

LOS CONSULTORIOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL EN LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN BOGOTÁ

(BUSINESS DEVELOPMENT CONSULTANCIES IN BOGOTÁ HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS)

Fredy Alonso Guerrero

Doctorando del Programa Doctoral de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo.

Armando Camejo

Economista Agrícola UNELLEZ, Especialización en Gerencia de Recursos Humanos UNESR, Doctor en Ciencias Sociales Mención estudios del Trabajo, Universidad de Carabobo.

Autor de correspondencia: Armando Camejo. E-mail: armandocamejo@gmail.com

Recibido: 28/09/2020 **Admitido:** 22/11/2020

RESUMEN

Este artículo describe los Consultorios Empresariales que prestan servicios de extensión en las universidades en Bogotá, subrayando el contexto epistemológico y axiológico que los sustenta, en virtud de la naturaleza sobre la que han sido concebidos, ya que guardan una relación estrecha con la misión social y el impacto sobre el desarrollo de los negocios, el emprendimiento y la proyección social. Es importante, que estas unidades de servicio trasciendan en redes colaborativas que permitan mayor visibilidad y medición sobre su vínculo con los diferentes grupos de interés para garantizar la inmersión de la universidad con medio externo. Metodológicamente el artículo se inserta en un estudio de tipo documental a partir de una revisión bibliográfica. Cabe anotar que durante el desarrollo del trabajo se evidencia que muchos centro de desarrollo empresarial, carecen de infraestructura para optimizar el impacto sobre sus grupos de interés (sectores productivos y sociales, medio ambiente, comunidades, Estado entre otras), por lo que se puede inferir que, dadas esas condiciones, no es posible que se fortalezcan redes que acopien datos en la procura de información clave para la observación de variables que coadyuven en la toma de decisiones y permitan la argumentación para futuros estudios sobre desarrollo.

Palabras clave: Consultorios de Desarrollo Empresarial, Universidad, Empresas, Comunidades, Estado.

ABSTRACT

This article describes the Business Offices that provide extension services in the universities in Bogotá, underlining the epistemological and axiological context that sustains them, by virtue of the nature on which they have been conceived, since they have a close relationship with the social mission and the impact on business development, entrepreneurship and social projection. It is important that these service units transcend in collaborative networks that allow greater visibility and measurement of their link with the different interest groups to guarantee the immersion of the university with an external environment. Methodologically, the article is inserted in a documentary study based on a bibliographic review. It should be noted that during the development of the work it is evident that many business development centers lack infrastructure to optimize the impact on their stakeholders (productive and social sectors, environment, communities, State, among others), so it can be infer that, given these conditions, it is not possible to strengthen networks that collect data in the search for key information for the observation of variables that assist in decision making and allow argumentation for future development studies.

Keywords: Business Development Offices, University, Companies, Communities, State.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la última década, las instituciones de educación superior han venido desarrollando programas de extensión que propenden por demostrar el trabajo y gestión que se lleva a cabo a través de su vinculación con el contexto productivo, social, ambiental, las instituciones, y las comunidades en general, buscando así, evidenciar ante las autoridades evaluadoras, ese factor indispensable para la renovación de registros calificados y para la acreditación de la calidad educativa.

Dada la importancia que tienen estos espacios de integración entre empresarios, la sociedad y la academia, donde se consigue un intercambio de experiencias significativas en el marco del emprendimiento productivo y social con todas sus aristas, las demandas sociales y ambientales con todo lo que implican, el tema de la gobernanza y la gobernabilidad, la gestión pública, la corrupción, las variables para el desarrollo, la seguridad pública, las vías de acceso en la logística, la salud y la educación entre otros temas que convoca una oficina para la vinculación de la universidad con el contexto externo y que seguramente no se han valorado con la relevancia que ha de tener este impacto.

Así las cosas, el trabajo que se ha de desarrollar comprende un arqueo del estado situacional de algunos así llamados “Consultorios o Centros de Desarrollo

Empresarial” que en general, las universidades tienen para dar cumplimiento al proceso de vinculación con sus grupos de interés.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. El Nodo Epistemológico de la Cultura del Emprendimiento y los Consultorios de Desarrollo Empresarial

Teniendo en cuenta que la ley 1014 de 2006 en el art.1 literal (c), señala que en Colombia el emprendimiento se define como

...una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía, el medio ambiente y la sociedad en general.

