

## COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN LA UNIVERSIDAD A TRAVÉS DE LA ACCIÓN: APRENDER A EMPRENDER (AE)

Por Sergio Albano (Universidad Nacional de Rosario)\*, Argentina.  
sergio@sergioalbano.com.ar

Recibido: 04/07/2014 Aceptado: 08/08/2014

### Resumen

La educación universitaria a través de la acción, aprender a emprender (AE) como un sistema creado y adoptado por la universidad, es aplicable a la educación. La universidad debe evolucionar de una institución que transmite conocimiento, del docente al alumno, a otra en la que el conocimiento se incorpora a través de la acción: esto significa la transformación de las posturas tradicionales del posicionamiento académico como un enfoque analítico, a otro de transformación inteligente por medio de la acción, como un sistema viviente creado y recreado por todos los intervinientes en la universidad más los propios empresarios. El modelo propuesto integra cinco aspectos: creatividad; autoaprendizaje; función ecológica en redes de equipos; acción; y bioética. A partir de este enfoque la posición de la universidad es redefinida como un “aprender a emprender” viviente, por medio de la interrelación de los componentes de un triángulo del aprendizaje: alumnos, profesores y emprendedores graduados, donde el conocimiento se transmite a través de la acción. Las ventajas de este enfoque son presentadas para permitir deducir la esencia de una universidad con un poder mental interno y externo derivado de una posición orientada hacia la acción: AE significa pensar en relativo cuando tradicionalmente se lo hace en absoluto.

### Palabras Clave

Educación – Emprendedorismo – Transmisión de conocimientos – Competencias Emprendedoras – Universidad.

---

\* Doctor (UNR), Magister en Administración de Empresas con orientación en Dirección General (MBA), Profesor de Contabilidad (UNR), Contador Público y Licenciado en Administración, Universidad Nacional de Rosario (UNR). Profesor de postgrado en Universidades Nacionales. Investigador del Consejo de Investigaciones de la UNR (CIUNR). Profesor titular Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario. Profesor titular Universidad Abierta Interamericana.

## **COMPETITION ENTREPRENEURIAL IN UNIVERSITY THROUGH THE ACTION. LEARNING TO UNDERTAKE (AE)**

### **Abstract**

The university education through action, learning to undertake (AE) as a system created and adopted by the University, is applicable to the education. University must evolve from an institution that transmits knowledge, the teacher to the student, by an institution that transmits the knowledge through action. This implies the shift from traditional stances on an academic position as an analytical approach, to another intelligent transformation of competitiveness, viewed as a living system created and recreated by all the University intermediary and all of the entrepreneurs. The proposed model puts forward five aspects: creativity; self-learning; the Ecological function in team networks; action and bioethics. By interrelating the components of a strategic triangle -students, teachers and entrepreneur graduates, this approach redefines the University's position as a "learning to undertake" living whole. The benefits of this approach are described to deduct the essence of a brand new University as an internal and external mental power derived from an orientated position to the action: AE means to think in relative terms when it is traditionally done in absolute terms.

### **Key Words**

Education – Entrepreneurship – Transmit knowledge – Competition entrepreneurial – University.

## **PRESENTACIÓN**

### **1. APRENDER**

Se debe tener la capacidad de analizar la información, incorporando conocimiento por los alumnos, de tal forma que permita tomar una decisión (Fuld Leonard, 2000). Más allá de este enfoque tecnológico computacional David O'Gorman (2005) ofrece una explicación de replicación social, llevando el concepto de la información competitiva al propio seno de la mente, utilizando el concepto de meme de Richard Dawkins de su libro "El Gen Egoísta" (1994) Bajo esta concepción, AE (aprender a emprender), es como una inteligencia asociable a las conductas de los gerentes y las instituciones, que podría ser replicada como un meme (un elemento de comportamiento cultural, que pasa por imitación de un cerebro al otro) en el seno de los alumnos de las universidades. Este meme es el virus emprendedor, que contribuirá con el tiempo a lograr una cultura emprendedora. Estas dos definiciones asocian con mayor o menor fuerza a "Aprender a Emprender" AE con las inteligencias perceptivas, las racionales-emocionales y operativas de todos los alumnos de las universidades. En la primera definición, AE surge como la percepción de oportunidades. Como una "mirada", al mar de posibilidades de diferenciación,

registrada, medida y acumulada por la acción, utilizando las técnicas de las teorías de la información y la computación, dada la inmensa variedad de datos que surge de la realidad. En la segunda definición, dependería no tanto de las tecnologías informáticas: la información acumulada es llevada al plano de la replicación de las enseñanzas aprendidas de la información procesada previamente. Este conocimiento adquirido se insertaría en los cerebros de los alumnos, como si fuera un virus de la mente (Dawkins Richard, 1993). Pero para el presente trabajo, se considera que ambas definiciones, más allá de su relevancia, constituyen una visión parcial del enfoque de AE. En este tercer enfoque, las operaciones inteligentes de la diferenciación competitiva o lo que se sintetiza como AE, constituyen las formas en que los empresarios utilizan para hacer evolucionar el “negocio” de la diferenciación competitiva inteligente, y que puede ser tomado por la universidad para sus procesos de enseñanza mediante cinco aspectos:

- 1) Creatividad - Innovación
- 2) Autoaprendizaje - Método
- 3) Función Ecológica o Redes de equipos - Colaboración
- 4) Acción - Experiencia
- 5) Bioética - Ética - Valores

Mientras la revolución informática rutinizó las tareas que antes demandaban mucho tiempo, AE concebido bajo un sistema inteligente agrega no solo una nueva dimensión operativa de tratamiento de la educación sino que se constituye en un instrumento intelectual que hace más precisa y clara la enseñanza. AE es la apuesta a una nueva mentalidad para enfrentar exitosamente a la complejidad del mundo actual.

