mensual para la prestación del servicio de asesorías. El color muestra detalles acerca de Disponibilidad mensual para la prestación del servicio de asesorías.

Figura 35. ¿Indique su disponibilidad en horas para la prestación del servicio de asesorías?

De otra parte, teniendo presente que los programas en cuestión cuentan con docentes con alta formación y capacidad investigativa, alto conocimiento del comportamiento y estado de las organizaciones del área metropolitana y gran capacidad de gestión, es importante ver como nueve de los catorce encuestados manifiestan tener su disponibilidad de hasta quince horas mensuales para ofrecer servicios de asesorías, los que puede aumentar el radio de acción del Centro de Desarrollo Empresarial y por lo tanto su sostenibilidad (Figura 35).

Conclusión

En general se percibe la creación del Centro de Desarrollo Empresarial en la UTP como una enorme oportunidad para el desarrollo de prácticas estudiantiles, ampliar la oferta de servicios y el fortalecimiento con el sector productivo de la región, el 100% de los docentes encuestados

manifestaron la importancia de este servicio en el universidad, se identifica el interés en coordinar estos equipos de apoyo de estudiantes, así como la disponibilidad de horas para la prestación de este servicio, perciben la necesidad de orientar el servicio de asesoría hacia las áreas de operaciones y logística, gestión humana y organizacional, desarrollo tecnológico e innovación. Consideran importante que la universidad tenga voluntad para el desarrollo de este programa, lo cual se reflejara en disponibilidad del presupuesto de la organización para la operación del mismo.

11 Plan Estratégico del Centro De Desarrollo Empresarial SBDC –UTP 2019

11.1 Propuesta de Misión, Visión y Valores del Centro de Desarrollo Empresarial de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira

11.1.1 Misión. Brindar servicios de formación y asesoría empresarial a la comunidad académica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira y del sector empresarial del Área Metropolitana con el fin de promover el desarrollo sostenible.

11.1.2 Visión. Ser reconocidos como aliados estratégicos para el desarrollo productivo y la generación de empleo formal en la comunidad académica de la UTP y el área metropolitana de la ciudad de Pereira.

11.1.3 Valores.

- ✓ Servicio para la satisfacción del cliente: prestamos servicio con calidez, profesionalismo y oportunidad.

- ✓ Innovación para la competitividad: Contribuimos a la generación de ventaja competitiva diferencial

- ✓ Trabajo en equipo para alcanzar resultados: Operamos bajo el principio de trabajo colaborativo

- ✓ Compromiso para la sostenibilidad de la gestión: Trabajo con enfoque en resultados efectivos.

- ✓ Liderazgo para la transformación socio económica: Promovemos el desarrollo regional con gestión ejemplar.

- ✓ Integridad para hacer lo correcto: Ejecutamos nuestros procesos con Ética, transparencia, respeto, profesionalismo y confiabilidad.

12 Identificación de los principales grupos de interés del Centro de Desarrollo Empresarial de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira y sus expectativas.

Nuestros Colaboradores: Líder del Centro de Desarrollo Empresarial, Gestor de emprendimiento y empresarismo, Docentes, Practicantes Universitarios.

Expectativa: Adecuada remuneración, Estabilidad laboral, Desarrollo profesional, Reconocimiento, Promoción laboral, Formación, Participación, empoderamiento en la toma de decisiones, ambiente de trabajo digno, oportunidad de innovar.

Nuestros clientes: Nuestros clientes son los Emprendedores, Microempresas y Pequeñas empresas, empresas de la comunidad académica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira y del área metropolitana del Municipio de Risaralda, que requieren de formación y asesoría para lograr la escalabilidad requerida que les permita asegurar su auto-sostenibilidad comercial y financiera.

Expectativa:

Emprendedores: Recibir orientación sobre como iniciar un negocio o empresa y la metodología para construir su plan de negocios y evaluar su factibilidad, así como el capital requerido y las posibles fuentes de financiación, de igual forma recibir orientación sobre los aspectos que se requiere conocer para crearla legalmente y administrarla adecuadamente. Servicio, Escalabilidad, Financiación, Desarrollo de capacidad de Gestión, Desarrollo

empresarial, Relacionamiento empresarial, participación en eventos comerciales (Ruedas de negocios y ferias empresariales).

Las Micro y Pequeñas empresas: son aquellas empresas ya creadas que tienen la necesidad y la expectativa de recibir asesoría profesional para mejorar procesos, ser más productivas, incrementar sus ventas y expandir su cobertura comercial así como la consecución de recursos para poder crecer, son empresas que requieren de un proceso de acompañamiento sistemático y continuo que acompañado de procesos de formación y apoyo para el fortalecimiento de alianzas comerciales puedan lograr la escalabilidad requerida para su sostenibilidad. Las empresas de este grupo estarán clasificadas según su nivel de desarrollo, potencial de generar impacto económico y contribución al desarrollo regional y a la generación de empleo.

