

ESTRATEGIA CURRICULAR PARA LA FORMACIÓN DE LA COMPETENCIA DE EMPRENDIMIENTO EN NEGOCIO EN REDES UNIVERSITARIAS

CURRICULAR STRATEGY FOR THE FORMATION OF THE COMPETITION OF ENTREPRENEURSHIP IN UNIVERSITY NETWORKS

Sención Raquel Yvelice Zorob Avila
izorob@adm.unapec.edu.do

*Universidad APEC. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de
Administración y Coordinación de Monográfico.
c/ Máximo Gomez#72, Apartado Postal No.2067, Distrito Nacional,
República Dominicana*

En este artículo se analiza la educación tradicional, la que ostenta una metodología para formar emprendedores en cursos de objetivos específicos en contradicción a la formación por competencias, la que se regula en el aprendizaje por proyecto, desde un modelo sistémico - estructural con un enfoque complejo en el proceso curricular de la carrera, que se instrumenta en la estrategia curricular de la competencia a través de redes sociales y plataformas virtuales que permiten potenciar la vinculación universidad-sociedad-empresa en la transformación del sistema educativo a distancia con emprendedores en negocio capaces de generar empleos hacia el desarrollo sostenible.

Palabras clave: Proceso curricular, Educación a distancia, Emprendimiento en negocio, Redes sociales.

In this paper, traditional education is being analyzed. It shows a methodology to form entrepreneurs with specific courses which creates a contradiction in the formation by objectives and by competences, the one that is regulated by learning to learn, from a systematic-structural model with a complex focus in the curricula process of the college career, which is instrumented in the curricular strategy of social networks and college's virtual platforms, and it can potentiate the entailment university-society- enterprise in the transformation of the distant system with entrepreneurs in business capable of generating jobs toward a sustainable development.

Keywords: Curricular process, Distant education, Entrepreneurship, Social networks.

1. Introducción.

La globalización rompe barreras geográficas y económicas con manifestaciones de vinculaciones internacionales, siendo la más relevante las denominadas Tecnologías de la Información y Comunicación, en adelante TIC. El uso de las TIC en las universidades permite la globalización educativa en redes de saberes, provocando cambios radicales en el entorno virtual del aprendizaje, eliminando barreras físicas, temporales y espaciales, creando elementos críticos con mayor flexibilidad en la reconceptualización didáctico-curricular del sistema educativo mundial y su vínculo Universidad-Empresa-Sociedad.

Escudero (1999) concibe el currículo como un proceso de un marco común de dos tradiciones, enseñanza y currículo, para la comprensión de diversas dimensiones del currículo como ámbito de estudio. Tünnermann (2003), plantea que el currículo es en donde las tendencias innovadoras tienen la mejor expresión, refleja la filosofía educativa, los métodos y estilos de trabajo de la institución, su oferta académica. Hoy día las universidades tienen el reto de innovar o perecer. En relación al proceso formativo, Álvarez de Zayas (2004) lo analiza en tres perspectivas, en las dimensiones (currículo, didáctica y pedagogía) con la primacía de una sobre las otras, según el desarrollo dialéctico de cada estadio socio-económico de la sociedad en un momento histórico dado. Zorob y Portuondo (2007) definen en el proceso curricular la integración de la acción curricular de la carrera, partiendo de las necesidades sociales y empresariales que se incorporan como premisas al diseño, permite la visualización del contenido en el currículo, y orienta estratégicamente la realización de la

práctica curricular en donde se ejecuta, desarrolla y favorece la proyección de resultados que se constatan a través de la evaluación curricular.

La sociedad demanda de personas emprendedoras; quienes sean capaces de gestionar proyectos exitosos con desarrollo humano sostenible, al garantizar la continuidad de la humanidad y para ello hay que lograr el tránsito del proceso curricular de la educación tradicional de una disciplina en aula a la educación a distancia multidisciplinaria con el uso de las TIC.

La educación en general, y la superior en particular, son instrumentos esenciales para enfrentar con métodos pedagógicos los desafíos del mundo contemporáneo en la formación del emprendimiento en negocio.

