

ROMPIENDO ESQUEMAS, CONSTRUYENDO UNA UNIVERSIDAD CON EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

BREAKING PATTERNS, BUILDING AN ENTREPRENEURIAL UNIVERSITY EDUCATION

Páginas
20 a 23

Fecha de
revisión:
13/03/15

Fecha de
aprobación:
23/03/15

M.Sc. Irving Martínez Pacheco (1)

"No nos hace falta valor para emprender ciertas cosas porque sean difíciles, sino que son difíciles porque nos falta valor para emprenderlas"

Lucio Anneo Séneca

RESUMEN

Emprendimiento es algo que uno aprende en la práctica, es aprendiendo haciendo. En el futuro, una Universidad con actitud y educación emprendedora podrá desarrollar personalidades empresariales cuyos resultados serán graduados con capacidades creativas e innovadoras, independientes, habilidades sociales y responsables hacia la comunidad.

Es necesario encontrar nuevas maneras de trabajar y llevar a cabo la cooperación extendida de manera transdisciplinaria para afrontar los desafíos actuales y futuros. El objetivo de tal cooperación debe ser crear estructuras y redes de apoyo para generar el impulso más fácil, un emprendimiento por los nuevos empresarios. La meta es contagiar este entusiasmo en la Universidad para que los graduados puedan empezar un negocio.

Las personas que no estén preparadas para el cambio serán simplemente pasajeros sin lograr ningún resultado significativo y trascendental. Estos tiempos son de gran cambio, de grandes oportunidades. Las personas perceptivas y listas que estén preparadas para afrontar estas oportunidades serán los iniciadores y beneficiarias del cambio.

Palabras clave: Educación superior. Educación y desarrollo social. Emprendimiento. Teoría sociocognitiva

ABSTRACT

Entrepreneurship is something people learn in practice, learning by doing. In the future, a University with attitude and entrepreneurial education can develop entrepreneurial personalities whose results will be measured with creative, innovative, independent, and social skills to the community.

It is necessary to find new ways of working and conducting transdisciplinary cooperation in an extended way to address current and future challenges. The aim of such cooperation should be to create structures and support networks to generate the easiest impulse, a venture by new entrepreneurs. The goal is to spread this enthusiasm at the University for graduates to start a business.

People who are not ready for change will be simply passengers without achieving any significant and momentous results. These are times of a great change, of great opportunities. Perceptual and clever people who are prepared to address these opportunities will be the initiators and beneficiaries of change.

1. Ingeniero Comercial. Maestría en Marketing y Finanzas. Doctorante en Ciencias Económicas y Administrativas de la Facultad de Postgrado de la Universidad del Valle - Cochabamba.
Docente de la Facultad de Ciencias Sociales y Empresariales y Postgrado de la Universidad del Valle - Cochabamba.
taino30@hotmail.com

Keywords: University education. Education and social development. Entrepreneurship. Cognitive theory.

INTRODUCCIÓN

La educación de emprendimiento en su sentido más amplio tiene fuerzas importantes como potenciar a los graduados para contribuir en la variedad en los distintos desafíos ante las necesidades económicas estratégicas de un país. El armazón del proceso para la educación del emprendimiento puede modificarse a las características de los graduados, quienes podrán ingresar en sectores de industria donde las empresas pequeñas se incrementan cada vez más.

Este acercamiento al emprendimiento tiene la ventaja agregada de la promoción de "mismo-empleo", como una opción para el graduado, satisfaciendo las necesidades del sector industrial y comercial; éste es un mecanismo flexible a conocimiento, habilidades y competencias (1).

Las universidades que intentan tal acercamiento deben reconocer que un enfoque hacia el emprendimiento no es ninguno que empieza solamente con tecnología significativa o con un programa de emprendedurismo conocido o un nuevo slogan de mercadeo (2).

Al hacerse empresarios, los estudiantes universitarios deben aprender cómo identificar y seguir oportunidades que crean el cambio y produzcan el valor sustentable por la sociedad. El proceso involucra a estudiantes que adquieran el conocimiento necesario sobre cómo lanzar un nuevo emprendimiento. Sin embargo, aplicar este conocimiento determinará significativamente si ellos tienen éxito, sobre todo durante las fases más tempranas de un proyecto. Ayudar a los estudiantes a desarrollar este pensamiento aplicado y las habilidades de resolución de problemas se constituye en una de las soluciones más acertadas (3).

HACIA UNA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA EMPRENDEDORA

La misión de esta revolución dirigida hacia una educación de emprendimiento consiste en el desarrollo de métodos avanzados de investigación; mercantilizar ideas productos y facilitar el traslado de tecnología, educación y relación empresarial en los campos de las ciencias, informática y negocios. La última meta de esta iniciativa es desarrollar un artefacto para manejar el desarrollo económico significativo en la región (4).