Institución Universitaria UTP: Nuestro SBDC -Centro de Desarrollo Empresarial de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira estará ubicado en las instalaciones de la UTP ubicada en en la carrera 27 No. 10-02 Los Álamos, edificio 5 piso 4 oficinas 5-427 y 5-430 en el municipio de Pereira localizado en el Departamento de Risaralda, aportando la infraestructura e instalaciones, enceres y equipos adecuados para la operación del SBDC

Expectativa: Buen uso de las instalaciones. Aprovechamiento de los recursos disponibles en la institución, Reconocimiento y posicionamiento en el ecosistema de emprendimiento, impacto regional, generación de recursos para la sostenibilidad.

Nuestros socios: Gobernación, Consejos y asambleas, Alcaldías, Cámaras de comercio, Universidades, Parques Tecnológicos, Instituciones de Microcrédito, Gremios

Expectativa: Alianzas, Financiación, Desarrollo empresarial, formalización, articulación con los planes de desarrollo, generación de empleo, creación de nuevas empresas, acompañamiento.

Funcionarios públicos que apoyan nuestro programa: El Gobernador y los alcaldes, Los miembros del consejo y la asamblea, en especial representan el principal grupo de funcionarios electos, para quienes nuestro SBDC de la UTP pasa a ser un soporte fundamental para la articulación de sus planes de desarrollo, promoviendo el trabajo colaborativo en ambas vías, para conseguir beneficios mutuos y optimización en el uso de recursos.

Comunidad Académica: Los Directivos de la UTP, Rector de la Universidad, Decano, director y Docentes de los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial, practicantes Universitarios de los diferentes programas de la Institución.

Expectativa: Articulación, participación, información, atención de requerimientos, impacto del programa en el entorno, reconocimiento, aporte al cumplimiento de los planes de desarrollo local en cada municipio y departamental, disminución del desempleo, incremento en ventas y en productividad regional.

13 Determinar el rol que juega el SBDC en el desarrollo económico regional y dentro de su institución anfitriona

El rol que jugará el SBDC de la UTP en el desarrollo de la economía regional será el siguiente:

Nuestro SBDC-UTP, cumplirá el papel de liderar la asistencia a emprendedores así como a las micro y pequeñas empresas, brindando servicios de orientación, asesoría, formación y acompañamiento profesional, personalizado y especializado que a mediano plazo contribuya a generar escalabilidad e impacto económico en cada una, fortaleciendo la generación en la región de nuevos empleos, nuevas empresas, dinamismo en el financiamiento, expansión comercial a nuevos mercados, disminución en la tasa de mortalidad empresarial e incremento en la tributación como resultante del incremento en ventas. Seremos un equipo de profesionales interdisciplinario altamente competitivo, reconocido por generar impacto real.

Nuestro programa SBDC - UTP, con la orientación adecuada de los empresarios nacientes de la región hacia la formalización, el adecuado direccionamiento de los empresarios hacia el cumplimiento oportuno de sus obligaciones tributarias y la generación de impacto en el crecimiento de las ventas de las empresas asesoradas, contribuirá a mejorar los ingresos del gobierno local por concepto del impuesto CREE, y de la Institución Universitaria por concepto de prestación de servicios y consultorías, que se traduce en aporte a la sostenibilidad y al incremento de los recursos de que podrá disponer el gobierno nacional y la Institución en la reinversión y fortalecimiento de nuestro SBDC-UTP.

Nuestro programa será un aliado estratégico para el gobierno departamental y las alcaldías de la región contribuyendo a la articulación y logro de sus planes de desarrollo, y a las entidades públicas, privadas y académicas de fomento del emprendimiento en el departamento de Risaralda, para el fortalecimiento de sus programas de orientación empresarial y de emprendimiento.