Borjas (2009) analizó el contenido sobre el emprendimiento en negocio en 48 investigaciones presentadas en Cali, Colombia (2004), Panamá (2006) y Perú (2007). Se evidenció la multidisciplinariedad de la temática, al referirse 24% a la educación empresarial, 22% a la creación de empresas, 17% competencias, 12% tecnología y 5% otros temas. La metodología empleada era cuantitativa en un 65%, cualitativa en un 21%, con modalidades de investigación/acción y estudio de casos; y el 14% restante fue documental. Las referencias periódicas presentaron la tendencia de un 31% de revistas en inglés, disponible en páginas web. Literaturas consultadas y reflexiones de la autora permitieron, en una primera aproximación, definir la competencia de emprendimiento en negocio, es al proceso complejo que integra los saberes para innovar, identificar y crear oportunidades de negocio como una actividad legal, sistémica, procesual y sostenible valorada por todos los involucrados y la sociedad como significativas

porque se benefician de ella.

La importancia de las redes sociales en las universidades tiene su origen e impacto en la velocidad y la transparencia en que la información emerge, en un mundo complejo que requiere del conocimiento de varias disciplinas, transdisciplinariedad, en la solución de los problemas sociales y la detección de oportunidades de negocio, que con el uso de las TIC favorece visualizar, realizar y proyectar la creación de empresas, nuevos empleos; y mejores prácticas educativas y empresariales.

No obstante, la formación y desarrollo de la competencia del emprendimiento en negocio es un problema de envergadura en la actualidad, el aprender a emprender es un gran reto en la educación superior del siglo XXI. En la actualidad, el desempleo aumenta y se ha demostrado que más del 90% de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que nacen en un país latinoamericano tienen aproximadamente dos años de sobrevivencia y que los profesionales emprendedores viven con éxito apenas año y medio (Biasca, 2008). Otros estudios ratifican las insuficiencias de los profesionales para ser emprendedores, y más aún, los que llegan a ser emprendedores son empíricos y no se basan en presupuestos teóricos sólidos (Barrios, 2009).

La Universidad APEC de República Dominicana tiene la visión de ser la primera opción en las universidades dominicanas por su excelencia académica en los negocios, la tecnología y servicios; y la misión de formar líderes creativos y emprendedores para una economía global, que integra la docencia, la investigación y la extensión con el fin de contribuir al desarrollo de la sociedad dominicana. Resultados sobre Empresas más admiradas en 2010, investigación realizada por la Revista Mercado, posiciona a UNAPEC

entre las cuatro universidades privadas de mejor puntuación.

El Dr. Pedro Horruitinier Silva, Director de la Dirección de Formación de Profesional del Ministerio de Educación Superior de Cuba, plantea que la estrategia curricular asegura el logro de objetivos que no es posible alcanzar, con el nivel de profundidad y dominio requeridos, desde el contenido de una sola disciplina y demandan el concurso adicional de las restantes. Además, de sus relaciones con el entorno y el contexto local y regional.

La educación a distancia en redes sociales virtuales agiliza la gestión de la docencia, la investigación, la extensión y la internacionalización en el proceso de formación de los profesionales en el siglo XXI. En las redes universitarias, la educación a distancia, encuentra en un espacio de integración e internacionalización del proceso curricular, que con el uso de más de 25 dispositivos tecnológicos de acceso libre 24x7 en el aprendizaje virtual, puede generar empleabilidad y competitividad en el desarrollo económico.

Sin embargo, la brecha epistemológica de la formación por objetivos de asignaturas en el proceso curricular de la carrera de Administración de Empresas, obstaculiza la formación totalizadora e integradora de la competencia de emprendimiento en negocio; contradicción fundamental que se resuelve y dinamiza, con métodos teóricos y empíricos, en la estrategia curricular basada en un modelo de formación de la competencia de emprendimiento en negocio.

2. Fundamentación teórica.

El proceso de formación y desarrollo de la competencia de emprendimiento en negocio se modela, a partir de su naturaleza consciente,

holística y dialéctica, lo cual justifica la utilización del método estructural funcional complejo y de sus principales presupuestos teóricos.

Basado en el materialismo dialéctico, se concibe la formación en la actividad social práctica. El mundo es cognoscible, por lo que el sujeto puede llegar a conocer la realidad objetiva. El emprendedor debe ser observador de las contradicciones de la realidad, que se convierten en oportunidades para el emprendimiento en negocio.

El modelo parte de la concepción materialista de la historia, al concebir el desarrollo como un producto de la actividad social del hombre, determinado en última instancia por la base económica; poniendo a las relaciones sociales de producción como el contenido del modo de producción y su forma a las fuerzas productivas, que por demás son las más dinámicas. Sin embargo hay que tener cuidado, pues algunos buscan oportunidades de negocio a expensa de lograr lucro solamente y no de lograr un desarrollo humano sostenible. La ciencia y la innovación tecnológica, en su carácter de fuerzas productivas, como base de la elevación sistemática de la productividad del trabajo; contribuye al perfeccionamiento de las relaciones sociales, la satisfacción de las necesidades sociales; y la formación del hombre nuevo a través de una socialización que le permita incorporar valores y normas colectivistas y solidarias.

