



María Lourdes Zubeldía
Claudia Alejandra Viadana
Oscar Morales
Jimena Liz Tomarelli

Instituto de Investigaciones y Asistencia Técnica en Administración

LA CULTURA EMPRENDEDORA. IMPACTO SOCIO-CULTURAL DE UNA EXPERIENCIA DE CAPACITACIÓN EN EMPRENDEDURISMO.

1. Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo difundir la importancia del emprendedorismo, comenzando por el ámbito académico, a fin de desarrollar una vinculación con la sociedad que permita la capacitación en el área de emprendedorismo y la generación de planes de negocios sustentables, a partir de las ideas de cada uno de los actores intervinientes, mediante la creación y desarrollo de una red entre docentes, profesionales, empresarios y organismos públicos y privados.

Actualmente se observa una fuerte integración de personas, territorios y culturas: lo local adquiere otra significación, reconociendo la importancia de los saberes regionales. La fluida intercomunicación, asistida por las nuevas tecnologías abre infinitas posibilidades para los emprendedores locales. Las oportunidades que se presentan gracias a este flujo creciente de información, la generación de conocimientos y la aplicación de nuevas tecnologías, se hacen realidad uniendo a emprendedores, inversores, actores públicos y privados.

Es de suma importancia la integración en este proceso de las áreas gubernamentales, las asociaciones intermedias y empresariales junto a los emprendedores para el sostenimiento de dichas actividades.

Schumpeter (1996) entendía al emprendedor como una persona que experimentaba, creando e innovando.

Mario Dehter, en su artículo "intraempreneurship (2001), cita la siguiente definición de Kundel (1991):

"La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio"

Peter Drucker considera que para ser un emprendedor la característica fundamental que debía destacar a esta persona era su capacidad para llevar adelante innovaciones. Para este autor, innovar es el camino que puede llevar al éxito a un proyecto, o sea, pasar de una idea a un proyecto concreto, desarrollado y alcanzado con sus objetivos.



2. Características de un Emprendedor

Los emprendedores pueden ser reconocidos por sus competencias y actitudes personales, pero sería de conveniencia que de manera temprana en el sistema educativo se tome en cuenta la promoción de actividades que desarrollen tales competencias.

Es recomendable que en la educación previa al ingreso a la universidad se trabaje sobre valores tales como la creatividad, generar conciencia del cambio permanente, desarrollar la curiosidad y la actitud innovadora que son algunos de las aptitudes a desarrollar.

Uno de los beneficios del desarrollo temprano de capacidades emprendedoras es, por un lado, generar una "cultura" emprendedora y, por el otro, potenciar los perfiles de aquellos futuros emprendedores.

Para definir a un emprendedor pensamos en una persona proactiva, abierta a los desafíos, que puede hacer realidad ideas que en su momento no fueron aceptadas y aún así las convierten en un proyecto viable.

En el siguiente cuadro pueden observarse las aptitudes y competencias propias de los emprendedores:

APTITUDES Y COMPETENCIAS PERSONALES	COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS
<ul style="list-style-type: none"> > Creatividad. > Trabajo en equipo. > Capacidad para resolver problemas. > Asumir riesgos calculados y hacer frente a los riesgos. > Capacidad de comunicación. > Liderazgo. > Pensamiento crítico. > Seguridad y autoestima. > Tomar iniciativas. > Asumir responsabilidades. > Autonomía. > Tomar decisiones individuales y colectivas. > Gestión del tiempo y respeto de los plazos. > Fijación de objetivos. > Capacidad de negociación. > Gestión de proyectos. > Utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). > Hablar en público y técnicas de presentación. > Análisis y planificación de las actividades personales. > Mejora del aprendizaje y la actuación personales. 	<ul style="list-style-type: none"> > Comprensión del funcionamiento de una empresa y de la manera de crear riqueza. > Reflexión empresarial y concepción de ideas para la empresa. > Principios básicos de economía. > Experiencia de las funciones empresariales básicas. > Elaboración de estudios de mercado. > Elaboración de un plan empresarial. > Organización y gestión empresarial. > Conocimientos financieros. > Presupuesto y asignación de recursos. > Movilización de fondos a través de acciones, patrocinios o préstamos. > Cálculo del coste y beneficio de un producto. > Contabilidad. > Comercialización. > Publicidad de un producto/servicio. > Técnicas de ventas y compras. > Desarrollo y gestión de contactos comerciales, en interacción con la comunidad local.