14 Propuesta de la Estructura Organizacional del centro de desarrollo Empresarial SBDC-UTP Pereira (organigrama)

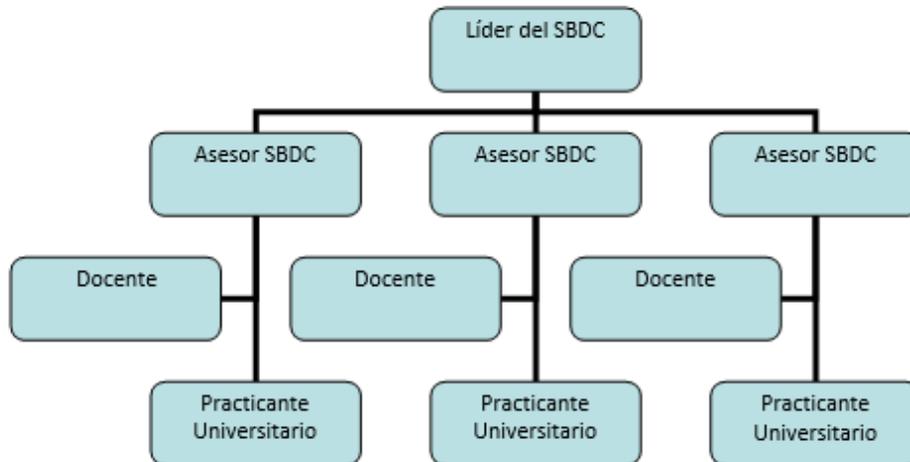


Figura 36. Estructura Organizacional

Fuente: Elaboración propia

Las responsabilidades de los empleados del SBDC SBDC-UTP Pereira serán las siguientes:

Líder del SBDC –UTP Pereira:

- ✓ Acordar con la Decanatura y la Dirección de los programas las metas de productividad e impacto económico del SBDC

- ✓ Administrar y gestionar la disponibilidad de recursos financieros y humanos para operar el SBDC

- ✓ Definir y Asignar las responsabilidades de todos los miembros del centro y formalizar sus obligaciones y metas a alcanzar

- ✓ Promover los servicios del SBDC y gestionar alianzas estratégicas para consecución de recursos

- ✓ Elaborar y presentar oportunamente los informes requeridos por la Institución Universitaria

- ✓ Optimizar la asignación de recursos

Asesor SBDC-UTP: (Junior y Sénior)

- ✓ Brindar orientación e información a emprendedores y clientes nivel 1, 2 y 3

- ✓ Realizar reuniones informativas grupales informativas y de orientación

- ✓ Promover, coordinar y ejecutar programas de difusión del SBDC y atraer nuevos clientes

- ✓ Apoyar y coordinar las labores de investigación de investigación de mercados e intervención especial de los practicantes y evaluar su gestión

- ✓ Brindar asesoría y formación empresarial básica y/o especializada enfocada en la creación de resultados de impacto con sus clientes

- ✓ Apoyar la realización de micro ruedas y ferias empresariales con clientes del SBDC

- ✓ Participar de desarrollo profesional para mejorar sus capacidades y brindar un mejor servicio

- ✓ Documentar las actividades de asesoría y formación

Docentes de apoyo:

- ✓ Brindar formación y asesoría requeridos por los emprendedores y empresarios vinculados al SBDC –UTP

- ✓ Apoyar las labores de desarrollo comercial de los emprendedores y empresarios vinculados al SBDC –UTP

- ✓ Documentar las actividades de asesoría y formación

Practicantes universitarios:

- ✓ Realizar investigación de mercado solicitada por los asesores y docentes para los clientes del centro de desarrollo empresarial

- ✓ Apoyar al personal con la organización de eventos o tareas administrativas incluyendo la logística con los programas de formación o eventos de comercialización

- ✓ Acompañar los procesos de formación y asesoría requeridos por los emprendedores y empresarios vinculados al SBDC –UTP

**15 Análisis DOFA, identificando las principales Fortalezas, Oportunidades,
Debilidades y Amenazas del SBDC UTP Pereira**

Tabla 8. *Análisis DOFA SBDC UTP.*

Fortalezas	Debilidades
<p>Atributos y recursos internos que apoyan el éxito de la organización, que son una ventaja competitiva y que otras organizaciones no pueden duplicar fácilmente (internas)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reconocimiento de la Institución Universitaria a Nivel Nacional e Internacional ✓ Relacionamiento con el sector académico y productivo ✓ Capacidad del grupo docente ✓ Calidad y diversidad de la Oferta Formativa ✓ Infraestructura de apoyo 	<p>Flaquezas, puntos débiles de la organización que afectan negativamente el alcance de la misión y que se podrían mejorar (internas)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bajo reconocimiento del Modelo de servicio implementado ✓ Baja capacidad de respuesta actual a las necesidades del sector productivo
Oportunidades	Amenazas
<p>Factores externos que la organización puede capitalizar o aprovechar (externas)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Articulación con el sector productivo y académico ✓ Uso de recursos económicos disponibles para el desarrollo del SBDC-UTP ✓ Fortalecimiento de capacidad instalada en el SBDC-UTP ✓ Aprovechamiento de recursos técnico, físicos y humanos disponibles en la UTP ✓ Apoyo gubernamental para el fortalecimiento de procesos de emprendimiento y empresarismo ✓ Interés del sector productivo en los procesos de formación y asesoría 	<p>Factores externos que ponen en peligro a la organización (externas)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambios en las políticas de Gobierno ✓ No crear suficientes servicios de alto valor para las empresas establecidas ✓ No responder a los cambios en el mercado y a las necesidades de nuestros clientes ✓ No generar el reconocimiento deseado en los grupos de interés.