Aprender haciendo (*learning by doing*) debería ser el proceso básico en los programas académicos universitarios, es decir, la aplicación de más que un método constructivista. La tarea principal de un educador es

apoyar el aprendizaje de sus estudiantes, en lugar de simples distribuidores de información, conocimiento o habilidades. Éste debe desempeñar el rol de tutor, mentor o entrenador con el objetivo de asegurar que los estudiantes generen ideas y se sientan motivados al aprendizaje experimental, que se verá reflejado en la interacción y la colaboración con sus tutores y pares.

Esto además debe ir acompañado de la resolución de casos o situaciones en tiempo real, en las cuales el tutor, en el instante de la difusión de conceptos teóricos, inmediatamente mencione casos del entorno nacional e internacional, generando el debate individual y grupal; y no así al finalizar la clase. Esto permitirá un aprendizaje más personalizado (5) (6).

La base de un proceso de aprendizaje son los modelos mentales del estudiante (*Design thinking*), se debe ayudar y apoyar a los estudiantes para averiguar la manera más adecuada de desarrollar estos modelos mentales, lo que llamaríamos cambio de paradigma, empezando y enfocado al individuo aprendiendo a partir de la planificación normativa, holística y creativa, capaz de inventar generando un emprendimiento innovador sobre todo (7).

El pensamiento de diseño sirve como eje central del programa, acompañado del análisis de casos de emprendimiento y la discusión de conceptos clave de análisis de mercado, sectores y tendencias, particularmente útil para generar innovaciones. Esta metodología se puede emplear para entender a los clientes, los canales, los competidores y los proveedores, mediante la simple observación, sin depender de datos públicos. También desarrolla la capacidad de ver los procesos existentes desde otra perspectiva, identificando oportunidades de innovación, su orientación experiencial puede potenciar las innovaciones basadas en productos o servicios, en el mundo real o digital. El énfasis en aprender haciendo introduce la práctica de las habilidades fundamentales y el desarrollo de competencias como el trabajo en equipo, el liderazgo, la autoconfianza, la exploración, y disminuye el miedo a fracasar (8).

Sin embargo, esto no puede ser una realidad sin contar con un programa de emprendimiento que integre las partes más adecuadas de la Universidad, en un plan a largo plazo para capitalizar las oportunidades existentes y crear un ambiente que lo fomente. La adopción de un nuevo modelo de desarrollo proporciona los pasos necesarios para lograr la meta de construir una Universidad emprendedora. El modelo considera las necesidades, motivaciones, disponibilidad del recurso, aplicación y extensiones del pro-

ducto/servicio a emprender (9).

La formación en emprendimiento ha pasado de rediseñarse de un plan de negocios, a enfocarse en el desarrollo de una forma de pensar y actuar, desde la concepción de la idea hasta la formación de la empresa y la gestión de su crecimiento, como los modelos de negocios (10), y no así como los planes de negocios basados en supuestos no probados, rígidos que solían perjudicar una idea de negocio, y más aún si indagamos en el uso de métodos como el Customer Development o desarrollo de clientes, que permite, desde un principio, concebir la idea, realizar el prototipo y presentarlo al cliente, ver si se adecúa a su segmento y sobre todo, si le genera valor. A partir de ese punto, es preciso enfocar un emprendimiento ya probado y no basado solo en un supuesto como un plan de negocio (11).

Los emprendedores deben aprender a dominar el pensamiento de diseño porque éste les permite compensar las limitaciones propias de los países latinoamericanos, como: la escasez de fuentes de datos secundarios, la falta de disponibilidad de laboratorios, clases experienciales, y de este modo, sacar mayor provecho a la capacidad de su propio potencial. El propósito es convertir los centros universitarios y de educación superior en laboratorios donde los estudiantes desarrollen su creatividad, su capacidad de innovación y su forma de pensar a través de ejercicios prácticos (12) (13).

Dado que una gran cantidad de emprendimientos de calidad basados en innovación, se generan en los ámbitos de la educación superior, las universidades deben reorganizarse y fomentar el emprendimiento en todas las carreras. Los programas de formación de emprendedores deben incluir a todas las carreras, no solamente a las Ciencias Empresariales; ya que los estudiantes de otras áreas también poseen conocimientos esenciales que pueden abrirles oportunidades para emprendimientos basados en conocimiento o tecnología de alto valor.

