

EL EMPRENDEDORISMO EN LA CURRÍCULA UNIVERSITARIA.

Caso: Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura - UNR

Dr. Sergio Albano
Ing Luis Krapf
Est. Marina Fernández de Luco
Mgr. Enrique Giandoménico
Prof. Leonardo Barrea

Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura – Universidad Nacional de Rosario - Argentina
Tel 54-0341-4802649-50 e-mail: sergio@sergioalbano.com.ar

RESUMEN

El trabajo puede ser considerado en tres partes. La primera corresponde a una introducción teórica en la temática del emprendedorismo y la innovación tecnológica. En ella se realiza un paneo sobre las cuestiones más importantes, sin llegar a una profundización teórica considerable y se plantean las cualidades de un emprendedor a partir de las definiciones de cada uno de sus conceptos. En la segunda parte se plantea la necesidad de incluir el emprendedorismo en la currícula universitaria como forma de lograr un desarrollo sustentable en la sociedad, en donde la Universidad juega un rol de gran importancia como formadora de recursos humanos. En la tercera parte, se describe la metodología empleada, encuesta cuasi cualitativa, para el diagnóstico de la situación actual en tres carreras de la Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura (FCEIA) de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina. Se plantean entrevistas a Directores de Carrera de forma de tener la visión inicial de la opinión del cuerpo de gestión. Finalmente se muestran los resultados obtenidos y se muestran los pasos a seguir.

Palabras Claves: Emprendedorismo – Innovación – Emprendedor - Currícula universitaria - Investigación cualitativa

1. CONCEPTOS TEÓRICOS

En una primera instancia consideremos una definición de emprendedorismo.

“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” [1]

1.1. El emprendedor

Emprendedor es la persona que tiene la idea y concepto de un producto o servicio a realizar y es capaz de desarrollar, e implementar la misma como un proyecto. Sabe interpretar las oportunidades y requerimientos del entorno. Es capaz de luchar ante inconveniente que se le atraviesa en el camino y no le teme al fracaso. Además, es apto para crear y dirigir un grupo con motivación que le da la estructura requerida.

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.

Puede requerir la participación de un inversionista y de un administrador, para concretar un nuevo negocio a emprender.

¿Qué se necesita para ser un emprendedor?

En la parte de motivación:

1. Capacidad de compromiso: Tanto consigo mismo, como con los demás.
2. Vocación por el trabajo: Todos los días, casi todo el día hasta sacar las iniciativas adelante. 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 los sueños.

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

- En cuanto al saber:

1. Conocimiento: Ser emprendedor, requiere conocimiento en el tema que se van a desarrollar en el proyecto o actividades, sea cuales sean. Es decir conocer el negocio que va a comenzar.

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

- Existen otras capacidades no tan evidentes:

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

2. Capacidad de mando: Ser el jefe no es sinónimo de poder, ser el guía o líder sí lo es.

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

4. Generación de ideas: Es 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 qué está jugando y cuáles son las 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, encantador y debe tener capacidad de convocatoria.

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

Muy importante: Inteligencia, capacidad de análisis y síntesis.

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.

Si se incorpora conocimientos se puede decir que un emprendedor 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 [2].

1.2. La creatividad y la innovación.

Las actividades que realizan los emprendedores pueden o no estar relacionadas con la creatividad:

- Nuevo concepto y nuevo negocio: El empresario clásico es el que desarrolla un nuevo producto o una nueva idea y construye un negocio alrededor del nuevo concepto, esto requiere de una gran creatividad.
- Concepto existente y nuevo negocio: En función de viejos conceptos comienzan un nuevo negocio. Este es menos innovador.
- Concepto existente y a su vez compra un negocio existente, sin realizar cambios. No hay creatividad. En este caso solo existe el riesgo personal y financiero. [3] No es emprendedor.

La innovación es una necesidad que puede reducir los costos, generar ingresos y fomentar el crecimiento. Para ello lo pueden realizar con:

1) Innovación cerrada: Esta idea postula que, para que el proceso de innovación tenga éxito, es necesario un control del principio al fin. Las empresas deben generar sus propias ideas, desarrollarlas, aplicarlas, venderlas, distribuirlas, servir las, financiarlas y defenderlas por su cuenta. En los últimos años, este modelo cerrado ha quedado obsoleto en la mayoría de los sectores, gracias al crecimiento de la investigación realizada en las universidades, las fuentes de conocimiento internacional y los vastos fondos dedicados al capital de riesgo.