16 Propuesta de Mapa estratégico (Estrategias, Objetivos e indicadores)

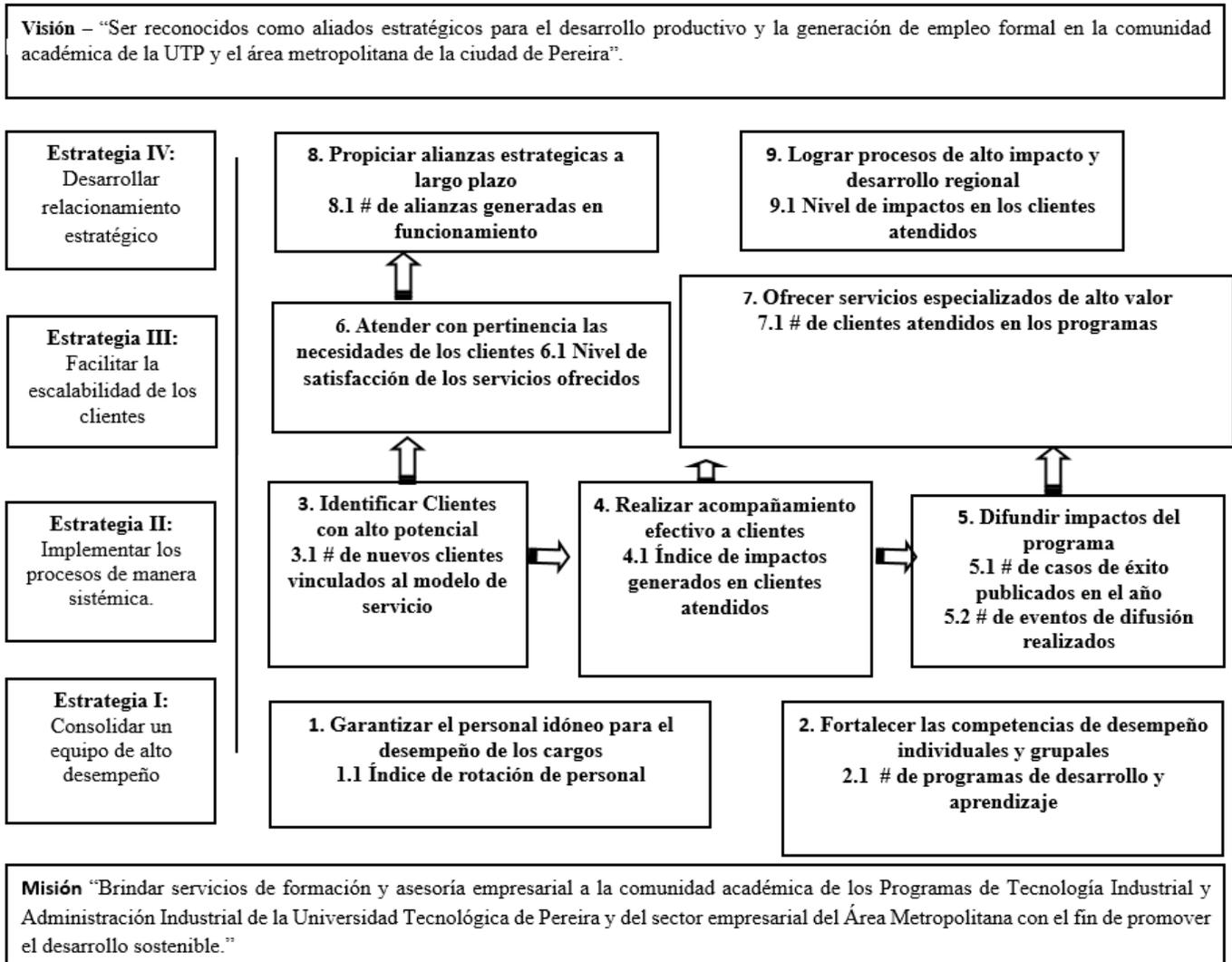


Figura 37. Propuesta de Mapa estratégico

17 Servicios de Formación y Asesoría

17.1 Servicios de formación

17.1.1 Clientes Nivel 1 (Emprendedores).

Cursos Básicos:

- ✓ Evaluación de la idea de Negocios
- ✓ Como Crear su Empresa y requisitos legales
- ✓ Formulación de Plan de Negocios

17.1.2 Clientes Nivel 2 (Empresas creadas)

Empresas Proactivas:

- ✓ Acceso a Financiación
- ✓ Apertura de Nuevos Mercados y Exportaciones
- ✓ Mercadeo y ventas

Empresas con Necesidad Específica:

