

CULTURA EMPRENDEDORA DE LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESCUELA NACIONAL DEL DEPORTE

Entrepreneurial culture of the National School of Sports University Institution

Cultura empreendedora da Instituição Universitária Escola Nacional de Esportes

Natali Cruz Gonzalez¹

Luis Enrique David²

¹ Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, natali.cruz@endeporte.edu.co

² Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, luis.david@endeporte.edu.co

Resumen

La cultura emprendedora en las universidades no ha sido apropiada totalmente en sus procesos misionales. El objetivo de este artículo es caracterizar la cultura emprendedora de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte, con el propósito de identificar las estrategias con mayor pertinencia. Se realizó un estudio de tipo descriptivo. Se concluye que los estudiantes desconocen los procesos necesarios para poder lograr implementar alguna idea de negocio. Los recursos y capacidades institucionales se deben enfocar en divulgar la cultura emprendedora y crear la unidad de emprendimiento con tutores especializados.

Palabras clave: *Emprendimiento; habilidades del emprendedor; contexto del emprendedor*

Abstract

The entrepreneurial culture in the universities has not been totally appropriate in their mission processes. The objective of this article is to characterize the entrepreneurial culture of the national school of sports university institution with the purpose of identifying the strategies with higher relevance. A descriptive study was carried out. It concluded that students do not know the necessary processes to be

able to implement some business idea. The resources and institutional capacities should be focused on spreading the entrepreneurial culture and creating the entrepreneurship unit with specialized tutors.

Key Words: *Entrepreneurship; entrepreneur skills; context of the entrepreneur.*

Resumo

A cultura empreendedora nas universidades não tem sido totalmente apropriada em seus processos e missões. O objetivo deste artigo é caracterizar a cultura empreendedora da Instituição Universitária Escola Nacional de Esportes com o objetivo de identificar as estratégias com maior relevância. Foi realizado um estudo descritivo. Concluiu-se que os alunos não conhecem os processos necessários para conquistar o poder de implementar alguma ideia de negócio. Os recursos e as capacidades institucionais devem estar focados em divulgar a cultura empreendedora e criar a unidade de empreendedorismo com tutores especializados.

Palavras-chave: *Empreendedorismo; habilidades do empreendedor; contexto do empreendedor.*

1. Introducción

La política nacional de emprendimiento es orientada, en primer lugar, por la Ley 1014 del 2006, que ordena y fomenta la cultura del emprendimiento en Colombia, t tiene como objetivos específicos promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país. La política pública de emprendimiento apoyada en la ley del emprendimiento, guía a los establecimientos educativos para el fomento de la cultura emprendedora desde la creación de empresa con alto potencial desde sus diferentes ejes.

Las creencias, valores y actitudes englobadas en el entorno social y cultural, condicionan las conductas y decisiones tomadas por los individuos, lo cual influye

en las percepciones de deseabilidad y viabilidad, así como en la intención final de crear una empresa (Birch, 1987).

En ese sentido y, dadas las condiciones actuales del contexto universitario y de la globalización, el propósito de este programa de investigación es promover en la comunidad universitaria de la Institución Universitaria Escuela Nacional del Deporte (en adelante IU END) el aprendizaje y la práctica del emprendimiento como una actitud que les permita generar una capacidad creativa sobre el entorno, actuando, así como empresarios innovadores, capaces de asumir riesgos, dar solución a problemas, ser productores de empleo y de riqueza (Camacho, 2007).

De acuerdo con la CEPAL (2005), la creación y aplicación del conocimiento científico y tecnológico al ámbito productivo, así como la innovación y el emprendimiento generan bases sólidas para el crecimiento económico de las empresas y los países. En este sentido, el problema específico en Colombia es la baja actividad innovadora y de emprendimiento en el aparato productivo. Para establecer las causas de este problema, se identifican los factores internos de la empresa, los factores externos y las condiciones que promueven y determinan la innovación (DNP, 2016).

Según el Informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2016), en 2014 Colombia presentó una TEA2 de 18.5%, compuesta mayoritariamente por empresarios nacientes (12.4%) y en menor proporción por nuevos empresarios (6.7%), presentando una disminución de 5.2 puntos porcentuales con respecto a 2013. La mayor parte de los emprendedores en etapas iniciales tiene entre 25 y 34 años (30.7%) en 2014; en contraste con el rango de edad entre 55 y 64 años, que representa la menor proporción (8.2%) (GEM, 2016, p.55).

Los resultados obtenidos de los empresarios nacientes reflejan el interés de la población de ser empresarios, por lo cual no es un mal indicador; sin embargo, las cifras de nuevos empresarios podrían sugerir efectos negativos de algunos factores del entorno que merecen atención. En 2014 Colombia se ubicó como la sexta economía con la tasa de empresarios establecidos más baja en América Latina y el Caribe, con 4.9%. De 2010 a 2014, la evolución de este indicador ha sido negativa, lo cual podría indicar que una parte importante de la población adulta en el país no está logrando consolidar sus empresas (GEM, 2016).

