

EMPRENDEDURISMO: UNA VISIÓN EXTENSIONISTA DE INVESTIGACIÓN ACCIÓN

González Unda, Frank José¹

RESUMEN

Este artículo es producto de una investigación-acción planteada para desarrollar un proyecto de capacitación emprendedora en dieciséis (16) comunidades tipo urbanas y tres (3) rurales, en cinco (5) municipios y tres (3) estados conformados por Lara, Yaracuy y Portuguesa, de la República Bolivariana de Venezuela, que impactó a doscientos sesenta personas (260) participantes, bajo una mirada extensionista de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA). La observación participante cobró fuerza para recabar la información emic y ethic a través del grupo de colaboradores que coordiné en las fases de diagnóstico participativo, planificación, ejecución y evaluación del proyecto A B C del emprendedor. Las categorías más resaltantes fueron la sensibilización, comunicación y motivación, consideradas en el plan de acción. El acompañamiento institucional y la orientación en torno a las ideas creativas de negocios emprendedores, logró la sensibilización y motivación hacia los cambios necesarios respecto a la economía familiar con expectativas de mejoramiento personal, negocios y conocimiento teórico-práctico de las ideas emprendedoras. Se apuntó el impulso social-económico a través de la capacitación del emprendedor. La recomendación fue lograr la formalización de iniciativas de negocios hacia empresas familiares de larga vida que aporten bienes y servicios a la sociedad, unidas al hecho de crear vías de esperanza y acción para la superación de la pobreza.

Palabras claves: capacitación emprendedora, visión extensionista, comunidad-universidad

ENTREPRENEURSHIP: A VIEW OF ACTION RESEARCH EXTENSION

ABSTRACT

This article is from a raised action research to develop an entrepreneurial training project in sixteen (16) urban type communities and three (3) breakfasts, five (5) municipalities and three (3) states formed by Lara, Yaracuy and Portuguesa, the Bolivarian Republic of Venezuela, who hit two hundred and sixty people (260) participating in a view extension of the Western University Lisandro Alvarado (UCLA). Participant observation was reinforced to collect information emic and ethic through coordinated group of collaborators in the early stages of participatory diagnosis, planning, implementation and evaluation of the entrepreneur ABC. The largest categories were outstanding awareness, communication and motivation, considered in the plan of action. The institutional support and guidance about creative business ideas entrepreneurs, succeeded in raising awareness and motivation necessary changes regarding the family finances with expectations of improvement, business-practical and theoretical knowledge of entrepreneurial ideas. It said the social-economic momentum through entrepreneurship training. The recommendation was to ensure the execution of business initiatives into long-lived family businesses that provide goods and services to society, coupled with the fact of creating pathways of hope and action to overcome poverty.

Keywords: entrepreneurial training, vision extension, community-university.

¹ Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado

1. Introducción

El siguiente artículo es producto de una investigación que surgió desde la influencia razonada sobre los eventos que se llevaron a cabo en la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA), en el año 2006, y su impacto intelectual en el investigador, en cuanto al Sistema de Apoyo a la Creación de Empresas en Venezuela-SACEV, donde los propósitos orientadores buscaron generar la eficiencia en el proceso de identificación de oportunidades sociales y de negocios, además del establecimiento de redes de trabajo con instituciones que promovieran el desarrollo empresarial en la esfera geográfica nacional y de toda la Región Andina.

De esta manera, se contó con la participación de ocho (8) universidades del país, dos incubadoras de empresas, y el apoyo de instituciones como la Corporación Andina de Fomento (CAF), la cual es una institución financiera multilateral que apoya el desarrollo sostenible. Asimismo, intervino en las situaciones de análisis y disertación académica de SACEV, algunas organizaciones sin fines de lucro como la Fundación Ideas, el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) y McKinsey & Company.

Todas estas circunstancias de estudio y reflexión, lograron impactar en mi condición de investigador y docente, la naturaleza creativa que fue aprovechándose progresivamente para la puesta en marcha de un proyecto de extensión iniciado en Enero 2008, que buscó la mejora de la economía familiar de las comunidades en función de su capacitación emprendedora a través del proyecto “El ABC del Emprendedor”.

2. El emprendedor: nociones básicas

Según menciona Puchol (2005), la conceptualización de la palabra *entrepreneur*, que en realidad es de origen francés, significa empresario. Sin embargo, en los últimos tiempos, se le ha atribuido una carga semántica especial al considerar que es vinculante con una persona que monta su propio negocio, por diferentes razones, entre las cuales el autor señala, la necesidad de ser sus propios jefes, huir de la estructura empresarial en la cual se sienten prisioneros, poner en práctica sus ideas creativas, ser útiles socialmente y a sí mismo.

