

FORMACIÓN EMPRENDEDORA EN EL CONTEXTO DE LA UNIVERSIDAD CENTROCCIDENTAL LISANDRO ALVARADO

González, Frank
Peña, María Isabel
Vega, Zulay

RESUMEN

La vinculación del papel de las Universidades con el emprendedurismo, ocupa un espacio significativo, obligando a repensar la nueva visión universitaria ante el reto de formar individuos con características y habilidades emprendedoras que propicien cambios de paradigma en el proceso de formación universitaria y dar respuesta a las demandas de una comunidad empresarial expectante de talento que la nutra. El abordaje metodológico se ubica en el paradigma cualitativo planteado por Martínez (2002), bajo el enfoque fenomenológico-hermenéutico de Hurtado y Toro (1997), el proceso se soporta en las Teorías de Formación en Emprendedurismo y el Modelo de los Puntos Cardinales de la Formación Emprendedora sustentada por autores como McClelland (1960), Baron y Markham, Weiner (1990) y las Características Emprendedoras señaladas por Goñi (1999). Se realizaron entrevistas a informantes claves. Se determinaron los ejes teóricos que demarcan la investigación, esto permitió arribar al objetivo general, que se traduce en la aproximación de una vía epistémico paradigmática para la formación del emprendedor en el contexto académico de la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado..

Palabras claves: Formación Emprendedora, Contexto Universitario, Emprendedurismo, Competencias Emprendedoras

ENTREPRENEURIAL TRAINING IN THE ACADEMIC CONTEXT AT LISANDRO ALVARADO UNIVERSITY

ABSTRACT

The role of universities with enterprisingship occupies a significant place, forcing us to retreat which is being the university vision in view of the inescapable challenged from individuals, with characteristics and entreprising skills that support a change of paradigm in the process of university education, responding to the demands of an expectant business community for human resources that feed it. The methodological approach lies in the qualitative paradigm refered by Martinez (2002), the design followed an hermeneutic- phenomenological approach established by Hurtado y Toro (1997), the process is based on the Theories of Education in Enterprisingship and the Cardinal Points of the Training Enterprising Model, supported by authors like McClelland (1960), Baron y Markham (2000), Weiner (1990), and the Entrepreneurial Characteristics identified by Goñi (1999). Interviews were considered to certain key informants, the literature review helped to reach at the theoretical axles that will delimit the investigation. This allowed obtaining a general objective that is an approximation to a paradigmatic and epistemic route to the formation of enterprisingship in the context of the Centro Occidental Lisandro Alvarado University.

Key words: Entrepreneurial Training, University context, Entrepreneurship, Entrepreneurial Skills.

1. Introducción

La universidad, como organización, ha venido ganando presencia y prestigio con el auge científico y tecnológico caracterizado por la época, estando sometida a fuertes presiones y demandas desde diferentes sectores de la sociedad: el Estado, los sectores económicos, los demás niveles del sistema educativo y los numerosos grupos de interés que integran la sociedad venezolana.

En la constante búsqueda de la eficiencia de la universidad formadora y emprendedora hacia lo social y profesional, la atención se ha centrado en diferentes temas en el transcurso del tiempo, dependiendo de las diversas concepciones sobre la eficiencia y la organización misma; sin embargo, la retórica que se venía utilizando para referirse al cambio comienza a resultar insatisfactoria: no todos los cambios son deseables, unos son regresivos, y algunos incluso se mueven en la dirección de la entropía organizacional, es decir, hacia una degradación del orden de la cohesión de sus componentes. Así, el dominio de la técnica, la creatividad y el espíritu innovador no parecen ahora conceptos apropiados para describir un liderazgo efectivo a los miembros natos de una universidad, solo es posible dimensionar su valor a través de la formación emprendedora como el cambio oportuno y deseable en la mente de sus miembros, pues desde allí comienza el verdadero cambio, como un serio cuestionamiento al modelo de acción racional, acción deliberada tanto de las personas como de las organizaciones, lo cual significa una progresiva adaptación de los medios a los fines bajo el supuesto que tanto organización como su entorno habrán de mantenerse estables por períodos de tiempos suficientes para hacer posible el planificar, decidir y actuar bajo la premisa de formación emprendedora de sus estudiantes.

Asimismo, la sociedad actual plantea un reto a la comunidad universitaria, demanda profesionales con un nuevo perfil en competencias laborales, es decir con alto índice de adaptación a las nuevas exigencias del ambiente y del entorno laboral. Congruentemente se trata de personas con una preparación sólida, capaces de combinar conocimientos teóricos con habilidades prácticas, de ofrecer respuestas rápidas ante situaciones cambiantes, poseedores de iniciativas propias y afán de superación, con actitudes y capacidades que les permitan emprender nuevos retos profesionales. Resumiendo, personas con un perfil emprendedor.

El individuo con un perfil profesional emprendedor se concibe como una persona plenamente proactiva, entendiendo ésta como persistente, persuasiva y poseedora de autoconfianza, motivada intrínsecamente al logro de resultados de éxito, los cuales consigue a través de una forma planificada de trabajo, estableciendo sus metas y corriendo riesgos deliberadamente calculados. El emprendedor busca en el medio las oportunidades existentes, la información,

eficiencia y calidad. Además, contribuye con su propio esfuerzo al resultado de sus metas.

Morris y Kurato (2002) manifiestan que el emprendedor, además de hacer uso óptimo de los recursos disponibles y utilizarlos en combinaciones que maximizan sus resultados factibles, “agrega valor” a todo proceso o actividad en la que interviene. Otros autores señalan que el emprendedor es capaz de concentrar su mente en ciertos aspectos del medio que le rodean e ignorar otros, lo que le permite aplicar su tiempo y esfuerzo en la búsqueda y materialización de oportunidades.

