

# **Formación Gerencial para el Emprendimiento como Responsabilidad Social de las Universidades Venezolanas**

**RENE HERNANDEZ,<sup>1</sup> JOEL COBIS <sup>2</sup>,  
NIRIA QUINTERO<sup>3</sup>**

<sup>1</sup> Grupo de Investigación Desarrollo Gerencial, Universidad del Zulia, Cabimas Estado Zulia.

<sup>2</sup> Instituto Universitario Politécnico Santiago Mariño.

<sup>3</sup> Universidad del Zulia, Cabimas Estado Zulia.

## **RESUMEN**

La investigación que se presenta a continuación tiene como objetivo principal establecer la relación existente entre la formación gerencial para el emprendimiento como responsabilidad social de las Universidades Autónomas Venezolanas. La investigación realizada es de tipo descriptiva, con un diseño no experimental, y transversal o transeccional, y se enmarca dentro de la tipología de campo. La población está constituida por una muestra de sujetos voluntarios de profesores y estudiantes de las Universidades Venezolanas. Entre los resultados obtenidos se destacan que la totalidad de los sujetos de información encuestados, manifestaron su disposición a participar en prácticas socialmente responsables que se organicen conjuntamente entre las universidades y el sector productivo, así también que la mayoría de estudiantes en torno a una serie de entrevistas aplicadas, demostró su disposición a diseñar y participar en actividades de responsabilidad social destinadas a enseñar como emprender a miembros de las comunidades organizadas. Para concluir, la investigación arrojó la necesidad existente para las universidades y las comunidades de formalizar una alianza estratégica que les permita comunicarse permanentemente con la finalidad de establecer actuaciones comunes en beneficio de la sociedad en general, para promover la creación de una nueva conciencia social y el crecimiento de un nuevo capital, que responda a las necesidades organizacionales en absoluta sostenibilidad con el ambiente.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social, Formación Gerencial, Comunidades organizadas.

## **INTRODUCCIÓN**

Ante los múltiples cambios en el ámbito tecnológico, económico, social y político que la sociedad enfrenta día a día surge la necesidad de fortalecer los procesos de enseñanza-aprendizaje, con la finalidad de formar individuos que accedan a un conjunto de saberes y formas culturales, por medio de las cuales amplíen, favorezcan y desarrollen sus posibilidades y potencialidades humanas, para que puedan comunicarse, trabajar y participar con plenitud en la sociedad en donde viven, siendo la educación una herramienta para la transformación.

Bajo estas perspectivas de cambio y capacidad de respuesta, se evidencia un proceso de retroalimentación constante, el cual da lugar a movimientos que en los diseños curriculares demuestran la pertinencia del conocimiento, la transversalidad del currículo y la necesidad de establecer canales de comunicación interactivos; en función de las demandas de ese entorno.

Es así como se inserta el presente estudio, basado en el comportamiento de una muestra de sujetos voluntarios de profesores y estudiantes de las Universidades Venezolanas con la finalidad de suministrar a los futuros egresados una serie de conocimientos y estimular sus capacidades para la formación de emprendedores, en atención a las premisas para el manejo de herramientas gerenciales, como responsabilidad social de las universidades venezolanas.

En relación a lo planteado hasta ahora, se considera que el suministro de información permite a los individuos participantes del proceso, pensar en ideas oportunas de negocio, las cuales deben ser analizadas en función del contexto y de la pertinencia de las mismas en aras de valorar las Tendencias Gerenciales existentes así como las oportunidades y amenazas del entorno, debilidades y fortalezas de las organizaciones; para adecuarse a los requerimientos que el contexto amerita y exige.

## **APRENDER A EMPRENDER**

Las perspectivas acerca del proceso de enseñanza-aprendizaje a lo largo de la experiencia, han ido evolucionando en la medida que se introducen nuevos recursos de enseñanza y el uso de la autopista de la información, demostrándose así que el saber es relativo. En función de ello se concibe este proceso como bidireccional, dado que las asesorías y orientaciones que se ponen en práctica hacen posible que

el estudiante asimile en mayor proporción los contenidos impartidos, generándose un valor agregado al poner en práctica las ideas de negocio, concebidas en la teoría como un proceso de aprender a emprender.

Tradicionalmente según señala De Juan (1996) al referirse a la enseñanza universitaria, la considera como el conjunto de enseñanza que se da en el más alto nivel. Señala que este proceso, en este nivel posee unas características que la definen como un proceso de ayuda para la búsqueda, adquisición y construcción del saber científico, así como un proceso intelectual que critica estos conocimientos.