## 2. EMPRENDER

Se parte de emprender para analizar su temática y ver desde la educación universitaria cómo se puede fortalecer la cultura emprendedora para lograr despertar en los alumnos ideas y así la creación de un futuro mejor.

El término emprendedorismo es un neologismo derivado de la traducción de la palabra entrepreneurship. La misma se utiliza para designar los estudios relativos al emprendedor, su perfil, sus orígenes, su sistema de actividades, su universo de actuación (Dolabela, 2005:45)

### 2.1. *Emprendedor. ¿Qué es un emprendedor?*

Emprendedor es la persona que tiene la idea y concepto de un producto o servicio a realizar y es capaz de desarrollar, empezar e implementar la misma como un proyecto. Sabe interpretar las oportunidades y requerimientos del entorno a pesar de que no son aparentes. Es capaz de luchar ante cualquier inconveniente que se le atraviesa en su camino y no le teme al fracaso. Ade-

más, es capaz de crear y dirigir un grupo con motivación que le da la estructura requerida (Albano, 2006).

La empresa es fundada por un emprendedor o un grupo de socios que ponen en marcha un proyecto innovador o necesario en ese lugar y momento. El emprendedor es un líder que acomete con garra y coraje, asumiendo riesgos personales un proyecto por cuenta propia. Inventó la actividad, vislumbra la oportunidad de un negocio alrededor del cual tiene intereses y vocaciones específicas.

Por lo que el **emprendedor** es el que tiene la idea y concepto de un producto o servicio a realizar, un **inversionista** que pone a disposición el capital necesario para el arranque y sostenimiento inicial del negocio. Finalmente y no menos importante, el **administrador** es la persona que se va a encargar de rendir cuentas y de administrar el nuevo negocio a emprender.

¿Qué se necesita para ser un verdadero emprendedor?

Surgen las siguientes características a tener en cuenta:

- En la parte de la motivación:
  1. Capacidad de compromiso: tanto consigo mismo, como con los demás.
  2. Vocación por el trabajo: todos los días, casi todo el día hasta sacar las iniciativas adelante. El trabajo es su vida.
  3. Constancia: que se puede juntar a la perseverancia y a la fe. Si el emprendedor no cree en sí mismo y en su proyecto, está destinado a fracasar.
  4. Empuje: es la capacidad de sacar las iniciativas adelante, el nivel de sacrificio y entrega y las ganas por cumplir sus sueños.
  5. Coraje físico y un gran entusiasmo para toda clase de ideas: la pasividad no es una característica de un emprendedor, el entusiasmo y el movimiento continuo sí.
- En cuanto al saber:
  1. Conocimiento: ser emprendedor, requiere conocimiento en los temas que se van a desarrollar en los proyectos o actividades, sea cuales sean. Es decir conocer el negocio que se va a comenzar.
  2. Cultura: en un sentido amplio, saber adaptarse a las diversas situaciones y saber comportarse ante las circunstancias.
- Existen otras capacidades no tan evidentes:
  1. Capacidad de asociación: una gran idea, difícilmente se desarrolla por una persona, la capacidad de asociarse (bien) es clave en el éxito.
  2. Capacidad de mando: ser el jefe no es sinónimo de poder, ser el guía o líder sí.
  3. Visión: donde otras personas ven un problema o una dificultad, un verdadero emprendedor ve una oportunidad.

4. Generación de Ideas: es necesario tener ideas, replantearlas e implementarlas constantemente.
  5. Capacidad de asumir riesgos: el que no arriesga, no gana.
  6. Capacidad de medir el riesgo: saber exactamente a que estoy jugando y cuales son mis oportunidades, debilidades y fortalezas.
  7. Capacidad de autocrítica: nadie es perfecto. Aprender de los errores y ser consciente de ellos es fundamental.
  8. Independencia: para tomar decisiones y dar mandatos: es la idea de emprender, conseguir metas propias.
- Otras características:
    - Capacidad de entender los procedimientos legales, crediticios y financieros que se presenten
    - Capacidad de innovar y responder ante la adversidad

Muchas veces se observa que una persona emprendedora debe ser sociable, encantadora y debe tener capacidad de convocatoria.

Lo importante, es hacer valorar su trabajo, y hacer valerse como persona como ser intelectual y humano.

Muy importante: Inteligencia y capacidad de análisis.

Una de las grandes ventajas que tienen los nuevos emprendedores es que son soñadores y por lo general no están contaminados con la totalidad de los riesgos. Son más agresivos que sus competidores al establecer una estrategia clara y poseer objetivos definidos.

Todos tenemos el potencial, solo falta empezar para salir adelante.

Por lo que un empresario debe tener las siguientes características: emprendedor, motivación, amplitud de visión, creatividad, apertura mental, disciplina, constancia, honradez, amor al trabajo, liderazgo, trabajo en equipo, cultura humanista, incorporar cualidades e integrar elementos internos y externos a la empresa, respeto por la ecología, prudencia, fortaleza, paciencia, perseverancia, cooperación, pasión por la excelencia del producto o servicio que se ofrece y, por último disposición de servicio-sentido-responsabilidad social.

Otra característica importante es "La inteligencia emocional" (Goleman, 1999). Este concepto de inteligencia emocional, que promueve la excelencia personal y profesional, asegura que se alcancen niveles superiores de liderazgo y eficiencia en las empresas, a través del autoconocimiento, la seguridad de uno mismo y el autocontrol, el compromiso, la integridad y la habilidad de comunicarse.

Puntos que se desarrollan, con la capacidad de cambio en cualidades como la empatía, iniciativa, adaptabilidad y persuasión.

Esas cualidades, nos vuelven a llevar a lo que deben o deberían de tener todo emprendedor en la actualidad.

Para los emprendedores la conformación de los equipos de trabajo puede ser un punto crucial y en extremo delicado. No sólo se trata de conformar un equipo para un proyecto dentro de una organización ya establecida, donde se podrá contar con el personal interno para llenar las plazas necesarias, sino que se trata de una empresa totalmente nueva. Sin embargo, hay algunos puntos comunes entre los requerimientos del proyecto interno y de la nueva idea empresarial que si se los conoce y aplica correctamente pueden ser la diferencia entre el éxito y el fracaso.