Para Shollhammer (1980), la personalidad de los emprendedores se puede categorizar en cinco tipos, a saber:

Tabla 1: Categorización de la personalidad en los emprendedores

| Emprendedor Administrativo | Emprendedor Oportunista | Emprendedor Adquisitivo | Emprendedor Incubador | Emprendedor Imitador |
|---|--|--|--|--|
| Hace uso de la investigación y desarrollo para generar nuevas y mejores formas de hacer las cosas | Busca constantemente las oportunidades y se mantiene alerta ante las posibilidades que le rodean | Se mantiene en una continua innovación que le permite crecer y mejorar lo que hace | En su afán por crecer y buscar oportunidades y por preferir la autonomía, crea unidades independientes que eventualmente se convierten en nuevos negocios a partir de uno ya existente | Genera su proceso de innovación a partir de elementos básicos ya existentes, mediante la mejora de ellos |

Fuente: Adaptación de Shollhammer (ob.cit)

De esta manera, la realidad del perfil emprendedor es mucho más amplia que la de solo una persona que crea una empresa o desarrolla un negocio altamente lucrativo. Implica diferentes tipos de personalidades asociadas a las actitudes positivas orientadas al emprendimiento y enmarcadas en una diversidad de actividades que van desde la maduración del desarrollo de una iniciativa de negocio personal, hasta actividades innovadoras dentro de una organización de éxito que no le es propia.

En otras palabras, se puede decir que toda actitud humana en un marco emprendedor se apoya en un constructo mental prefabricado, constituido por el conjunto de valores o variables rectoras, normas, estrategias de acción y supuestos que, en un momento dado, configuran el sistema referencial cognitivo a partir del cual el individuo emprendedor percibe e interpreta la situación en la cual se encuentra, establece objetivos y metas para su desarrollo futuro y despliega acciones para alcanzarlas; asimismo, es capaz de corregir al percatarse sobre

desviaciones de las acciones con respecto a esos propósitos del constructo pre-elaborado.

La generación de capacidades emprendedoras (emprendedurismo) en la universidad, es un tema de reciente data que viene generando una preocupación creciente tanto en los medios académicos como en el mundo empresarial. Si bien los fundamentos académicos son la base del despertar cognitivo del individuo, es bajo el imperio de la excelencia de construcción de redes cognitivas, en sus dimensionalidades del emprendedurismo, que las personas se convierten en sagaces, hábiles y con destrezas tan importantes para generar ideas sofisticadas, pero aún más para ponerlas en práctica, lo que vendría a ser la novedad en sí. La universidad debe contar con personal innato, a su vez especializado para percibir la presencia de estudiantes con una clara inclinación emprendedora por albergar un perfil diferenciado de los demás como emprendedor y capaz de ir más allá de la innovación.

En sí no se trata de despertar un renovado interés entre la discrepancia que pudiera existir entre la universidad y la empresa, pues esta última es sustancia de la procreación de su talento humano. La universidad puede lanzar un mensaje publicitario a las empresas en el cual se den a conocer las capacidades y competencias emprendedoras de sus estudiantes y egresados, resaltando que estas personas podrían subsanar lo que les preocupa como empresa, promoviendo de un modo creativo soluciones a las carencias existentes. Como se aprecia, sería conveniente formar personal emprendedor con capacidad y luz propia para iluminar los caminos de la incertidumbre.

De allí que la universidad debe recoger constantemente las consideraciones y tendencias que se dan en el mundo laboral, por ser ella una fuente permanente de información que induce al perfeccionamiento de la cátedra en competencias laborales en el área de emprendedurismo. Asimismo, emprender acciones que estimulen el intercambio intelectual del personal de instituciones de educación superior y el campo laboral, a fin de readaptar las prácticas profesionales a las realidades actuales.

La universidad debe constituirse en el epicentro para la promoción y desarrollo integral de personas emprendedoras que interactúan en ella, desde docentes, personal administrativo y desde luego estudiantes. Los supuestos acerca de que la orientación emprendedora para la Universidad ha de venir a través de elementos externos, se considera inconsistente e improductiva en el tiempo, debido a que tomando en cuenta los factores que intervienen en este proceso, es indispensable una orientación de adentro hacia fuera, por consiguiente, la universidad necesita auto-transformarse, promoviendo un cambio de ella misma para convertirse en emprendedora. De allí que se vincula esta consideración con el fenómeno definido por Comeche (2004) como

“Emprendedurismo Colectivo”, donde elementos como la cultura organizacional, el liderazgo compartido y la estimulación de la participación de todos los sujetos que intervienen en ella, impulsa el espíritu emprendedor en su visión, misión y objetivos organizacionales.

2. Percepción sobre el Emprendedurismo

Como inductor de cambio en la sociedad, el emprendedor estimula en sus semejantes una constante transformación de sus percepciones, a fin de llegar a comprender las necesidades de los individuos y el entorno que les rodea, para favorecer el desarrollo personal, social y el de las empresas a las que pertenecen.

De este modo se percibe el emprendedurismo como un fenómeno social que como tal deber ser entendido. En tal sentido, la universidad requiere adoptar políticas sociales que se enmarquen en el emprendedurismo como un eje longitudinal, para lograr la transversalidad y transdisciplinariedad necesaria, y se convierta en una influencia colectiva de toda la organización universitaria. Solo así, desde sus aulas podrán egresar emprendedores a través de la formación.

En el marco de este escenario surge la inquietud de investigar e indagar cómo debe la universidad asumir el reto de la formación de emprendedores, si cuenta con el personal docente lo suficientemente sensibilizado, informado y preparado para desarrollar esta labor, así como conocer si el ambiente organizacional universitario cuenta con los elementos necesarios para el fomento del espíritu emprendedor. Evidentemente, la concepción clara de una visión de formación emprendedora, será fundamental en el logro de estas iniciativas, así como su posterior adopción.

2.1 Formación emprendedora: una revisión desde el constructivismo

El espíritu emprendedor, también denominado formación emprendedora, desarrollado dentro del contexto universitario, involucra la adopción de una visión más pragmática de la función universitaria dentro de una sociedad demandante del desenvolvimiento del individuo, no sólo en el ramo empresarial, sino con una base de habilidades y destrezas que le permitan enfrentar retos, asumir riesgos y saber encarar tanto el éxito como el fracaso de una misma manera. Todo ello desemboca en un resultado meramente pragmático que lo debe llevar a mantenerse, desarrollarse y crecer en su medio.