Desde el punto de vista psicológico, el modelo se basa en el enfoque histórico – cultural. El desarrollo de un individuo se condiciona por el desarrollo de todos los demás con quienes realiza un intercambio directo o indirecto. (Marx, 1959, p. 497). En ese sentido, el concepto de *desarrollo* es una serie de cambios cualitativos o de saltos

dialécticos y no simplemente cambios cuantitativos- acumulativos (Vigotsky, 1979); no es llegar a un punto determinado del camino, es llegar a una situación (SSD; situación social de desarrollo) que sostiene el desarrollo (Vigotsky, 1993), en donde el sujeto se forma como un individuo y en colectivo.

Los medios tradicionales de la dinámica organizacional están siendo desafiados por el libre acceso a las informaciones en tiempo real, por lo que la gestión del conocimiento personal, desde el proceso curricular universitario, tiene una relación, directa e inmediata, con la gestión del conocimiento organizacional; lo que conlleva al diseño de un proceso curricular coherente para la formación y desarrollo del emprendimiento en negocio.

Como referentes pedagógicos se parte del postulado martiano de la vinculación del estudio con el trabajo. Se asumieron el modo de actuación profesional de Fuentes, (2000); el proceso formativo de Álvarez de Zayas, (2004); formación basada en competencias de Tobón (2006) experiencias de emprendimiento en Colombia, México y otros países; y los estudios de integración docencia-producción-investigación (Zorob & Portuondo, 2007).

La toma de decisiones es la condición inicial que impacta lo que aprendemos y cómo actuamos sobre la base de nuestro aprendizaje. La decisión se manifiesta como una actividad clave que puede variar según la capacidad para reconocer y adaptarse a los cambios del entorno y de la organización.

Sobre la base de la fundamentación teórica del modelo de formación de la competencia de emprendimiento en negocio, se establece una estrategia curricular que realiza un abordaje pedagógico del proceso docente, con el propósito de lograr objetivos generales relacionados con el modo de actuación

emprendedor y que no es posible lograrlo con la debida profundidad desde la óptica de una sola área del conocimiento o asignatura académica, por lo que se requiere de la participación de varias unidades curriculares de la carrera, del contacto con redes laborales, empresariales, sociales y educativas. La estrategia curricular, como eje transversal, integra un sistema de acciones coherentes que aseguran el cumplimiento de los objetivos planteados, a partir de la sistematización por años y grados de complejidad de los proyectos, desde la idea del proyecto hasta la creación de la empresa. Influye en la formación de la competencia de emprendimiento en negocio a través de:

- Las relaciones dialécticas entre los subsistemas de formación y desempeño.

- El carácter recurrente de la formación a partir de sistemática búsqueda de la coherencia auto-identitaria de la conveniencia de ejecución del proyecto emprendedor y donde se develan nuevos problemas y oportunidades de negocio, lo que garantiza el desarrollo sostenible de la actividad emprendedora.

- El aprendizaje basado en proyectos, en el que los estudiantes planifican, ejecutan y evalúan proyectos de largo plazo y centradas en el estudiante con un manejo virtual de multimedia Project, un inicio y fin, definición del objetivo SMART.

- La conexión de la universidad con las empresas y la sociedad, en donde participan varios actores y pueden realizar evaluaciones y autoevaluaciones en el seguimiento del proceso de formación de la competencia de emprendimiento en negocio.

- El vínculo de la teoría y la práctica para la visualización, realización y gestión de los proyectos emprendedores y la dinámica interna del propio desarrollo del proyecto, en

la triada formación, evento científico y desempeño.

En su carácter sistémico, se define la estructura del instrumento curricular en dos dimensiones: macro y micro. En la dimensión macro, se determina el tipo de instrumento curricular a emplear con la precisión de las dimensiones del proceso formativo en el eslabón de la realización del proyecto emprendedor. En la dimensión micro se estructura la estrategia a partir de las triadas dialécticas que se forman entre el problema, el objetivo, el contenido y método, las cuales precisan los elementos que caracterizan el proceso formativo.

El contenido del proceso formativo coincide con el contenido del emprendimiento, tiene en cuenta la situación contextual de dichos contenidos en el plan de estudio.

En la dimensión macro se determinan como *componentes del proceso curricular*:

Problema de la emprendimiento: necesidad de contribuir al desarrollo de la organización en homeóstasis con el desarrollo del entorno.