Así la enseñanza debe tener en cuenta que los alumnos poseen sus propios supuestos sobre el saber, la enseñanza y las disciplinas que estudian y que junto con los profesores son los protagonistas del proceso, por tanto en la educación de adultos, la elaboración del conocimiento debe asumirse como un proceso compartido entre los protagonistas. Abordar la actividad docente es una tarea un tanto difícil, ya que su definición obedece entonces a múltiples determinantes como lo son las ideas, valores, parámetros institucionales, de organización, tradiciones metodológicas, contextos, recursos e incluso implicaciones de tipo personal, institucional y éticas.

En relación a enseñar a emprender, autores como Drucker referidos por Cedeño (1999) señalan que en el fenómeno emprendedor hay tres momentos importantes: “El primero es el descubrimiento de la oportunidad, en la forma de una insatisfacción o una satisfacción superable que muestre un grupo meta. El segundo es concebir un satisfactor --un producto o un servicio-- aplicable con un adecuado costo-beneficio a esa necesidad. El tercero es la ejecución de ese segundo paso para convertirlo en resultados. Es en este tercer paso donde se observan las deficiencias tan extendidas que hacen que claros deseos y propósitos no logren convocar la acción en la intensidad y calidad necesarias para producir resultados. Las escuelas de administración de empresas se ocupan del primero y del segundo paso, pero no del tercero”.

Según lo expresado por el autor, la capacidad de emprender está presente en todos los seres humanos sanos y su perfeccionamiento consiste en la supresión de aquello que la obstaculiza, a través de una serie de estrategias creativas de enseñanza, que disipen el paralelismo entre el acto creativo y el acto emprendedor.; ya que emprender requiere combinar un acto creativo con una acción eficaz.

Convergerían entonces como parte de la labor universitaria el investigar y el producir conceptos y métodos que aumenten la posibilidad de que estudiantes, empresas, organizaciones e instituciones, aumenten su capacidad de accionar con efectividad y eficiencia, según puntualiza Cedeño (2004). Parecería entonces aceptable, que una sociedad que ve aumentada su capacidad de innovar, de crear, de mejorar sus procesos de convivencia, ha salido beneficiada de esa gestión universitaria. Así se hace para mejorar físicamente el ambiente de una instalación universitaria, o para hacer más disponibles las actividades académicas o más efectivas las actividades de evaluación inclusive, proyectando el deber ser de la labor docente.

De allí que hasta se establece un modelo de docencia que puede estar expresado en forma explícita o implícita, y ha resultado particularmente exitoso al ponerse en práctica como estrategia para la enseñanza específica, de contenidos programáticos particularmente para el emprendimiento, en cuyo eje se presentan diversidad de tendencias gerenciales, en los diversos casos prácticos, intercambiándose a cabalidad con las vivencias propias de los individuos en las diversas organizaciones a las cuales pertenecen, enriqueciéndose así el proceso que anteriormente se concebía como unidireccional.

El simple hecho de valorar las diferentes acepciones de la organización permite establecer criterios propios según refiere Suero (2007), acerca de extraer elementos claves para operacionalizar en forma individual, la labor creativa, lo cual genera en los estudiantes un gran esmero en la participación y competitividad. De allí la trascendencia de opiniones acerca de esta estrategia que demuestran así, un cambio total en la concepción tradicional, en beneficio tanto de los participantes como de los facilitadores de ese proceso de aprendizaje en equipos de alto desempeño, basado en la cooperación como elemento clave del trabajo en equipo y de la valoración de las capacidades individuales y grupales para generar valor agregado, en las intervenciones en clase.

## **FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES**

Se define emprendedor, como la actitud de búsqueda y aplicación de satisfactores para necesidades individuales, grupales o comunitarias según Cedeño (2004), por lo que es común que fluyan interesantes ideas de negocio que los estudiantes aprovechan al máximo, bajo una visión compartida, que inclusive relacionan con otras asignaturas y en lo futuro en sus respectivos sitios de trabajo, bajo la

concepción de formación de emprendedores, lo cual contribuye a desarrollar la llamada habilidad organizacional de los emprendedores de negocios competitivos, que a juicio de Alizo et al (2007) se centra en que para los negocios emergentes es indispensable desarrollar un conjunto de habilidades y destrezas que permitirán a los emprendedores enfrentar eficazmente todos los posibles cambios, tanto a nivel del entorno interno del negocio, como del entorno externo.