Ante esta singularidad de hechos, algunos individuos establecen, por propia voluntad, el hecho de ser emprendedores; otros, buscan un medio laboral para conseguir ocupación y beneficios económicos. En ambos escenarios, la condición de independencia, libertad, creatividad e innovación, son connotaciones asociadas al campo de acción del emprendedor.

Desde este punto de vista, se observa que existen diversos motivos que llevan a las personas a dar el salto emprendedor como una decisión que significa

embarcar en una aventura económica bajo un perfil psicológico característico que exige una idea realista, con ciertas especificidades del comportamiento, iniciativa, un capital primario, la disposición a trabajar sin descanso (sobre todo en lo que corresponde a la etapa inicial), una formación básica en finanzas, contabilidad, marketing, ventas, talento humano, entre otras.

Complementan la idea de la innovación, Elkingston y Hartigan (2008), al señalar que en aquellos modelos de negocios no lucrativos híbridos, existe de trasfondo filantrópico un apoyo ferviente a expresar eventos que significan trabajar por lo demás, interpretando que la gente exige y desea la mezcla imaginativa en la organización de estrategias y ánimos de lucro que generen ingresos y produzcan formas inesperadas de vigor híbrido: es decir, beneficios sociales y aportes económicos.

Esta razón de ser emprendedora puede requerir mucho tiempo, pues los resultados y los costos de oportunidad suelen ser elevados por las formas novedosas de creación de valor social y medio ambiental, que serán básicas para el éxito y sostenibilidad empresarial de los bienes y servicios proporcionados a las poblaciones que han sido excluidas o infra servidas por los mercados convencionales. Bajo esta perspectiva, los mencionados autores destacan que "la empresa es capaz de recuperar una parte de sus costes a través de la venta de bienes y servicios, y durante el proceso suele identificar nuevos mercados" (Elkingston y Hartigan, ob.cit, p. 57).

Asimismo, señala Díaz (2010), que la visión emprendedora no debe tomar decisiones basadas en la desesperación; antes de dar el primer paso, debe analizar la viabilidad económica financiera y comercial. De hecho, el perfil ideal del emprendedor se identifica con una persona capaz de reconocer una necesidad, reunir los recursos necesarios y transitar acciones oportunas para poner a disposición de la comunidad, aquellos bienes o servicios que satisfagan ese requerimiento, sin olvidar sus obligaciones al asumir riesgos, no sólo en lo financiero sino en el compromiso con sus empleados y la comunidad.

Por lo tanto, las cualidades personales que debe reunir un emprendedor para llegar a ser un empresario en el tiempo son: la confianza en sí mismo, creatividad, generosidad, intuición, capacidad para tomar decisiones y asumir riesgos, integridad y conocimiento, además de las cualidades de carácter social y profesional interpretada en el liderazgo, nociones legales, de mercado, costes, ingresos, entre otros.

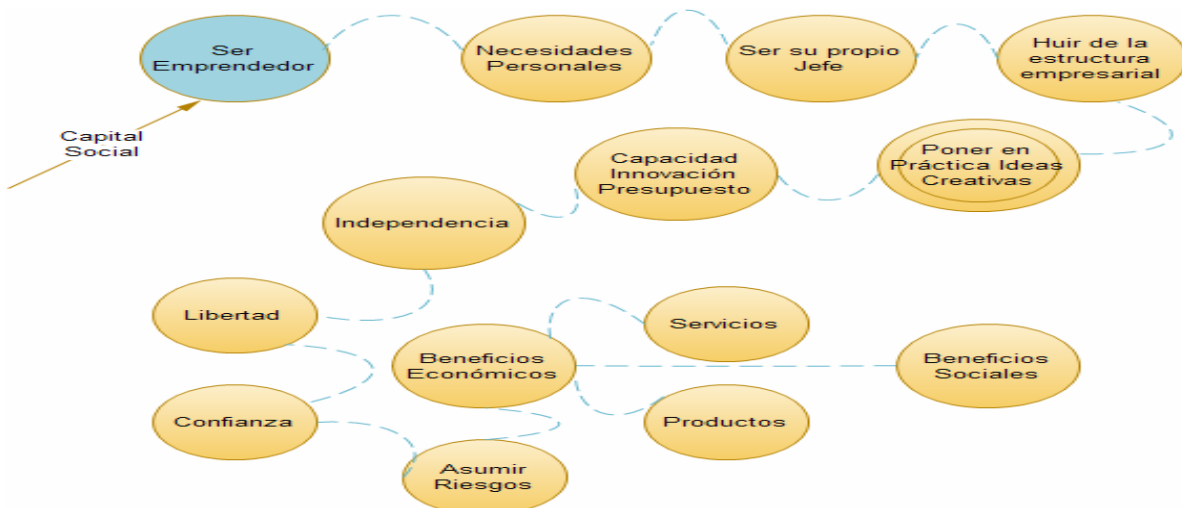
De forma similar, Rodeiro (2008) implica que las características propias de la persona que emprende un negocio, constituye uno de los aspectos considerados por los posibles proveedores de financiación de la empresa. Entre ellos, el capital social y el humano, que hacen referencia a las relaciones del futuro empresario con su entorno, por cuanto las organizaciones no están aisladas, sino que