- ✓ Administración Financiera, Contable y Tributaria
- ✓ Administración de RRHH
- ✓ Acceso a Financiación
- ✓ Apertura de Nuevos Mercados
- ✓ Mercadeo y ventas

17.1.3 Clientes Nivel 3:

Empresas Gacelas

- ✓ Exportaciones y apertura nuevos mercados
- ✓ Planeación Estratégica
- ✓ Mercadeo y Ventas
- ✓ Administración de RRHH
- ✓ Fuentes de Financiación
- ✓ Alianzas Estratégicas
- ✓ Apertura de Nuevos Mercados y Exportaciones
- ✓ Marketing On Line

17.1.4 Servicios de Investigación de Mercados:

- ✓ Estudios de factibilidad para validar la idea de negocios,
- ✓ Estudios Probabilísticos (cuantitativos-Encuestas)
- ✓ Estudios no Probabilísticos (Cualitativos-Entrevistas de profundidad)
- ✓ Estudios de la competencia
- ✓ Pruebas de producto/servicio
- ✓ Estudios del estado de un mercado o sector específico
- ✓ Análisis de la industria y/o Sector
- ✓ Benchmarking
- ✓ Búsqueda de nuevos proveedores y compradores

- ✓ Investigación sobre regulaciones para vender un producto
- ✓ Investigación sobre normas y requisitos para expedición de las licencias y permisos necesarios para comenzar una nueva empresa.

✓

17.2 Servicios de Asesoría

17.2.1 Clientes Nivel 1:

Emprendedores, no tienen idea concreta.

- ✓ Orientación general a usuarios.
- ✓ Taller informativo (Modelo de servicio).
- ✓ Taller básico de ideación (sensibilización, oportunidades de negocio)

Con potencial.

- ✓ Servicio de asesoría modelación
- ✓ Taller de Modelación. (Lean Starup y Lean Canvas)
- ✓ Cursos básicos de: Evaluación de la idea de Negocios
- ✓ Como Crear su Empresa
- ✓ Formulación de PN
- ✓ Asesoría en Construcción del Plan de Negocios
- ✓ Servicio de asesoría Creación y formalización de empresa

17.2.2 Clientes Nivel 2:

Empresas, proactivas

- ✓ Servicio de diagnóstico y evaluación de la empresa y su producto/servicio
- ✓ Servicio de asesoría inmediata
- ✓ Asesoría en planeación estratégica y Liderazgo
- ✓ Acompañamiento para mejorar la gestión empresarial
- ✓ Asesoría en el desarrollo de Estrategias de Marketing y Ventas
- ✓ Servicios de apoyo en Investigación de Mercados
- ✓ Apoyo comercial para incrementar ventas
- ✓ Asistencia para obtener nuevo financiamiento

Empresas, con necesidad específica

- ✓ Servicio de diagnóstico y evaluación de la empresa y su producto/servicio
- ✓ Servicio de asesoría inmediata
- ✓ Acompañamiento para mejorar la gestión empresarial
- ✓ Asesoría en el desarrollo de Estrategias de Marketing y Ventas
- ✓ Servicios de apoyo en Investigación de Mercados
- ✓ Apoyo comercial para incrementar ventas
- ✓ Apoyo a la gestión de nuevo Financiamiento
- ✓ Servicios especializados de capacitación en:

- Administración Financiera, Contable y Tributaria

- Administración de RRHH
- Acceso a Financiación
- Apertura de Nuevos Mercados
- Mercadeo y ventas

17.2.3 Clientes Nivel 3:

Empresas Gacelas

- ✓ Servicio de diagnóstico y evaluación de su producto/servicio
- ✓ Servicio de asesoría inmediata
- ✓ Asesoría en Planeación estratégica y Liderazgo
- ✓ Acompañamiento para mejorar la gestión empresarial
- ✓ Asesoría en el desarrollo de Estrategias de Marketing y Ventas
- ✓ Apoyo en implementación Plan comercial para incrementar ventas
- ✓ Apoyo a la gestión de nuevo Financiamiento
- ✓ Servicios de formación especializada (según el caso) en:
 - Exportaciones y apertura nuevos mercados
 - Planeación Estratégica
 - Mercadeo y Ventas
 - Administración de RRHH
 - Fuentes de Financiación
 - Alianzas Estratégicas

- Apertura de Nuevos Mercados y Exportaciones
- Marketing On Line

18 Plan operativo del centro de desarrollo empresarial SBDC UTP Pereira 2019

El plan operativo el Centro de desarrollo empresarial de la UTP nos permite conocer los impactos Económicos que se esperan obtener con el desarrollo del modelo de servicios.

Fundamentado en la labor realizada por los profesionales y estudiantes practicantes vinculados al CDE de la UTP.

