

# 1er Campamento de Emprendimiento

## UNIMAR Experiencia Educativa en Emprendimiento: Fomentando la Cultura Emprendedora

**Hugo Ceballos G.**

**Jorge Dorado G.**

Grupo de investigación Élite Empresarial

Unidad de Emprendimiento

Administración de Negocios Internacionales



Desarrollo de Idea de Negocio.

**E**l objetivo del desarrollo del Campamento de emprendimiento, como experiencia educativa, ha sido promover un espacio práctico en el cual los estudiantes de los diferentes programas que realizan los cursos de Emprendimiento, atendiendo al eje transversal promovido desde la Unidad de Emprendimiento, dinamicen la importancia de la formación de una cultura emprendedora dentro del ámbito educativo de la institución, para lo cual se debía llevar a cabo un trabajo grupal interdisciplinario de las diferentes etapas del plan de empresa que el emprendedor tiene en cuenta en el momento de poner en marcha su negocio.

En este trabajo se analiza la participación activa en el planteamiento creativo y desarrollo de una idea de negocio, como alternativa de solución a un caso problema, destacando el importante desafío que tienen la Unidad de Emprendimiento y la institución educativa en desarrollar programas en los cuales los estudiantes puedan contar con herramientas que les sirvan a la hora de emprender su propio negocio en un mercado regional altamente competitivo.

Se observa que antes de esta práctica, la mayoría de los estudiantes reconocieron la importancia de la experiencia de emprendimiento dentro de su formación profesional en su carrera universitaria y su deseo de continuar con su proyecto de empresa.

### 1. Introducción

La realidad actual del mercado laboral en nuestro país es preocupante, perdiendo terreno en casi todos los sectores productivos. Cada año el índice de desempleo tiende a aumentar, y ante la falta de oportunidades de empleo formal y bien remunerado a los jóvenes les es cada día más difícil obtener un trabajo estable. Por ello, la sociedad actual demanda emprendedores que realicen proyectos de empresas con alto componente de innovación exitoso que contribuya al desarrollo y dinamismo empresarial regional y a la generación de empleos.

Un modelo educativo que posibilite ser competitivo en ambientes globales, deberá contener por lo menos los siguientes elementos: una filosofía institucional integradora, un enfoque curricular por competencias, un modelo pedagógico innovador con didácticas activas y un perfil profesional coherente con las necesidades de desarrollo de la sociedad. Por esta razón, desde la Unidad de Emprendimiento de la Universidad Mariana se tiene al aprendizaje colaborativo, como herramienta fundamental pedagógica de enseñanza del emprendimiento, que permite promover el desarrollo de la competencia emprendedora en todas las profesiones, oficios y disciplinas, no necesariamente asociados a las Ciencias económicas y administrativas. Desde la perspectiva formativa la universidad puede contribuir a potenciar las competencias para emprender, tales como: tomar decisiones manejando el riesgo, negociar y organizar redes de relación, tener iniciativa y creatividad, flexibilidad, pensamiento relacional, entendimiento global, integridad personal y autonomía para pensar.

El desarrollo de espacios de formación de emprendedores es una función vital de la universidad y el eje transversal de la cátedra de Emprendimiento, y debe convertirse en el motor del proceso de aprendizaje del estudiante como futuro emprendedor. Actualmente, en los ámbitos nacional y regional existe un gran interés por generar alternativas de solución a la problemática de la creación de empresas, por su consideración como una alternativa al desempleo y como oportunidad de autoempleo. El fomento de la cultura emprendedora en el ambiente universitario cobra una importancia en la política empresarial de todos los organismos relacionados con el desarrollo económico y social de los países y las regiones. Distintos investigadores han estudiado el efecto del emprendimiento en las universidades, destacando el papel que éstas tienen como generadoras de nuevos proyectos empresariales.

El aumento en la actividad empresarial en las universidades se ha acompañado también de un incremento de estudios científicos que abordan el tema de la problemática de la creación de empresas por estudiantes universitarios (Cano, García y Gea, 2003). La mayor parte de los problemas que poseen los emprendedores tienen relación con la poca disponibilidad de recursos que son necesarios para lograr llevar a cabo su idea de negocio, con el escaso interés que despierta la oportunidad de emprender y con la falta de conocimientos prácticos para emprender un negocio.