requieren de este sistema relacional con el capital social, lo cual incluye el valor generado por los clientes, proveedores, accionistas, así como por el grupo de interés.

Esto significa que el capital social contribuye al éxito de los emprendedores, en gran medida por su efecto sobre la obtención de financiación externa, y a veces por medios propios lo cual representa un capital semilla que se asocia con la decisión de un invertir y observar la oportunidad emprendedora en atención al nivel de riesgo. Este escenario se agudiza en aquellas empresas que nacen para comercializar tecnologías novedosas como pueden ser las spin-offs universitarias.

En este orden de ideas, los elementos mencionados se integran en la interpretación del siguiente gráfico.

Gráfico N° 1. Ser Emprendedor



Fuente: González (2011)

En el gráfico anterior se resumen algunos rasgos de la personalidad y valores concentrados en una persona emprendedora, que desde el punto de vista de Leiva (2007), se concentra en el espíritu emprendedor que se puede entender desde múltiples formas, una de ellas es la conducta de la persona que visualiza oportunidades, organiza recursos para aprovecharla y obtener resultados económicos, sociales, cooperativos, públicos, cognitivos.

En este entorno de ideas, explican Longenecker, Moore, Petty y Palich (2010), que el capital social es una ventaja creada por las conexiones de una persona con otros para el establecimiento de una reputación sólida, no se desarrolla por accidente, sino que requiere años para reunir los principios de la confianza, justicia y el cumplimiento de lo que se promete. La reciprocidad es

extremadamente útil para contribuir a cualquier capital social en cuanto a la obligación sutil pero poderosamente arraigada en la sociedad.

3. Capacitación para emprendedores

Las universidades, como espacios de creación de conocimiento y generación de ideas en la procura de la misión de transformar realidades sociales, constituyen un caldo de cultivo nutricional para valorar las demandas de la sociedad en sus requerimientos de presentar alternativas que dentro de sus intereses, motivaciones y quehaceres productivos, puedan activar de manera práctica, técnica y operativa el aseguramiento del éxito económico a fin de alcanzar mejores niveles de subsistencia familiar.

Bajo estos requerimientos, se abren los caminos de construcción social que interpretan a la función extensionista de la universidad, para atreverse a superar las deficiencias cognitivas y de información en los elementos básicos de las comunidades respecto al conocimiento e identificación del espíritu emprendedor, por lo cual, la capacitación mediante un programa que así lo destaque en términos de sus caracterizaciones, factores y condiciones, representa un escenario posible, eficiente y pertinente en la responsabilidad social de la universidad frente a esta necesidad.

Dentro de estas circunstancias que ciertamente se pueden activar en la función extensionista de manera sostenida, abierta a las percepciones del cambio social y de apoyo a las políticas de Estado, se promueve intelectivamente la capacitación de las comunidades en aspectos relativos al carácter emprendedor como salida a los problemas de la economía familiar.

Tal como lo recomienda la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2007), aunque muchas veces resultan limitados los recursos para mantener un programa de esta naturaleza emprendedora en las comunidades, no es menos cierto que la consecución exitosa en la creación de empresas, la proliferación del conocimiento para los emprendedores, tanto en la manufactura como el servicio, comercio y productos a menor costo, ayuda a restablecer al emprendedor positivo, desalentado a la sociedad de la independencia en el empleo público y en el Estado, por lo cual se requiere de ciertas capacidades básicas asociadas con el plan de negocios, para que de este modo se puedan conseguir la forma innovadora de sociedades locales en las instituciones públicas, privadas no lucrativas y voluntarias.