Se propone una estructura básica para el trabajo operativo donde se tendrá 1 líder del CDE y 3 Asesores empresariales (2 asesores Junior y 1 Asesor Senior), además de contar con el apoyo de 3 docentes y 3 estudiantes practicantes.

La intensidad horaria de ocupación en el CDE para cada rol se muestra en la Tabla 1, además del desempeño esperado para cada uno de los roles.

Tabla 9. Intensidad Horaria CDE por roles

Numero	Roles	Horas laborales por semana	Desempeño
1	Líder SBDC	40	Proyectos Especiales Promoción y atracción de clientes Desarrollo Profesional
3	Asesor SBDC	40	Funciones administrativas Asesoría a clientes Proyectos especiales Capacitación para clientes Promoción y atracción de clientes Desarrollo Profesional
3	Docentes	20	Funciones administrativas Asesoría a clientes Proyectos especiales Capacitación para clientes Promoción y atracción de clientes Desarrollo Profesional
3	Practicantes Universitarios	10	Funciones administrativas Asesoría a clientes Proyectos especiales Capacitación para clientes Funciones administrativas

El Centro de Desarrollo Empresarial, estará adscrito a la Facultad de Tecnología y será administrado como Modalidad de extensión Universitaria (Asesorías y consultorías), direccionado desde los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial, cumpliendo con las políticas y lineamientos Institucionales concernientes con la academia, la Investigación, la Innovación, la Extensión, la Docencia, lo Administrativo y lo Financiero.

19 Metas de Impacto Económico

El propósito fundamental del CDE de la UTP es la generación de impacto económico el cual se mide en función de los indicadores establecidos. Clientes vinculados al modelo de servicio, Empresas atendidas formalizadas, Incremento en el volumen de ventas de las empresas atendidas, Nuevos empleos generados en las empresas atendidas, Número de empleos retenidos de las empresas acompañadas en el modelo de servicio. Los indicadores se miden cada semana y se tienen un corte cada trimestre para cada uno de los asesores vinculados al modelo de servicios, lo cual determina el desempeño alcanzado en su gestión de acompañamiento.

Tabla 10. *Meta de Impacto Económico*

Indicador de impacto	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4	Total
Clientes Vinculados	100	100	100	100	400
Empresas Formalizadas	20	30	30	20	100
Incremento en ventas	15%	15%	15%	15%	15%
Nuevos empleos generados	20	30	30	20	100
Empleos retenidos	20	30	30	20	100

20 Metas de Clientes Atendidos

Se establecen 3 tipos de clientes a atender en el CDE: Emprendedores: personas con una idea de negocios; Empresas establecidas: Personas con una unidad productiva no necesariamente legalmente establecida; Gacelas: Empresas que tienen un crecimiento rápido de hasta un 25% anual, se espera que el CDE atienda un total de 400 clientes de los cuales 60% son emprendedores, 30% son empresas establecidas y 10% Gacelas. La medición se hace trimestral.

Tabla 11. *Niveles de Clientes Atendidos*

Número de clientes	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3	Total
	Emprendedores	Empresas establecidas	Gacelas	
1T	60	30	10	100
2T	60	30	10	100
3T	60	30	10	100
4T	60	30	10	100
Total	240	120	40	400

21 Metas de Capacitación

Los eventos de capacitación a los clientes atendidos en el modelo de servicios del CDE se desarrollan durante un periodo de un año para los clientes teniendo en cuenta su categoría de cliente nivel 1, 2 o 3. Se busca desarrollar mínimo un evento de capacitación cada mes, las temáticas a desarrollar se describen en el plan estratégico de acuerdo al nivel del cliente, la asistencia mínima esperada para cada evento es de 50 personas. En total se estarían desarrollando 12 eventos de capacitación con una asistencia de 600 clientes atendidos en el modelo de servicio

Tabla 12. *Metas de Capacitación*

Periodo	Eventos de Capacitación	Asistentes a los eventos
1T	3	150
2T	3	150
3T	3	150
4T	3	150
Total	12	600

22 Metas de Horas de Asesoría

Las asesorías brindadas por el equipo de trabajo vinculado al CDE tendrán una intensidad de 4 horas por cliente, este acompañamiento se realizará de acuerdo a las necesidades identificadas en el diagnóstico empresarial aplicado previamente, el propósito fundamental es poder generar impacto económico en los clientes atendidos durante el periodo de operación. Los impactos se reportarán semanalmente al líder del CDE y determinan el éxito en la gestión del CDE –UTP

Tabla 13. *Metas de horas de asesoría*

Número de clientes	Nivel 1 Emprendedores	Nivel 2 Empresas establecidas	Nivel 3 Gacelas	Total
1T	240	120	40	400
2T	240	120	40	400
3T	240	120	40	400
4t	240	120	40	400
Total	960	480	160	1600