2) Innovación abierta: Los directivos, hoy tienen que enfrentarse a una gran cantidad de ideas útiles y deben estar preparados para usarlas cuando la empresa lo necesite. Esto establece nuevos principios organizativos para la innovación, no tiene que ser la fuente de la investigación para beneficiarse de ella; construir un mejor modelo empresarial es mejor que llegar el primero al mercado; se debe sacar provecho del hecho de que otros utilicen la propiedad intelectual, al igual que debería comprar la propiedad intelectual ajena cuando sea necesario. La tecnología es simplemente el medio para convertir las ideas, los materiales o la mano de obra en bienes y servicios. No se puede esperar que su tecnología permanezca intacta durante mucho tiempo. Adoptar las ideas innovadoras del exterior puede resultar muy práctico.

Es más rentable apostar por la innovación abierta. Conseguir ideas innovadoras incluso en los tiempos que corren y convertirlas en importantes fuentes de crecimiento propio. [4]

En un mundo complejo, reinan las ideas en la búsqueda por encontrar ventajas diferenciales sostenibles. Tanto la creatividad como la innovación son pilares estratégicos.

Las organizaciones creativas y dinámicas sienten que pueden correr riesgos. Crear no es una opción, hoy es un deber. En las organizaciones en que la creatividad se fomenta y promueve continuamente están presentes las condiciones que aseguran la renovación y el progreso continuo.

Pero entonces, ¿qué es creatividad y que innovación?

CREATIVIDAD: “Es el proceso completo por el cual las ideas son generadas, desarrolladas y transformadas en valor”.

INNOVACIÓN: “Es la implementación exitosa del fruto de la creatividad dentro de una organización”

“Es el instrumento básico para que la empresa crezca y evolucione. La empresa debe superar los límites convencionales vía interacción con clientes proveedores y aliados estratégicos. Debe reorganizar estrategias, procesos y recursos con la mira puesta en la innovación y tecnología” [5]

Creatividad es el concepto e Innovación es el proceso

La creatividad en empresas y negocios es la capacidad para lograr resultados diferentes. En este marco es el que hay que dedicarse a entenderla, analizarla y recomendar acciones concretas para desarrollarla e implementarla.

Para el funcionamiento de las organizaciones, su desarrollo y crecimiento, además, 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).

2. EMPRENDEDORISMO Y EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

Aprender a emprender 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, quienes van a sobresalir en las entidades donde 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). [6]

Por lo que se considera que las Universidades en su papel de formadores 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 y además la necesidad de acercarse a la 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.

Se pueden mencionar los siguientes estilos de clases:

- Clase magistral, el profesor transmite conocimientos.
- Clase participativa, el profesor asume funciones de mediador del conocimiento.
- Seminario, 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.
- Taller, actividad académica en la que se realiza un proceso de enseñanza aprendizaje que tiene como objetivo el iniciar al estudiante en una especialidad y en el ejercicio de su profesión. Se dará en él una enseñanza de carácter tutorial bajo la idea de “aprender haciendo”, lo cual permite una relación académica estrecha entre los profesores y los alumnos.

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 debe abarcar tres grandes etapas:

- 1) Creación
- 2) Desarrollo

3) Consolidación de un emprendimiento.

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. ¿Reorganizar?

3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la determinación del grado de penetración del emprendedorismo en la currícula universitaria es necesario manejar un gran número de variables, las cuales no siempre son conocidas, sino que aparecen en el transcurso de la investigación.

La estructuración del diseño de la investigación contempla tres dimensiones fundamentales en todo proceso metodológico [7]:

1. la dimensión epistemológica que explicita el problema de investigación y el objeto de estudio, los objetivos que se persiguen y un encuadre teórico preliminar;
2. la dimensión de la estrategia general trata de fundamentar las principales decisiones metodológicas en lo que hace al tipo de diseño, la selección del contexto y de los casos a considerar;
3. por último, la dimensión de las técnicas de recolección y análisis de la información detalla las técnicas que se prevé utilizar para abordar el objeto y detalla las fuentes y unidades de información.