2. Método

El presente fue un estudio de enfoque cuantitativo de tipo descriptivo. La población objeto de estudio fue la comunidad universitaria de la Escuela Nacional del Deporte (estudiantes, docentes, empleados, egresados) (N: 8.132). El tamaño de la muestra se calculó con un 95% de confianza y 5% de error (n= 367). La selección de la muestra se realizó en dos etapas, primero se realizó un muestreo estratificado por proporciones por grupo poblacional, segundo, para la selección de la muestra se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple teniendo como marco de muestreo la base de datos de la Institución Universitaria Escuela Nacional de Deporte.

3. Resultados y discusión

Los resultados parciales de esta investigación corresponden al grupo poblacional de los estudiantes del programa de administración de empresas. Los resultados finales serán presentados en el mes de octubre durante el desarrollo del evento.

Los emprendedores de la IU END son jóvenes (80%) entre los 17 y 28 años del género masculino (65%), de los cuales el 62% han trabajado en empresas familiares y el 82% tienen un su entorno más cercano algún familiar empresario.

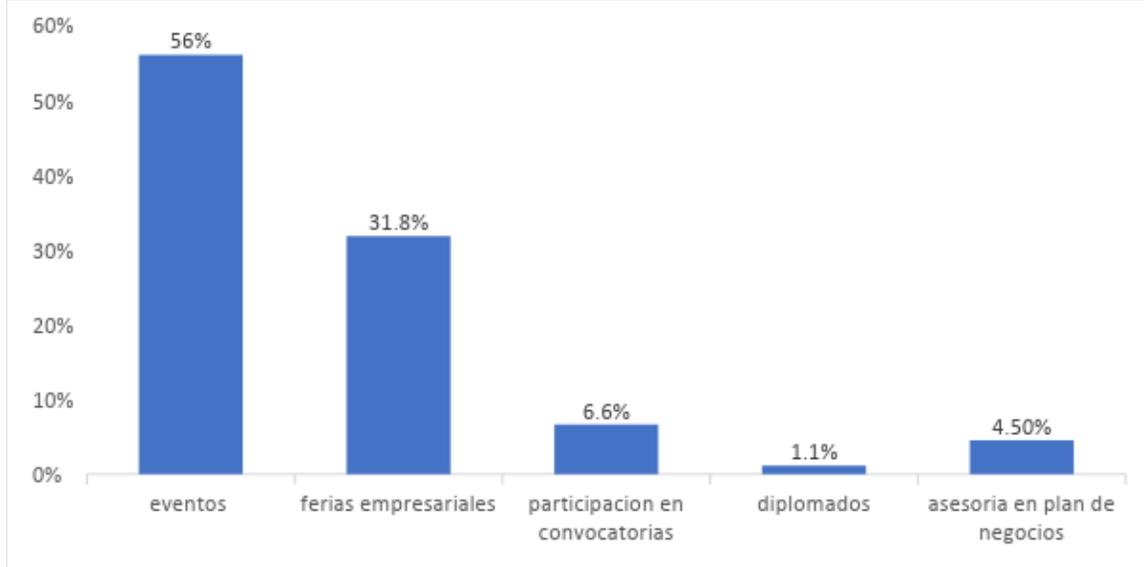


Figura 1. Actividades para el fomento de la cultura emprendedora. Fuente: elaboración propia

De las actividades que realiza la IU END para el fomento de la cultura emprendedora en la que mayor participación han tenido los estudiantes ha sido en los diferentes eventos con un 56% y en la que menos han participado ha sido en los diplomados correspondiente al 1,1%.