Si se incorporan conocimientos se puede decir que un empresario es el que tiene a su favor los siguientes elementos claves para emprender:

- Actitud de emprender
- Respeto por sí mismo
- Creencia en que con su acción logrará el objetivo
- Convicción y fuerza positiva de emprendimiento
- Capital para arriesgar (Malfitano Cayuela, 1993).

Para que un graduado universitario pueda crecer y tener éxito, debe estar atento a la creatividad: imaginar cosas nuevas e innovar, para ello hay que formarlo en la universidad.

La mayoría de los actos creativos, tal como ocurren en las organizaciones, no son planeados y provienen de donde menos cabría esperarse. Es imposible predecir qué serán, quién estará implicado en ellos, y cuándo y cómo sucederán. Ésta es la verdadera naturaleza de la creatividad, y es aquí donde se encuentra el potencial creativo de los alumnos universitarios. Para la creatividad, el verdadero poder está en lo inesperado (Robinson-Stern, 2000). Con el reconocimiento del poder de lo inesperado, se logra una perspectiva enteramente diferente sobre el manejo de la creatividad (Robinson-Stern, 2000).

En las universidades es necesario generar innovaciones al menor precio posible, para ello los alumnos deben abrir sus mentes a las ideas, al convertir las mismas en fuentes de crecimiento propio.

La innovación es una necesidad que puede reducir los costos, generar ingresos y fomentar el crecimiento. Por eso, se debe apostar por una actitud abierta ante la búsqueda de ideas innovadoras.

Al aprovechar al máximo el conocimiento de los talentos que nos rodean, las universidades pueden conseguir ideas innovadoras incluso en los tiempos que corren y convertirlas en importantes fuentes de crecimiento propio (Chesbrough, 2004).

La idea inicial del primer negocio, parte por lo tanto, de la creatividad de poder crear u ofrecer algo totalmente nuevo, de una pasión o gusto personal que proporcione una motivación por llevarlo a la práctica; también se dan los casos de implementar algo que no existía en la zona, por así decirlo, observa alguna idea de un negocio o empresa y, trasladar esa idea, para llevarla a

cabo en otro lugar que puede funcionar si se está motivado por alcanzar una ganancia monetaria satisfactoria.

Esta última opción, es tomada por la Universidad, para buscar una salida laboral de sus graduados.

Para el funcionamiento de las organizaciones, su desarrollo y crecimiento, además de lo mencionado se necesita una buena gestión. Todo esto debe ser tenido en cuenta en la educación universitaria, para formar emprendedores o bien intraemprendedores (quienes trabajan en la organización con una cultura emprendedora, evitando el conformismo).

### 3. EDUCACION UNIVERSITARIA

Aprender a emprender, es una responsabilidad a incorporar en los alumnos de las universidades por parte de los profesores.

El profesor universitario, no sólo debe transmitir conocimiento. Debe, además, generar una cultura de vida, una cultura emprendedora, tanto para los alumnos que quieran crear su propia empresa, en las temáticas que dominen o bien también en los alumnos que busquen integrar o formar parte de organizaciones existentes. En este caso, esta orientación favorecerá al intraemprendedor, quien va a sobresalir en las entidades que le toque participar, permitiendo a las mismas enfrentar la complejidad actual y futura.

Filion (1999) sostiene que el emprendedorismo será uno de los principales puntos de aglutinación de las ciencias humanas. Para este autor un emprendedor es una persona que imagina, desarrolla y realiza visiones (imagen proyectada en el futuro).

Por lo que se considera que las universidades en su papel de formador de profesionales, deben asumir la responsabilidad de incorporar en su currícula “aprender a emprender”, lo que fomentará la conexión del alumno con el medio, donde va a tener que interactuar una vez recibido. Además, la necesidad de acercar a las aulas a emprendedores exitosos, que transmitan su experiencia, para que la formación no sea solamente teórica, sino lo más cercana a la futura realidad, que les tocará enfrentar.

Muy brevemente se podrían mencionar los siguientes estilos de clases:

- Clase magistral, el profesor trasmite conocimientos.
- Clase participativa, el profesor asume funciones de mediador del conocimiento.
- Seminario o taller, el profesor asume la función de creador del ambiente favorable al desarrollo del emprendedor, a través de formular preguntas que permitan desencadenar los procesos de creatividad, identificación de oportunidades, análisis de viabilidad, adopción de medidas de minimización de riesgos.

Para poder incorporar la cultura emprendedora en los alumnos universitarios es necesario, fomentar principalmente el estilo de seminario o taller, con una metodología abierta, flexible y adaptable, para lograr:

- Una cultura para un ambiente emprendedor (auto imagen, energía y liderazgo)
- Un ambiente favorable para la participación y la creatividad.
- Conocimientos del sector
- Red de relaciones.

Todo esto permitirá la inoculación de los virus emprendedores en los estudiantes.

El proceso emprendedor debe abarcar tres grandes etapas:

- 1) Creación.
- 2) Desarrollo
- 3) Consolidación de un emprendimiento.

Este proceso es tan necesario en la investigación, como en el emprendedorismo, por lo que comparamos los procesos de investigación, con el proceso emprendedor:

<b>EMPRENDEDOR</b>	<b>INVESTIGADOR</b>
Se parte de la IDEA	DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA o Pregunta inicial.
<b>BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN</b>	OBSERVACIÓN DE LOS HECHOS
IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES	FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS
ANÁLISIS DE VIABILIDAD Y CONCEPTUALIZACIÓN	ESTADO DEL ARTE (TEORÍA) Y RELEVAMIENTO
Se llega al PLAN DE NEGOCIOS	PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
INICIO DE OPERACIONES O PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO	VERIFICACIÓN O TESTING
SOBREVIVENCIA – CONSOLIDACIÓN – CRECIMIENTO	GENERALIZACIÓN

El informe de la UNESCO: “La Educación encierra un tesoro”, de Jacques Delors y otros (1997), menciona los cuatro pilares de la educación:

Aprender a conocer

Aprender a hacer

Aprender a vivir juntos, aprender a vivir con los demás

Aprender a ser

• *Aprender a conocer*: busca una cultura general amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias específicas. Lo que supone ofrecerlos para, aprender a aprender, poder aprovechar las posibilidades que ofrece la educación a lo largo de la vida.