Es por ello que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (ob.cit), insiste en proyectar estas consideraciones en los gobiernos regionales o nacionales para promover a los emprendedores y crear empleos como un foco central de la generación de negocios. Esta situación puede asegurar la supervivencia de firmas que tengan el riesgo de desaparición cuando sus

propietarios alcanzan una edad avanzada, aun cuando empleen agentes competentes y tengan participaciones de mercado importante, conocimientos y tecnología competitiva.

En este entorno de ideas, la capacitación no debe llegar aislada a la realidad social, puesto que es necesario el apoyo del Estado en término de sus políticas de financiamiento a la economía popular. Tal situación la describen González y García (2004), como una visión solitaria que "tratará de superar la idea de dependencia de la microfinanciación, para situarse en la participación de la gestión de la microfinanzas. Por ello, la fidelización de clientes es una oportunidad para la organización del sector" (p. 150).

Ello significa, de acuerdo a estos autores, que la capacitación de las colectividades debe orientarse hacia el interés que los nuevos productos financieros, el ahorro, capital riesgo y garantías recíprocas. Sin embargo, a medida que la capacitación para emprendedores suele presentar la idea de una microempresa como un valor para tener el negocio propio, creer en el futuro y ser el jefe de su propia empresa, estimula cierta predisposición favorable en la forma de trabajo, la vocación, el espíritu emprendedor, la capacidad de superación en términos de buscar mejoras económicas para la familia y, al mismo tiempo, consolidar la creación y el mantenimiento de la empresa.

4. Sistema de la economía popular solidaria

Las condiciones rentables de la economía popular deben ser valoradas por indicadores económicos, sociales, ciudadanos y políticos, donde el concepto de competitividad deberá referirse también a esos valores. Así, González y García (ob.cit), estimulan la visión de la economía popular solidaria en la capacidad de ser eficiente, tanto en las condiciones materiales como en la lucha contra la marginación social y la creación de ciudadanía.

Desde este punto de vista, resalta el hecho de hablar de competitividad o rentabilidad en ámbitos colectivos, que engloba microempresarios como entidades de servicios, donde la cadena de valor es el resultado de la acción conjunta de todos los actores como transferencia de los mismos en torno a alguno de sus elementos, hacia la visión compartida de sus aspectos traducidos en beneficios sociales.

De forma tal que los ajustes derivados de esta conceptualización, se destacan en Pardo (2006), cuanto sustenta su propuesta en la teoría económica comprensiva que identifica, como parte del sector solidario, diferentes conjuntos de sujetos, manifestaciones culturales, laborales, económicas y relacionales, que estructuran una diversidad de formas de producción dentro del campo de la economía familiar y doméstica, la economía de comunidades, de subsistencia,

cooperativa, comunitaria, autogestionaria, de donaciones y economía del voluntariado.

En este ámbito del sector solidario, se destaca igualmente la constitucionalidad de la labor social, sin ánimo de lucro en sus diferentes manifestaciones, como las fundaciones, las corporaciones o asociaciones y las organizaciones no gubernamentales. En fin, la economía solidaria popular representa una cultura económica orientada hacia el bienestar de la política social, asumiendo el desarrollo integral del ser humano en la orientación y capacitación de su quehacer emprendedor bajo los principios y fines solidarios económicos.

Tal como lo distingue Pardo (ob.cit), desde un perfil del ser humano, estos principios implican su quehacer como mecanismo de cooperación que tiene primacía sobre los medios de producción, el espíritu solidario de cooperación, participación y ayuda mutua, la administración democrática, participativa autogestionaria y emprendedora, la adhesión a la voluntad responsable, la propiedad asociativa, justicia y equidad, formación e información oportuna y progresiva, autonomía, autodeterminación y autogobierno; todos ellos se concentran en el servicio a la comunidad y la integración de sus miembros.

La misma autora declara los fines de la economía popular en términos de promoción del desarrollo integral del ser humano, la generación de prácticas que consoliden una corriente vivencial de pensamiento solidario, crítico, creativo y emprendedor como medio para alcanzar el desarrollo y la paz de los pueblos.

Asimismo, se identifica el fin de contribuir al ejercicio del perfeccionamiento de la democracia participativa, en el diseño y ejecución de planes, programas y proyectos de desarrollo económico y social, a fin de liderizar, junto a sus miembros, la participación y el acceso a la formación, el trabajo, la propiedad, el conocimiento y la gestión distributiva de los beneficios sin ninguna discriminación.