Indica además que:

...esta Cultura es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el emprendimiento, que surgen en la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos y establece una identidad entre sus miembros diferenciándolos de otro grupo cultural.

Con lo anterior podemos inferir que el verbo que acciona la vocación común de los grupos de interés convocados para la búsqueda del

desarrollo económico, social, ambiental etc., es “EMPRENDER”. Y como lo diría (Bes, 2017)

Emprender es una forma de enfrentarse al mundo, es una manera de entender la vida con la que no todo el mundo se siente a gusto. ¿Y cuál es esa forma de vida? Es aquella en la que la persona disfruta con la incertidumbre y la inseguridad de qué pasará mañana. El verdadero emprendedor es aquel a quien lo incierto procura un especial placer.

Autores han hablado de un modelo donde la universidad, la empresa y el estado, han de participar de manera integrada para darle mayor énfasis a la también llamada “Economía del Conocimiento”, (Klofsten y Henry Etzkowitz 2002), al referirse sobre este modelo, menciona tres elementos que lo activan efectivamente.

El primero propone que las universidades deben dar mayor importancia a los procesos de innovación y creatividad, en el marco de la productividad industrial y la voluntad del estado basados en la sociedad del conocimiento. Para lo cual ya existen disposiciones ministeriales que dan cuerpo a este menester. En segundo lugar, exhorta sobre el aprovechamiento de las relaciones de apoyo y colaboración interinstitucional en el que la política de innovación es cada vez más un resultado de la interacción y no de una receta de gobierno. Frente a este respecto podemos agregar que la efectividad de la vinculación entre la academia y la empresa no depende de los dispositivos del estado sino de la voluntad

que tienen las partes para guardar alguna relación de confianza colaborativa. Y, en tercer lugar, el autor resalta que, además de cumplir con sus funciones tradicionales, la academia superior debe asumir otros roles que le permitan trascender a escenarios donde el conocimiento sea efectivamente aplicado a través de servicios a los diferentes sectores productivos (donde podríamos asumir los contextos empresarial, social y ambiental como un laboratorio), lo que produciría, el giro lingüístico; de Centro Universitario, a “Universidad Empresarial” capaz de innovar y transformar dichos escenarios, significando que cada institución por separado vincula dentro sus nuevos roles, una dinámica plenamente vigente, que propende por el éxito de los procesos de desarrollo de la educación con calidad y del que hacer de las disciplinas profesionales en el marco de los beneficios que otorga el estado.

Impulso a la cultura del emprendimiento

En consideración con lo anteriormente expuesto, las instituciones de Educación superior, dando cumplimiento a la Ley del Emprendimiento, se encargarán de desarrollar acciones de articulación y gestión a nivel país, que favorezcan el fomento para la creación de empresas a partir del estudio y análisis en el contexto de las oportunidades de negocio y el fortalecimiento de los diferentes sectores de la productividad (he aquí un buen pretexto para integrar a todos los grupos interesados en esta

labor de consultoría con los jóvenes en formación).

La ley nos indica dentro de los objetivos, que es imperativo promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, el cual se impulse y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en ella; disponiendo un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas, estableciendo mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.

Se propone también crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, laborales, ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en todos los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento incidiendo así, en el establecimiento de mejores

condiciones del entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas; persiguiendo el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas generando trabajo de mejor calidad, aportando al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo.

Con lo anterior, se promueve y direcciona el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas sostenibles y competentes, articuladas con las cadenas de valor y clúster productivos.

Una vez consolidados los procesos para el fortalecimiento de las unidades productivas, han de articularse las redes para el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

Si nos fijamos en lo dicho, la oportunidad que tienen las instituciones de educación superior en el marco de la ley, al crear una unidad administrativa especial al interior de las facultades (llámense Consultorios u otra denominación semejante), que conjure su trabajo en virtud del emprendimiento, el

desarrollo empresarial, la atención a los diferentes usuarios sobre los cuales pesa la vocación de la academia, la mirada sobre lo medioambiental, el control de las variables de observación de la economía y la sociedad en general, representa una buena justificación para que la ciencia trascienda el laboratorio de la enseñanza a extramuros de la vecindad.

