

Docencia, investigación y extensión para el emprendimiento a partir de proyectos integradores

Teaching, research and extension for entrepreneurship from integrating projects

Cómo referenciar este artículo:

Mora C. (2012). Docencia, investigación y extensión para el emprendimiento a partir de proyectos integradores.. *Ad-Gnosis*, 39-44

Claudia Mora Díaz *
cmora@coruniamericana.edu.co

Resumen

Desde el 2002, los programas académicos universitarios de la ciudad de Barranquilla han fomentado el emprendimiento como un valor necesario para promover y estimular en los jóvenes competencias que les permiten crear sus propias empresas, adaptadas a nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, buscando con ello el desarrollo de nuestra región Caribe, lo cual se ha apoyado en estrategias en las que los jóvenes han podido profundizar de manera científica en sus temas de interés para la formulación de planes de negocios que aseguren su realización y permanencia en el tiempo.

Palabras clave

Investigación, Docencia, emprendimiento, estrategias

Abstract

Since 2002, university academic programs in Barranquilla, have promoted entrepreneurship as a value necessary to promote and encourage among young people, skills that allowed him to start their own business, adapted to new technologies and the advancement of science; seeking thereby to the development of our Caribbean region, which has been supported by strategies in which young people were able to deepen scientific manner on issues of interest, and thus achieve the formulation of business plans, to ensure their realization and permanence in time.

Key words

Research, Entrepreneurship, teaching, strategies

Introducción

Son muchas las estrategias que cada institución de educación superior ha implementado con miras a fomentar el espíritu emprendedor y a que el estudiante universitario vea en el empresarismo una opción al finalizar sus estudios y no salga a buscar trabajo para convertirse en empleado; entre estas tenemos: seminarios, asignaturas, oficina de centros de emprendimiento, concursos, ferias; etc.

Sin embargo, la fragmentación y en muchos ca-

sos el tratamiento de este tema como un relleno o como un modismo se refleja en los bajos resultados de creación de empresas desde las aulas estudiantiles universitarias. Al hacer una revisión de currículos, se han podido evidenciar áreas de conocimiento que pueden ser direccionadas a la generación de un modelo que propenda por la formación de la cultura emprendedora y que permitan resultados efectivos en la creación de empresas, desde las aulas universitarias: ejes de investigación formativa, cursos de Mercadeo, cursos de finanzas, prácticas empresariales, entre otros. Esta propuesta parte de una experiencia

*Especialista en Gestión Financiera, Especialista en Gestión Industrial, Especialista en Estudios pedagógicos, Magister en Administración Financiera. Docente tiempo completo en Corporación Universitaria Americana. Contratista de la Universidad del Atlántico.
Artículo recibido: Octubre 16/2011. Aceptado: Abril 28/2012.

previa en la que estudiantes de Ingeniería Industrial contaban con asignaturas de emprendimiento en su plan curricular, en la cual debían formular un plan de negocios; por otro lado, contaban con un área de investigación formativa, en la cual presentaban un trabajo de investigación, que en casi todos los casos no tenía ningún elemento de enlace con su plan de negocios; pero, que le aporta al estudiante los elementos de base científica y el rigor científico a los estudiantes; en el plan de estudios contaba con asignaturas tales como Mercadeo, Finanzas, Matemática Financiera, Distribución y diseño de plantas, Fundamentos Administrativos; en la cual desarrollaban trabajos de campo, los cuales no existía ninguna articulación con su plan de negocios ni con su trabajo de investigación; de igual manera existía la realización de prácticas empresariales, las cuales se convierten en un requisito y que si no tienen la vigilancia de la IES, en vez de convertirse en estrategias para afianzar su proceso formativo, se convierten en una solución de mano de obra barata para las empresas.

Al hablar de proyecto Integrador, hacemos mención a un proceso de unir diversas variables para que sean vistas como un solo elemento; y este modelo de articulación e integración hacia el fomento del emprendimiento y la creación de empresas se convierte en un modelo de integración de todas aquellas áreas que componen la gran mayoría de currículos de programas como Ingeniería Industrial y Administración de Empresas.

El tema de emprendimiento hoy en día en nuestro país se ha convertido en una estrategia frente al tema de desempleo al que se ven enfrentados muchos jóvenes profesionales al terminar su carrera, o para muchos estudiantes de educación básica y media que no pueden acceder a la educación técnica o profesional. Es así que el Congreso de la República promulgó la ley 1014 de enero del 2006 denominada “De fomento a la cultura del emprendimiento”, la cual pretende promover una cultura empresarial en Colegios e Instituciones de Educación Superior y establecer un marco propicio para el desarrollo, creación y puesta en marcha de nuevas empresas, además, formar un vínculo entre los sistemas educativo y productivo, así fortalecer el desarrollo económico del país a través de la generación de empresas competentes.