Cuadro 1. Habilidades personales y competencias emprendedoras

Se entiende por capacidad emprendedora a una combinación de atributos que no son comunes en la mayoría de las personas, y que no se limita a pensar en la actividad económica



como generadora de lucro sino que las que se destacan son aquellas que se relacionan con el trabajo en equipo, la capacidad de resolver problemas, asumir riesgos, gestionar proyectos, entre otras.

En este trabajo se profundiza la relevancia de la formación de nuevos emprendedores a través de la capacitación y el entrenamiento, diseñar el proceso de aprendizaje nuevos paradigmas en los que sea posible la generación de conocimiento y el manejo de la información para decidir enfrentando situaciones de contingencia. Este proceso es algo lento y tiene que ser acompañado tanto por la sociedad como por el Estado para consolidarlo y servir de herramienta de vinculación entre los emprendedores, las empresas y la Universidad como generadora de conocimiento.

Es importante destacar que, si bien las herramientas son importantes, como por ejemplo un buen plan de negocios, contar con un "buen emprendedor" es fundamental para que la idea logre llegar a convertirse en un emprendimiento eficaz que alcance sus objetivos propuestos.

3. El desarrollo de la actividad emprendedora en Argentina

La actividad emprendedora es esencial para otorgar dinámica a la economía y desarrollo de los países. Los emprendimientos que han surgido en la Argentina luego de la profunda crisis del 2001 han sido uno de los pilares para el posterior crecimiento y consolidación del nuevo modelo económico.

Las políticas económicas actuales, especialmente en América Latina, han puesto foco en fomentar la actividad emprendedora y asimismo, han surgido gran cantidad de organizaciones e instituciones dedicadas al apoyo, acompañamiento y capacitación de emprendedores. Sin ir más lejos, el programa Capital Semilla perteneciente al Ministerio de Industria de la Nación casi ha duplicado su inversión en el año 2014, destinando 100 millones de pesos para créditos de honor a proyectos emprendedores a lo largo de todo el país.

El "modelo emprendedor" es, claramente, un modelo en crecimiento. Permite a los jóvenes que encuentran dificultades para desarrollarse profesionalmente dentro de las estructuras corporativas, una alternativa para realizar una actividad más coherente con su modo de vida y sus necesidades. De la misma manera sucede con las mujeres. A pesar de que ha habido grandes avances en la equidad de género, aún ellas se hacen cargo de gran parte de las obligaciones familiares y encuentran en el emprendedorismo una manera saludable de integrar familia y trabajo.

Sin embargo, los índices de éxito de los proyectos siguen siendo bajos. Aún hay mucho para mejorar y desarrollar herramientas en lo que respecta a la profesionalización de los emprendimientos y la sustentabilidad de los proyectos.

4. La formación de emprendedores

Al hablar de las cualidades de los emprendedores, se plantea la cuestión acerca de si éstos nacen o se pueden capacitar. Se podría afirmar que el planteo es similar a la se da al hablar del líder y sus capacidades.

Lo que sí es cierto es que independientemente de las capacidades innatas, éstas se potencian mediante una capacitación adecuada que favorezca el reconocimiento de las oportuni-



dades del entorno, la valoración de los propios recursos el desarrollo de habilidades para definir objetivos concretos, la importancia de persistir en el intento hasta haberlos conseguido y también comprender que a veces es necesario modificar a tiempo los planes.