23 Recomendaciones

Una buena gestión del Centro de Desarrollo Empresarial sugiere entre otras las siguientes recomendaciones:

- ✓ Contar con el apoyo decidido de las directivas de la universidad y los programas de formación en el desarrollo del modelo de servicio implementado por el centro de desarrollo empresarial
- ✓ Seleccionar docentes que tengan interés en el apoyo de este tipo de actividades, donde además puedan aplicar sus conocimientos y experiencias relacionadas con el desarrollo emprendedor.
- ✓ Desarrollar el proceso de emprendimiento y empresarismo desde la perspectiva de un modelo de servicio integrado y articulado en cada una de las fases del mismo.
- ✓ Promover la articulación con todo el ecosistema regional de emprendimiento para el desarrollo de actividades conjuntas que generen mayor impacto y sostenibilidad.
- ✓ Promover la participación activa de los estudiantes y egresados en los procesos de asesoría y formación empresarial dirigida a los empresarios de la región.
- ✓ Facilitar la infraestructura adecuada para el desarrollo de las actividades de emprendimiento en el centro de desarrollo empresarial.

- ✓ Implementar un enfoque de gestión sobre impactos económicos generados en el desarrollo del programa haciendo visible los resultados hacia la comunidad interna y externa en general

- ✓ Contar con un equipo de asesores interdisciplinarios e integrales con conocimiento y experiencia en el desarrollo de procesos de creación de empresas y fortalecimiento empresarial

24 Conclusión General

Resulta de gran importancia para la comunidad académica de la Universidad Tecnológica de Pereira, implementar un modelo de servicio que facilite la creación del Centro de Desarrollo Empresarial en los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira, lo anterior motivado por los siguientes hallazgos encontrados en el proceso investigativo.

Se logró identificar una gran aceptación por parte de la comunidad académica y del sector empresarial, respecto a la oferta de servicios que promoverá el Centro de Desarrollo Empresarial adscrito a los programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad, en relación con los servicios de formación y asesorías para el desarrollo empresarial, prestados de manera diferencial según los diferentes tipos de clientes identificados.

Se logró identificar una capacidad instalada de la Universidad Tecnológica de Pereira, y de manera específica de los Programas de Tecnología Industrial y Administración Industrial de la Universidad Tecnológica, representada en el capital intelectual de los docentes (formación y experiencia en el desarrollo de negocios) del programa, quienes apoyarían la estrategia de formación y asesoría empresarial, de acuerdo a los requerimientos de la población objetivo.

Se pudo identificar factores claves para el establecimiento del modelo de servicios que facilite la creación del centro desarrollo empresarial: Espíritu emprendedor de los estudiantes y egresados, Docentes motivados y preparados, Empresarios dispuestos a ser acompañados, Reconocimiento de la Universidad en el ámbito Nacional, Existencia de un ecosistema

emprendedor que facilita el proceso, conocimiento de un modelo de servicio para la implementación del centro de desarrollo empresarial.

Se Definieron los lineamientos del plan estratégico y del plan operativo para la implementación del Centro de Desarrollo Empresarial bajo el enfoque de los SBDC (Small Business Development Centers), aprovechando los recursos físicos, económicos, humanos y tecnológicos de la Institución educativa.

En conclusión se considera de gran importancia el diseño e implementación del centro de desarrollo empresarial bajo el enfoque de los SBDC en la Universidad tecnológica, en vista de la aceptación de la comunidad académica y del sector empresarial de influencia, teniendo en cuenta además la capacidad instalada de la institución para la implementación de la propuesta y el conocimiento del modelo de servicio requerido, así mismo se reconoce que el País establece una política y un marco normativo favorable para el desarrollo de las diferentes acciones de las instituciones educativas en favor del emprendimiento y el empresarismo como motores de desarrollo y crecimiento económico en una región.