Para Gallego (1999), la formación emprendedora es una estructura conceptual, metodológica y actitudinal de la naturaleza de los saberes y el conocimiento en las relaciones individuo-comunidad. Se constituye como una línea que ha venido conformándose y creciendo en el campo educativo, en relación directa con el conocimiento y el aprendizaje.

De allí que se requiera enmarcar en una posible ruta formativa del emprendedor considerando, además de sus elementos primordiales, los relativos al método y actitud correspondiente con el conocimiento subyacente dentro del proceso de nacimiento y crecimiento del individuo hasta llegar a convertirse en emprendedor.

Lo que se observa puede llevarse a la praxis gnoseológica, que fundida en los saberes conlleva en saber ser, saber aprender, saber convivir y saber hacer del emprendedor bien sea por formación o virtuosidad apoyado en inteligencia innata. Sin embargo, todo esto no puede ocurrir como un fenómeno meramente individual y aislado, sino que la interacción del individuo con los entes participantes de este proceso formador, es fundamental para que la ocurrencia emprendedora sea más frecuente.

Para Novack (1987), el constructivismo que tiene su apoyo en la teoría cognoscitiva, es un término que toma la orientación de quien lo utiliza y se refiere a que los individuos, como los grupos, constituyen ideas acerca de cómo funciona el mundo. Tales ideas o percepciones del mundo, se orientan hacia cambios estructurales en la organización de la sociedad, para los cuales los individuos deben estar preparados con las mejores capacidades emprendedoras que favorezcan hábitos como el saber reconocer oportunidades y satisfacer las necesidades del individuo en su medio. También reconoce que la forma en que los individuos dan sentido al mundo varía con el tiempo, tanto para los puntos de vista individuales como los colectivos.

En consecuencia, se corresponde en el logro de la comprensión y el entender al emprendedor desde la misma perspectiva de éste, es decir cómo los emprendedores conocen, lo que conforma la formación, constitución y desarrollo del individuo emprendedor. Del mismo modo, la sociedad como elemento constituyente en este proceso, tiene voz, al poder afirmar lo que se espera del emprendedor en el momento presente, entendiendo que ella misma está inmersa en una dinámica de cambio, y esas expectativas se reformulan con el pasar del tiempo, sin dejar de lado el papel de la universidad, que comienza a replantearse su intervención y participación en la formación.

Para Antunes (2006), la práctica constructivista en el estímulo de las inteligencias denominadas múltiples, requiere que la universidad se transforme en un espacio de formación y de informaciones donde el aprendizaje de contenidos,

la formación de conceptos, el desarrollo de habilidades y la valoración de las tareas relevantes, puedan favorecer la interacción del estudiante en la sociedad donde vive y donde necesita aprender a convivir. Para la visión constructivista, el mundo y la realidad están más en la mente de las personas que los interpretan según sus informaciones, ideologías, creencias y experiencias.

La perspectiva constructivista sugiere que el sujeto es siempre el centro de la producción del aprendizaje, que él lo construye mediante múltiples interacciones. Se percibe que la construcción del saber se da por la transformación de lo que anteriormente se conoce, si nada se conoce, nada existe para ser transformado y, por lo tanto, el foco del saber se cristaliza en el punto de partida del lugar conocido en la dirección “hay que aprender”.

En tal sentido, el enfoque constructivista permite explicar e interpretar los elementos constituyentes de la formación del emprendedor, los fundamentos teóricos del emprendedurismo y sus interacciones con la universidad, que se orientará a la construcción social del significado y del conocimiento.

En este mismo orden de ideas, Soto y Cárdenas (2007) plantean que el individuo debe poseer un perfil como emprendedor social, el cual viene a estar conformado por una alta dosis de reconocimiento interior o auto-reflexión, lo cual le permita reconocer, aceptar y llevar a cabo transformaciones sociales, renovaciones e innovaciones en su entorno. Los autores conciben la innovación como una cualidad que le permite al ser humano ser talentoso e ingenioso, comprender y saber lo que debe ser hecho para convertir las ideas en realidades.

Del mismo modo, los mencionados autores hacen referencia a varios elementos que dan impulso a la formación del comportamiento emprendedor. En este sentido, las condiciones de vida y de trabajo de los individuos en el siglo XXI, el nuevo orden mundial en lo económico, político y social, imponen el desarrollo de conductas emprendedoras que permitan la independencia económica e intelectual, con la intención de promover en los individuos el estímulo al talento, la convivencia y una elevada ética del trabajo y de su compromiso social.

En este mismo orden de ideas, surge la imperiosa necesidad de interpretar y comprender las demandas afectivas y sociales del entorno para satisfacerlas. Así mismo, el desarrollo y práctica de valores como la tolerancia, la vocación de servicio, la participación, integración y la transparencia en las acciones, permitirán el logro de la convivencia y no solo de la coexistencia.

Es interesante como Soto y Cárdenas (ob. cit) resaltan la importancia que reviste la capacitación en las generaciones que nos suceden, cuando son niños y adolescentes aún, fomentar hábitos en ellos que incrementen su capital humano en valores como los anteriormente mencionados, promover conductas saludables hacia la autoestima, autonomía responsable, espíritu movilizador de ingenio y

capacidad para superar la adversidad y el fracaso. Todas estas características permiten afrontar los dilemas de un panorama incierto y competitivo con una nueva visión de hombre y de mundo, con un interés basado en el respeto por la pluralidad, de integración con los demás y de una alta dosis de imaginación o inventiva responsable para movilizar los cambios necesarios que requiere el desarrollo de las sociedades, las instituciones universitarias y las organizaciones empresariales.