La rutina básica para la evaluación es la obtención de números, mediante cálculos estadísticos en los que se toma la población en su totalidad o muestras consideradas representativas de la totalidad. El motivo de este criterio es la "objetividad" de los números y tener un sistema alejado de la subjetividad del investigador y del objeto de estudio. Esto lleva a la obtención de resultados superficiales (aunque sean considerados como acabados) ya que no se toman en cuenta otros elementos que no fueran los iniciales para la realización de las encuestas lo que puede llevar a conclusiones erróneas.

Bajo estas consideraciones, debemos analizar la necesidad de trabajar con métodos que permitan un campo de observación mayor, en el que no se restrinjan los resultados a un simple análisis de las hipótesis iniciales. En este caso se debe abordar una situación epistemológica diferente a la de partida y que está dada por la investigación y el análisis cualitativo [8].

Otro factor a considerar es la población a estudiar ya que en función de su número y la posibilidad de lograr la determinación de variables comunes se determinará el camino a seguir.

En nuestro caso identificamos dos poblaciones bien definidas: una la institucional que es la que debe definir los objetivos y las pautas a seguir y el otro el de los profesores que son los encargados de llevarlas a cabo. La primera esta conformada por los Directores de Carrera, es decir funcionarios que se ocupan de la gestión, que constituyen un grupo reducido y la segunda por los responsables de curso, cuyo número es relativamente grande. En este trabajo se aborda la primera de las poblaciones mencionadas con una metodología de estudio de casos mediante encuestas cuasi cualitativas.

3.1- ¿Por qué se elige una investigación del tipo cualitativo?

La respuesta es sencilla ya que, sin disminuir la importancia y eficacia de otros métodos, se está trabajando con un estudio en

el cual interviene en gran escala lo subjetivo y emocional de los involucrados. Por estas razones es muy difícil la objetividad tan anunciada en las ciencias naturales para la determinación de variables y resultados que participan en un proceso.

Existen una serie de parámetros que podrían perfectamente ser analizados mediante datos numéricos, como ser entre otros: Número de alumnos que concretaron emprendimientos propios, asignaturas que contienen trabajos motivadores, dentro de la estructura positiva, también se podría evaluar aspectos negativos como: cuan estructurada es el dictado de clases, posibilidades de cambio ofrecidos a los alumnos en el desarrollo temático, etc. Dentro de la filosofía positivista se encontraría números o relaciones que dejan satisfechos, a una determinada población, sin embargo partiendo del supuesto básico que el mundo social está constituido de significados y de símbolos no se tendría de esta manera una visión completa de la evaluación, debiendo la misma ser realizada mediante un enfoque distinto, campo que es ofrecido por un análisis cualitativo.

3.2- Estudio de Casos

Método de investigación que tiene por objeto comprender las conductas sociales de pequeños grupos o de individuos concretos, a través de la observación en profundidad.

El objeto de estudio es siempre algo individual, ya sea una persona, un acontecimiento o una organización, que se da en su integridad fenomenológica y en su dinámica existencial.

3.3- Ejes de la investigación

Una cuestión fundamental a definir son los ejes de la investigación, para lo cual se consideraron los siguientes interrogantes:

¿Qué hago? Cuál es la función, como formador, para la transferencia del virus del emprendedorismo en los alumnos. Como lo implemento. Que herramientas utilizo.

¿Para qué lo hago? Cuáles son los motivos que impulsan a la concreción de esta etapa en la formación de los alumnos.

¿Cómo lo hago? Qué métodos se proponen utilizar en el desarrollo de la actividad

¿Por qué lo hago? Ser conciente de la importancia del desarrollo del emprendedorismo y la innovación.

¿Dónde lo hago? Es aquí donde los responsables de gestión y de cátedra deben discernir desde qué lugar se inyecta el embrión del emprendedorismo y la innovación.

¿Cuándo lo hago? Frente a los desafíos impuestos por la cantidad de conocimientos a transferir en la actualidad y al tiempo acotado que se dispone, es aquí donde el responsable tiene que introducir la innovación para crear el ambiente y los espacios necesarios para su inclusión.