Objeto de la formación emprendedora: el sistema de principios, leyes y conceptos que explican la autoorganización organizacional.

Contenido de la formación emprendedora: el contenido de la formación emprendedora está formado por el sistema de conocimiento, habilidades y valores bases para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio. **Sistema de conocimiento**: Desarrollo organizacional, de los campos de acción de la profesión. Enfoque complejo de la organización. Procesos de autoorganización. Sistema de observación de la dinámica de la auto-identidad organizacional. **Sistema de Habilidades**: Habilidades profesionales de la Administración de Empresas, investigativas, de comunicación oral y escrita, diseño de proyectos, detección y formulación de

situaciones-problema. Habilidades cognitivas y metacognitivas. Elaboración y traducción de resultados y conclusiones en idioma inglés. Habilidades de gestión de información y del conocimiento en redes universitarias. **Sistema de Valores:** autodirección emprendedora, autonomía integradora, el coprotagonismo emprendedor, la responsabilidad emprendedora, compromiso social, creatividad emprendedora, humanismo, trabajo colectivo, laboriosidad.

3. Metodología.

La estrategia curricular, instrumento del modelo de formación de la competencia de emprendimiento en negocio, se desarrolla en el proceso curricular de la carrera en tres etapas: premisas del diseño curricular, práctica curricular y evaluación curricular.

Etapas I de la estrategia: Premisas del diseño

Las premisas constituyen las condiciones, tanto favorables como desfavorables, que condicionan la concepción y puesta en práctica de cualquier estrategia. Para ello, se plantean las que se consideran como imprescindibles, en aras de garantizar el cumplimiento del objetivo de la estrategia.

1. Programa de capacitación docente, metodológica e investigativa de los profesores que imparten clases en la carrera, realizado en el Proyecto de Desarrollo Profesional Docente para la Enseñanza de las Ciencias Empresariales ofrecido por la Universidad de Camagüey, Cuba.

2. Planeación didáctica de aspectos estructurales y de organización del proceso de enseñanza - aprendizaje (cartas descriptivas, diseño de instrumentos de evaluación, sistemas de evaluación, entre otras actividades pedagógicas relacionadas

con el aprendizaje por proyecto).

3. Socialización de la fundamentación teórica del modelo y la estrategia didáctica.

Etapas II: Práctica curricular en el proceso de formación de la competencia de emprendimiento en negocio

Acciones metodológicas de la estrategia

1. Organizar los eventos científicos, como talleres, encuentros de emprendedores, portafolio de proyectos de emprendimiento en negocio, entre otros.

2. Seguimiento en la página web del club de emprendimiento en negocio.

3. Crear los grupos emprendedores estudiantiles y asignar un manager entre los profesores y colaboradores en esta actividad

4. Confeccionar los objetivos estratégicos y sistemas de acciones de emprendimiento en negocio por año de la carrera.

Talleres introductorios y eventos científicos.

Objetivo estratégico:

Convertir al grupo de emprendedores en un observatorio para determinar la evolución de la auto-identidad de una organización, la realización de eventos científicos y su proyección en el proceso curricular de la carrera.

Sistema de acciones:

- Realizar talleres y eventos científicos con emprendedores y estudiantes destacados en la formación y desarrollo del emprendimiento sobre la visualización de oportunidades, realización y proyección de resultados.

- Dictar conferencias con egresados que sean emprendedores sobresalientes.

Admisión al club de emprendedores en el primer año de la carrera

Objetivos estratégicos:

Motivar a los estudiantes de administración para una mejor disposición hacia la actividad de emprendimiento en negocio.

Elaborar los proyectos personales de vida de cada uno de los estudiantes.

Sistema de acciones:

- Brindar una amplia información sobre los principales problemas que enfrenta la profesión y la situación socioeconómica y política del país.

- Ofrecer información sobre el banco de problemas emprendedores a abordar en los primeros años de la carrera.

- Coordinar con los estudiantes sus proyectos de vida como futuros emprendedores.

Acciones por años de la estrategia

La estrategia posee un sistema de acciones que van desde la creación del club de emprendedores hasta el quinto año, donde se combinan y se interrelacionan los subsistemas de formación y desempeño. En cada uno de los períodos lectivos de la carrera está indicada la realización de proyectos emprendedores, los cuales son confeccionados en forma de sistemas articulados con el club de emprendedores en los primeros semestres y con las asignaturas, a partir del inicio del ciclo básico específico y donde se pone de manifiesto la actividad creativa de los estudiantes. Estos proyectos tienen la particularidad de que a medida que se avanza en los años de la carrera va aumentado su grado de complejidad en la gestión del proyecto emprendedor de un negocio hasta realizar la tesis o monográfico.