Alizo et al (2007, Pàg. 127) establecen que entre esas habilidades potenciales se pueden mencionar: “Sistema de información y conocimiento definido (importantes en las industrias de líneas aéreas, renta de automóviles, tarjetas de crédito y alojamiento), habilidad para responder con rapidez a las condiciones cambiantes del mercado (toma de decisiones modernizadas, tiempos de espera breves para llevar los nuevos productos al mercado), habilidad superior en la utilización de Internet y otros aspectos del comercio, mayor experiencia y conocimientos prácticos administrativos y gerenciales, conocimientos básicos financieros que permita el desarrollo de una metodología estratégica para el manejo eficiente del ciclo financiero y económico del negocio”.

Las habilidades referidas y que a juicio de las autoras generan capacidad de respuesta ante las demandas del entorno, pueden fomentarse en el aula de clases a través del ejercicio en situaciones reales o casos prácticos de estudio, que más que una fijación de conocimientos, permitan trasladar al estudiante como parte de la solución del problema, estimulando su creatividad e intelecto.

En relación a lo expresado, plantea Cedeño (2004) que además de ciertas actitudes, el emprendedor debe concebirse a sí mismo como instrumento de acción, esto es considerar que las circunstancias no se imponen fatalmente, sino que es posible y deseable modificarlas en nuestro beneficio o el de los demás. El emprendedor, frente a las nuevas situaciones o circunstancias, se siente sujeto, protagonista, agente y no su espectador ni es objeto pasivo ; haciendo hincapié, en la necesidad de enseñar a emprender, al afirmar que en las escuelas de administración de empresas se acomete tímidamente el problema de la búsqueda de oportunidades y de manera más explícita el de la toma de decisiones y el de la ejecución.

## **ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE**

Los medios utilizados para el proceso de enseñanza-aprendizaje para promover el emprendimiento comprenden según

- Suministrar a los estudiantes Bibliografía Actualizada para fundamentar la teoría.
- Discusión en clase de ejemplos vinculados con la teoría suministrada previamente, complementada con ejemplos extraídos de la autopista de la información, INTERNET, así como de aquellos de la cotidianidad en empresas exitosas de la región.
- Se suministra a los participantes una serie de link o accesos de Internet a través de los cuales los estudiantes pueden consultar, haciendo hincapié en el hecho de que toda la información que logre obtenerse es importante y dará lugar a discusiones o brainstorming.
- Se practica una actividad exploratoria, acerca de los tipos de organización que a los estudiantes les gustaría desarrollar, recalándose la necesidad de establecer un interés particular, a efectos de poner en práctica las diversas herramientas impartidas en clase.
- Dado el número de participantes (normalmente se inscriben un número mayor a 50 participantes) se sugiere en cada semestre, manejar estrategias diferentes. Por ejemplo: Organizaciones que le puedan prestar servicios a las Universidades, organizaciones con fines de lucro, organizaciones sin fines de lucro, organizaciones que atiendan a una problemática puntual que ellos consideren que atraviesan en el entorno que los rodea, entre otros lineamientos.
- Las Asesorías luego de cada sesión de teoría a los diferentes equipos de trabajo, acerca de la aplicación de las diversas técnicas y herramientas impartidas: como diseño de manuales, formas impresas, etc. Ello con la finalidad de que al final los estudiantes realmente puedan presentar proyectos de organizaciones que inclusive ya se han hecho realidad, producto del emprendimiento manifiesto; así como del talento e innovación de los participantes.
- Para finalizar se aplica la técnica del seminario. En ella los cursantes de la cátedra presentan los proyectos desarrollados, en forma participativa, intensificando las actividades de aula tradicionales a un verdadero intercambio con actividades extramuro.

## **METODOLOGÍA**

La metodología empleada fue de tipo descriptivo, bajo un estudio de campo, la población estuvo conformada por una muestra de sujetos voluntarios de profesores y estudiantes de las Universidades Venezolanas.

Se diseñó un instrumento de recolección de información con una serie de 10 preguntas, el cual se aplicó a la totalidad de las unidades de información disponibles para un total de aplicación de 190 instrumentos.

## **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

En relación a los resultados obtenidos luego de consultar a las unidades de información acerca de la importancia de los conocimientos adquiridos, las respuestas con el mayor porcentaje giraron en un (75%) al considerar que los conocimientos obtenidos en las carreras cursadas en el área de negocios (economía, administración y contaduría pública) son un pilar fundamental para fortalecer su aprendizaje en el área de creación de ideas de negocios. Estos resultados están alineados con las afirmaciones de Cedeño (2004) al considerar como parte de la labor universitaria el investigar y el producir conceptos y métodos que aumenten la posibilidad de que estudiantes, empresas, organizaciones e instituciones, aumenten su capacidad de accionar con efectividad y eficiencia, según puntualiza.