Las cuestiones anteriores se abordaron desde la perspectiva de los siguientes tres ejes, a criterio, fundamentales para la comprensión del grado de penetración del emprendedorismo y la innovación en la currícula basado en lo visible y lo oculto:

1. Subjetivo
2. Anhelado
3. Histórico

Estos tres ejes están interrelacionados y de su composición se pueden obtener datos significativos del camino que tuvo, tiene y tendrá el emprendedorismo en la currícula si se deja actuar en forma libre, es decir si no se realizan acciones que permitan corregir su rumbo de considerarse necesario.

3.4 La guía de entrevista

La guía de entrevista a los encargados de la gestión de la carrera está compuesta por tres partes:

1. Datos del entrevistado
 - Datos personales
 - Actividad del entrevistado en la universidad
 - Actividad profesional del entrevistado
2. La carrera y las actividades curriculares
3. El emprendedorismo y la innovación científica y tecnológica en la carrera

Cada una de ellas no conforma una unidad en si misma sino que su interpretación sale de la totalidad de su análisis. El punto 1 "Datos del entrevistado", si bien por su designación daría una idea de compilación de datos del entrevistado, desde el punto de vista del investigador, forman parte del eje histórico.

Los puntos 2 y 3 buscan determinar la óptica de la institución sobre la temática emprendedorismo e innovación tecnológica.

A modo de ejemplo, por razones de espacio, se detalla el punto 1 de la guía de entrevista:

Datos personales

i) *Nombre y apellido del entrevistado:* En este caso por tratarse de una población pequeña e identificable fácilmente se indican estos datos completos

ii) *Formación profesional:* El objetivo buscado es conocer si tiene alguna formación profesional independiente de la académica (eje: histórico)

iii) *Año en que se graduó:* Guarda relación con el análisis posterior de su actitud frente a los cambios efectuados en el transcurso de su vida activa (eje: histórico)

iv) *Formación académica:* Referida a la obtención de título de posgrado, que avalen una formación relacionada con la investigación. (eje: histórico)

v) *Carrera de la que es responsable:* Para su relación con entrevistas posteriores dentro de la carrera

vi) *Facultad:* Se emplea para relacionarla con otras carreras de la Facultad

vii) *Funciones que desarrolla como responsable de la carrera:* Este punto se refiere al aspecto real y el deseo (ejes: histórico 33%, anhelo: 33%, subjetivo 33%, dependiendo de la respuesta particular).

Actividad del entrevistado en la universidad

i) *Cargo docente:* De forma

ii) *Dedicación:* Análisis de su participación en la vida universitaria

iii) *Antigüedad en la docencia:* Dato que permitirá su vinculación con los cambios efectuados y analizar su evolución como innovador (eje: histórico)

iv) *Asignatura/s o actividades curriculares en la/s que se desempeña actualmente como docente:* Se efectúa el detalle de la actividad docente del entrevistado.

v) *Asignaturas en las que se haya desempeñado con anterioridad:*

vi) Estas dos cuestiones son a los efectos de analizar su participación como integrante del cuerpo docente de la carrera (eje: histórico)

vii) *Cargos de gestión actuales:* Análisis de su participación en la determinación de las políticas institucionales (eje: histórico)

viii) *Cargos de gestión anteriores:* Análisis de su participación en la determinación de las políticas institucionales (eje: histórico)

ix) *¿Participó anteriormente en proyectos de investigación?:* Análisis de su actividad en la innovación (eje: histórico)

x) *Participa actualmente en proyectos de investigación?:* Proyección de su actividad (eje: histórico)

En calidad de participante o director?: Análisis de su personalidad, identificación de si obedece órdenes o es creativo (Eje: subjetivo)

xi) *Realiza tareas de Vinculación / Extensión?:* Visión de su vinculación con el medio que se considera exige innovación (eje: 50% histórico, 50% subjetivo).