Este escenario de refuerzo con Vuotto (2007), es prácticamente una señal de las políticas públicas que contribuyen al proceso de la ampliación de las experiencias de producción y trabajo autogestionado como fomento a la economía popular solidaria en el ámbito estatal. El autor explica que la experiencia de la economía solidaria, aglutina una diversidad de acciones enfocadas en la educación, formación y calificación profesional, ciencia y tecnología, créditos y finanzas solidarias, fomento de articulación de emprendimientos en cadena productiva, comercio ético y justo, así como la constitución de un nuevo marco jurídico enfocado en lo social.

En definitiva, todos estos razonamientos se implican en la actuación de los actores sociales para la capacitación que las comunidades en el ámbito del emprendedurismo, bajo el señalamiento de los conocimientos básicos que permitan nuclear las acciones de formación, crédito y comercialización de

productos dentro de la economía solidaria, en correspondencia con el apoyo de los gobiernos locales o regionales, contribuyendo al aprendizaje de una nueva manera de ejecutar las políticas públicas para el beneficio de los emprendedores que tienen mayor posibilidad de organización y transformación social.

5. Extensión universitaria: emprendedor colectivo

La generación de la capacidad emprendedora (emprededurismo) en los espacios de concreción social de la universidad, constituye un factor de voluntades y responsabilidad social que se ha venido proyectando con mayor énfasis en los últimos tiempos, toda vez que cobra fuerza en los medios académicos al vincular el sentido de aporte cognitivo fuera de sus recintos y más allá de las labores orientadas desde un sentido teórico, puesto que ya se asume la conectividad con mayor fuerza hacia el mundo empresarial de la economía familiar.

Esta idea se proyecta del mismo modo en la acción emprendedora, ya no como depósito de los fundamentos académicos, es más bien, el traslado a los sectores de mayor necesidad económica que invitan a fortalecer el despertar cognitivo del individuo, en términos del emprendedurismo, para que los individuos se agrupen, organicen y activen su quehacer de manera sagaz, hábilmente y con herramientas cognitivas que no se quedan en el vacío de las aulas, puesto que llegan en forma operativa a los contextos sociales.

De allí que la función extensionista tiene mayor significatividad cuando es activada en conjunto, con una visión de sostenimiento de los proyectos independientemente del cambio gerencial, por tanto, su fortaleza está en servicio, generación conjunta y la fortaleza de la contribución del talento humano universitario en toda su dimensionalidad transformadora proactiva, ante un perfil diferenciado que se asume como emprendedor capacitado, que va más allá de la innovación y trasciende hacia campos generacionales de creación empresarial.

Es decir, en términos de búsqueda constante sobre la marcha compartida en las necesidades de la comunidad en cuanto al emprendedurismo y la necesidad de capacitación sostenida en ese campo, se trata de entender que la función extensionista de la universidad se sienta sobre una plataforma de fuerzas cohesionadas en ambos escenarios de construcción social: la comunidad y la universidad.

De hecho, a la universidad se le reconoce la fuerza potencial de sus capacidades y competencias para formar emprendedores, hacia la búsqueda comprensiva de subsanar algunas enmiendas que se asocia con la pertinencia social de la educación universitaria; sin embargo, resaltan los eventos e interconectividades con el sector empresarial donde se tratan de recabar, de modo

creativo, algunas soluciones con tendencia a la cultura emprendedora que debe destacar por encima de las carencias que se le mencionan.

Todas estas circunstancias permiten avizorar la importancia de las funciones extensionistas en el núcleo de lo que significa capacitar emprendedores en la comunidad, sobre todo en aquellos escenarios de mayor susceptibilidad social y económica, que requieren por encima de la búsqueda de una condición de igualdad y equidad, la transformación de sus realidades bajo el manto cubierto de protección emprendedurista, que permitirán superar las deficiencias económicas familiares.

Es así como en el espectro de la extensión universitaria se han de recabar constantemente las consideraciones y tendencias que se manifiestan en el quehacer de los sujetos sociales en el plano de subsistencia, que requieren la capacitación técnica, el conocimiento y la información, asociadas con competencias laborales en el área de emprendedurismo.

Desde esta perspectiva, la condición de emprender acciones que estimulen el intercambio intelectual del personal de instituciones de educación universitaria y el campo laboral relativo a la economía familiar, constituye una herramienta de readaptación permeable, constructiva y reivindicativa ante los esquemas de marginación social.

Por lo tanto, el amplio horizonte de construcción social de la función extensionista de la universidad, debe constituirse en el epicentro para la promoción y desarrollo integral de personas emprendedoras que interactúan en ella, tanto en el reto interno, representado por las autoridades, los docentes, personal administrativo y desde luego estudiantes, como en el vínculo mayoritario de expresión sustantiva de su misión hacia el medio externo, conformado por parcialmente por las comunidades más necesitadas económicamente.