En definitiva, esta ley bien aplicada, da muchas garantías para que el trabajo del empresarismo sea mucho más amplio de lo que se cree y de lo que se está haciendo realmente; no obstante, las instituciones deben asignar recursos e infraestructura física, humana y tecnológica para realizar los Consultorios de Desarrollo Empresarial ajustados a la jurisprudencia y a la norma estatal, aprovechando todos los dispositivos que existen para el aseguramiento del éxito de los mismos a través de la Red Nacional para el Emprendimiento, la cual está adscrita al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y la integran muchas instituciones de los sectores más sensibles para estos fines. (Fenalco, Acopi, cajas de compensación familiar, Banca de Desarrollo y Microcrédito, Ministerio de Educación Nacional, Ministerio de la Protección Social, SENA, Departamento Nacional de Planeación, Colciencias, ASCUN, incubadoras de empresas entre otras...)

Cátedra de emprendimiento obligatoria

La ley 1014 de 1994 enfatiza que en todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal, será obligatorio cumplir con la definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas (módulos de cátedra empresarial), la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios coadyuvado con actividades empresariales, como ferias, foros, seminarios, macro-ruedas de negocios, concursos y demás actividades orientadas a la promoción de la cultura para el emprendimiento.

Para cumplir con lo establecido en este aspecto de la Ley, las instituciones educativas de básica primaria, básica secundaria y media vocacional acreditadas ante el Ministerio de Educación Nacional, deberán armonizar los Proyectos Educativos Institucionales (PEI) pertinentes de acuerdo con lo establecido en la (Ley General de Educación, 1994)

Programas de promoción

Aunque la Ley como tal, solamente enfatiza que el trabajo de las diferentes instituciones de la red Nacional del Emprendimiento, es el de incentivar la creación de empresas a través de programas para la promoción del emprendimiento empresarial, los procesos de orientación, formación y consultoría, a criterio personal, debería ampliarse un abanico de

posibilidades para mayor cobertura en la vinculación de los grupo interesados, esto bajo la premisa de que la palabra emprender, implica no solamente los negocios, sino también proyectos que persigan desarrollo y bienestar a la sociedad, al medio ambiente y en general a un ecosistema productivo y los contextos en general. Es aquí justamente donde se halla la limitante de los consultorios de desarrollo empresarial de las universidades, pues se está cumpliendo escasamente con los renglones de la ley sin pasar por el filtro de lo que implica la consultoría en pro del desarrollo del pensamiento de los profesionales en Colombia.

Este referente teórico sugiere realizar un diagnóstico a los diferentes consultorios o también llamados Centros de desarrollo empresarial de algunas Universidades en Bogotá, con el fin de establecer el cumplimiento de este con el voto de confianza dado por el Gobierno Nacional.

2. El Armazón Axiológico

El conjunto de principios que son fuente inspiradora para definir las virtudes de los agentes de la cultura del emprendimiento, están descritos en el art. 3 de la citada ley, los que se mencionan a continuación:

Es evidente que, al hablar de cultura, debemos entender que se trata de una forma de ser y de pensar de un grupo de individuos. El emprendedor debe tener una formación integral

en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociatividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente.

Los actores deben participar en el fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social y poseer conciencia sobre el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad al mismo tiempo que apoyar todo proceso de emprendimiento sostenible desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional.

Para referirnos al tema axiológico, diremos que cuando una persona demuestra capacidad para asumir ciertas habilidades en la ejecución de un trabajo o una obra, con acerbo, calidad y mística, se está hablando de la virtud Axiológica.

Dicho esto, el “armazón Axiológico” estará compuesto por las capacidades y habilidades sociales, empresariales, interpersonales, de liderazgo, comunicativas y por supuesto la visión personal y empresarial.

Las habilidades sociales son aquellas conductas que la persona es capaz de ejecutar al

momento de intercambiar vinculando a los demás, dice (Martínez y Sanz, 2001). “El término habilidad puede entenderse como destreza, diplomacia, capacidad, competencia, aptitud”. y (Uribe, et. al, 2005) indica que “Su relación conjunta con el término social nos revela una impronta de acciones de uno con los demás y de los demás para con uno – intercambio”-.