En este sentido, muchas instituciones han involucrado la cátedra de creación de empresas dentro de su formación académica en aras de asegurar que sus estudiantes cuenten con una formación en emprendimiento. Sin embargo, esta formación en emprendimiento va más allá de una cátedra, requiere la creación de espacios y una sensibilización sobre el tema tanto en los docentes como en los estudiantes, no se trata de una asignatura más que finaliza en una nota, se trata de la posibilidad de iniciar un proyecto de vida y de desarrollo humano y profesional. Todo esto implica que las instituciones están llamadas a ir más allá de dictar una asignatura como estrategia para el fomento al emprendimiento a crear espacios de fomento, sensibilización y desarrollo de una aptitud emprendedora en los estudiantes que involucren el desarrollo de la teoría y la práctica. Todo esto llevaría a un ideal de contar con proyectos pilotos de Emprendedores Universitarios que se conviertan en patrón de referencia y modelo para sus compañeros y parte visible de la estrategia al emprendimiento desarrollada por la institución, de tal forma que en sus indicadores la institución comience a medir no solo a sus estudiantes sobresalientes o los investigadores, sino también a sus estudiantes emprendedores, sin dejar por fuera a sus egresados que hoy en día están creando empresa.

1. El Emprendedor Universitario

Los jóvenes de 16 a 24 años son el colectivo que más dificultades tiene a la hora de encontrar un empleo estable, muchos de ellos con estudios, personas muy preparadas, en la mayoría de los casos, recién graduados, pero que no cuentan con experiencia por el hecho de haber acabado recientemente los estudios. Es un problema de nuestros días y que preocupa mucho a la sociedad por la incertidumbre y el grado de desesperación que puede llegar a despertar dentro de este colectivo y la sensación de malestar que provoca a los perjudicados.

Entre las posibles soluciones a este problema está el autoempleo, creando su propio negocio, con lo que se consigue no solo el empleo de uno mismo[1] sino también el empleo de otras personas de la sociedad, colaborando de este modo con el bienestar social. La Universidad juega un papel muy importante en relación con el empre-

dedor[2]. Tradicionalmente, “ser emprendedor” era una expresión que se relacionaba con el mundo comercial. Hoy es un aspecto importante de la estrategia de las universidades[3]

Muchas Instituciones de Educación Superior manejan asignaturas que clarifican las pautas y aspectos más relevantes que se han de tener en cuenta para la creación de empresas entre aspectos jurídicos, de desarrollo del proyecto y elementos claves para el crecimiento y el mejoramiento continuo de la empresa. Además se pretende concientizar al estudiante de que el crear una empresa no es fácil y que no se debe llevar a cabo como una aventura, sino también se concientiza de que no es tan difícil; si se tiene una idea de negocio, se realiza un estudio de viabilidad del proyecto y sobre todo siendo consciente de que realmente se quiere crear su propio negocio y del sacrificio que ello conlleva.

El papel de la Instituciones de Educación Superior -IES- no debe quedar aquí, no solo transmitir unos conocimientos teóricos que posteriormente se han de llevar a la práctica, es decir, no simplemente forma a una persona académicamente, debe formar a una persona aportando un saber estar y una cultura de empresa diferente a la existente hasta nuestros días, cobrando importancia la sensibilización en diferentes temas. En definitiva, debe estar aportando una visión global y un nuevo valor al individuo en forma de educación empresarial y emprendedora.

Es importante que exista una interacción entre las empresas y las IES, ya que las empresas deben buscar apoyo en la Universidad y transmitir cuáles son las necesidades demandadas para incorporar a sus plantillas, en definitiva, definir cuál es el perfil demandado con el fin de facilitar la labor a la Universidad en su tarea de formar. De este modo el papel desempeñado será más eficiente y se producirá una sinergia positiva de esta relación, con unos resultados que beneficiarían a ambas partes [4].

En relación con lo expuesto, el emprendedor universitario está convocado a desempeñar el papel más protagónico: el proceso de desarrollo económico y social de sus regiones. Es la interface activa que vincula al sector académico - científico -tecnológico con el sector empresario PYME, y

ser creador de las futuras nuevas empresas innovadoras. Por ello deberá prestarse especial atención a su formación y al acompañamiento de su desarrollo.

2. Estrategias para el Fomento del Emprendimiento

Es importante destacar que el principal insumo para el desarrollo del emprendimiento en una institución de educación básica o superior, es la existencia de una cultura emprendedora por parte de los miembros de esta comunidad, docentes, estudiantes y personal administrativo, de tal forma que se hace necesario propender por un cambio de actitud hacia la identificación de posibilidades de explotación comercial del conocimiento e involucrar a equipos con perfil emprendedor, capaces de desarrollar un proyecto empresarial.

