

LIDERAZGO E IDENTIFICACIÓN DE LA MARCA PERSONAL DE LOS ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, PRIMER PERIODO ACADÉMICO 2016, EXTENSIÓN FACATATIVÁ - UDEC.

Investigador Principal

Dairo Antonio Muñoz

Master en Habilidades Directivas, Negociación y Comunicación

Coinvestigador

Juan de Jesús Rojas Ramirez

Magister en Dirección Estratégica en Tecnologías de la Información

Estudiantes Co - Investigadores

Carol Dayana Orjuela Ortega

Claudia Liliana Gaitán Ortiz

Verónica Uribe Cartagena

PRESENTACIÓN

Las Instituciones de Educación Superior propenden por la formación de jóvenes líderes y emprendedores que apliquen sus competencias profesionales en el sector real. Un indicador importante de la calidad de las universidades corresponde al perfil o desarrollo de la marca personal así como el liderazgo de sus egresados, en este sentido, las instituciones educativas ofrecen una formación integral a los estudiantes para que se vea reflejado en su desempeño profesional y personal.

Para las empresas es importante la marca personal de sus colaboradores porque resulta más fácil conectar las políticas organizacionales, con las habilidades interpersonales y personales de los miembros de los equipos de trabajo. Además, buscan un trabajador líder que no espere que todo le llegue a sus manos, sino que por el contrario proponga nuevas ideas, que ayuden a crecer a la empresa.

PROBLEMATICA

El liderazgo y la marca personal son muy importantes para el desarrollo de las actividades de cualquier persona, ya que

estas habilidades permiten delegar, tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar en cualquier situación que se presente, además es

importante cultivar una buena impresión para los demás, que sea única e irrepetible, por ello es importante que en el programa de Administración de Empresas primer periodo académico 2016, de la Extensión Facatativá - UdeC, se dé una mirada, la cual permita identificar cual es el nivel que poseen los estudiantes de estos dos factores fundamentales.

OBJETIVOS PLANTEADOS

Identificar el nivel de liderazgo y la marca personal desarrollada por los estudiantes de Administración de empresas del primer periodo académico 2016 en la Udec, Extensión Facatativá.

- Reconocer el nivel de énfasis que se le da a los estudiantes sobre el liderazgo y la marca personal.
- Determinar la calidad que posee la Universidad de Cundinamarca en cuanto a la enseñanza de estas habilidades.
- Conocer la importancia que le dan los estudiantes a la marca personal y el liderazgo.

JUSTIFICACIÓN

El liderazgo y la marca personal son factores muy importantes en la vida de una persona, por esto es fundamental analizar el nivel que tienen los estudiantes del programa de Administración de Empresas primer periodo académico 2016, de la Extensión

Facatativá - UdeC, y de este modo ver las debilidades y fortalezas que presentan en el tema.

Esto es crucial, ya que gracias a esto se podrá demostrar si estos estudiantes poseen el nivel necesario de liderazgo y la marca personal que se necesita para desarrollar cada una de las actividades que se les presenten, o si por el contrario deben mejorar puesto que no poseen un buen nivel, que les ayude a desarrollarse se tanto en su vida personal como profesional.

ANTECEDENTES

Para buscar el liderazgo y la marca personal en los estudiantes de administración de empresas, primer periodo académico 2016, se han realizado varios estudios e investigaciones en la extensión Facatativá por parte del investigador Dairo Antonio Muñoz Chiquillo, líder del proyecto de observatorio de liderazgo juvenil y con la colaboración de Co-investigadores, donde se tabularon los datos obtenidos en las encuestas realizadas que deben ser analizados logrando de esta forma conocer el nivel que presentan en estas habilidades, llegando a conclusiones y resultados finales.

DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de investigación

La investigación es mixta porque es cualitativa y cuantitativa, a su vez es

descriptiva y exploratoria, ya que esta adecuada para alcanzar el fin único de la investigación. Esta investigación permite obtener resultados fiables y útiles, explorando y describiendo pertinentemente los aspectos encontrados en los estudiantes.

Área de estudio

El área en la cual se realizó el estudio fue la Universidad de Cundinamarca, extensión Facatativá, el cual fue enfocado básicamente en los estudiantes de Administración de empresas del primer periodo académico 2016.

Población

La población con la cual se llevó a cabo la investigación son los estudiantes de Administración de empresas del primer periodo académico 2016 en la UdeC, Extensión Facatativá.

Metodología

Se describieron de manera sistemática las características de los estudiantes del programa de Administración de Empresas primer periodo académico 2016, de la Extensión Facatativá – UdeC, en esta etapa inicial, se articularán las unidades de emprendimiento e investigaciones del programa de administración ya que son la base de recolección de información primaria, una vez compilada dicha información se aplicaron los instrumentos

de medición basados en los campos de liderazgo y de marca personal como son el autoconocimiento, propósito de vida, capacidad emprendedora, eneagramas y liderazgo; se aplicará muestreo por conveniencia mediante encuestas escritas y entrevistas a los participantes.

Con la información obtenida se realizó el análisis estadístico para determinar los aspectos a tratar en el desarrollo de personas aplicada específicamente a las características de los estudiantes del programa de Administración de Empresas primer periodo académico 2016, de la Extensión Facatativá - UdeC.