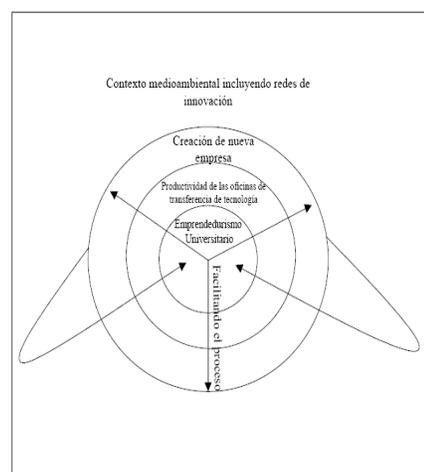
Dada esta situación, se decidió desarrollar el Primer Campamento de Emprendimiento los días 6 y 7 de noviembre de 2013, en el cual los estudiantes participaron integralmente de diferentes actividades por medio de las cuales se trabajó las distintas etapas del Plan de empresa que el emprendedor tiene en cuenta en el momento de poner en marcha su negocio, con el propósito de que descubran oportunidades de emprender su idea de negocio y desarrollen competencias emprendedoras que pueden generar un impacto positivo en la sociedad.

## 2. Referentes Teóricos

### 2.1 Universidad Emprendedora

En estas últimas décadas en que han aumentado las investigaciones sobre emprendimiento, autores como Etzkowitz (1998) introducen la expresión “emprededurismo universitario”, para representar los casos en los cuales las instituciones universitarias son uno de los elementos claves para el desarrollo empresarial local. La universidad debe proyectarse como una organización emprendedora con un estilo de gestión corporativa que desarrolle iniciativas empresariales, y que actúe como incubadora de los proyectos de sus estudiantes.

Blenker, Dreisler, Faergemann y Kjeldsen (2006) acuñan el término de “universidades modernas”, refiriéndose a aquellas que priorizan la generación de conocimiento como su elemento misional, y lo enlazan con la formación y la investigación aplicada. Por su parte Rothermael (2007, citado por Ruíz, Cabeza y Briano 2012, p. 147) señala el emprendimiento universitario fundamentado en la innovación, como el elemento dinamizador de la creatividad estudiantil (ver Figura 1) y es por ello que cuando las universidades apoyan e incentivan el emprendimiento, pueden transformar el conocimiento y ser partícipes de la creación de nuevas organizaciones.



Fuente: (Rothermael et al., 2007: 707)

Figura 1. Marco conceptual del emprendedurismo académico.

Fuente: Rothermael (2007, p. 707).

En concreto, el papel de las universidades debe ser de formación y educación de personas con un espíritu emprendedor, de manera que al finalizar sus estudios universitarios, creen empresas, generen empleo y contribuyan al desarrollo regional. Por ello, uno de sus principales objetivos estratégicos ha de estar enfocado a formar y fomentar el espíritu empresarial. Por esta razón el Campamento de emprendimiento se constituye en un evento dinamizador del conocimiento y una herramienta para desarrollar cultura emprendedora al interior de la Universidad, impulsando el desarrollo de eventos de capacitación y formación, en donde sus estudiantes desplieguen competencias emprendedoras, las cuales suponen que el estudiante sea capaz de imaginar, iniciar, desarrollar y evaluar acciones o proyectos individuales o colectivos con creatividad, confianza, responsabilidad y sentido crítico.

El Primer Campamento de Emprendimiento Unimar tuvo como objetivo fundamental propiciar un espacio de encuentro interdisciplinar en el que los estudiantes desarrollaron por medio de una metodología activa del aprendizaje, su propia idea de empresa, aprendiendo a responder adecuadamente a situaciones y problemáticas concretas que pudieran tener en cada etapa del proyecto. Así, recibían previamente una capacitación para realizar cada actividad; después planteaban y desarrollaban su propio proyecto en grupos. Finalmente, presentaban su proyecto de idea de negocio, preferiblemente con un prototipo de bien o servicio, y hacían una exposición.