• *Aprender a hacer*: a fin de adquirir no sólo una calificación profesional sino, una competencia que capacite al individuo para hacer (acción) frente a un gran número de situaciones y a aprender a trabajar en equipo. Aprender a hacer en el marco de las distintas experiencias sociales o de trabajo que se ofrecen a los alumnos universitarios, bien espontáneamente, a causa del contexto social o nacional, bien formalmente gracias al desarrollo de la enseñanza por alternancia.

• *Aprender a vivir juntos*: desarrollando los valores para la comprensión del otro. Percepción de las formas de interdependencia –realizar proyectos comunes y prepararse para tratar los conflictos- respetando los valores de pluralismo, comprensión mutua y paz.

• *Aprender a ser*: para mejorar la propia personalidad y para obrar con creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal. Con tal fin, utilizar en la educación todas las posibilidades de cada individuo: memoria, razonamiento, sentido estético, capacidades físicas, aptitud para comunicar.

Los sistemas educativos formales propenden a dar prioridad a la adquisición de conocimientos, en detrimento de otras formas de aprendizaje, importa concebir la educación como un todo. En esa concepción, las reformas educativas deben buscar inspiración y orientación tanto en la elaboración de los programas, como en la definición de las nuevas políticas pedagógicas.

En este trabajo se considera que se debe empezar por la acción, haciendo participar activamente a los alumnos universitarios, resumido como aprender a emprender. El que abarca los cuatro pilares mencionados de la educación (informe de Delors) resaltando la ética, tan importante para la formación de futuros profesionales y para la sociedad misma.

El concepto de educación a lo largo de la vida es la llave para entrar en la sociedad laboral, por ello hoy se habla de educación permanente y coincide con otra noción formulada a menudo: la de sociedad educativa en la que todo puede ser una ocasión para aprender y desarrollar las capacidades del individuo. Pero es más fácil si se realiza a través de la acción, para satisfacer la sed de conocimientos, de superación personal que de perfeccionar y ampliar los tipos de formación estrictamente vinculados con las exigencias de la vida profesional, incluidos los de formación práctica.

Privilegiar en todos los casos la relación entre docente y alumno, dado que las técnicas más avanzadas sólo pueden servir de apoyo a esa relación (transmisión, dialogo y confrontación) entre enseñante y enseñado.

La universidad debe situarse en el centro del dispositivo, aunque, como ocurre en numerosos países, existan fuera de ella otros establecimientos de enseñanza superior.

La universidad tiene cuatro funciones esenciales:

1. La preparación para la investigación y para la enseñanza.
2. La oferta de tipos de formación muy especializados y adaptados a las necesidades de la vida económica y social.
3. La apertura a todos para responder a los múltiples aspectos, es decir la educación permanente.
4. La formación de emprendedores, para un futuro mejor, a través de la acción.

La universidad debe asimismo ocuparse sobre los problemas éticos y sociales -como una especie de poder intelectual- que la sociedad necesita para que ayude a reflexionar, comprender y actuar.

### **3.1. Perspectivas pedagógicas**

Dentro de la pedagogía se puede mencionar los siguientes modelos existentes:

- **MODELO PEDAGÓGICO DE LA EVOLUCIÓN:**  
Este modelo surgió de las ideas del positivismo y funcionalismo, donde se busca el consenso (pedagogía del consenso).
- **MODELO DE LA REVOLUCIÓN SOCIAL:**  
En este modelo se da importancia a las contradicciones, diferencias, antagonismos, disonancias políticas y de poder, por lo que surge la pedagogía del conflicto
- **MODELO EMERGENTE: MODELO ECOLÓGICO**  
Surge la pedagogía el encuentro, donde lo prioritario es la interacción e interactividad humana, en un espacio caracterizado por la “mediatización” de la sociedad, posibilidad de transformar el contexto, a partir de procesos constructivos, de las habilidades de comunicación, de las acciones para actuar sobre el entorno, pero condicionados por el contexto social e influenciado por los medios (Morin, 1999).

El espacio educativo es un “ecosistema” complejo, con un equilibrio inestable con interacciones e interactividades mediatizadas por una tarea transformadora, en un contexto social, político, cultural, económico, tecnológico en continuo movimiento y cambio. Por lo que se cree conveniente utilizar la acción como eje, para la educación universitaria.

En las universidades, además de tener en cuenta el nuevo modelo pedagógico emergente o ecológico, es imprescindible trabajar en la integración

curricular, y para ello nuevamente, se cree que partiendo de la acción, es más fácil lograrlo.

### ¿Qué es la integración curricular?

- Es un **proceso dialéctico**, una propiedad que implica componer, sintetizar, unir cuerpos de conocimientos, entidades conceptuales, procedimentales, habilidades, actitudes, producidos separadamente, en un **“todo único”** alrededor de un problema, una unidad temática, un caso, una situación problemática, un tópico.
- Es una **estructura flexible**, que permite eliminar las contradicciones entre las disciplinas a la vez que propone un marco adecuado para el intercambio de experiencias y aprendizajes significativos.
- Es un **proceso de comunión** de aspectos, de perspectivas, de miradas, de combinación de elementos teóricos y de la realidad, al término del cual se re-compone el objeto estudiado, transformándose y transformando a los sujetos de aprendizaje (profesores y alumnos).
- Se convierte en un **sistema de intervención sobre la realidad** a conocer, que favorece el fortalecimiento de las competencias profesionales y el desarrollo de habilidades efectivas para adaptarse a los procesos de cambios de la sociedad actual.