Según (Caballo, 1993),

...la habilidad social debe considerarse dentro de un marco determinado; esto se debe a las marcadas diferencias que establece cada país, donde existen sistemas de comunicación distintivos, que van a tipificar la cultura: los hábitos, costumbres y la propia idiosincrasia cambia con el pasar de los años, influenciados por situaciones externas.

Respecto de las capacidades empresariales, todo consultor debe tener la habilidad de identificar, analizar y tener cuenta, a la hora de identificar e interpretar las variables que han de ser el insumo para asumir su rol, donde las costumbres, la cultura y el idioma terminan siendo condicionantes de las negociaciones empresariales.

Así las cosas, se plantea que un consultor, desde el nivel junior hasta el Master, debe poseer intuición para ver globalmente las necesidades del cliente, en palabras de (Perdomo, 2005), refiriéndose al emprendedor,

hay cuatro aspectos íntimamente relacionados, en el primer aspecto se refiere a “...la capacidad de identificar nuevas oportunidades para satisfacer necesidades del ser humano, que incluye ver el cambio como una oportunidad, no como una amenaza”. Deja claro que este nivel de intuición, (ya digamos en un consultor), ha de trascender a la empresa propiamente dicha como el laboratorio para la transferencia del conocimiento científico de las ciencias administrativas, económicas, contables y de negocios.

En el segundo aspecto, resalta la capacidad de encontrar, mediante procesos creativos o innovadores, soluciones a esas necesidades, es decir, “convertir los problemas en oportunidades, aprovechándolas al máximo”.

El tercero, se orienta a la capacidad de llevar a la realidad un proyecto pertinente, en términos de liderazgo empresarial, asumiendo riesgos.

Finalmente, en el cuarto y último aspecto, propone que el consultor debe tener:

... actitud y capacidad de replicar este ciclo en el mismo campo o en otra área, es decir, buscar el momento y las condiciones para repetir el proceso de creación de empresas. Solamente unos tendrán la actitud y el coraje de repetir este ciclo cuántas veces se lo permita la vida. Esos son los verdaderos empresarios.

En definitiva, las capacidades empresariales son desarrolladas por el conocimiento y la experiencia de la persona y pueden ser vistas desde diferentes perspectivas, según el observador. Por ejemplo, para (Martínez, 2001). las relaciones interpersonales, están:

Directamente ligadas con la capacidad que tiene una persona de relacionarse apropiadamente con los demás en el ámbito social, es decir, saberse expresar, comunicar y entender de los demás frente a una situación dada, sin generar ningún tipo de conflicto. De alguna manera ello implica y considera al ser humano como generador de actos propios o una voluntad de acciones.

Por lo señalado, es muy importante que en sus relaciones interpersonales y de comunicación, el consultor de la “firma” al interior de la universidad, debe tener un autoconcepto y autoestima bien definido, es decir, “contar con una imagen de sí mismo coherente, que se ve expuesta en el asertividad y su comunicación asertiva”.

En el plano del liderazgo, (Gil, 1990). lo define desde la óptica de la cualidad personal frente a la función dentro de una organización, una comunidad o un grupo social; sosteniendo que:

...en la actualidad, hablar de liderazgo en el campo de la teoría de las organizaciones y de la administración, tiende cada vez más a predominar la concepción del desempeño como una función dentro

de las empresas y la sociedad. Es decir, que la noción de liderazgo ha transitado como cualidad personal ha función empresarial “el líder”.

Richard Nixon: al respecto consideró:

A la gente se la convence por la razón, pero se le conmueve por la emoción. El líder ha de convencer y conmover. No basta con que el líder conozca la forma adecuada de proceder. Ha de ser además capaz de actuar. El gran líder precisa, a la vez, la visión y la capacidad de conseguir lo adecuado. Todos los jefes realmente poderosos que he conocido poseían gran inteligencia, disciplina, laboriosidad e infatigable y arraigada confianza en sí mismos. Les impulsaba un sueño que les permitía arrastrar a los demás. Todos miraron más allá del horizonte, y unos vieron con más claridad que otros.

Se trata pues de una frase memorable que, con toda autoridad, nos deja la voz de un gran líder que dinamizó muchos procesos sociales en los Estados Unidos de América en la oportunidad de su mandato presidencial donde la democracia libertaba el sesgo de la limitación de un pueblo.