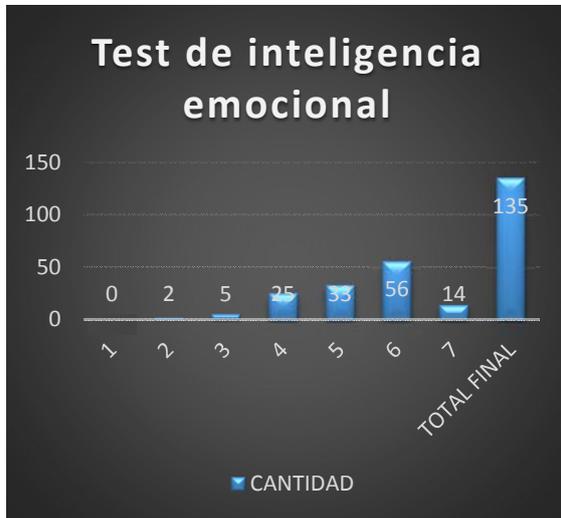
Se desarrollaron en la investigación 3 etapas de las cuales cada una arroja una información que son insumo de la siguiente, así entonces en la primera etapa se consolida la información de caracterización en el manejo de liderazgo y marca personal, la cual consta de información personal, familiar, de salud, laboral y de habilidades. En la segunda etapa se indicaron los porcentajes aproximados de las debidas y, en la tercera y última etapa se analizaron los resultados con el fin de determinar los aspectos más importantes para los estudiantes.

PLANEACIÓN

En la investigación se realizó un test de inteligencia emocional, además de una encuesta sobre el liderazgo y marca personal de los estudiantes de administración de empresas, primer periodo académico 2016, extensión Facatativá – UdeC, donde se recopilaron los

datos que a continuación serán analizados y concluidos durante un proceso de conocimientos previos sobre estos temas.

ANÁLISIS



Se pudo encontrar que en el test de inteligencia emocional el 41% de estudiantes respondieron a las preguntas

respondieron con un puntaje de 7 (Como podemos observar en el grafico 1). Lo cual nos demuestra claramente que los estudiantes en su mayoría poseen un alto grado de inteligencia emocional, esto favorece los vínculos personales contribuyendo de este modo a tener un mejor nivel laboral. Para las empresas es muy importante tener un líder que sea capaz de controlar sus propias emociones, debido a que puede tomar buenas decisiones, mantener un ambiente agradable entre sus colaboradores y además permite que este desarrolle su correspondiente papel de manera eficiente. Se debe agregar que, la inteligencia emocional juega un papel importante no solo en el manejo de las emociones, si no en la creación de un buen líder con una marca personal única, todo esto con el fin

Grafico 1.



con un puntaje de 6, y el 0% respondió con un puntaje de 1, mientras que el 10%

de cada uno de estos estudiantes puedan desenvolverse sin ningún problema en la

vida tanto profesional como personal, llegando así a ocupar un papel importante dentro del mercado laboral.

En cuanto a la encuesta de liderazgo y marca personal, se observa que el total que suman las respuestas de cada uno de los estudiantes son elevados, esto significa que poseen un alto nivel de liderazgo y marca personal, por lo tanto, están preparados para asumir altas responsabilidades en una empresa, de modo que sean eficaces.

Habría que decir también, lo fundamental que son estos resultados, debido a que nos demuestran que los estudiantes de administración de empresas primer periodo académico 2016, Extensión Facatativá – UdeC, son potenciales líderes, capaces de desempeñar sus labores en una empresa, motivando, inspirando, comprometiendo e influenciando de una buena manera sus empleados para que estos también desarrollen su trabajo adecuadamente creando un ambiente sano, además de destacarse entre los demás por tener su propia marca personal, que da una buena impresión en cualquier lugar y permite que se adapte más fácilmente a una nueva empresa, generando de este modo la llegada de muchas oportunidades valiosas.

CONCLUSIONES

En conclusión se puede decir que los estudiantes de administración de empresas, primer periodo académico 2016, extensión Facatativá – UdeC, presentan un excelente nivel de liderazgo y marca personal, demostrando de este modo la

buen calidad de educación que presenta la Universidad, además del óptimo método utilizado para que los estudiantes desarrollen al máximo estas habilidades.

Así mismo se observó que los estudiantes le dan la debida importancia poniéndole un énfasis preciso a estas habilidades y potenciándolas para que se vea reflejado en su desempeño profesional y personal; ya que estas habilidades permiten delegar, tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar en cualquier situación que se presente, logrando alcanzar grandes metas que le permitan desarrollar excepcionalmente sus actividades en su vida laboral, trayendo consigo una buena imagen para todos, dando una visión amplia pero única de lo que son como personas y trabajadores.

BIBLIOGRAFÍA

- Arroyo, R. (2012). Habilidades Gerenciales: Desarrollo de Destrezas, Competencias y Actitud. Editorial Ecoe.
- Goleman, D. (2007). La inteligencia emocional en la empresa. Editorial Zeta.
- Perez, A. (2008). Marca personal. Editorial ESIC
- Zanetti, D. (2007). Del Know How al Do How. Editorial Gestión 2000.
- Peters, T. (2006). PETERS. Gestionar con imaginación. España: Editorial Deusto
- Harvard Business Review. (2000). Liderazgo. Editorial. Deusto.

Hesselbein, F. Goldsmith,
M. Beckhard, R. Hillers, G. (1996) - El
líder del futuro.

Planes, J. (2009). Alto Rendimiento.
Editorial Deusto.

Bibliotecas.uvmnet.edu