## 3. Metodología

Nuestra institución, desde su estrategia de transversalización, tiene dentro de sus objetivos impulsar la innovación y el emprendimiento en Nariño, buscando sensibilizar y capacitar a los estudiantes de todos los programas para que perfilen su proyecto de vida con una actitud emprendedora, logrando mejorar y optimizar sus ideas, sus iniciativas empresariales y su desarrollo personal, social y económico, contribuyendo al desarrollo sostenible y social para la región.

Consecuente con esto la Unidad de Emprendimiento llevó a cabo los días 6 y 7 de noviembre del 2013 el Primer Campamento de Emprendimiento de la Universidad Mariana con el apoyo institu-

cional del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, de Confe-camaras y la Red regional de emprendimiento. Esta actividad, que se integra al eje de transversalización del emprendimiento, busca fomentar el desarrollo de una cultura emprendedora en los perfiles de los diferentes programas y de manera articulada entre las diferentes disciplinas de la Universidad Mariana.

La metodología aplicada se centró en el modelo Canvas, el cual permitió dinamizar y optimizar las actividades del campamento, para lo cual se capacitó a 23 docentes orientadores, quienes efectuaron los talleres con equipos de emprendedores de diferentes disciplinas, correspondiendo a cada uno, un equipo de 20 jóvenes, para desarrollar emprendimiento en general, emprendimiento empresarial y emprendimiento cultural y artístico.

Hubo cuatro casos que podrían ser fuente de generación de ideas de negocios, los cuales fueron tomados de las necesidades, oportunidades o problemas del contexto de Nariño. Cada equipo debía proponer emprendimientos empresariales que garantizarían una solución creativa e innovadora para lograr el bienestar en la región, de tal manera que el aporte interdisciplinario permitiera lograr un proyecto fortalecido desde diferentes campos del conocimiento. Los jóvenes emprendedores participantes pertenecían a diferentes programas de la Universidad, entre ellos: Administración de Negocios Internacionales, Ingeniería Ambiental, Psicología, Enfermería, Fisioterapia, Terapia Ocupacional, Radiología y Contaduría Pública.

El apoyo del Cuerpo de Bomberos de Pasto y de los Boy Scouts de Colombia fue definitivo, puesto que permitió desarrollar una ambientación propia de un campamento. Las actividades de los scouts durante su apoyo al campamento pueden ser resumidas en la presentación general del Movimiento (Fundador, historia, señales, saludo); la formación de patrullas de 8 jóvenes cada uno, con su correspondiente nombre, grito, pintura y juegos.

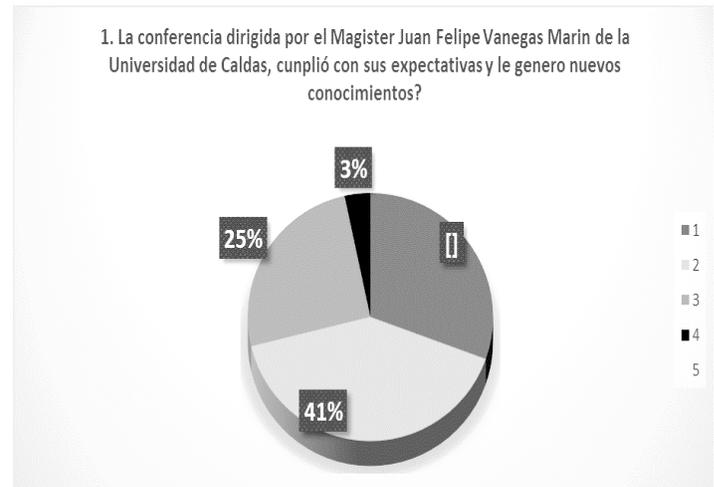
El evento, en su propósito académico, buscaba que sus participantes vivieran, demostraran y se apropiaran de una cultura emprendedora y de creación de empresa, a través de la realización de diferentes actividades que permitieron que nuestros emprendedores se formen como jóvenes dinamizadores del cambio en nuestra región y en Colombia.

La agenda desarrollada inició con la intervención del conferencista Magister Juan Felipe Vanegas Marín de la Universidad de Caldas, quien hizo su disertación sobre el tema Creatividad e innovación para emprendedores, cuyo propósito estaba dirigido a motivar e interesar a los estudiantes a participar activamente en el campo del emprendimiento empresarial.