La formación en temas necesarios para el desarrollo del emprendimiento resulta fundamental y es en este aspecto que resulta inapreciable el apoyo de las instituciones académicas. La Universidad está llamada a un trabajo de extensión del conocimiento a toda la sociedad y este es un aporte concreto al desarrollo económico y social de personas que de otro modo no tendrían oportunidad de activar su potencial emprendedor.

En este proceso de capacitación específica se debe profundizar en aquellos aspectos referidos a la gestión de todo emprendimiento, como el análisis del mercado, la indagación de herramientas que brinda la disciplina de la Administración y Gestión de las Organizaciones, las tendencias más apropiadas para el gerenciamiento del proyecto: técnicas de producción, de posicionamiento en el mercado, elección de los canales de distribución y utilización de las herramientas de marketing para insertar el producto, desarrollo del análisis financiero, desde la captación de fondos hasta la evaluación permanente del proyecto.

Al desarrollar esta capacitación se advierte un aporte adicional a la formación del emprendedor, que es la posibilidad de interactuar con sus pares, otros potenciales empresarios. El resultado es una socialización de conocimientos que produce nuevos saberes puestos a disposición de los actores intervinientes. En este sentido afirma María Marta Formichella (2004: 20) que

“Podría pensarse que el ser humano logrará desarrollar un espíritu emprendedor en la medida que su proceso de socialización lo acompañe en ese camino. De esta manera cobra vital importancia la educación. No será igual el comportamiento emprendedor de un individuo que en su proceso de socialización no ha recibido ningún ejemplo de espíritu emprendedor, al de aquel que se ha podido observar y aprender actitudes propias de un emprendedor”.

La socialización ha sido profundamente analizada en el contexto de generación de conocimiento por Nonaka y Takeuchi (1999). Interesa tomar conceptualizaciones de estos autores, para entender la importancia que la interacción que se produce como consecuencia de los procesos de capacitación de los futuros emprendedores.

En efecto, por medio de la socialización, se comparten e intercambian los conocimientos adquiridos a partir de experiencias personales, transmitiéndose entre los interlocutores habilidades técnicas, conocimientos puntuales y, además, fruto de la interacción, se comparten los modelos mentales de los actores. Tanto las habilidades técnicas como la de las creencias o modelos mentales son altamente personales y por eso resulta dificultosa su comunicación a terceros. Por eso, sólo es posible compartirlos en un equipo de trabajo o de capacitación con metas en común, poniéndose de relieve las intuiciones de los integrantes del mismo.

Toda vez que una persona por medio del aprendizaje asume las habilidades y modelos mentales de su interlocutor, los asimila en el marco de sus propios esquemas de pensamiento, decodificando las conversaciones según sus propios valores, dándoles otro significado. En esta instancia, la persona enriquece y amplía los conocimientos recibidos, poniéndolos en práctica de un modo novedoso, creando nuevo conocimiento, que puede ser el punto de partida de una mejor definición del proyecto que está elaborando.



5. Descripción de las Actividades

Para el presente trabajo se realizó una actividad de campo en algunas ciudades del sur de la provincia de Santa Fe. La finalidad fue lograr la interacción entre las empresas radicadas en dichas localidades, los posibles emprendedores y la Facultad de Ciencias Económicas y Estadística de la Universidad Nacional de Rosario.

Se tomaron como beneficiarios directos a la población económicamente activa de las ciudades donde se llevaron a cabo las actividades de capacitación y su zona de influencia. También se consideran beneficiarios, a los efectos de este trabajo, aquellos emprendimientos en desarrollo que podrán mejorar su posicionamiento en el mercado, como así mismo los organismos municipales que se relacionan directamente con las diferentes actividades de los emprendedores de su municipio.