Primer año.

Objetivos estratégicos: observar a nivel de las organizaciones laborales de los estudiantes los diferentes problemas emprendedores e identificar ideas de negocio.

Dar solución a los problemas modelados emprendedores.

Sistema de acciones:

- Precisar en los contenidos la idea de

negocio en las asignaturas (los conocimientos, habilidades y valores) que deben ser básicos en la formación de la competencia de emprendimiento de negocio.

- Diseñar y ejecutar el inicio de la idea de negocio en proyectos emprendedores estudiantiles de acuerdo al banco de problemas modelados.

- Reunión de idea de negocio en seminarios mensuales a los grupos de emprendedores.

- Realizar con idea de negocio eventos científicos y concursos de emprendedores donde los estudiantes expongan los resultados de los proyectos emprendedores.

Segundo año.

Objetivo estratégico: diseñar ideas de proyectos emprendedores de acuerdo a los problemas emprendedores que los estudiantes detectaron en sus organizaciones laborales.

Sistema de acciones:

- Precisar ideas de proyecto en los contenidos de las asignaturas los conocimientos, habilidades y valores que deben ser básicos en la formación de la competencia de emprendimiento en negocio.

- Diseñar ideas de proyectos emprendedores estudiantiles de acuerdo al banco de problemas y oportunidades en negocio de sus organizaciones laborales.

- Reunión de ideas de proyectos en seminarios mensuales con los grupos de emprendedores.

- Realización de ideas de proyectos en eventos científicos y concursos de emprendedores donde los estudiantes expongan los resultados de ideas de los proyectos emprendedores.

Tercer año.

Objetivo estratégico: diseñar planes de negocio de proyectos emprendedores de acuerdo a los problemas emprendedores que

los estudiantes detectaron en sus organizaciones laborales y a los objetivos de las asignaturas básicas específicas.

Sistema de acciones:

- Precisar los planes de negocio en los contenidos de las asignaturas los conocimientos, habilidades y valores que deben ser básicos en la formación de la competencia de emprendimiento de negocios.

- Diseñar planes de negocio en proyectos emprendedores estudiantiles de acuerdo al banco de problemas de sus organizaciones laborales y las asignaturas básicas específicas.

- Reunión de planes de negocio en seminarios mensuales a los grupos de emprendedores.

- Realizar planes de negocio en eventos científicos y concurso de emprendedores donde los estudiantes expongan los resultados de los proyectos emprendedores.

Cuarto año.

Objetivo estratégico: diseñar proyectos emprendedores de acuerdo a los problemas emprendedores que los estudiantes detectaron en sus organizaciones laborales en uno de los campos de acción de la profesión, dirigido por la asignatura correspondiente.

Sistema de Acciones:

- Precisar en los contenidos de las asignaturas los conocimientos, habilidades y valores que deben ser básicos en la formación de la competencia de emprendimiento en negocio.

- Diseñar proyectos emprendedores estudiantiles de acuerdo al banco de oportunidades en negocio visualizadas en los problemas de sus organizaciones laborales en un campo de acción específico de la profesión.

- Reunión en seminarios mensuales a

los grupos de emprendedores.

- Realizar eventos científicos y concursos de emprendedores donde los estudiantes expongan los resultados de los proyectos emprendedores.

Quinto año.

Objetivo Estratégico: diseñar el estado actual para la puesta en marcha de proyectos emprendedores de acuerdo a los problemas emprendedores que los estudiantes detectaron en sus organizaciones laborales dirigidos por la asignatura correspondiente.

Sistema de Acciones:

- Precisar el estado actual de la formación de la competencia de emprendimiento en negocio a través de instrumentos estadístico.

- Diseñar el perfeccionamiento de los proyectos emprendedores estudiantiles para la solución de problemas emprendedores de sus organizaciones laborales o para la creación de un nuevo negocio.

- Reunión de proyectos de emprendimiento en negocio en seminarios mensuales a los grupos de emprendedores.

- Realizar con proyectos de emprendimiento en negocio eventos científicos y concursos de emprendedores donde los estudiantes expongan los resultados de los proyectos emprendedores.