Adicionalmente, todas las carreras deberían incluir el enfoque de pensamiento de diseño para generar es-

pacios creativos de innovación. Al modificar los planes de estudio, se impulsaría la formación de grupos con estudiantes de distintas especialidades para que los equipos de trabajo maximicen la diversidad de aportes cualitativos y cuantitativos, no sólo multidisciplinarios sino transdisciplinarios y, por qué no, pensar en la idea que un estudiante pueda asumir retos y formarse en áreas hasta ahora vistas como no complementarias, como por ejemplo, un alumno del área empresarial que requiera conocimientos de neurología, o del área de telecomunicaciones que requiera del área de paisajismo; estos son ejemplos aparentemente irracionales, pero factibles (14).

CONCLUSIÓN

La formación emprendedora debe ser absolutamente experiencial, es decir, no existe mejor forma de aprender que haciendo, esto implica que cada emprendedor debería trabajar sobre su propio proyecto, acorde a los requerimientos del cliente, lo cual debería incidir menos en aprender recetas mágicas y más en los por qué. Y cuando hablamos de emprendedores no sólo nos referimos a las ciencias empresariales, sino desde la educación más simple hasta las ingenierías más complejas, y por qué no también, el área médica.

El modelo de desarrollo de emprendedores planteado implica un cambio de paradigma: del enfoque que plantea el progreso de una idea al enfoque que plantea el impulso del talento emprendedor; de poner el énfasis en la preparación de modelos de negocios, a dotar a los emprendedores de la capacidad de identificar oportunidades sobre la base de la observación, la generación de soluciones creativas e innovadoras y el aprendizaje haciendo prototipos.

Esto quiere decir que el sistema educativo debe llenarse de programas que incluyan clases sobre emprendimientos en todas las carreras universitarias. La incorporación del emprendimiento como una cultura en todas las fases educativas debe enfocarse en proyectos basados en tecnología; en desarrollar programas aislados a convertir el emprendimiento y la innovación en los motores del crecimiento de los sectores más dinámicos de la economía; de tener un enfoque local a desarrollar emprendimientos globales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (1) WEST III PAGE, GATEWOOD ELIZABETH. Handbook of Research in Entrepreneurship Education, US: Edward Elgar Publishing Limited (2009).
- (2) VANS DE SIJDE PETER, RIDDER ANNEMARIE. Teaching Entrepreneurship. Germany: Physica Verlag Heidelberg (2008).
<https://doi.org/10.1007/978-3-7908-2038-6>
- (3) BERKUN, S. The Myths of Innovation. Sebastopol: O'Reilly.(2007).
- (4) PITTAWAY, L. Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. International Small Business Journal, 25 (5): 479-510. (2005)
<https://doi.org/10.1177/0266242607080656>
- (5) FAYOLLE ALAIN, KYRO PAULA. The Dynamics between Entrepreneurship, Environment and Education, European Research in Entrepreneurship, UK: Edward Elgar Publishing Limited (2005).
- (6) FAYOLLE ALAIN. Handbook of Research in Entrepreneurship Education, UK: Edward Elgar Publishing Limited (2007).
- (7) PLATINER, H., MEINEL, C. Design thinking, Springer Heidelberg Dordrecht, London, (2012)
- (8) VIANNA, M. VIANA, Y. Design thinking, MJV Press, Brazil (2012).
- (9) KHRAMKOVA, E. Creativity Thinking or the Ability to Connect to What Is Outside the Box (2009).
- (10) OSTERWALDER, A. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Hoboken, NJ: Wiley. (2010).
- (11) BLANK, S. The Four Steps to Epiphany. Successful Strategies for Products that Win. CafePress.com. (2006).
- (12) KIRBY, D. A. Entrepreneurship Education and Incubators: Pre-incubators, Incubators and Science Parks as Enterprise Laboratories. Trabajo presentado en la 14ta Annual Int Ent Conference, Universidad de Nápoles Federico 11, Italia (2004).
- (13) LEE, L. International Handbook Entrepreneurship Education: A Compendium of Related Issues, Series on Entrepreneurship: The Life Cycle of Entrepreneurial Ventures, 3 (2): 79-105 (2007).
https://doi.org/2007.10/1007-978-0-387-32313_8
- (14) FAYOLLE ALAIN, KLANDT HEINZ. International Entrepreneurship Education, UK: Edward Elgar Publishing Limited (2006).
<https://doi.org/10.4337/9781847201652>

Fuentes de financiamiento: Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.

Declaración de conflicto de intereses: Los autores declaran que no tiene ningún conflicto de interés.

Copyright (c) 2020 . M.Sc. Irving Martínez Pacheco



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumendelicencia](#) - [Textocompletodelalicencia](#)