El fomento de una cultura emprendedora se debe apoyar en el desarrollo de actividades de sensibilización sobre temas de emprendimiento, capaces de motivar al personal involucrado: docentes, estudiantes y personal administrativo. Estas actividades se deben apoyar en la presentación de casos prácticos de empresas exitosas, preferiblemente en países con las mismas características de la región. Estos programas de fomento deben atender a los siguientes objetivos:

- Detectar proyectos empresariales en la universidad
- Crear empresas
- Facilitar la inserción profesional de los egresados por la vía del autoempleo
- Fomentar vocaciones empresariales
- Divulgar los valores del emprendimiento / innovación
- Promover el emprendimiento como alternativa para el desarrollo profesional.

Como acciones específicas para fomentar una cultura emprendedora en el interior de la universidad, se puede contemplar lo siguiente:

- Jornadas de Sensibilización para la dinamización del espíritu emprendedor
- Visita a instituciones de apoyo al emprendimiento locales y nacionales
- Talleres sobre generación de ideas de negocios
- Eventos de promoción con Emprendedores Uni-

versitarios Existentes, con el objetivo de generar credibilidad y exponer casos de éxito

- Cátedra de Creación de Empresas
- Encuentros de Emprendedores
- Laboratorios Empresariales, en los que empresarios exitosos transfieren su experiencia a jóvenes profesionales emprendedores
- Concursos de Proyectos empresariales al interior de la Universidad
- Publicaciones en torno al tema de emprendimiento en la Universidad
- Jornadas de motivación dirigidas a segmentos específicos: docentes, estudiantes, investigadores y personal administrativo de la Universidad
- Espacios en la Web de promoción del emprendimiento
- Ferias o muestras empresariales.

3. Modelo de Articulación: Docencia + Extensión + Investigación , para el Emprendimiento.

Los Programas académicos de las Instituciones de Educación Superior, vienen trabajando en la formación investigativa de los jóvenes estudiantes; para ello, dentro de las estructuras curriculares se tienen establecidos tres (3) ciclos que propende por generar esas competencias. Estas son: una fundamentación epistemológica y científica, una fundamentación metodológica y una operativa o profundización. Ver Figura 1.



Figura 1: Estructura Curricular de la Investigación. Fuente: Departamento de Investigación Formativa Universidad Simón Bolívar.

En los dos primeros ciclos, el objetivo es formar elevados niveles de competencia en el área de la metodología de la investigación científica; que conozcan los fundamentos epistemológicos de la ciencia, el conocimiento y los aportes de la investigación científica a la humanidad, al igual que conozcan los métodos y técnicas fundamentales del proceso de la investigación científica y le provea de las técnicas de investigación que les

ayude a levantar la información pertinente a la investigación científica.

En el tercer ciclo se inicia la articulación investigación, docencia y extensión para el emprendimiento, de tal forma que en esta etapa el estudiante identificará la idea de negocios y desarrollará el respectivo plan. El estudiante trabaja articulado a las líneas de investigación, realiza su propuesta de trabajo de investigación profesional, presenta su anteproyecto, informes de avance, informe final y realiza la sustentación del mismo; asiste a las asignaturas de Investigación formativa en las cuales recibe asesoría metodológica y técnica especializada en el área de trabajo de su plan de acción; esto se desarrolla de quinto a décimo semestre. Es importante resaltar que los estudiantes seleccionan desarrollar la línea de emprendimiento, de tal manera que para el estudiante que definió su interés por crear empresa, se realizan talleres sobre identificación de ideas de negocios, oportunidades de negocio en la ciudad y la región; se le ayuda en la formulación del plan de negocio y se sube en plataforma tecnológica, con el apoyo permanente de tutores y de asesoría especializada de requerirla según el proyecto elaborado. A continuación se presenta la correlación investigación y formación empresarial:

Investigación	Formación Empresarial
Línea de Investigación y Propuesta de Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de Oportunidades • Idea de Negocio
Anteproyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de Negocio (Investigación inicial)
Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo Plan de Negocios

Tabla 1: Relación Investigación – Formación Empresarial Fuente: Desarrollo Propio, 2009

Toda esta fundamentación le da al estudiante una mayor fortaleza en el momento de presentar su plan de negocios, puesto que le permite adquirir las competencias necesarias para profundizar de manera científica en el tema a tratar. Desde la docencia se articula con la realización de seminarios y talleres sobre empresarismo, y, desde la función de extensión, se articula con trabajos aplicados de sus asignaturas del área profesional, los cuales le permiten afianzar los conocimientos adquiridos en el aula y cumplir con la actividad de extensión de la facultad. En el último semestre el estudiante universitario realiza su práctica empresarial como requisito de los currículos. Sin

embargo, dentro del modelo realizado, esta etapa se direcciona a la realización de un Laboratorio empresarial, en el cual se le da el apoyo académico, técnico y legal, para que el estudiante termine su formación académica con la empresa creada y se le apoye para la consecución de recursos económicos que le permitan iniciar su actividad empresarial.