Así también, se desprende del análisis de los resultados en cuanto a los conocimientos obtenidos acerca de aprender a emprender oportunidades de negocio, que el 100% de las unidades de información, coincidió en poseer conocimientos suficientes para diseñar organizaciones cónsonas atendiendo a las necesidades del mercado.

Estos resultados coinciden ampliamente con el estudio realizado por De Juan (1996) al catalogar la importancia de la enseñanza universitaria como artífice del cambio en las organizaciones.

Los resultados derivados del estudio coinciden igualmente, con la afirmación de Alizo et al (2007), en el razonamiento de que debe propiciarse la estimulación a los individuos, en el pensamiento estratégico y las diferentes alternativas que puede seguir, una vez que determine con precisión, el concepto de negocio y el ambiente donde este se encuentra inmerso para fomentarlo ya que de este modo, es quizás el contar con un basamento sólido conceptual gerencial sobre las estrategias de negocios, lo que podría abrir un abanico de posibilidades asertivas para que el nuevo gerente tenga éxito en su segmento de mercado potencial.

## **CONCLUSIONES**

Para concluir es importante destacar que estando enmarcada en los pensa de estudios en carreras destinadas a los negocios, es de suma importancia para la formación profesional y académica de los participantes la cátedra de Sistemas Administrativos, dado que los conocimientos adquiridos en ella respecto a la parte organizacional, son un pilar fundamental para fortalecer su aprendizaje, según arrojó el estudio realizado.

En efecto el manejo de herramientas gerenciales como los organigramas, manuales administrativos, flujogramas entre otras; le permiten ir tomando conciencia acerca de la importancia de los procedimientos y procesos para cualquier organización, independientemente de su naturaleza y entorno; generando así una conciencia de emprender oportunidades de negocios, en total vinculación con las demandas que el mercado establece para otorgar pertinencia al conocimiento impartido en las aulas de clases.

### **A MANERA DE REFLEXIÓN**

La enseñanza universitaria enfrenta requerimientos puntuales, que conforman parte de su responsabilidad social, en correlación con las exigencias que el mercado laboral manifiesta, en atención a la formación del perfil profesional del egresado que debe formarse en las escuelas de negocios de las universidades venezolanas. Todas las ideas de negocios, deben ser de exclusiva creatividad de los estudiantes, asistidas por los docentes de las cátedras, orientados bajo un esquema de cooperación y el establecimiento de redes que permitan que cada equipo se enmarque en actividades diferentes pero que giren en torno a un mismo eje cognoscitivo.

El solo hecho de desarrollar nombres, logos, lemas, manuales, flujogramas, organigramas, misión y visión organizacionales, son indicadores de calidad en las labores realizadas; lo que a futuro va a permitir su inserción en el mercado tanto de empleados como de empleadores al poseer orientaciones claras acerca de la figura del emprendedor como base de la creación de organizaciones.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Alizo María, Graterol Ángela, Hernández René, Añez Silenis (2007) **EMPRENDIMIENTO EMERGENTE Y ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA LOGRAR EL ÉXITO EN EL MERCADO**. Revista Arbitrada Formación Gerencial Universidad del Zulia, Año 6 N°2 .

Cedeño-Gómez, Álvaro (1999) **APRENDER A EMPRENDER Y FOMENTAR EL ESPÍRITU DE INICIATIVA: UNA NUEVA TAREA UNIVERSITARIA**. Revista: Acta Académica. Consultado en: <http://www.articlearchives.com/1542879-1.html>

Cedeño-Gómez, Álvaro (2004) **E NSEÑAR A EMPRENDER: UNA NUEVA TAREA UNIVERSITARIA** Revista: Acta Académica. Consultado en <http://www.articlearchives.com/1542879-1.html>

De Juan (1996) **INTRODUCCIÓN A LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA. DIDÁCTICA PARA LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO**. Madrid.

Montilla, Ivenne (2004) **LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA (CASO:DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS EN LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES - NÚCLEO TRUJILLO)**. Material no mimeografiado. Universitat Rovira i Virgili. España

Suero, Isabel (2007) **ENSEÑANDO A EMPRENDER**. Revista Andalucía Económica, N°. 192, 2007, España. Págs. 80-84.