### Articulación

- Constituye una primera aproximación al trabajo de integración curricular.
- Proceso de **acercamiento, de entrelazamiento y relación entre distintas entidades disciplinares**, en tiempo y espacio, a los fines de superar contradicciones, evitar superposiciones, rupturas y quiebres en la lógica de la construcción de los conocimientos y lograr una continuidad racional en su tratamiento.
- **Ordenamiento metódico de contenidos de enseñanza** entre varias asignaturas o áreas, sin perder su individualidad, ya sea por correlación, afinidad, por desarrollo paralelo o contiguo, para facilitar el proceso de estudio de los alumnos.
- Implica compartir **decisiones sobre la estructuración epistemológica de disciplinas conexas**, como el orden lógico en la construcción de sus conocimientos.
- Supone mecanismos institucionales que a nivel curricular aseguren la congruencia entre los distintos componentes del Plan de Estudios, entre líneas, ejes curriculares, como la coordinación horizontal, vertical y transversal entre los distintos espacios curriculares que lo conforman.

## **Multidisciplina**

Modo de organizar el tratamiento de uno o varios temas, de un problema, un caso, una actividad de la vida real, desde la mirada, los conocimientos, las perspectivas de una disciplina pero incluyendo los aportes que pueden brindar otros cuerpos disciplinarios.

- Abordaje de un mismo tópico, unidad de interés, casuística, proyecto, a través de la intervención de docentes de varias asignaturas, que colaboran con sus miradas disciplinares en la comprensión del objeto de estudio.
- Colectivo o agrupamiento de profesionales que intervienen con sus aportes desde la teoría o los productos de sus investigaciones, pero sin salir del resguardo de sus propias disciplinas.
- Si bien este resguardo preserva sus bases teóricas y metodológicas, los profesores efectivizan un trabajo de colaboración mutua para alcanzar los objetivos y las metas que se han propuesto en sus proyectos

## **Interdisciplina**

Nivel de colaboración entre diversas disciplinas, las que sustentadas en interacciones propiamente dichas y marcadas por la reciprocidad en sus intercambios, producen no sólo un enriquecimiento mutuo, sino también la modificación de una disciplina por la acción y el aporte de la otra.

- Tratamiento de un tópico, unidad de interés, casuística y/o problema, a través de la intervención de docentes de varias asignaturas, profesores de un área o módulo, que requiere de acuerdos mutuos en leyes, principios, códigos científicos, perspectivas de abordaje, al mismo tiempo de compromisos conceptuales, metodológicos y evaluativos, para la comprensión y explicación del objeto estudiado.
- Proceso de realización predominantemente teórica: aunque su concreción es fundamentalmente de orden práctico requiere de la comunión de un equipo de trabajo decidido a superar las fronteras de su disciplina, desdibujar los límites disciplinarios propios para fundir sus saberes sobre un objeto compartido, cuyo producto es la construcción de un nuevo objeto.
- Es una práctica difícil de lograr, más aún cuando no se supera el egoísmo y narcisismo que puede provocar el riesgo de tener que ceder y construir con otros, un lenguaje común no diferenciador de su propio campo.

Se considera que fortalecer la cultura emprendedora en las universidades, también provocará un efecto sinérgico en el desarrollo de nuevas investigaciones, otro de los grandes pilares en que debe basarse toda universidad.

El emprendedor aprende:

- Solucionando problemas.
- Trabajando bajo presión.
- Interactuando con los pares y otras personas.

- A través del intercambios con el ambiente.
- Aprovechando oportunidades.
- Copiando a otros emprendedores.
- Por los propios errores.
- A través del feedback de los clientes.

Es importante incorporar una metodología, abierta, flexible y adaptable, que permita la sensibilización del:

- Alumnado
- Profesores
- Sistema de soporte - Emprendedores
- Jurado - Empresarios - Sociedad

Lograr la integración curricular a través de la acción.

#### **4. ASPECTOS METODOLÓGICOS Y RESULTADOS DEL RELEVAMIENTO**

En el presente trabajo se aplica una metodología cualitativa para profundizar el conocimiento de la situación real. Se realizó un relevamiento de microemprendimientos, que comenzaron su actividad gracias a un subsidio del gobierno y en casi todos los casos sin formación universitaria, y hasta la falta de una educación formal, la cual se amplía en el punto 4.1. Por otro lado, se relevó a emprendedores exitosos de la ciudad de Rosario, a través de entrevistas para poder determinar la importancia que tuvo la educación para su actividad, lo que se trata en el punto 4.2 siguiente.

La comparación de dos grupos: el de microemprendedores y el de emprendedores exitosos permite determinar la importancia de la educación en el éxito de los mismos. Por otro lado, la universidad debe incorporar el conocimiento a través de la acción para lograr un nuevo modelo de transformación inteligente, “aprender a emprender”, a partir de la interrelación de los componentes de un triángulo del aprendizaje: alumnos, profesores y emprendedores.

##### **4.1 Microemprendimientos:**

En el trabajo se relevaron 27 casos de microemprendimientos, con subsidios, pertenecientes al plan trabajar 6 del Ministerio de Trabajo de la Nación, con fondos de la OIT, con los siguientes resultados:

De los 27 casos durante el primer año terminaron 25 con asesoría profesional, de los cuales 12 conocían anteriormente la temática con la que se comenzó el emprendimiento, por haber trabajado anteriormente en la misma actividad.

A los dos años continuaron el 40% de los mismos es decir 10 microemprendimientos

Después de tres años solamente quedan funcionando la mitad, el 20% de los que terminaron el primer año.

Hay que destacar que de este relevamiento realizado, la mayoría de los microemprendedores, carecía de una educación formal.