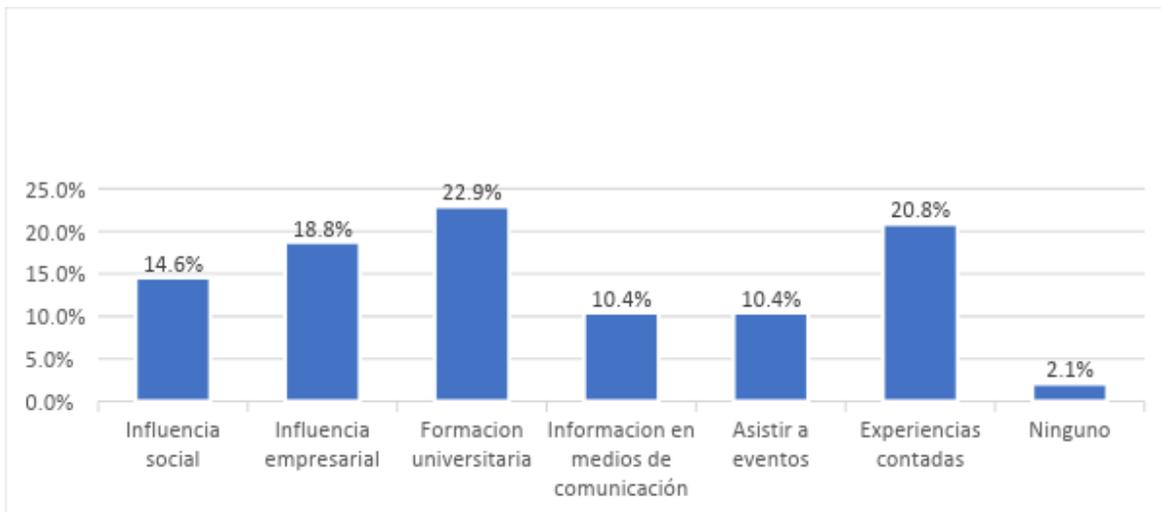


Figura 2. Actividades que han influido sobre la cultura emprendedora. Fuente: elaboración propia

El factor que tuvo una mayor influencia facilitando el fortalecimiento de la conducta emprendedora ha sido la formación universitaria, correspondiente al 22,92%; Mientras que el 2,1% de la población dice no haber tenido ningún tipo de estímulo.

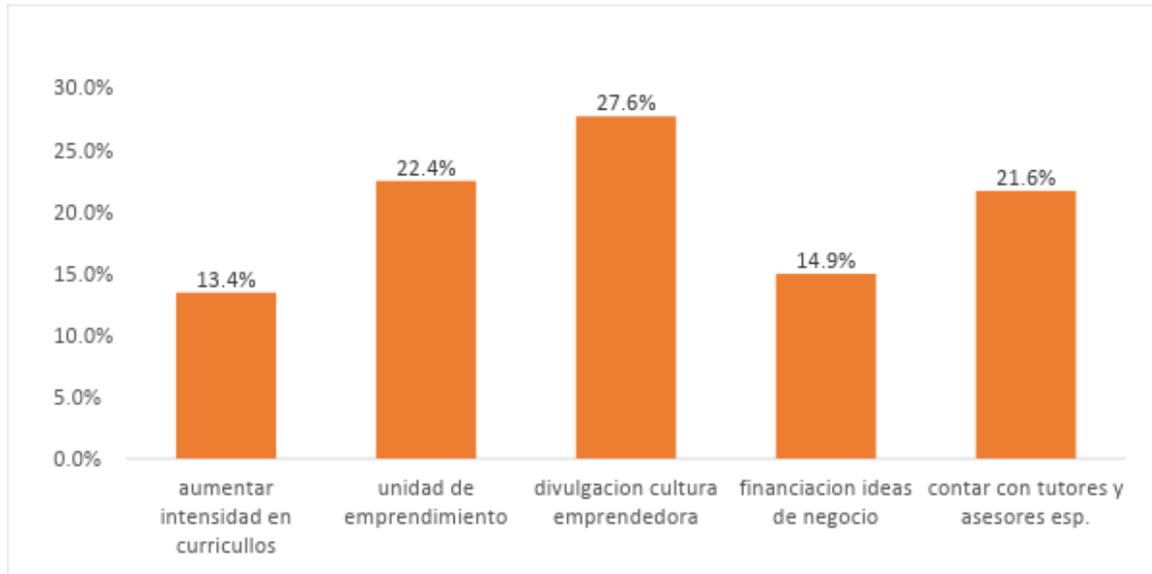


Figura 3. Estrategias por implementar en la IU END. Fuente: elaboración propia

Los estudiantes consideran que a la IU END le falta la divulgación de la cultura emprendedora y una unidad de emprendimiento para complementar su formación profesional.

4. Conclusiones

Entre las conclusiones más relevantes que se obtuvo fue la que tanto mujeres como hombres tienen la misma intención de emprender, pero son los hombres quienes lo realizan. Para la gran mayoría de los estudiantes encuestados el tema del emprendimiento es relevante para su proceso de formación profesional, pero desconocen los procesos necesarios para poder lograr implementar alguna idea de negocio. También consideran que la institución universitaria debe enfocar sus

esfuerzos en divulgar la cultura emprendedora, crear la unidad de emprendimiento con tutores especializados.

5. Referencias

- Birch, D. (1987). *The job creation in America*. New York: The Free Press.
- Camacho, D. (2007). Hacia un modelo de emprendimiento universitario. *Apuntes del CENES*. 27(43), 275-292.
- CEPAL Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2005). *Las funciones básicas de la planeación*. Chile: CEPAL.
- Congreso de la República. *Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. Bogotá: El Congreso.
- DNP Departamento Nacional de Planeación (2016). *Política nacional de ciencia, tecnología e innovación 2015-2025*. Bogotá: DNP.
- GEM Global Entrepreneurship Monitor (2016). *GEM Colombia 2014*. Colombia: Universidad de los Andes, Universidad Javeriana, Universidad Icesi, Universidad del Norte.