El proceso de articulación Docencia, investigación y extensión se representa a continuación:

Área	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 3	Etapa 4
Investigación	Fundamentación Epistemológica y Científica	Fundamentación Metodológica	Operativa o Profundización (Formulación Plan de Negocios)	Laboratorio Empresarial
Docencia	Seminarios y Talleres sobre empresarismo		Electivos Profesionales Formación Emprendedora Planes de negocios	
Extensión	Proyectos de Aula de Clase		Prácticas Universitarias	

Figura 2: Propuesta Integradora. Fuente: Desarrollo propio, 2009

Cada una de estas etapas demanda la vinculación de una serie de actores institucionales y recursos necesarios para garantizar la sostenibilidad de estos procesos y las asesorías requeridas por los estudiantes para desarrollar sus proyectos.

Área	Etapa 3	Recurso
Investigación	Operativa o Profundización (Formulación Plan de Negocios)	Docente en Investigación y Asesor Centro de Emprendimiento Institucional
Docencia	Electivos Profesionales Formación Emprendedora Planes de negocios	Docente con formación empresarial
Extensión	Visitas Empresariales Prácticas Universitarias Laboratorio Empresarial	Coordinador de Prácticas Empresariales y Asesor de Emprendimiento

Figura 3: Propuesta Integradora - Recursos Fuente: Desarrollo propio, 2009.

La ejecución de este proceso a la vez requiere de una serie de actividades complementarias necesarias para asegurar el desarrollo de competencias empresariales en los estudiantes, que serán soportadas con su proceso investigativo:

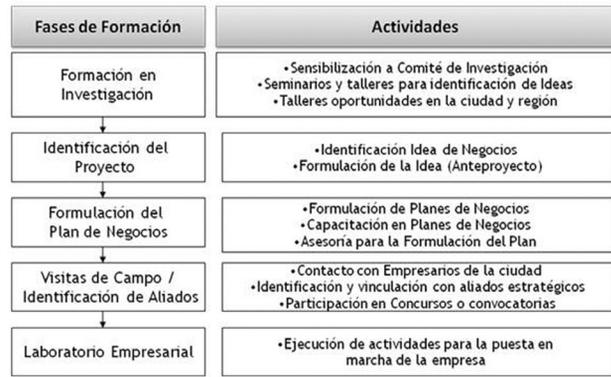


Figura 4: Plan de Formación Empresarial. Fuente: Desarrollo propio, 2009

4. Resultados Alcanzados

Desde el año 2004 se ha obtenido la consolidación de proyectos de los estudiantes, dentro de la aplicación del modelo presentado anteriormente. Aun cuando no todos los estudiantes cogen esta opción; en los últimos 3 años, se han trabajado alrededor de 40 planes de negocios, de los cuales se han podido consolidar como empresas ya formadas 8 empresas, a saber: plan de negocio para la elaboración y comercialización de guacales en madera en la ciudad de Barranquilla para su uso en exportación; estudio de factibilidad para la creación de una empresa despulpadora de cítrico (naranja) en Mompo; estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de harina de lenteja en la ciudad de Barranquilla; plan de negocio para la obtención de pinturas con base en aceite de higuera; diseño de un plan de negocio para la creación de una microempresa productora de patacones precocidos y congelados de banano; estudio de factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de la cascari-lla de arroz en la ciudad de Barranquilla; Plan de negocio de la fabricación y comercialización del porcelanicon y ACORDEONES HERVEG.

De los casos a resaltar, éste último, ACORDEONES HERVEG, plan de negocios ganador en el VI Concurso Nacional Planes de Negocios del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-2007, empresa hoy fortalecida, y proveedora de estos instrumentos musicales, no solo en toda la Costa Caribe, sino también del Ministerio de cultura, a quien le ha elaborado alrededor de 20 acordeones, dentro de su programa de apoyo a las Casas Culturales de todo el país.

Referencias

- [1] GUZMÁN, J. y SANTOS, F.J. (2001). “The booster function and the entrepreneurial quality: An application to the province of Seville”, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 13.
- [2] LAUKKANEN, M. (2000). “Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: Creating micromechanisms for endogenous regional growth”, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 12.
- [3] HARRIS, SUZY. (2008). “La dimensión internacional de la universidad: entre el modelo económico y el cultural”. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. Tomado de: <http://hdl.handle.net/10171/9135>
- [4] CAMPO Sanz, J. MARTÍNEZ Rodríguez, N. 2004. Formación de Emprendedores en la Universidad: Necesidad Real. Tomado de: <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/75CampoMartinez.pdf>