De allí que para la formación del emprendedor en una sociedad que se hace cada día más compleja, más planetaria, más fundamentada en el conocimiento científico-tecnológico y que se ve continuamente afectada por cambios acelerados, profundos y hasta sorprendentes, la institución universitaria puede y debe jugar un rol protagónico en la preparación del hombre para ese cambio. La premisa fundamental del emprendedurismo se ve consustanciada y llena de realidades cuando la universidad persiste en que la formación emprendedora cubre los espacios del constructivismo para el estudiante y hacia la cognoscitividad del talento humano de la universidad.

3. Modelo de Puntos Cardinales para la Formación del Emprendedor

Alrededor de esta temática es oportuno mencionar que González (2010), como articulista e investigador, se motivó en utilizar el modelo de los referentes espaciales “puntos cardinales” dentro del esquema equinoccial, para presentar su “teoría de contribución”.

De esta manera, los puntos cardinales en la carta de navegación, orientarán y direccionarán para el estudio integral del desarrollo de la formación de un individuo emprendedor; sea que este haya sido clasificado como tal luego de la certificación de que posee características y actitudes emprendedoras, o si es el caso, que no las posea. Se considera de acuerdo a este estudio, y a los elementos que se explicitarán seguidamente, que el individuo puede llegar a ser emprendedor, como parte de este proceso formador.

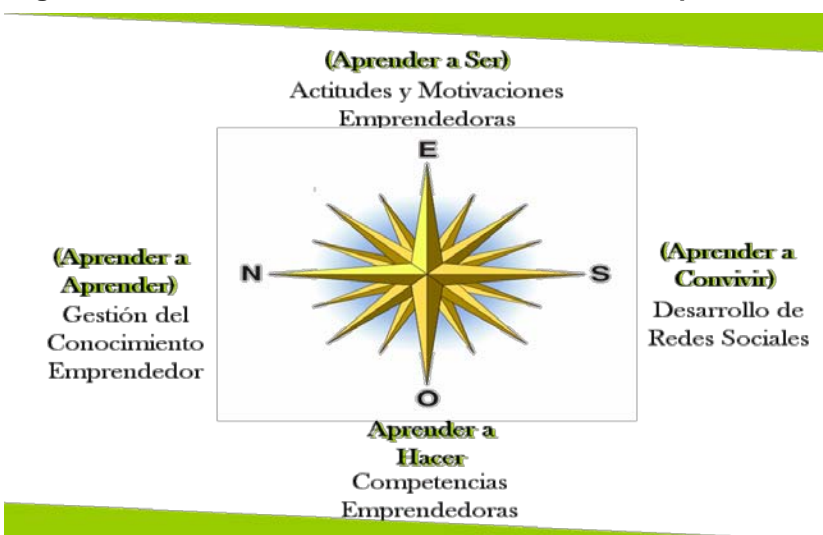
Dentro de esta perspectiva, la formación del emprendedor se concibe como un proceso capaz de entregar las competencias y criterios que permitan enfrentar las exigencias del ámbito laboral, como también facilitar el desarrollo de destrezas y capacidades para trabajar en equipo y para relacionarse con otras disciplinas (transdisciplinariedad) a fin de alcanzar un aprendizaje holístico.

Para González (ob. cit), en el logro de la formación emprendedora integral, se debe partir del reconocimiento del individuo como sujeto activo y consciente del proceso, que tiene características y capacidades que hay que potenciar en forma permanente. En tal sentido, el proceso formativo, debe enmarcarse en los

siguientes puntos cardinales: (a) Actitudes y motivaciones emprendedoras (*aprender a ser*); (b) Competencias emprendedoras (*aprender a hacer*); (c) Gestión del conocimiento emprendedor (*aprender a aprender*); (d) Desarrollo de redes sociales (*aprender a convivir*).

Seguidamente se presenta el gráfico espacial para alcanzar la formación emprendedora integral:

Figura 1. Los Puntos Cardinales de la Formación Emprendedora.



Fuente: González (2010)

3.1 Líneas de acción del “Modelo de Puntos Cardinales” para la formación del emprendedor

- a) Actitudes y motivaciones emprendedoras (*aprender a ser*):**
Comprende nuestro punto cardinal ESTE dentro del esquema equinoccial. De manera que, así como el sol aparece por el Este, dando comienzo a un nuevo día. El “ser” emprendedor del individuo requiere aparecer.

Parte del fenómeno que se pretende explicar en esta investigación, es el hecho de cómo emerge el “ser” emprendedor en el individuo, para lo cual se observa que además de los hábitos emprendedores definidos por Baron y Markham (2000) y las características emprendedoras señaladas por McClellan (1961), existe una transversalidad presente en las personas emprendedoras que es la “Internalidad” o “Locus de Control Interno”. Estos conceptos se encuentran desarrollados en la Teoría Atribucional, planteada por Weiner (1979), entre otros autores. Según esta teoría, la

atribución causal o locus de control interno, se puede entender como aquella interpretación que el individuo realiza respecto a los elementos que tienen un cierto grado de responsabilidad sobre el resultado de una acción cognitiva o conducta. La atribución sería aquella inferencia que el individuo realiza para determinar qué ocasiona la situación. En el caso de los emprendedores esta inferencia se realiza de manera interna, es decir que el protagonista de la acción es el propio actor, debido a que está consciente que depende de su capacidad y esfuerzo, el resultado de sus actos voluntarios.

Se manifiesta la relación entre internalidad, aprendizaje, hábitos y emprendimiento, constituyéndose la internalidad en un factor facilitador para el aprendizaje, para lo cual se van adquiriendo hábitos que van dándole forma al “ser” emprendedor que ha emergido.

- b) Competencias emprendedoras (*aprender a hacer*):** Comprende el punto cardinal OESTE; localización donde el sol se oculta cada día. De esta manera, si el individuo emprendedor no desarrolla las competencias pertinentes para su desarrollo, su actividad emprendedora irá menguando hasta ocultarse de nuevo.

El sector empresarial no oculta su descontento al reconocer las serias dificultades de adaptación al entorno laboral que sufren los recién licenciados, que a su juicio carecen de habilidades personales imprescindibles como la capacidad de adaptarse al cambio, la creatividad, el trabajo en equipo y la comunicación, tanto escrita como oral (Confebask, 1996; Higher Education Digest, 1997)

Para Goñi (1999), un enfoque por competencias se refiere a una educación que puede representar un complemento a una educación cimentada históricamente sobre la adquisición de conocimientos, y una vía para transmitir a los estudiantes habilidades y actitudes que les permitan ser auténticos emprendedores allá donde desarrollen su trayectoria profesional.