¿Con qué frecuencia?: Análisis del tipo de participación esporádica o continua (eje: histórico)

xii) *Realiza actividades en Postgrado (docente de carreras de postgrado, cursos, etc.):* Análisis de su actuación en otros niveles educativos, es indicatriz de su capacidad a innovar (eje: histórico)

De entre las materias que dicta regularmente indique cual le es más afín:

Sobre ella responda las siguientes preguntas:

¿Cuál es su antigüedad en dicha asignatura?: Análisis del tiempo de actuación (eje: histórico)

¿Con qué materias se vincula?: Conocimiento de su posicionamiento en la currícula (eje: subjetivo)

¿De qué manera?: Visión del grado de compenetración (eje: subjetivo)

¿Ha realizado cambios en el enfoque de la asignatura?: Análisis del grado de innovación (eje: 50% histórico, 50% anhelo)

¿Recuerda cuando se realizó el último?: Consideraciones entre el planteo teórico y lo ejecutado (eje: histórico)

Evaluación de su frecuencia: La importancia radica en el análisis si el cambio es circunstancial, esporádico o continuo (eje: histórico)

¿En qué consistió?: Visión del grado de cambio realizado (eje: histórico/ anhelo/ subjetivo))

4. ENTREVISTAS

Se efectuó la entrevista a tres Directores de las seis carreras de Ingeniería de la Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura de la Universidad Nacional de Rosario, Argentina.

Las entrevistas fueron, en general, amenas con gran predisposición al diálogo. En una de ellas se presentaron interrupciones lo cual no permitió completarla en un solo día. La duración promedio fue de una hora y media

Las entrevistas fueron analizadas en detalle y tomadas como dirigidas, se realizó el trabajo basándose en dos aspectos: estudio de casos y búsqueda de situaciones comunes.

5. CONCLUSIONES

Del análisis de las entrevistas se puede concluir:

- Los tres entrevistados, desde el eje histórico, demuestran que han sido emprendedores e intraemprendedores, Han realizado diversas tareas en relación de dependencia y en forma independiente adaptándose a las condiciones socioeconómicas. Los tres trabajan en forma continua en la adaptación del plan de estudios a la realidad. Dos de ellos han introducido cambios conceptuales en la estructura de la Escuela, ya sea, en la mejora continua o en la integración de los conocimientos. No han podido integrar en el cambio a todos los docentes

- En lo subjetivo se observa un gran énfasis en el logro de profesionales con capacidades para la adaptación al medio y la búsqueda de nuevas condiciones de trabajo.

- Anhelo, la mejora continua en los jóvenes para la superación permanente. Preparación para que puedan mejorar a partir de sus experiencias y que logren aprender en forma autónoma

Observamos que se está frente a una situación de gran oportunidad para la inserción de cambio, desde lo práctico, se presentan casos aislados de gran eficacia que deberán ser profundizados.

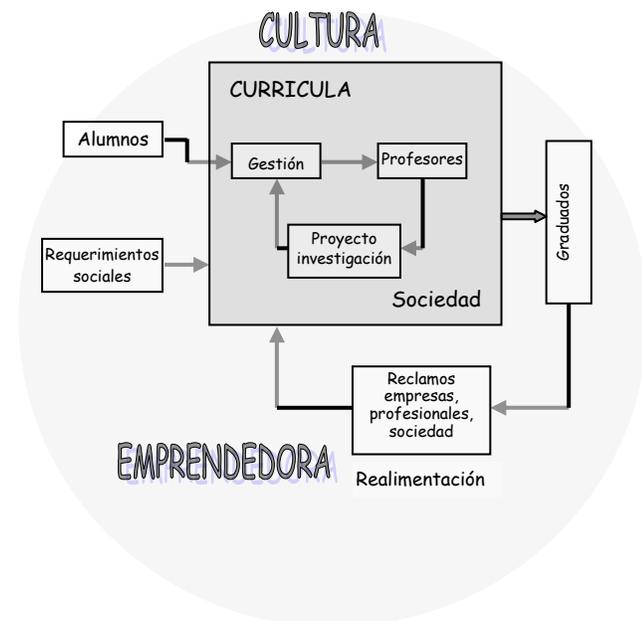
Los directores de carrera quieren, pero desde lo práctico se choca contra la gran estructuración que existe en las carreras de ingeniería, aspectos materiales, institucionales, inercia en el cuerpo docente.

No se encontraron asignaturas específicas y mucho menos como forma general de encarar los dictados de las asignaturas.

Los autores de este trabajo proponen el gráfico de la figura a manera de síntesis del accionar en una Universidad Emprendedora.