En síntesis, el liderazgo emana autoridad en el ejercicio de la consultoría empresarial, es el líder; quien a través de sus relaciones prácticas con personas específicas (grupos interesados) en una situación concreta, quien determina el grado de confiabilidad frente a las propuestas que se plantean en los planes para fortalecer la empresa “cliente”.

Y para cerrar este apartado, (Villegas, 1990). concluye “En definitiva, el liderazgo está en buscar un equilibrio entre los intereses y motivaciones individuales y colectivas”

En el terreno de las competencias comunicativas, el ejercicio de la consultoría empresarial debe enmarcar la capacidad del individuo para vincularse de forma eficiente, efectiva y eficaz en una cierta comunidad, esto implica respetar el conjunto de normas y reglas que incluye tanto los códigos del lenguaje (elegancia y estética de la palabra) y los otros niveles característicos de los diferentes usuarios en este único contexto de relación. (Girón y Vallejo, 1992) dicen que “la competencia comunicativa se relaciona directamente con la capacidad de formar enunciados que sean gramaticalmente correctos y socialmente compartidos, en otras palabras, saber cuándo hablar o no hablar, de qué, con quién, dónde y de qué manera”.

Así pues, y parafraseando un poco la extensa reflexión al respecto (Girón y Vallejo, 1992) indican que:

La competencia comunicativa se hace visible tanto en los sistemas primarios de comunicación o comunicación cotidiana (una llamada por teléfono, un correo electrónico, un memorando, una circular, un programa radial, etc.) como en los sistemas secundarios que requieren más capacidad cognitiva por parte del hablante-receptor en su papel de codificar y descodificar textos,

puesto que esta comunicación se produce en esferas más elaboradas culturalmente. (lenguaje técnico utilizado en el contexto de los empresarios)

Queda claro entonces, que “la competencia comunicativa comprende las aptitudes y los conocimientos que un individuo debe tener para poder utilizar sistemas lingüísticos que están a su disposición para comunicarse como miembro de una comunidad sociocultural dada” (Girón y Vallejo, 1992).

Finalmente, y reflexionando un poco sobre el criterio de los valores misionales y de actitud emprendedora que se deben infundir en los candidatos al ejercicio de las profesiones anteriormente mencionadas, axiológicamente los consultores han de ser visionarios, desde el punto de vista de la generación de empresa que conlleva el desarrollo productivo y social.

De acuerdo con (Salazar, F. 2005):

La visión debe afectar a todos los que trabajan en la empresa. Visión representa pensamiento a largo plazo; ver más allá del presente, es mirar el panorama, en procura de reflexionar cómo diferentes factores del entorno del negocio pueden influir en el futuro de ésta.

Desde el punto de vista de los consultores, dentro de sus valores, además de los anteriores, (porque deben ser emprendedores), han de ser profesionales virtuosos con preparación académica en los diferentes grados de consultoría (Junior, Senior y Máster) que les

permita visualizar todos los ambientes de intervención sobre los que se desarrollan planes para el florecimiento y el fortalecimiento de empresas y de proyectos de cualquier naturaleza que este alineada con el desarrollo.

3. Consultorios de Desarrollo Empresarial en el Siglo XXI

Evidentemente, los anteriores apartados sugieren un examen de fondo respecto de la manera cómo se está llevando a cabo el proceso de gestión y articulación de los Centros o Consultorios de Desarrollo Empresarial, como modelo alternativo para vincular efectivamente a la universidad con el contexto externo (estado, sector productivo y social).

Haciendo “inteligencia tecnológica”. Podemos conocer que al menos la mayoría de las universidades que tienen una unidad administrativa especial dedicada para los fines propios de consultoría, el apoyo para el fortalecimiento y la gestión empresarial, el acompañamiento para el emprendimiento productivo y social etc., sustentadas en la innovación, la experiencia, el conocimiento y las habilidades de los consultores que, deben ser idóneos para participar en cada proceso demandado por los diferentes grupos de interés.

Una veintena de universidades de Bogotá Colombia, sirvieron como universo para analizar el grado de alcance e impacto de los

servicios prestados y los diferentes usuarios o beneficiarios.

Encontramos que efectivamente, se tiene claridad sobre la ley 1014 de 2006 y su ámbito de aplicación, aun así, las evidencias muestran que es incipiente el impacto de la formación en pensamiento emprendedor y espíritu empresarial en ese usuario primario que se define como estudiante.