Ante estos lineamientos de orientación emprendedora de la función extensionista de la universidad, falta el hecho de considerar productivamente los beneficios sociales que atiende a una capacitación en la visión emprendedora de las comunidades, tomando en cuenta un programa sostenible que delimite los quehaceres, intereses y motivaciones de los sujetos en función de aprehender el ABC del emprendedor, a fin de considerar su auto transformación, promoviendo un cambio de mentalidad y sostenimiento económico en la visión emprendedora.

Dentro de este enfoque, vale la pena destacar los señalamientos sobre este fenómeno razonado en Comeche (2008), en términos de emprendedurismo colectivo, el cual es muy correspondientemente interpretado bajo la plataforma teórico-práctica que subyace en la idea de esta tipificación dentro del concepto de liderazgo compartido, creatividad e innovación, propio del espíritu emprendedor que puede impulsar la construcción social en provecho del colectivo. Ello se

traduce en el diseño de las ventajas competitivas del emprendedurismo colectivo, ante la innovación continuada, creciente y el refinamiento de ideas. Por ello, implica la siguiente concreción:

La empresa de éxito busca el esfuerzo global del equipo de trabajo como variable maximizadora de la eficiencia organizativa, pero, para ello, deben darse las condiciones adecuadas, el campo de último necesario, y éstas sólo se logrará si los miembros del equipo percibe que su contribución es tenida en cuenta por el grupo (Comeche, ob. Cit, p. 1069)

Ante la singularidad a la cual se refiere la cita anterior, el escenario de la función extensionista se debe cumplir bajo la satisfacción de un equipo de trabajo que se sostenga en el compromiso social, fundamentado con actitudes proactivas y la inducción de comportamiento de alta calidad en la comunicación y colaboración.

Esto significa que es necesario retomar el sentido del nivel extensionista en su máxima expresión social, para asumir un comportamiento de emprendedurismo colectivo en la universidad, donde los líderes emergen con un papel importante, ayudando a fomentar el contexto más favorable para ello, y su función de dirigir al talento humano se activa con la creación y muestra de resultados de la investigación acción en el eje extensionista que transforma su influencia potencial de conocimiento más orientado hacia la resolución de problemas y necesidades basado en esta conceptualización.

Esta intencionalidad es vista como una capacidad que fortalece las competencias del grupo, de manera eficiente, ante la discusión de nociones sociales de eficiencia, sinergia y proactividad en función del proyecto emprendedor que se asume con un rendimiento creativo e innovador, que proviene fundamentalmente de la propia naturaleza de distinguir al universitario en su actuación intersubjetivamente más allá de los confines académicos.

Por lo tanto, un requisito prioritario para asumir el emprendedurismo colectivo conectado a la función extensionista, salta a la vista en el orden del comportamiento humano, con nuevas actitudes esenciales que se funden en el liderazgo participativo, buscando resultados concretos tanto en los procesos internos como externos, asumidos como construcción social en el motor que trasmite la fuerza potencial en la propia dinámica institucional.

6. Metodología

El estudio se identifica como investigación de campo con enfoque cualitativo, con un diseño de investigación-acción para la consideración de formar emprendedores desde la función extensionista de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA), mediante un proyecto activado sobre el ABC del emprendedor desde el año 2008.

En correspondencia con las ideas de Rusque (2000), “los seres humanos no actúan simplemente en los hechos sociales, sino que son ellos los que está creando, por decirlo así, sus propios mundos sociales en interacción con otros y que requieren una metodología especial.” (p. 46). Por lo tanto, en tal perspectiva, se consideró el sentido de esta investigación que surgió desde la influencia nutrida en las actividades que llevo a cabo en la UCLA, en la condición de coordinador de un proyecto sobre el ABC del emprendedor dirigido a las comunidades de los sectores susceptibles económicamente de los estados Lara, Yaracuy y Portuguesa, Venezuela. En este sentido, la investigación fue entendida como un proceso que surge desde la experiencia misma de la formación emprendedora, como centro de acción social vulnerable a la propia visión de los cambios sustentados en la experiencia viva y dinámicas de la universidad en la comunidad.

Según mencionan Ruiz, Perelló, Caus y Ruiz (2003), el término investigación-acción, lo inventó Kurt Lewin, en 1996, para describir un modo de indagación sistemática sobre actividades educativas. Supone una actitud o disposición para examinar, con sentido crítico y de manera sistemática, la propia actividad, por lo tanto, no es una simple observación, ni la criticidad a las situaciones que presentan otros en la realidad de un planteamiento, sino que busca poner en marcha mecanismos de apertura hacia la autocomprensión y automejora de los nudos limitativos que les afectan a los actores sociales.