La actividad del segundo día comenzó con la presentación de la agenda a desarrollar y la organización de los diferentes equipos, quienes debían a lo largo de toda la jornada, trabajar las etapas de emprendimiento empresarial, emprendimiento general y emprendimiento cultural y artístico.

#### 4. Principales resultados y conclusiones

Al evento se inscribieron 480 estudiantes de los programas de Administración, Ingeniería, Psicología, Trabajo Social, Enfermería, Fisioterapia y Terapia Ocupacional, quienes participaron de la conferencia sobre el tema Creatividad e innovación para emprendedores respecto de la cual manifestaron en un 41% que el conferencista cumplió de manera sobresaliente con las expectativas generadas de su intervención; un 31% opinó que su participación fue excelente y el 25% restante calificó como buena la intervención.



Este resultado permite evidenciar la importancia de mantener a los estudiantes actualizados y motivados frente al desarrollo de una cultura emprendedora, garantizando el resultado de las actividades académicas dentro de los cursos de formación y las programadas de manera independiente como lo es el I Campamento de Emprendimiento.

Frente a los resultados generales de la conformación de grupos para el desarrollo de un trabajo interdisciplinar, los participantes valoraron en un 52% como sobresaliente esta estrategia de trabajo en grupo, y el 41% la valoró como buena.



La transversalidad es una estrategia en cada una de las disciplinas de formación, sobre todo en el tema de emprendimiento, que busca el fomento del espíritu empresarial y la estructuración de nuevos proyectos empresariales. A esto se suma los eventos programados por la Unidad de Emprendimiento que han logrado articular a los programas en búsqueda del desarrollo de una cultura de emprendimiento, en especial, este primer encuentro de nuestros estudiantes a través del I Campamento de Emprendimiento, que les ha permitido manifestar su interés por trabajar

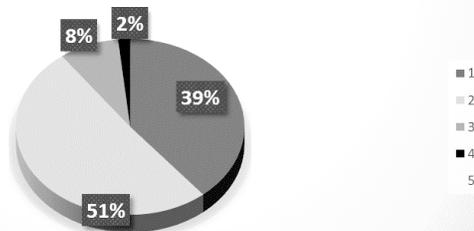
en la generación de una verdadera cultura de emprendimiento, como se demuestra en estos resultados.



Socialización Idea de Negocio.

El I Campamento de emprendimiento se constituye en una actividad piloto dirigida a identificar los intereses y actitudes de nuestros estudiantes frente a su participación en la construcción de una cultura de emprendimiento, con el apoyo y articulación entre las diferentes disciplinas de formación que involucran a los futuros profesionales responsables del desarrollo de nuestra región y nuestro país. Al indagar frente a la percepción sobre la actividad desarrollada, es interesante resaltar que para un 51% de los participantes, los resultados de este trabajo en grupo son sobresalientes; un 39% valoró el ejercicio como excelente, demostrando con esto el interés de nuestros estudiantes por este trabajo articulado e interdisciplinario.

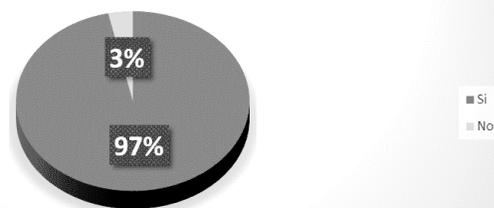
3. Que valoración hace en general al desarrollo como evento transversal de emprendimiento al primer campamento realizado en la Universidad Mariana?



Desde la responsabilidad y preocupación de la Institución por generar una verdadera cultura de emprendimiento, los resultados permiten concluir que actividades como ésta le aportan a este propósito y que es necesario seguir trabajando bajo esta orientación y dinámica, buscando aprovechar al máximo los intereses, actitudes y el valor que nuestros estudiantes le dan al emprendimiento como un instrumento de desarrollo personal y profesional.

Aunque los anteriores resultados permiten evidenciar el interés de los estudiantes sobre este tipo de propuesta de trabajo interdisciplinario, es indispensable cuestionar respecto de la participación en la realización futura de esta actividad: en un 97% afirman estar interesados en participar en un nuevo campamento, demostrando un enorme interés en actividades relacionadas con emprendimiento.

4. Si en la Universidad Mariana se programara para el año 2014 un segundo campamento en emprendimiento, usted estaría dispuesto a participar?