Monográfico o Tesis

El monográfico se inicia con la recepción de resultados de encuestas dirigidas a los estudiantes, realizados en la dirección de la carrera para la visualización de los vacíos del perfil del egresado y la demanda de la gestión del conocimiento de temas pertinentes de mayor exigencia social, como lo es el autoempleo, la competitividad y demandas del mercado laboral. En este proceso de formación final de la carrera, se caracteriza por ofrecer a los estudiantes contenidos que no recibieron

en el transcurso de la carrera o requieren de una mayor profundización o actualización; de forma que estas insuficiencias son solucionadas en el proceso curricular final de la carrera. Posteriormente, la dirección de la carrera las incluye en la actualización del próximo diseño curricular. En el curso monográfico de evaluación final se imparten dos o tres módulos, con profesores que son más prácticos que teóricos, en clases presenciales de 72 horas, y culmina con la elaboración de un informe final o monografía relacionada con uno de los módulos impartidos en este proceso formativo.

Al finalizar el monográfico o tesis, el estudiante de la carrera de Administración de Empresas se vincula a la Oficina de Egresados, si logra crear su negocio favorece el autoempleo y la competitividad, sino requiere de la colocación laboral, en donde la Universidad APEC le ofrece empleo y le da seguimiento a los egresados. Además, se promueve la formación permanente en programas de graduados y de educación continuada, participación en eventos científicos, sustentados en un modelo de formación de la competencia basado en un eje transversal del aprendizaje permanente de proyectos emprendedores en un espacio físico o virtual.

Objetivo estratégico: diseñar la puesta en marcha de proyectos de emprendimiento en negocio.

Sistema de Acciones:

- Precisar el estado de la formación de la competencia de emprendimiento en negocio a través de instrumentos estadísticos y la concreción de proyectos emprendedores.
- Diseñar la puesta en marcha de proyectos emprendedores estudiantiles para la realización de las oportunidades en negocio identificadas en los problemas, en las

creatividades e innovaciones para la creación de un nuevo negocio o mejorar los negocios ya existentes.

- Reunión de proyectos de emprendimiento en negocio en seminarios mensuales de los grupos de emprendedores.
- Realizar eventos científicos y concursos de emprendedores donde los estudiantes expongan los resultados de su formación y desarrollo de la competencia de emprendimiento en negocio con los proyectos emprendedores.

Etapa III: Evaluación de la Estrategia Curricular

La introducción de la estrategia comienza con la inscripción de los grupos de estudiantes en el club de emprendedores. Actividad que se desarrolló en la propia carrera con el concurso de conferencias de los egresados emprendedores que han tenido alzas y bajas; y han logrado un desempeño profesional exitoso con desarrollo humano en sus negocios.

De acuerdo al concepto de negocio multidimensional definido por la autora, primero se identifica la dimensión social en el negocio que los alumnos deben emprender, con el objetivo de que los estudiantes aprendan a observar las contradicciones que se presentan en la sociedad, sin renunciar, a que a través de técnicas didácticas, en trabajo individual o colectivo, el estudiante construya proyectos de emprendimiento en negocio y luego lo sociabilice en eventos científicos de emprendedores.

4. Resultados.

Desde el 2006 al 2008, la aplicación de la estrategia curricular se fue desarrollando con actividades, entre las que se pueden señalar:

- Diseño de proyectos emprendedores

estudiantiles para la solución de problemas emprendedores o para la creación de un nuevo negocio o mejora en negocios ya existentes, en el transcurso de un año.

- Realización de eventos científicos y concursos de emprendedores donde los estudiantes exponen los resultados de los proyectos emprendedores.

- Reunión en seminarios anuales de los grupos de emprendedores con emprendedores (egresados) de éxito.

- Análisis de la formación de emprendedores en el período comprendido entre dos eventos contiguos.

A través de encuestas a estudiantes, se pudo constatar que existía una inclinación positiva hacia el emprendimiento en negocio, en el gráfico 1 que relaciona los proyectos estudiantiles por años de implantación de la estrategia.

Como se observa en el gráfico 1, no obstante, que el número de proyectos exitosos se ha estabilizado alrededor de cinco, el número de proyectos emprendedores ha

aumentado desde la introducción de la estrategia.

En el gráfico 2 se pueden observar los datos resultantes de una encuesta realizada a 63 estudiantes de los clubes de emprendedores. En el transcurso de los años, en que los alumnos participaron en los clubes de emprendedores, se constata como la opinión de los alumnos ha variado y consideran al final del experimento que lo fundamental para el emprendimiento en negocio era el trabajo en equipo, observar la realidad, investigar y participar constantemente y la formación permanente, por lo que las evaluaron con la calificación máxima de 10 puntos.