Desde el siglo XV el verbo “*competir*” significó “*pelear con*”, generando sustantivos como competencia o competidor, de allí se origina el adjetivo: competitivo. En el contexto actual, las competencias según Levy-Leboyer (2003) están asociadas a los comportamientos que algunos individuos dominan más que otros, por lo que llegan a ser personas efectivas en circunstancias particulares.

De allí pues, que una buena parte de la formación requerida por el emprendedor, será la de asumir comportamientos que le servirán para enfrentar situaciones de riesgo, así como la asimilación de habilidades y destrezas que le permitirán un mejor desempeño.

c) Gestión del conocimiento emprendedor (*aprender a aprender*):

Comprende el punto cardinal NORTE en el proceso formativo emprendedor. En la dirección Norte se sugiere una continuación hacia adelante en el logro de un propósito. Se considerara que impulsa al emprendedor avanzar en esa dirección en constante descubrimiento de elementos a través de su experiencia y su desarrollo; el llegar a “conocer”, lo que antes no “conocía”, y llegar a “saber” lo que antes no “sabía” en el alcance de sus propósitos.

Epistemológicamente, el conocimiento presenta dos escenarios: saber e ignorancia. El conocimiento es esa conciencia existencial que desarrolla las emociones y amplía nuestro cociente intelectual teórico práctico. El conocimiento debe dirigirse, organizarse, programarse y planearse estratégicamente, de tal forma que los objetivos y políticas de las personas y la sociedad en general, se alcancen a mediano y largo plazo tanto en el entorno interno como externo.

Para Pardinás (1975), el conocimiento se analiza a tres niveles: (a) *Conocimiento popular*, que es el que se tiene sobre las cosas sin profundizar en sus causas, en su naturaleza o en sus características; (b) *Conocimiento de divulgación*: consiste en toda la información que se recibe sistemáticamente sobre un objeto, con base en investigaciones y (c) *Conocimiento científico*, que se adquiere por investigación con el fin de obtener información sobre un fenómeno u objeto.

Durante el proceso de formación emprendedora, el individuo descubre lo que representa el conocimiento en su cotidianidad de labores y alcance de metas, lo cual constituirá no solo algo importante, sino algo motivante que generará un nuevo entusiasmo que lo impulsará como el viento que mueve las velas de un barco, encontrando en él la fuente de ideas e iniciativas a desarrollar.

Para Urcuyo (2003), el papel creciente del conocimiento dentro del proceso productivo lo ha transformado en uno de los factores de la producción. El trabajo manual tiende a perder importancia y las sociedades se desagrarizan y se desindustrializan. Comienzan a surgir los llamados obreros del saber y las ideas a ser consideradas como bienes económicos.

En este orden de ideas Guédez (2003) realiza una clasificación del conocimiento y de su significancia para el líder, el gerente y el emprendedor, de donde afirma que el líder proyecta y orienta el conocimiento, el gerente aplica y evalúa el conocimiento y el emprendedor fomenta y enfoca el conocimiento. Las diferencias aludidas parten de una misma premisa general, como es la de entender que el líder es aquel que ve más allá del horizonte y percibe lo que se le escapa al común de la gente; en cambio, el emprendedor es el que olfatea, identifica y aprovecha las oportunidades ofrecidas por el entorno. Finalmente, el gerente es quien asume las decisiones operativas y hace que las cosas ocurran en la realidad concreta.

De igual modo, el autor plantea que las responsabilidades que el líder, el emprendedor y el gerente tienen respecto al conocimiento son diferentes. Mientras que el líder se centra más en aspectos normativos, el emprendedor se centra en lo estratégico y el gerente en lo operativo. El emprendedor fomenta y enfoca el conocimiento en función de los acelerados, profundos y expansivos cambios del entorno.

El conocimiento constituye una herramienta fundamental para el emprendedor, que lo llevará a entender mejor el mundo que le rodea así como aprovechar mejor las situaciones, ampliando sus facultades sensoriales sobre las cosas que le pueden llevar a mejorar, a cambiar y a transformar la realidad que lo circunda. Su posición ante el conocimiento, tiene una clara diferenciación en relación a otros sujetos donde el emprendedor se sitúa, desde un lugar pragmático ante lo que puede llegar a saber, que le puede funcionar al llevar a cabo sus iniciativas. Así mismo, puede sentir que sus iniciativas lo elevan a un mejor nivel de acción, llevándolo de lo empírico a lo científico y comprobable.

- d) Desarrollo de redes sociales (*aprender a convivir*):** Comprende el punto cardinal del SUR, el cual denota un apoyo o pilar de sostén para el emprendedor, conforma una plataforma que lo mantiene en pie, aún ante los avatares a los que le pueden llevar sus intentos de logro, a veces exitosos y otras veces no tanto.

Para Freire (2005), existen unos actores detrás del escenario exitoso o no de cada emprendedor, que a su vez constituyen unos pilares invisibles, sin los cuales el emprendedor no podría llegar lejos. Esos pilares lo conforman la cadena de relaciones que ha desarrollado el individuo a lo largo de su existencia, y que aún sigue en formación. Desde su núcleo familiar, hasta profesionales de múltiples áreas, como en el Derecho,

Finanzas, Empresarial, etcétera, quienes se convierten en asesores espontáneos o buscados por el emprendedor, llegando a ser fuentes humanas y sociales de recursos para sus proyectos.

Dentro de esta perspectiva, Pérez (1991) subdivide en dos grandes temas el estudio sobre el emprendedurismo, un desarrollo secuencial en el proceso de creación de una teoría del emprendedor. El primero se centra en el estudio de las características y habilidades personales de los emprendedores, sobre todo del área privada para que sus empresas fuesen más eficientes e innovadoras. El segundo corresponde a la capacidad del emprendedor como función social, la que es propia de una sociedad, y que va más allá de la capacidad individual para ser una capacidad, en principio grupal, casi siempre vinculada a las organizaciones.