También hay que mencionar de este grupo estudiado, que recibió un subsidio, para poder intentar entrar en el mundo del trabajo formal, en un comienzo y en los números globales suministrados por el Ministerio de Trabajo, solamente hubo una baja entre el 8 y 9%.

De los 750 proyectos presentados en la zona del Sur de Santa Fe, solamente recibieron dinero 500, es decir el 66,66%, se les aprobó el proyecto. Continuaron con visita final, a los dos años solamente 200, es decir el 40% de los que recibieron dinero o bien el 26,67% de los que presentaron proyecto, no cuentan con información posterior.

Las entrevistas realizadas, concuerdan que los grupos que tenían experiencia en la actividad o bien realizaron los cursos de capacitación. Se encuentra el grueso de los microemprendimientos que continuaban trabajando a los dos años de entrega del subsidio. De este primer relevamiento, se puede concluir la importancia de la educación y/o conocimiento para que los microemprendimientos se mantengan en el tiempo.

**4.2. Emprendedores:** También se relevó a 15 emprendedores exitosos de la ciudad de Rosario, con los siguientes resultados:

#### **Aspectos más importantes para fortalecer el emprendedorismo**

Los aspectos relevantes, según la opinión de 15 emprendedores exitosos, sobre la temática, según relevamiento realizado en Rosario, a través de entrevistas, por orden de importancia y con respuestas múltiples:

- Educación: Sobresale, con el 60% en primer lugar la importancia que la educación tiene para el fomento emprendedor. El sistema educativo debe apuntalar a la formación de personas dispuestas a detectar oportunidades, capacitarse en la gestión y emplear conocimientos específicos para llevar adelante proyectos propios.

- Aspecto financiero: participan en el 28% en el total de las respuestas

- Tecnología: ocupa un espacio de importancia en las opiniones de los entrevistados. El atraso tecnológico obtuvo un 27% de consideración. La variable tecnología está emparentada con progreso, inversión y conocimiento, por lo cual todo intento de aumentar dicha variable deberá atender necesariamente a estas otras simultáneamente.

- Marco político – económico: se desarrollan las actividades como un factor crucial para el éxito empresarial. En este sentido, dicho marco está conceptualizado a largo plazo y excede a las decisiones del corto plazo de los gobernantes de turno. Conceptos como estabilidad por diez años continuos, seguridad jurídica e institucional han sido resaltados como necesarios para solventar la actividad emprendedora.

**- Apoyo del Estado – Sistema Impositivo:** el 18% del total de entrevistados se relacionan con su accionar directo en relación a los emprendimientos, y el 35% si consideramos su rol en forma completa. Una significativa parte de las respuestas coincidieron en remarcar a los costos tributarios como un importante factor que desfavorece a los nuevos negocios (respuesta dada por el 47% de los entrevistados).

- Otros factores que surgieron del relevamiento:
  - La fuerza interior del emprendedor 46,60%.
  - Ánimo a ser su propio patrón 40%.
  - La inteligencia del emprendedor 26,67%.
- La capacidad para trabajar en la incertidumbre y en cambios 26,67%.
  - Razones materiales 26,67.%

Los aspectos más importantes a incorporar en el camino del emprendedor por las universidades son los siguientes:

- 1) Desarrollar el concepto de sí.
- 2) Perfil emprendedor.
- 3) Aumento de la creatividad.
- 4) Proceso visionario (identificar, tomar y generar oportunidades).
- 5) Construir una red de relaciones.
- 6) Evaluación de las condiciones para iniciar el Plan de Negocio.
- 7) Concluir la elaboración del Plan de Negocio.
- 8) Capacitación para negociar y presentar una idea.
- 9) Capacidad de implementación o inicio de las actividades.
- 10) Capacidad de gestión del emprendimiento.

### **Las funciones del AE**

Las funciones inteligentes que utiliza AE en el marco del modelo propuesto son:

1. La creatividad que está configurada en forma estática como parte de la currícula universitaria e integrada dinámicamente con la Política Educativa. Ambas categorías, la estática y la dinámica, corresponden a la Escuela dentro de la universidad a la creación de la estrategia de un proceso de transformación (Mintzberg y otros, 1999). Nótese que se ha dejado el pensamiento estratégico de la universidad, centrado en el enfoque del posicionamiento como un proceso analítico. El análisis es importante para seleccionar las ideas locas, pero AE, es compatible conceptualmente con lo que define Kenichi Ohmae (1989) como un particular estado mental. ¿Por qué no aplicar estas ideas a la enseñanza universitaria?

2. La función de autoaprendizaje generalizado, centrada en la diferenciación institucional y asociada a la generación y medición del “Value for Money” que pueden comprar los mercados, constituye la base de la autoformación del alumno, propiciando el desarrollo de una nueva mentalidad de autoevaluación inteligente de la relación docente - alumno.
3. La Función ecológica en redes de equipos, o la expansión del AE al medio la parte estática de esta función se inserta en el espacio de posibilidades que brindan los mercados y segmentos de clientes. La relación dinámica involucra el manejo de los tiempos de generación y expansión de la diferenciación competitiva y sus cadenas de relaciones complejas, especialmente referidas al trabajo de la Universidad en el dominio del AE, bajo el coaching de redes de equipos.
4. La acción permite a través de la experiencia de realizar una actividad concreta, ir asimilando conocimiento y enfrentándose permanentemente a situaciones de toma de decisiones.
5. Bioética o ética, la cual permite la incorporación de valores para poder construir un futuro mejor.

El autoaprendizaje no es la tarea iluminada de algún alumno aislado de la universidad. Aunque concierne a la metamorfosis universitaria de cada integrante de la universidad, debe ser expandido a los alumnos de la universidad como una cadena mental invisible pero presente de coevolución inteligente, grupal y social.

¿Qué importancia tiene esto para la Universidad?