Igualmente, al revisar el tema de planes de negocio y los proyectos sociales abonados en algún repositorio o banco de proyectos, no hay evidencia de un proceso de seguimiento para que se materialicen esas iniciativas que generalmente provienen de una opción de grado y que solo se realiza para cumplir con el requisito para recibir el grado de profesional. Cabe anotar que, en muy contadas universidades, se brinda acompañamiento a emprendedores externos.

Entre otras cosas, se observa que una de las grandes debilidades de estos centros o consultorios empresariales, la palabra “Desarrollo” no es un estandarte que implique una reflexión académica sobre este categórico que debe responder a un ejercicio de responsabilidad social y empresarial, tomando la universidad como una empresa que opera como presentadora de servicios.

Revisando el contexto y alcance sobre consultoría para el desarrollo, la (CEPAL, 2019) refiere que;

La misión en el área del desarrollo productivo y empresarial es generar y difundir análisis y propuestas de políticas sobre la estructura y dinámica de los sistemas de producción e innovación a nivel microeconómico y sectorial y sus determinantes, prestando atención a sus impactos económicos, sociales y ambientales.

Evalúa y genera propuestas de políticas públicas, promoviendo el intercambio de experiencias, presta asistencia técnica y apoya el desarrollo de capacidades de actores económicos relevantes en la región.

Con la idea anterior, los centros de desarrollo económico y social universitarios, pueden alinear el trabajo de prestación de servicios, a través de una alianza estratégica efectiva con la CEPAL y otras instituciones del estado como el SENA, la Cámara de Comercio, PROCOLOMBIA entre otras, que habrían de servir como ese “laboratorio” tan ausente para las ciencias administrativas, económicas y contables, donde se puede medir un espectro mucho mayor en términos de impacto a los usuarios tan diversos.

El trabajo de la CEPAL se concentra en el análisis y propuestas de políticas para el cambio de la estructura productiva de los sectores industrial y de servicios; el comportamiento de los principales actores económicos (empresas transnacionales, grandes

grupos nacionales, y pequeñas y medianas empresas), y su desempeño microeconómico en términos de productividad, innovación y desarrollo de capacidades.

Su metodología de trabajo combina investigación y acción, lo que implica investigación con base teórico-empírica, concebida y realizada en estrecha asociación con organismos nacionales y regionales.

Así las cosas, presentamos a continuación un balance de los hallazgos encontrados después de haber analizado dicho contexto.

Fueron veinte centros universitarios a los que se les realizó una revisión de sus sitios web, en torno a sus departamentos o unidades dedicadas a la “Consultoría” los cuales, arrojaron las siguientes características:

Los nombres encontrados oscilan como “Centro”, “Consultorio”, “Unidad”, “Departamento”, “Oficina”, con apellidos tales como: de “desarrollo empresarial”, “Proyección Social” “innovación”, “emprendimiento”, “contable y financiero”, los cuales prestan servicios de fortalecimiento empresarial a través de los trabajos de grado en las diferentes disciplinas de las facultades en Ciencias Administrativas de Negocios, Económicas y Contables , muy pocos de ellos, realizan seguimiento a las empresas después de haber tenido un primer y único contacto.

Respecto del tema del emprendimiento, se observó que, en un reducido número, existen banco de proyectos para darle materialidad a dichas iniciativas a través del seguimiento y acompañamiento en convenio con el SENA y Cámara de Comercio, de hecho, también esta línea es una opción de grado que queda archivada en la mayoría de los casos observados.

Otro elemento encontrado, es el trabajo social que realizan la totalidad de los elementos observados, temas que enriquecen efectivamente la experiencia personal en el ejercicio de acercamiento a poblaciones vulnerables a quienes se les impacta a través de conferencias, capacitaciones, “mingas” de trabajo para embellecer fachadas, campañas de prevención del riesgo social entre otros temas, estas misiones, tienen en algunas universidades grado de obligatoriedad con un número de horas para poderse graduar como profesional.