De esta manera, el capital social es considerado como atributo de los actores individuales que tienen ciertas ventajas debido a su posición relativa o localización en un grupo, como redes individuales, las interacciones entre empresas. Putman y Poole (1987) describen el capital social como atributo de las comunidades, Fukuyama (1995) lo describe como un atributo de las naciones o de las regiones geográficas. Así, las investigaciones sobre capital social se han enfocado en variaciones de estados, regiones y países a variaciones individuales.

Por consiguiente, es de suma importancia en la formación del emprendedor establecer un parámetro direccionado, desde un enfoque científico el desarrollo de redes sociales, que representan un componente clave para la construcción del proceso de aprendizaje de todo individuo, en lo que se concibe llegará a convertirse en emprendedor, así como todo lo que esto conlleva, en el aprender a convivir. La configuración de una red social lleva implícito el desarrollo humano del individuo en el establecimiento de relaciones significativas, donde el elemento confianza, ha cobrado un nuevo valor en este nuevo milenio.

4. Metodología

A fin de lograr la construcción de la intersubjetividad compartida, se utilizan los referentes espaciales denominados “puntos cardinales” en un esquema equinoccial, entendiendo que el hombre, así como otros seres vivos, participan ante la necesidad de desarrollar la percepción, organización y orientación temporo-espacial, que mueve el mundo físico significado y organizado socialmente por referencias culturales, desde el cual se construye el verdadero espacio vital. Lewin (1978) adoptó el modelo cuatri-dimensional newtoniano espacio-tiempo.

Bajo esta perspectiva se contrasta el soporte teórico de la investigación con los supuestos de trabajo que se han elaborado para dar fundamento a la formación emprendedora en la universidad, para lo cual se asumió el enfoque fenomenológico-hermenéutico como corriente de la interpretación crítica.

De este modo, el empleo del paradigma cualitativo se visiona hacia la adquisición del conocimiento narrado por sus propios actores, el cual se percibe como el más idóneo y menos distorsionador del fenómeno, para la recolección y presentación de la información.

El soporte onto epistémico de este estudio, está fundamentado en el enfoque filosófico del construccionismo social, como la esencia de la integralidad holística, enfatiza lo relacional frente a lo individual y, por lo tanto, es de esperar que sus efectos se manifiesten en ese contexto acerca de cómo los grupos construyen ideas en el modo de vivencias de su mundo y cuando éste presenta perturbaciones. También reconoce la forma en que los individuos dan sentido al mundo que varía constantemente, por lo cual la realidad permanece en constantes cambios de sus elementos, factores y condiciones.

Todas estas condiciones, según menciona Fernández (2003), tienen que ver con una concentración del yo más relacional, una necesidad permanente de auto-reflexión sobre nuestro ser. Al considerar estos hechos, no se trata de captar un supuesto ser esencial o la esencia de nuestro ser, sino de un proceso en el cual reflexionamos sobre la forma acerca de cómo somos contruidos desde las relaciones sociales y en los ámbitos de participación social donde somos agentes de cambio.

Así ha de entenderse en las vinculaciones que destaca Gergen (1996) acerca de los criterios de confianza que se defienden en la perspectiva del hacer y saber consensuado bajo criterios de verdad o adecuación de los emprendedores a un sistema relacional de hablantes donde ocurren los fenómenos. Consecuentemente, Gergen (ob.cit) le confiere un giro socio-constructivista a la orientación que se asume en la perspectiva de los emprendedores, toda vez que los mismos cambios acaecidos en la realidad social deben considerarse como un desafío reflexivo y creativo de lo que hacemos, sabemos hacer y debemos actuar en el seno de la dinámica social.

En cuanto a lo metodológico, la investigación cualitativa, de tipo fenomenológica-hermenéutica, se ajusta a los señalamientos de Martínez (2002), quien destaca que “trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones” (p.54). Dado que el problema planteado requiere indagar y comprender los hechos que ocurren en el proceso formativo del emprendedor en el entorno universitario, se asume este enfoque metodológico. Tal como lo afirman

Rodríguez y otros (1999), a través del enfoque cualitativo se espera obtener una información detallada y profunda, una comprensión de las experiencias, así como la diversidad de realidades, de ese modo se va construyendo el conocimiento a partir del saber.

En cuanto a la fenomenología, como diseño, destacan Hurtado y Toro (1998), que tratan de entender el mundo y sus objetos tal como son experimentados por las personas, siendo esta experiencia el fundamento del conocimiento y orientándose a la búsqueda de los significados que los sujetos otorgan a sus experiencias. El resultado de un estudio fenomenológico es una narración que desdibuja un modelo, es una síntesis de estructuras que dicen algo sobre algún tipo de experiencias.

Se partirá de un abordaje hermenéutico, entendiendo al ser humano como productor de sentidos, focalizado en el análisis de las producciones simbólicas, los significados y del lenguaje, a través de los cuales los seres humanos construyen el mundo donde viven y lo argumentan.

5. Aproximación a la situación investigada

5.1 Acoplamiento de los hallazgos y su interpretación

Se realizaron reiterados encuentros cara a cara con un investigador de pequeñas y medianas empresas y emprendedores, quien explica que los únicos contenidos que deberían enseñarse en la universidad son: ventas, relaciones humanas y la búsqueda de oportunidades.

Agregaron los actores sociales indagados dentro de esta perspectiva, que la universidad necesita convertirse en una fuente de herramientas útiles para el logro de metas factibles y prácticas que deben llevar al individuo a moverse dentro del ámbito económico sin mayores complicaciones y dificultades. En contraposición a esta percepción, la Universidad está ofreciendo una información que está muy alejada de la formación del individuo para su desarrollo real.

En el mismo orden de ideas, un investigador entrevistado consideró que lo fundamental es enseñar a realizar planes de negocios como mecanismo de búsqueda de oportunidades. Es así como se confirma que los planes de negocios pueden ser enseñados en el aula para luego ser desarrollados por los estudiantes.