Se reconocen como beneficiarios indirectos a todas las empresas instaladas en la ciudades y su zona de influencia, ya que es posible aprovechar la ventajas de contar con emprendimientos locales que se integren a la cadena de valor de su industria.

5.1. Alcance

Las actividades tuvieron como objetivo difundir la importancia del emprendedorismo, y más específicamente su ubicación, dentro del ámbito académico y la posibilidad de desarrollar una vinculación con la sociedad que permitió la capacitación en el área de emprendedorismo, desarrollando planes de negocios a partir de las ideas de cada uno de los actores intervinientes.

Objetivos Generales: Explorar las condiciones del contexto y analizarlas en función de la futura generación de emprendimientos a través de la implementación de los cursos de acción a desarrollar

Objetivos Específicos:

1. Producir una evaluación del Contexto General y de las empresas instaladas en la región. Elaborar un mapeo de los emprendimientos y su grado de evolución.
2. Indagar las posibilidades de generar emprendimientos que satisfagan necesidades de los sectores productivos de la región.
3. Fomentar la puesta en marcha de proyectos productivos o de servicios.
4. Promover una mejor inserción futura de las personas, al mercado laboral a través de la generación de emprendimientos productivos.

6. Conclusiones

El emprendedurismo como nueva concepción de la actividad económica, fomenta el desarrollo local, permitiendo la inserción de múltiples actores con potencialidades innovadoras, creativas, formando empresas, ofreciendo un valor positivo para la sociedad, especialmente la sociedad local, generando empleo sostenible en el tiempo y fortaleciendo así a la comunidad. El emprendedorismo crea un futuro y lo transforma.



La Universidad puede asumir un rol fundamental en la generación de emprendedores a través de la capacitación.

En los Ciclos de capacitación que se desarrollaron se expusieron temas referidos a los distintos aspectos de la gestión de un emprendimiento: El planteo de nuevas ideas de negocio, brainstorming, detectando nuevas tendencias y oportunidades. Contemplar cuáles son las tecnologías al servicio del emprendedor para potenciar el emprendimiento. Imagen y marketing. Estrategias de negocio basadas en lograr diferenciación. Definir misión, visión y valores. Menú ejecutivo y Plan de negocios. Exposición de las alternativas de financiamiento. Plan financiero y capital de riesgo.

La vinculación de la Universidad con el medio es muy importante para el logro del objetivo de desarrollar la cultura emprendedora y en esto es importante destacar que a partir de los Proyectos de Vinculación de la Secretaría de Vinculación Tecnológica y Desarrollo Productivo de la Universidad Nacional de Rosario, se logra una articulación entre el ámbito académico y la sociedad en su conjunto.

La experiencia genera una sinergia positiva que contribuye a incorporar los aprendizajes que brindan estas articulaciones. El contacto directo con los emprendedores y con la gestión que llevan adelante las distintas dependencias municipales, nos brinda una visión de la práctica misma y de las necesidades con que los emprendedores llegan a la misma. A partir de esto, consideramos logrado el objetivo propuesto en estos Proyectos de Vinculación Inclusiva.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FORMICHELLA, M. (2004). "El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". INTA.

NONAKA, I. y TAKEUCHI, H. (1999). "La organización creadora de conocimiento". Oxford Referencia Bibliográfica

FUENTES

<http://unimooc.com/es-importante-promover-la-cultura-emprendedora-en-la-educacion/> Consultado el 27/10/2015

Alcaraz Rodríguez, Rafael. *El Emprendedor de éxito*. 2da Edición 1997. Mc Graw Hill.
Casacuberta Sevilla, David, "Creación colectiva", España, Editorial Gedisa, 2002.

Coque Martínez, Jorge. Manual de Creación y gestión de empresas de inserción social. Universidad de Oviedo. 2000

Genescá, Enric. Creación de Empresas. Entrepreneurship. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions. 2003

Schumpeter, Joseph. *Capitalismo, socialismo y democracia*. 1996 Ediciones Folio Barcelona