Esta pregunta constituye la esencia o núcleo de la toma de decisiones en el contexto del AE. Implementada como estados inteligentes de la universidad, a partir de dos razonamientos. El primero, el AE como aprendizaje se basa en un precepto de los sistemas inteligentes: la comprensión y aplicación de las ideas, modelos o esquemas mentales está supeditada en su eficacia a la capacidad de crear estas abstracciones. El modelo del AE no sólo debe ser utilizado plenamente, sino ha sido autogenerado por los docentes involucrados en las operaciones del AE. Este el núcleo esencial, de todo inteligente creativo, interpretado a partir del triángulo estratégico, entre profesores, alumnos y emprendedores debe ser como un invariante de referencia del posicionamiento del AE de la universidad. El segundo concepto se refiere al manejo de los tiempos de desarrollo del AE, tomando en cuenta el estado de las relaciones complejas internas y externas de los alumnos de la universidad. Así, la transformación de la configuración (estrategia de configuración del AE) surgirá como una inteligencia “natural” a partir de los distintos estados derivados de las experiencias y acciones cotidianas (Battran Arthur, 2001). Este es un nuevo enfoque de la universidad como un todo inteligente. Ensamblando las estructuras emergentes que resultan de la aplicación del triángulo citado en el contexto de formación de las estructuras conceptuales significativas del aprendizaje de los alumnos

en AE: ¿Qué hacer? El inicio, tiene una respuesta sintética: aprender a pensar y actuar en relativo, antes lo hacíamos en absoluto.

### **La capacitación universitaria inteligente**

Un aprendizaje es inteligente cuando la habilidad de entender una idea o modelo es derivada de la habilidad de construirlo. Para que una materia sea un curso de desarrollo inteligente en sí mismo, es necesario dar en la formación un lenguaje de autocapacitación de propósitos generales, de manera que le facilite al concurrente la descripción de los conceptos, conductas y aptitudes que son necesarias para su dominio del problema en estudio. Mientras más simples sean los conceptos que son dados en la educación, no solamente serán más fáciles de asimilar, sino también podrán generar en las mentes de los alumnos organizados en redes de equipo soluciones e ideas que no estaban predeterminadas.

En numerosos cursos universitarios de grado y postgrado de Administración, se ha constatado que trabajando en redes de equipos la trama de relaciones complejas del dominio de la solución de problemas también complejas llegan a un punto en que encuentran su propio equilibrio. Es lo que posteriormente en las últimas décadas, se ha definido como el extremo del caos. Que no es un punto sino un área de encuentro de soluciones en la turbulencia del caos mental, un estado pautado de alternativas de soluciones. Comprendiendo que el caos no es azar si el profesor encuentra los canales apropiados para hacer “surfear” el curso, por el canal creativo de la onda emocional e intuitiva del grupo red y de la acción. Apoya este enfoque la calidad de la gama de preguntas y respuestas concretas que se vuelcan en el ambiente de aprendizaje. Más aún, las alternativas de solución de los problemas, generan protocolos diseñados individualmente y perfeccionados por la red, que se va transformando en inteligente de forma paulatina. Así, se crean nuevos conceptos que hacen posible la generación de experticias dinámicas de pensamiento y acción. Es sólo bajo estas tres premisas de *habilidad constructiva, lenguaje apropiado y protocolos de contenidos creativos*, que el AE pueda darle vida a las cinco funciones señaladas por el modelo: *reguladora de la creatividad, de autoaprendizaje, de ecología de redes de equipo, de acción y bioética*. Solo así la educación que intenta ser inteligente será realmente inteligente y no un simple esqueleto didáctico sin sustancia viviente.

### **5. CONCLUSIONES**

En este trabajo se parte de la acción, como eje de aprendizaje, para que la universidad pueda lograr, construir y seguir el proceso de aprendizaje emprendedor (AE), utilizando las funciones intelectuales de aprendizaje de la propuesta. Como un enfoque que les permita identificarse a todos sus alumnos

y profesores, como actores involucrados activamente en el AE, a partir de un triángulo estratégico de integración curricular, de los emprendedores graduados, con los alumnos y profesores universitarios. La implementación eficaz de este AE así concebida, demanda un proceso de comunicación inteligente de los alumnos y profesores, que replique por un enfoque memético u otro generalizado las bases y fundamentos del AE (metamemes o pautas de acción) creados y operados ahora grupalmente en redes de equipos. Todo ello, para que el AE, como un sistema viviente, le permita a la universidad alcanzar la supervivencia y el crecimiento rentable y sustentable, en el tiempo acelerado y hostil de los negocios modernos.

Es necesaria la sensibilización por parte de las universidades a través de su currícula, del alumnado, docentes, sistemas de soporte y jurado.

Se propone la inclusión en la currícula universitaria de 5 virus(+) emprendedores:

- 1) De la creatividad
- 2) Del auto-aprendizaje, a través de la reflexión
- 3) Función Ecológica
- 4) De la acción
- 5) Bioética o Ética.

En toda currícula universitaria debe estar la diseminación del emprendedorismo (de sus cinco virus: creatividad, autoaprendizaje, función ecológica, acción y ética), para ello es necesario que los profesores sean agentes de formación de personas capaces de innovar, realizar, asumir responsabilidades, aceptar riesgos. Es decir, que se dominen formas de incorporar al proceso de aprendizaje elementos como la emoción, el concepto de sí, la creatividad, el no conformismo, la persistencia y la participación en las aulas de la sociedad a través de emprendedores exitosos que motiven el espíritu emprendedor a través de sus propias historias reales de vida. Esta es la propuesta del aprendizaje del emprendedorismo que debería estar incorporada en todos los contenidos de formación universitaria y en los programas de enseñanza de todas las áreas.

Favorecer el autoaprendizaje es uno de los pilares del cambio propuesto.

Utilizar a emprendedores reales, como modelo para los nuevos o futuros emprendedores, intensificando las relaciones Universidad – Empresa.