El paradigma que se erige sobre la universidad como imposibilitada de ofrecer una enseñanza técnica y funcional adaptada a logro de metas económicas, se debilita ante la consideración de una nueva institución que emerge desde el centro de eventos críticos que la impulsan a enseñar nuevos aspectos, que en otro

tiempo eran impensables que se pudiese enseñar, como son la creatividad, la innovación, la creación de empresas y la elaboración de planes funcionales con alcances económicos.

El modelo dinámico explica que los emprendedores aprenden de los errores cometidos, es decir, en base a su experiencia volverán o no a reproducir las mismas conductas, las decisiones tomadas con anterioridad van dejando un camino que predispone a la toma de decisiones futuras. Además, se tiene conciencia que la base experimental conforma un elemento importante del aprendizaje emprendedor. No obstante, no podemos obviar que a través de un proceso de aprendizaje es posible internalizar aspectos que contribuyan a mejorar el proceso de toma de decisiones.

De ahí que universidad considere la importancia de mejorar la manera de enseñar las actitudes emprendedoras a través de la realización del aprendizaje en forma activa. De esta forma los educandos aprenden por la propia experiencia, la viven, la reconocen y la evalúan. De este modo, el logro de la asimilación de actitudes emprendedoras, requiere partir del hecho que los individuos quienes aspiran enseñarlas deben poseerlas; en otras palabras, se hace necesario que los emprendedores sean sensibilizados para enseñar a futuros emprendedores. De allí, lo valioso de la incorporación de estrategias de estudios de caso en la enseñanza del emprendedurismo. Una satisfactoria vía para la apropiación de los elementos constituyentes del aprendizaje emprendedor lo conforma el conocimiento de la vivencia del emprendedor en acción, solo así puede situarse dentro del aprender a ser.

La mejor forma posible de enseñar emprendedurismo es a través del incidente crítico. Esto ha sido aplicado en las universidades con estudiantes y luego se ha analizado su inserción en el mercado laboral, ya sea en empresas previamente formadas en el área, como en nuevas, siendo fundamental el rol que cumple el monitor que apoya todas las vivencias.

La Escuela Austríaca plantea que el emprendedor se ubica en una posición de desequilibrio utilizando las oportunidades que le provee dicha situación, es decir que el emprendedor gana por estar alerta a las oportunidades que existen en situaciones inciertas. Lo anterior se refiere a que un emprendedor en un contexto determinado utiliza al máximo las posibilidades que le ofrece el medio.

La formación emprendedora corresponde a un proceso, que si bien tiende a lo pragmático, por la orientación de la consecución de objetivos económicos influyentes en la forma y estilo de vida del individuo, también corresponde a un proceso más profundo que toca las raíces de “ser” del individuo, el cual siendo confrontado a situaciones adversas y críticas, necesariamente requiere desarrollar aspectos que lo transformaran. De esta manera, el camino es el aprender a hacer,

buscando conciliar un contenido teórico con una práctica vivencial que resulta de acciones productivas.

Los articulistas consideran que las experiencias de capacitación a empresarios se resumen en la proposición siguiente: *“todos los motivos se aprenden (...) incluyendo las incomodidades físicas”*. Con lo expuesto se quiere significar que a través del tiempo, los motivos crecen alrededor de las experiencias afectivas muchas, de las cuales no están conectadas por medio alguno con necesidades biológicas. Nos referimos a aquellos aspectos externos que nos circundan y que muchas veces son contrarios o adversos a nuestros deseos y anhelos, lo cual nos lleva a adoptar nuevas posturas y a tomar lo que nos sea necesario para surgir y continuar a pesar de los obstáculos, impulsándonos a emprender.

Por consiguiente, la concepción del emprendedor como requeridor de una posición innata de motivos que lo impulsen a emprender, queda en las sombras ante la adopción del hecho que los impulsos más básicos que llevan al individuo a desarrollar iniciativas empresariales, pueden ser adoptados y asimilados como cualquier otro aprendizaje formal.

5.2 Una articulación reflexiva entre lo ideal y la práctica

La universidad tiene que evolucionar y adaptarse a las nuevas condiciones, por lo que deberá pasar por un cambio en la cultura organizacional. Asimismo, un cambio de mentalidad será vital en la reforma de la universidad, a la cual se le avecinan tiempos de innovación y de emprendimiento.

De acuerdo al argumento precedente, la universidad requiere experimentar cambios fundamentales, tanto en su desarrollo interno como en su impacto externo, para así lograr adaptarse a las exigencias de la sociedad actual, la cual demanda una manifiesta coherencia en la transferencia de saberes compatibles a las competencias laborales universales.

Atendiendo a su punto de vista de formadores, se considera que las universidades y los centros de formación en administración y dirección de empresas, deben centrarse en su misión, es decir, definirse y posicionarse estratégicamente en el mercado de la educación. Esto significa que tendrían que convertirse, pensar, y gestionarse como empresas, enfocando todos sus recursos y capacidades en la cobertura de las necesidades formativas de sus clientes internos o estudiantes.

La concepción y percepción que la universidad ha tenido de sí misma con el pasar de los años, requiere ser replanteada con aplomo para poder ampliar su

marco de acción que se ha visto limitado ante el mundo empresarial, lo cual amerita una fusión de sus visiones y misiones.

La educación empresarial consiste en brindar al ser humano las capacidades y habilidades necesarias para que sea un factor de desarrollo económico y social, para que esté capacitado como empresario capaz de superar sus limitaciones y las del país, y de este modo, hacer una contribución efectiva al desarrollo, siendo un empresario emprendedor, innovador, independiente, creador, líder, original, arriesgado, visionario, que logra satisfacer sus metas personales por acción propia.