También se observa que tener buenas ideas, conocimientos, financiamiento y apoyo institucional que fueron evaluadas de 10 al inicio de la introducción de la estrategia, resultó que al final de los años, las opiniones cambiaron. Es importante puntualizar que los estudiantes opinaron, en un 100%, que la búsqueda de financiación es una responsabilidad del propio emprendedor y

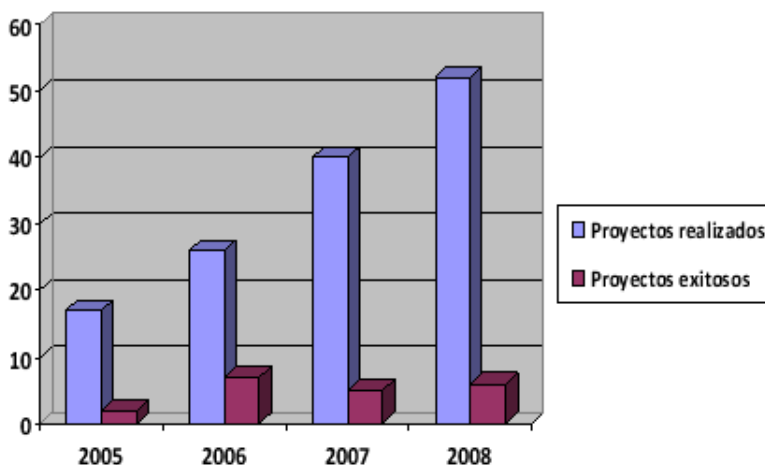


Gráfico 1. Proyectos de emprendimiento en negocio realizados por los estudiantes.

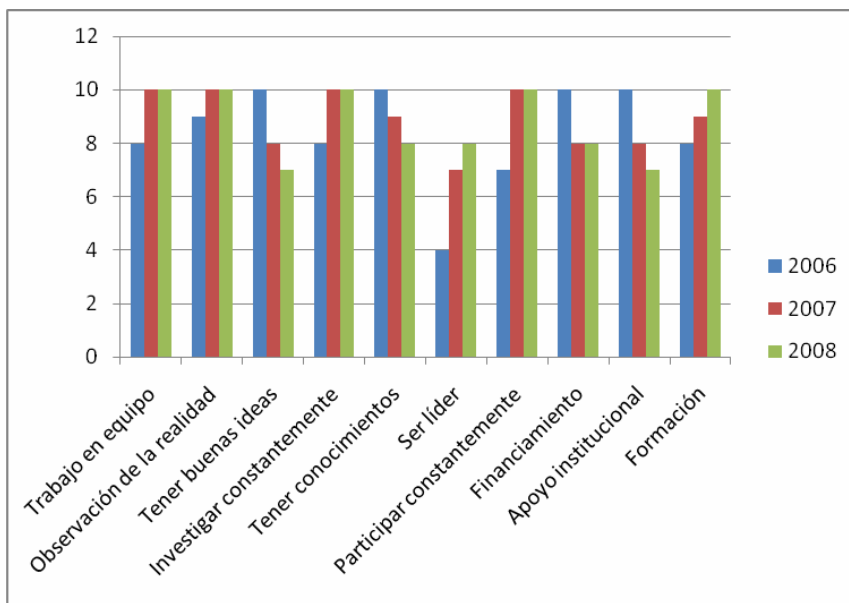


Gráfico.2. Resultados de la encuesta realizada a los alumnos del club de emprendedores.

hasta que no existan resultados que enriquezcan a todos los involucrados no es negocio, es simplemente un proyecto.

En el transcurso de la *observación participante* se pudo constatar que a partir de la pregunta: ¿Qué se necesita para ser un emprendedor?, se precisó las siguientes características a tener en cuenta:

En la parte de motivación:

1. Capacidad de compromiso: tanto consigo mismo, como con los demás.

2. Vocación por el trabajo: todos los días, casi todo el día hasta sacar las iniciativas adelante.

3. Constancia: que se puede juntar a la perseverancia y a la fe. Si el emprendedor no cree en sí mismo y en su proyecto, está destinado a fracasar.

4. Empuje: es la capacidad de sacar las iniciativas adelante, el nivel de sacrificio y

entrega y las ganas por cumplir los sueños.

5. Coraje físico y un gran entusiasmo para toda clase de ideas: la pasividad no es una característica de un emprendedor, el entusiasmo y el movimiento continuo sí.

En cuanto al Saber:

1. Conocimiento: Ser emprendedor, requiere conocimiento en los temas que se van a desarrollar en los proyectos o actividades, sea cuales sean.

2. Cultura: En un sentido amplio, saberse adaptar a las diversas situaciones y saberse comportar ante las circunstancias.