Aprender constantemente a partir de la acción e incorporar características de comportamiento de la creatividad, del pensamiento difuso, de la alianza definitiva, de los dos lados del cerebro, del conocimiento autónomo, pro-activo, del aprender a aprender. Se invierten los papeles entre profesores y alumnos (los alumnos son agentes de generación de un conocimiento individualizado, constituido por su producto/servicio o empresa y son los protagonistas del cambio de comportamientos para actitudes adecuadas a la realización de su visión.

Para Allan Gibb (1988) “cultura emprendedora” son valores, creencias y actitudes compartidas en una sociedad que sostiene la noción de un “sistema

de vida” emprendedor como algo deseable, que a su vez, apoya fuertemente la búsqueda de un comportamiento emprendedor por los individuos o grupos. Esto favorece la propagación de los virus emprendedores mencionados anteriormente, mediante su inoculación en los alumnos. El vehículo de contagio más eficiente es el propio emprendedor, que va hasta el aula y establece un contacto directo con los alumnos. Esta metáfora produce la imagen del aula transformada en ambiente de alta contaminación emprendedora, el alumno pre-emprendedor podrá aprender dentro de los mismos patrones en que el emprendedor real aprende logrando una mayor apertura mental y dentro de un marco bioético.

Se puede concluir que el emprendedorismo hace énfasis en el proceso: aprender a aprender, donde el aprendizaje surge a partir del trabajo de los propios alumnos, facilitado por el profesor para el desarrollo de toda organización. Esto permitirá la creación de un futuro de buena vida personal, grupal, institucional y comunitaria en la medida en que esta gestión del emprendedorismo se examine a la luz de valores y principios morales. Lo que logrará una vinculación sinérgica entre emprendedorismo y la universidad buscando: aprender a aprender, aprender a saber y aprender a ser, a través de aprender a emprender, y la acción como centro para el logro de la integración curricular universitaria y la formación de co-emprendedores (nueva generación de emprendedor profesional) entre la universidad y los propios emprendedores.

### Referencias Bibliográficas

- Albano, S. (1999). *Metodología de la investigación en Administración*. Rosario: UNR.
- Albano, S. (2006). *Estilos de Gestión para el emprendedor y la gestión del conocimiento para el aprendizaje organizacional y su desarrollo*, 16° Congreso Nacional de Profesionales en Ciencias Económicas, Rosario 25, 26 y 27 de octubre.
- Albano, S. (2007). Cómo ser un verdadero emprendedor. *Periódico Digital UNR*, mayo.
- Albano, S. (2008). Emprendedorismo y Educación Universitaria, una vinculación sinérgica, para la creación del futuro. *Universidad 2008*, PER-346, Cuba, Enero.
- Albano, S. (2009). *Consultoría y Emprendedorismo. Una salida profesional*. Buenos Aires: Universidad Abierta Interamericana.
- Battran, A. (2001). *Navegar por la complejidad. Guía básica sobre la teoría de la complejidad en la empresa y la gestión*. Buenos Aires: McGraw-Hill.
- Battro A. M. (1969). *El pensamiento de Jean Piaget*. Buenos Aires: Emecé Editores.
- Braidot, N. P. (2005). *Neuromarketing. Neuroeconomía y negocios*. Buenos Aires: Puerto Norte Sur.
- Chesbroug, H. (2004). Cómo generar más innovación a menor precio. *Diario El Cronista Comercial*, 16/01/04,14.
- Dambra, L. y Luchi, R. (2005). *Liderando la innovación & la creatividad*. Buenos Aires: Temas.
- Dawkins, R. (1993). *Viruses of the mind*, en Dennett and his Critics: Demystifying Mind. Oxford.

- Dawkins, R. (1994). *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat.
- Dplabela, F. (2005). *Taller del Emprendedor*. Rosario: Homo Sapiens – UNR.
- Fasiolo Urli, C. A. (2006). *Emprender el camino*. Buenos Aires: Osmar D. Buyatti.
- Fillion, L. J. (1999). O emprendedorismo como tema de estudios superiores. Conferencia feita no evento A Universidades Formando Empreendedores, CNI.
- Fuld L. (2000). Inteligencia competitiva. *Revista Gestión*, 1(5). El Nacional, Brasilia, 05/1999.
- Goleman, D. (1999). *La práctica de la inteligencia emocional*. Barcelona: Kairós.
- Lambing, P. – Kuehl, C. (1998). *Empresarios pequeños y medianos*. México: Prentice Hall.
- Lipnack, J. y Stamps, J. (1994). *The Age of the Network*. John Wiley.
- Malfitano Cayuela, O. (1993). *Recreando empresas*, Buenos Aires: Ediciones Interoceánicas S.A.
- Matus, C. (1980). *Planificación de situaciones*. Buenos Aires: Fondo Cultura Económica.
- Mintzberg H. Ahlstrand, B. y Lsmpe, J. (1999). *Safari a la Estrategia*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Morin, E. (1999). *La cabeza bien puesta. Repensar la reforma. Reformar el pensamiento*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- Ohmae, K. (1989). *La mente del estratega*. Madrid: McGraw-Hill.
- O’Gorman, D. (2005). Memes, CI and Marketing: A Preliminary Framework. *Journal of Competitive Intelligence and Management*, 3(3). Fall.
- Porter, M. (1992). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencias*. México DF: CEC.
- Porter, M. (2000). El camino que conduce a la diferenciación. *Revista Gestión*. 5 (1).
- Robinson, A. G. y Stern, S. (2000). *Creatividad empresarial. Un nuevo concepto de mejoramiento e innovación corporativos*, México: Pearson Educación.
- Senge, P y otros. (1995) *La quinta disciplina en la práctica. Cómo construir una organización inteligente*. Buenos Aires: Granica.
- Trout, J. y Rivkin, S. (1996) *El Nuevo posicionamiento. Lo último sobre estrategia competitiva en el mundo de los negocios*. Madrid: MacGraw-Hill.