En el gráfico se puede observar 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. Donde colabora los directores de carrera, los profesores y la sociedad, a través de emprendedores exitosos, que transmitan sus experiencias a los alumnos y permitan mejorar la calidad de los graduados universitarios.

Donde se puede concluir que el emprendedorismo hace énfasis en el proceso: aprender a aprender, el aprendizaje surge a partir del trabajo de los propios alumnos, facilitado por el profesor para el desarrollo de toda organización, lo que 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**.



6. FUTURO ACCIONAR

En nuestra investigación identificamos dos poblaciones bien definidas: una la institucional que es la que debe definir los objetivos y las pautas a seguir, objeto del presente trabajo, y la otra la de los profesores que son los encargados de llevarlas a cabo. Esta última está constituida por los responsables de curso, cuyo número es relativamente grande. De esta manera los objetivos presentes en cada caso son distintos.

El tipo de investigación para la segunda será de tipo cuantitativo. Ambas se cruzarán realizando una triangulación y se analizará

conjuntamente con el programa de estudio que conforma parte del Curriculum visible [9] [10].

Considerando la dimensión de la estrategia, podríamos decir que se comenzará dando mayor énfasis a lo cualitativo pero a lo largo del proceso de investigación se irán sucediendo técnicas que necesitarán un abordaje cuantitativo y de esta manera se enriquecerá la investigación, pudiendo retornar a lo cualitativo, de tal manera de lograr una mejor comprensión del objeto de estudio. Strauss y Corbin [11].

7. BIBLIOGRAFÍA

7.1. Citas

- [1] DOLABELA, Fernando (2005) Taller del Emprendedor, editorial Homo Sapiens – UNR, Rosario.
- [2] MALFITANO CAYUELA, O. (1993), Recreando empresas, Buenos Aires: Ediciones Interoceánicas S.A. ,página 6.
- [3] LAMBING, P. – KUEHL, C. (1998), Empresarios pequeños y medianos, México: Prentice Hall, página 10.
- [4] CHESBROUGH, H. (2004). “Cómo generar más innovación a menor precio”, artículo del diario El Cronista Comercial, 16/01/04, pág. 14
- [5] Ronald Jonash y Tom Sommerlatte (1999) “The Innovation Premium: How Next Generation Companies Are Achieving Peak Performance and Profitability - Perseus Books, Cambridge, MA. _
- [6] FILION, L. J (1999) “O emprendedorismo como tema de estudios superiores”. Conferencia feita no evento A Universidades Formando Emprendedores, CNI-EL.Nacional, Brasilia, 05/1999.
- [7] SIRVENT, M.T. (1998). Ficha de cátedra III: Cuadro comparativo entre lógicas según dimensiones del diseño de investigación. Maestría en Política y gestión de la educación. Universidad Nacional de Luján.
- [8] La encuesta como texto: un enfoque cualitativo - V Congreso Español de Sociología. Granada, septiembre de 1995 - Autor: Pablo Oviedo, Universidad de Oviedo.
- [9] Mezclando métodos cualitativos y cuantitativos: triangulación en acción - Autor Todd Jick.
- [10] Lo cualitativo y lo cuantitativo en la investigación de la psicología social - Autor Fernando González Rey.
- [11] STRAUSS, A. y CORBIN, J. (1991). Conceptos básicos de la investigación cualitativa. Procedimientos y técnicas de la teoría generada a partir de la información empírica. Sage Publications. The International Publishers. Londres (texto traducido).

7.2 Bibliografía consultada

- ALBANO, Sergio (1999) Metodología de la investigación en Administración, Editorial UNR, Rosario.
- DAMBRA, Luis y LUCHI, Roberto (2005) Liderando la innovación & la creatividad, editorial Temas, Buenos Aires
- DOLABELA, Fernando (2005) Taller del Emprendedor, editorial Homo Sapiens – UNR, Rosario
- FASIOLO URLI, Carlos A. (2006) Emprender el camino, editorial Osmar D. Buyatti, Buenos Aires.
- FILION, L. J (1999) “O emprendedorismo como tema de estudios superiores”. Conferencia feita no evento A Universidades Formando Emprendedores, CNI-EL.Nacional, Brasilia, 05/1999.