Existen *otras capacidades* no tan evidentes:

1. Capacidad de asociación: una idea grande, difícilmente se desarrolla por una persona, la capacidad de asociarse (bien) es clave en el éxito.

2. Capacidad de mando: ser el jefe no

es sinónimo de poder, ser el guía o líder sí lo es.

3. Visión: donde otras personas ven un problema o una dificultad, un verdadero emprendedor ve una oportunidad.

4. Generación de Ideas: es pertinente tener ideas, replantearlas e implementarlas constantemente.

5. Capacidad de asumir riesgos: el que no arriesga, no gana.

6. Capacidad de medir el riesgo: saber exactamente a que estoy jugando y cuáles son mis oportunidades y amenazas, debilidades y fortalezas.

7. Capacidad de autocrítica: nadie es perfecto, aprender de los errores y ser consciente de ellos es fundamental.

8. Independencia: para tomar decisiones y dar mandatos: Es la idea de emprender, conseguir metas propias.

9. Capacidades de gestionar los procedimientos legales, crediticios y financieros.

10. Innovar y responder ante la diversidad.

11. Calcular los límites y dificultades en el desarrollo del emprendimiento en negocio. El conocimiento, desarrollo de habilidades y capacidades se puede conseguir en el proceso docente educativo en las asignaturas, sin embargo los valores han de formarse en toda la carrera en el proceso curricular universitario.

5. Discusión.

La estrategia curricular para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio en los administradores de empresas fue concebida como una proyección en la que se combinan la formación y el desempeño, en una dinámica en la que se definen las actividades que les permiten a los estudiantes,

eleva su desempeño profesional, en la educación a distancia en redes sociales y universitarias, desde la idea de un negocio hasta la creación de una empresa, con un impacto social que favorece el autoempleo, la competitividad y el desarrollo humano sostenible.

La valoración del modelo de formación y la introducción de la estrategia demuestra los beneficios del perfeccionamiento del proceso curricular para la formación del modo de actuar emprendedor, siendo su principal logro el mejoramiento de la sistemática búsqueda de la coherencia auto-identitaria, del vínculo con la producción y los servicios, mediante el aprendizaje de la gestión de proyectos emprendedores.

6. Referencias bibliográficas.

Álvarez de Zayas, C. (2004). *Epistemología del caos*. Bolivia: Grupo Editorial Kipus.

Barrios, Q. (2009). *Modelo desarrollador de actuación del profesional técnico*. Madrid: INCUAL.

Biasca, R. (2008). *El modelo Biasca para transformar la empresa*. Universidad de Colombia.

Borjas, L. (2009) *Un análisis de contenido de las publicaciones del Congreso Latinoamericano y del Caribe sobre espíritu empresarial*. Universidad Metropolitana, Venezuela.

Comisión Europea (2002). *Informe final del grupo de expertos sobre el "proyecto del procedimiento best" sobre educación y formación en el espíritu empresarial*.

Escudero, J. M. (1999). *Diseño, desarrollo e innovación del currículum*. Madrid: Síntesis.

Espunu, C., González, J., Lleixa, M. & Gisbert, M. (2011). *Actitudes y expectativas*

del uso educativo de redes sociales en alumnos universitarios. *Revista de la Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 8(1), 171-185.

Fuentes, H. (2000). *Modelo curricular con base en competencias profesionales*. INPAHU: Bogotá.

Horrutimer, P. (2006). *La universidad cubana: el modelo de formación*. Cuba: Editorial Félix Valera.

Marx, C. (1959). *La ideología alemana*. Montevideo: Editorial Pueblos Unidos.

Tobón, S. (2006). *Competencias en la Educación Superior*. Bogotá: ECOE Ediciones.

_____ (2004). *Formación basada en competencias*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Tünnermann, C. (2003). *La universidad latinoamericana ante los retos del siglo XXI* UDUAL13.

Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial*. Bogotá: Pearson Prentice Hall.

Vigostsky, L.S. (1993). *Connotaciones y aplicaciones de la psicología sociohistórica en la educación*.

_____ (1979). *Pensamiento y Lenguaje*. Buenos Aires: LaPléyade.

Zorob, S, & Portuondo, R. (2007). Regularidades para una estrategia de desarrollo de la competencia de emprendeduría en negocios. En CD *IX Conferencia Internacional de Ciencias de la Educación Superior*. Cuba.

Fecha de recepción: 2011-12-08

Fecha de evaluación: 2012-01-17

Fecha de aceptación: 2012-02-08

Fecha de publicación: 2012-07-01