La investigación-acción, pretendió diagnosticar, proponer, aplicar y evaluar con la participación del investigador, un proyecto de naturaleza transformadora de las conductas de éxito o fracaso a través de la visión emprendedora comprendiendo sus elementos básicos para el mantenimiento de la actividad en el largo plazo. Todas estas circunstancias se ajustan a los términos que menciona Elliot (1990), respecto a la investigación-acción, como una de las vías posibles que interconectan el sentido y razón de pertinencia social de la universidad a través de la función de extensión como el hecho de superar realidades susceptibles económicamente en la visión emprendedora.

7. Aproximación a la situación investigada. Acoplamiento de los hallazgos e interpretación de resultados

El proceso que conlleva la investigación-acción, en la expresión de transformaciones de la conducta humana basada en la autorreflexión y autodeterminismo sobre las necesidades económicas con base al espíritu emprendedor, cobró fuerza en las orientaciones metodológicas que se acercaron dentro del contexto de las comunidades.

De allí su flexibilidad, adaptación a las necesidades del entorno, esquemas de acciones conjuntas valoradas con un equipo académico emprendedor vinculado a la UCLA, que reconoció su sentido de liderazgo para ofrecer las

capacidades y voluntades en la participación conjunta como intención de la responsabilidad social que cada uno sostiene en relación a sus semejantes.

En definitiva, el proyecto ABC del emprendedor constituyó una fortaleza para la comunidad de manera global, ya que vislumbró la necesidad de adelantar compromisos sociales sobre los núcleos problemáticos más susceptibles económicamente, a través de la función extensión de la universidad, que consolide la potencialidad del talento humano, la academia, el trabajo en equipo, la sistematicidad de las actividades conjuntamente planificadas, organizadas y ejecutadas de manera teórico-práctica, con el fin de impactar el mejoramiento de la calidad de vida, los procesos de la economía familiar como aportes de desarrollo comunitario y el espíritu emprendedor.

Por consiguiente, en esta parte de la investigación se muestran los resultados derivados durante la capacitación de las comunidades fundamentadas en el proyecto ABC el emprendedor, generado con la idea de animar ese espíritu forjador de iniciativas innovadoras para prosperar en el sustento de las familias. Seguidamente, se muestran las diferentes fases alcanzadas en el proceso de la investigación acción

7.1 Fase I. Diagnóstico

La situación para recabar la información sobre las necesidades del conocimiento emprendedor en las comunidades visitadas, durante la observación participante como técnica iniciadora de identificación de las prácticas recurrentes de los sujetos relacionados con la economía familiar, fue pertinente para centrar la idea diagnóstica sobre estas realidades. Concretamente la matriz 1, presenta la planificación del ABC del emprendedor.

Matriz 1

Taller 1. El ABC del Emprendedor

Actividad inicial	Técnica para recabar información/Aspectos resaltantes	Seguimiento
<p>Presentación del equipo de trabajo</p> <p>En representación de la UCLA, se consideró un equipo humano que acompañó al investigador.</p> <p>Se explicaron los objetivos del proyecto, estructura y acciones.</p>	<p>Observación participante</p> <p>Ideas expresadas por los asistentes, necesidades y expectativas.</p>	<p>Sinergia en el desarrollo de las actividades con la participación de co-investigadores.</p>
<p>Desarrollo de la exposición oral sobre el ABC del emprendedor</p> <p>La actividad fue aprovechada para considerar las respuestas a las interrogantes y expectativas de los asistentes.</p> <p>Todas estas intervenciones se grabaron y de allí emergieron las categorías iniciales de la investigación.</p>	<p>Motivación al logro</p> <p>Deseos de mejorar la situación económica familiar</p>	<p>En términos generales hubo interés en continuar con la capacitación</p> <p>Necesidad de orientación sobre el espíritu emprendedor.</p>
<p>Actividad de cierre</p> <p>Transcurridos 35 minutos de la exposición y 15 de ellos fueron destinados a las preguntas y respuestas colectivas.</p>		<p>Reconocimientos y proyección de la UCLA y su relación con las comunidades.</p>

Fuente: González (2011)

7.2 Fase II. Elaboración del Plan de Acción

Tal como se precisó en la observación participante como producto del diagnóstico sobre la necesidad emprendedora que los actores sociales, la situación recayó precisamente en la acción, al hacer énfasis primario sobre la idea de capacitación en el ABC del emprendedor, como aporte significativo de herramientas básicas para iniciar la idea del negocio de manera técnica a partir de la presentación y revisión por parte de las comunidades, en la perspectiva de atribuir un servicio extensionista de la UCLA como parte de su acción transformadora de realidades susceptibles económicamente.