La educación orientada al desarrollo de un individuo integral, capaz de afrontar los retos inherentes a un entorno económico, social y empresarial cada vez más demandante, lleva en sí misma la orientación hacia el desarrollo de capacidades y habilidades enmarcadas en el emprendedurismo. Por ello, la universidad debe dar una respuesta satisfactoria a las actuales necesidades del mundo empresarial a través de una educación basada en competencias que parta de un sistema de valores, y que garantice un equilibrio adecuado entre conocimientos, habilidades y capacidad de abstracción, que tenga por verdadera misión formar a jóvenes universitarios con visión de futuro, creatividad, ilusión, disposición e iniciativa. En pocas palabras, formar emprendedores.

6. Recomendaciones Finales

- Formar emprendedores como una misión fundamental para la sociedad en su conjunto, a tal punto, que no debería de enseñarse sólo en las escuelas de negocios, sino que debería abarcar a toda la universidad.
- Constituir a la universidad como ente participante y activo en la formación de emprendedores, debido a su necesario rol de contribución en el desarrollo de la sociedad para responder a las demandas y exigencias propias del entorno, entregando al país talento humano debidamente capacitado, adiestrado y formado para asumir las posturas que lo harán adaptarse mejor a ella y construir la mejores respuestas a las necesidades más sentidas.
- Incentivar la enseñanza del emprendedurismo en las instituciones de educación superior, propiciará en los estudiantes la voluntad y el esfuerzo por iniciar un nuevo negocio y contribuir así al desarrollo de la economía individual y colectiva.
- Las Instituciones de educación superior requieren asumir una posición verdaderamente comprometida, adoptando un mayor énfasis en lo que se

refiere a la enseñanza del emprendedurismo, sirviendo como instrumento de enlace y de inserción del individuo en la vida económica, fortaleciendo la concepción sobre el individuo como forjador de futuro, y no un ser dependiente de situaciones que no es capaz de controlar.

- Es fundamental que la universidad asuma el reto de la formación de emprendedores como un compromiso que le impone la sociedad actual, comprendiendo que el emprendedurismo se ha constituido en un fenómeno social y de esta forma debe ser considerado. De allí se hace necesaria para la universidad, la implementación de políticas sociales que enmarquen al emprendedurismo como un eje longitudinal, transformándose ella misma en una universidad emprendedora.
- De igual modo se requerirá que la universidad emprendedora esté compuesta por un personal capacitado y adaptado para este fin, desarrollando la competencias pertinentes del emprendedurismo para poder ser transmisor de esta cultura. Lo que se observa en la realidad, es la existencia de una buena intencionalidad al momento de hablar del fenómeno emprendedor en la institución, pero se carece de una adecuada formación que fomente el desarrollo emprendedor dentro de su recinto. El espíritu emprendedor o la formación emprendedora, requiere un compromiso generalizado de todos los actores sociales que intervienen dentro de los procesos universitarios para que se convierta en parte de la cultura y ambiente de la universidad y no solamente un conocimiento más.

7. Referencias bibliográficas

BARON, A y MARKHAM, G. (2000): *Beyond Social Capital: How Social Skills can enhance entrepreneurs success*. Academy of Managment Executive.

COMECHE, J. (2004): *Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo*. Disponible en: <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/67Comeche.pdf>

CONFEBASK. (1996): *Conclusiones del Foro Universidad-Empresa*, Bilbao: Confebask.

Fernández, C. (2003). *Psicologías sociales en el umbral del siglo XXI*. Madrid: Fundamentos.

FREIRE, P. (2005): *La educación como práctica de la libertad*. México: Siglo XXI.

GALLEGO, R. (1999): *Competencias cognoscitivas*. Colombia, Aula Abierta.

Gergen, K. (1996). *Realidades y relaciones: aproximaciones a la construcción social*. España: Paidós.

GOÑI, G. (1999): *Se necesitan emprendedores. ¿Tiene la universidad algo que ofrecer? La educación basada como respuesta*. Boletín de Estudios Económicos, 54, (168), 445.

GUÉDEZ, V. (2003): *Aprender a emprender. De la gerencia del conocimiento a la ética de la sabiduría*. Caracas, Colección Temas Gerenciales. Editorial Planeta S.A.

HURTADO DE B, y TORO, J. (1998): *Paradigma y tratados de investigación en tiempos de cambio*. Valencia, Venezuela, Episteme consultores asociados C.A.

LEWIN, K. (1978): *Field theory in social science*. Harper, New York; trd cast: *La teoría del campo en la ciencia social*. Paidós. Buenos Aires.

MARTINEZ, M. (2002): *El paradigma emergente. Hacia una nueva teoría de la nacionalidad científica*. México: Editorial Trillas.

MCCLELLAND, D.C. (1961): *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand

MORRIS, L. y KURATO, R. (2002): *Actitudes empresariales y creación de empresas en los estudiantes universitarios*. Edición Universidad de Almería. Servicio de Publicaciones.

NOVACK, J. (1987): *El constructivismo humano: un consenso emergente*. Barcelona: España: Editorial Jabor.

FUKUYAMA, F. (1995): *Trust. The social virtues and the creation of prosperity*. Firts Free Press Paperback.

PARDINAS, F. (1995): *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. México, Siglo XXI, 12va Edición.

PÉREZ, J. (1991): *Teoría de la acción humana en las organizaciones*. Madrid, Rialp.

PUTMAN, L. y POOLE, M. (1987): *Conflict and negotiation*. [en Jablin, F.M.,

PUTMAN, L.L., Roberts, K.H. y Porter, L.W. (Eds.)], *Handbook of*

RODRIGUEZ y COLABORADORES. (1999): *Nuevos retos y enfoques en la formación del profesorado universitario*. Revista de Educación. 331, .41-52.

SHOLLHAMMER, T. (1980): *Mapping the motivations and intentions of technology orientated entrepreneurs*. R &D Management, 33, (2), 117.

SOTO, E y CÁRDENAS, J. (2007). *Ética en las organizaciones* .México, McGrawHill Interamericana.

URCUYO, C. (2003): *Reforma Política y Gobernabilidad*. San José C.R, Editorial Juricentro.

WEINER, B. (1979): *A theory of motivation of some classrooms experiences*. Journal of Educational Psychology, 71.