En términos de medición del número de usuarios, se observa que efectivamente cada organización empresarial, social, gremial e instituciones etc. “celebran” convenio de cooperación en el marco de unas tareas y funciones específicas que permiten que los estudiantes en etapa de prácticas empresariales o sociales, realicen su experiencia para documentar los trabajos de grado, pero es claro que esta relación es finita i limitada en todo sentido que no ofrece medir en el tiempo,

realmente una secuencia de servicios ofertados y adquiridos por la parte receptora.

4. A Modo de Cierre

En definitiva, el Consultorio para el siglo XXI que se plantea en este trabajo, habría de ser una unidad administrativa especial -UAE- al interior de las facultades de Ciencias de la administración, económicas y contables, donde en efecto las personas asignadas allí, trasciendan el ejercicio docente, al del “CONSULTOR”. En ese espacio de construcción académica colectiva, solo existirían equipos de CONSULTORES (Junior, Senior y Master) preparados de acuerdo a su nivel de formación, en auditoría e intervención integral, para enfrentar el desafío de la innovación a través de la generación de modelos modernos de administración y gestión organizacional, investigación de mercados y merchandising , estudios del comportamiento en la balanza de competitividad, expertos en finanzas y estadística entre otras virtudes académicas y de experticia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Perdomo, Ch. G. (2005a). Módulo Espíritu Empresarial y Habilidades Emprendedoras en Cultura Empresarial “transversalidad explícita”, Incubadora de Empresas de Innovación y Base Tecnológica del Huila
- Bes, F. T. (2017). Libro Negro del Emprendedor. Banesto.
- CEPAL. (2019). Desarrollo Productivo y Empresarial.

- Etzkowitz, K. y. (15 de Abril de 2002). Redes de innovación: ciencia, tecnología y desarrollo en la era de las tres hélices. *Revista Internacional de Gestión de Tecnología y Desarrollo Sostenible*, 72.
- La cultura del Emprendimiento. (4 de octubre de 2012). Obtenido de <http://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/>
- Ley 1014, S. d. (2006). Ley de fomento a la cultura del emprendimiento. Bogotá: Senado de la República.
- Ley General de Educación. (1994).
- Fernández Fernández, J. L.: (1996), *Ética para empresarios y directivos*, segunda edición (Esic, Madrid).
- González Fabre, R.: 2005, *Ética y Economía. Una Ética para Economistas y Entendidos en Economía* (Desclée de Brower, Bilbao).
- Guía de Caracterización de Usuarios - Gobierno en Línea
- Guía De Caracterización de Ciudadanos, Usuarios y Grupos de Interés - DNP.
- Guía de caracterización de usuarios, ciudadanos y grupos interesados - Ley de Transparencia.
- Kuhn, T. S.: 1971, *La Estructura de las Revoluciones Científicas*, (Fondo de Cultura Económica, México).
- Caballo, V. E. (1993). *Manual de Técnicas de Terapia y Modificación de la Conducta*. Siglo XXI de España S.A. p. 250.
- Martínez, N. D y Sanz, M.Y (2001). Trabajo de Diploma, Entrenamiento en Habilidades Sociales Aplicada a Jóvenes Tímidos. Universidad de Oriente. CUBA, p.13.
- Uribe, R. et. al. (2005). *Manual de habilidades sociales en adolescentes escolares*. Lima, Perú
- Perdomo, Ch. G. (2005a). *Módulo Espíritu Empresarial y Habilidades Emprendedoras en Cultura Empresarial “transversalidad explícita”*, Incubadora de Empresas de Innovación y Base Tecnológica del Huila
- Martínez, N. D y Sanz, M.Y (2001). Trabajo de diploma, Entrenamiento en Habilidades Sociales aplicada a jóvenes tímidos. Universidad de Oriente. CUBA, p.13.
- Gil, Villegas Francisco (1990). “Dirección y Concepción de Líder”. Ed. Instituto de Capacitación Política, México D.F.
- Girón, M. S. y Vallejo, M. A. (1992). *Producción e interpretación textual*. Medellín. Editorial Universidad de Antioquia.
- Perdomo, Ch. G. (2005b). *Módulo de Creatividad en Cultura Empresarial “Transversalidad Explícita”*, Incubadora de Empresas de Innovación y Base Tecnológica del Huila.
- Salazar, F. (2005). *Módulo de Gestión Humana en la Cultura Empresarial “Transversalidad Explícita”*, Incubadora de Empresas de Innovación y base Tecnológica del Huila.