7.3 Fase III: Ejecución del Plan de Acción

El estudio se involucró metodológicamente con el diseño de los eventos transformadores en las diferentes actividades planificadas conjuntamente con el interés de los actores sociales, vistos desde sus necesidades y motivaciones. Con esta plataforma de circunstancias, elementos transformadores a través de la capacitación y el renacer creativo de voluntades comunitarias y vinculaciones comunidad-universidad, acertado bajo el dominio de la investigación acción para la transformación, se llevaron a la práctica los encuentros correspondientes en torno a la sensibilización de la cultura emprendedora, la comunicación universidad-comunidad, la motivación al logro para efectos emprendedores y el proyecto ABC del emprendedor, bajo el sustento de la función extensionista de la UCLA.

7.4 Fase IV: Evaluación del Plan de Acción

Para efectos de la evaluación del plan de acción se tomaron en cuenta las actividades cumplidas, en relación a las intencionalidades de fomento y apoyo hacia la capacitación en el espíritu emprendedor de manera integral en las diversas comunidades participantes, como propositiva trascendental de la vinculación de la UCLA con las comunidades más susceptibles económicamente.

8. Conclusiones

En el escenario real de necesidades de las comunidades contactadas, se develó que las acciones cotidianas buscaban algún beneficio económico esporádico, de corta vida, sin algún sustento contable o plan de negocio, un fundamento mínimo técnico-operativo sobre las perspectivas de inicio de una microempresa, aspectos básicos de una actividad comercial y emprendimiento con éxito.

La capacitación emprendedora para las comunidades más susceptibles económicamente, desde la mirada extensionista de la UCLA, se alcanzó al considerar la puesta en acción de una estrategia de trabajo participativa cuyos núcleos envolventes se activaron desde los encuentros de sensibilización,

comunicación universidad-comunidad, motivación al logro y los talleres formativos, actividades prácticas y juegos, que se incluyeron como parte del proyecto ABC del emprendedor.

9. Recomendaciones

Impulsar el aspecto social económico de la realización de actividades extensionistas donde se vincule la universidad con las comunidades, no sólo desde sus necesidades sociales, sino además conectar potencialidades fortalecidas a través de la capacitación, por lo tanto se recomienda ejercer este aprovechamiento diagnóstico en la zona de influencia social para activar una red de emprendedores universitarios que continúe un modelo de economía popular.

10. Referencias bibliográficas

COMECHE, Manuel. (2008). Una visión dinámica sobre el emprendedurismo colectivo. 1055-1076. En: Roig, Salvador.; Ribeiro, Domingo.; Torcal, Ramón., De la Torre, Amparo y Cerver, Elvira. (Eds.). El emprendedor innovador y la creación de empresas I+D+I. España: Universidad de Valencia.

ELKINGSTON, John y Hartigan, Pamela. (2008). El poder de la locura. Empresas rentables que cambian el mundo. Barcelona: Deusto

ELLIOT, J. (1990). La investigación-acción en educación. Madrid: Morata.

LEIVA, Carlos. (2007). (Comp.). Los emprendedores y la creación de empresas. Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. (2007). Estudios sobre políticas de innovación en Chile. Santiago de Chile: Ministerio de Economía, Fomento y Reconstrucción.

PARDO, Luz. (2006). (Dir.). Estado del arte de la economía solidaria en Bogotá. Colombia, Bogotá: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

PUCHOL, Luis. (2005). El libro del emprendedor. Como crear tu empresas y convertirte en tu propio jefe. (2ª ed.). Madrid: Díaz de Santos.

RODEIRO, David. (2008). La creación de empresas en el entorno universitario español y la determinación de su estructura financiera. España: Universidad de Santiago de Compostela.

RUIZ.; Antonio; Perelló, Inmaculada.; Caus, Nuria y Ruiz, Felio. (2003). Profesores de enseñanza secundaria. Temario para la preparación de oposiciones. Educación física. Vol. IV. España, Madrid: Mad.

RUSQUE, Ana. (2000). De la Diversidad a la Unidad en la Investigación Cualitativa. Caracas: FACES/UCV.

VOUTTO, Mirta. (2007). (Coord.). La co-construcción de políticas públicas en el campo de la economía social. Argentina, Buenos Aires: Prometeo.