25 Referencias Bibliográficas

- Calderón Parra, M. (2016). *Propuesta Proyecto de Extensión y Proyección Social del Programa de Tecnología Industrial*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.
- Castro Alfaro, A., Mercado León, L. A., & Londoño Ossa, M. Á. (2017). Plan de marketing para el posicionamiento regional universitario: Caso Universidad Pontificia Bolivariana seccional Palmira. *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(2), 233–247. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n2.1592>
- Cervantes Casillas, M., Casillas Valdivia, L. C., & Arenas González, E. A. (2005). *Teoría Microeconómica I. Cuaderno de ejercicios*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Chavez Hernández, N. (2013). El aprendizaje organizacional, una estrategia para la competitividad. Retrieved January 20, 2020, from <https://degerencia.com/articulo/el-aprendizaje-organizacional-una-estrategia-para-la-competitividad/>
- Colombia. Congreso de la República. Ministerio de Educación. (1992). *Ley 30 de Diciembre 28 de 1992*. Bogotá: Ministerio de Educación de Colombia. <https://doi.org/10.1002/ir.20158>
- Colombia. Ministerio de Educación. (2016). La Práctica pedagógica como escenario de aprendizaje.
- Díaz, C., & Herrera, L. (2003). Extensión Universitaria. In *Políticas de Estado para la Universidad Argentina. Balance de una gestión en el nuevo contexto nacional e internacional* (p. 111). Argentina: Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Secretaría de Políticas Universitarias.
- Franco Restrepo, J. G., & Arrubla Zapata, J. P. (2014). MARKETING EN UNIVERSIDADES : Descripción ,Análisis y Propuesta. *XVI Congreso Internacional De Contaduría, Administración e Informática. Ponencia*, (November), 24. <https://doi.org/10.13140/2.1.2464.9921>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principios de Marketing*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de Marketing* (15th ed.). Pearson. Retrieved from http://www.ingebook.com/ib/NPcd/IB_BooksVis?cod_primaria=1000187&codigo_libro=6495
- Ministerio de Educación Nacional. MEN. (2010). Creación de programas académicos - Ministerio de Educación Nacional de Colombia. Retrieved January 20, 2020, from <https://www.mineducacion.gov.co/portal/Educacion-superior/Sistema-de-Educacion-Superior/235796:Creacion-de-programas-academicos>
- Nueva ISO 9001:2015. (2016). Cómo gestionar el conocimiento de la organización de acuerdo con la norma ISO 9001 2015. Retrieved January 17, 2020, from <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2016/09/gestion-conocimiento-iso-9001-2015/>
- Rey Sánchez, E. (2015). *El Uso del portafolio como recurso metodológico y autoevaluativo en el área de conocimiento medio*. Córdoba - España: Universidad de Córdoba. Retrieved from www.uco.es/publicacionespublicaciones@uco.es
- Sainz de Vicuña Ancín, J. M. (2007). *El plan de marketing en la práctica*. ESIC.
- SBDCGlobal, .com. (2013). SBDCGlobal.com - Quien Somos. Retrieved January 17, 2020, from <https://www.sbdcglobal.com/es/acerca-de-nosotros/sobre-sbdcglobal-com/quien-somos>
- Universidad Tecnológica de Pereira. CRIE, C. de R. I. y E.-. (2018). Administración Industrial. Perfil Profesional del Administrador Industrial.
- Universidad Tecnológica de Pereira. Oficina de Planeación. (2016). *Proyecto: Centro de innovación y desarrollo tecnológico - CIDT*. Pereira.

26 Glosario

Competitividad. (Chavez Hernández, 2013) dice: “Alude a contar con la capacidad necesaria para enfrentar a los competidores. Se constituye en factor de desarrollo para atender los desafíos y gestionar los riesgos que implica su participación en los escenarios afines” (p. 20)

Demanda. (Philip Kotler & Keller, 2016) autores del libro Dirección de Marketing “La demanda es el deseo que tiene un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago.

Extensión universitaria. (Díaz & Herrera, 2003) afirma que: “La Extensión Universitaria es entendida como una práctica social que debe contribuir con la transformación social de su entorno” (p. 55).

Marketing. (Kotler, P. & Armstrong, 2013), dice que: El Marketing busca conocer las necesidades actuales y futuras de los clientes, localizar nuevos nichos de mercado, identificar segmentos de mercado potenciales, valorar el potencial e interés de esos mercados, orientar a la empresa en busca de esas oportunidades y diseñar un plan de actuación que consiga los objetivos buscados. (p. 87)

Oferta. (Cervantes Casillas, Casillas Valdivia, & Arenas González, 2005) en su tesis Teoría Microeconómica I, habla que: “La cantidad ofrecida es la cantidad de un bien que toda empresa u organización ofrece a la venta, la cantidad ofrecida es directa, ya que, a mayor precio, mayor beneficio” (p. 71).

Portafolio de servicios. (Rey Sánchez, 2015)), dice que porfolio de servicios: “Es un documento o una presentación donde una organización detalla las características de su oferta comercial. Este tipo de portafolio puede dirigirse a potenciales clientes, posibles socios comerciales, proveedores” (p. 37)

Cultura: (Ley 1014, 2006) Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización; (p. 01)

Emprendedor: (Ley 1014, 2006) Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva (p. 01)

Emprendimiento: (Ley 1014, 2006) Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad; (p. 01)

Empresarialidad: (Ley 1014, 2006) Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales; (p. 01)

Formación para el emprendimiento. (Ley 1014, 2006) La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo; (p. 01)

Planes de Negocios. (Ley 1014, 2006) Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.
(p. 01)