En cuanto al análisis de la información obtenida a partir del cuestionario administrado a los estudiantes universitarios que participaron en este proyecto, es importante resaltar el gran interés de generar en la Universidad este tipo de actividades, que les permiten descubrir y fortalecer sus competencias emprendedoras; se resalta que 69% de los participantes no había tenido una experiencia en emprendimiento en el entorno universitario, lo cual indica que la Universidad debe programar eventos que permitan motivar a los estudiantes en este campo, cumpliendo de esta manera su objetivo de lograr la pre incubación de empresa.

Respecto a la preparación percibida, los estudiantes universitarios consideran mayoritariamente que no se está destinando recursos ni tiempo suficiente para la preparación y fortalecimiento de las competencias emprendedoras y empresariales; según su criterio, el nivel es medio o bajo (41% y 35%). Además, la mayoría de la muestra ha pensado en crear su propia empresa (83%) y desarrollar el proyecto de nueva empresa realizado en esta práctica (71%). Asimismo, los estudiantes consideran que la universidad debería formar más a sus estudiantes como emprendedores (98%). Finalmente, consideran que esta práctica les ha permitido mejorar su conocimiento en temas relacionados con la creación de empresas



Participación de Juan Felipe Vanegas, Universidad de Caldas.

## 5. Conclusiones

Las universidades deben comprometerse con la formación de una cultura emprendedora en el colectivo de estudiantes con espíritu emprendedor, de tal forma que al terminar sus estudios universitarios, sean gestores de empresas y puedan generar empleo aportando al dinamismo regional.

El papel de las universidades hacia el futuro es actuar como universidades emprendedoras, facilitando espacios de formación y desarrollo de capacidades empresariales en sus estudiantes, fomentando la cultura emprendedora, disponiendo de recursos para su ejecución, estipulando una metodología que enseñe a sus estudiantes a aprender a emprender.

La articulación de las instituciones fortalecidas desde el relacionamiento y cooperación permite dinamizar proyectos emprendedores capaces de generar una cultura emprendedora en la región; es importante aunar esfuerzos y recursos en pro del bienestar de nuestros pueblos.

La capacidad de gestión de los integrantes de la Unidad de emprendimiento de la Universidad Mariana ha logrado potencializar las actividades emprendedoras y el logro de los objetivos propuestos en torno a la formación de una cultura emprendedora en Nariño.

Los resultados obtenidos en el presente campamento permitieron establecer que uno de los principales factores de éxito en emprendimiento es la interdisciplinariedad, por lo tanto es de vital importancia fortalecer las actividades que promuevan el trabajo en equipo y la articulación transversal desde diferentes disciplinas en la Universidad Mariana.

Los campamentos de emprendimiento se convierten en una fuente importante de ideas de negocios creativos e innovadores para el fortalecimiento de un banco de proyectos en la región.



Vinculación Grupo Boy Scout, Nariño.

## Referencias

Blenker, P., Dreisler, P., Færgemann, H. & Kjeldsen, J. (2006). Learning and teaching entrepreneurship: Dilemmas, Reflections and Strategies. In: Fayolle & Klandt (Eds.) *International Entrepreneurship Education. Issues and Newness*, Cheltenham, UK, Edward Elgar.

Cano, C.; García, J.; y Gea, A. (2003). *Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios*, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Almería y Consejo Social de la Universidad de Almería. España.

Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: Cognitive effects of the new university–industry linkages. *Research Policy*, 27(8), 823-833.

Ruíz, J., Cabeza, D. y Briano, G. (2012). Universidad y emprendimiento: un caso de estudio en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UGR. *Revista ReiDoCrea*, 1.

## Bibliografía

Audretsch, D. & Phillips, R. (2007). *Entrepreneurship, State Economic Development Policy, and the Entrepreneurial University*. Working paper.

Berger, B. (1991). *The culture of entrepreneurship*. San Francisco: ICS.

Breugst, N., Domurath, A., Patzelt, H. & Klaukien, A. (2012). Perceptions of Entrepreneurial Passion and Employees' Commitment to Entrepreneurial Ventures. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 1(36), 171-192.

Brockhaus, R. (1987). Entrepreneurial folklore. *Journal of Small Business Management*, 25(3), 1-6.

Busenitz, L., Gomez, C. & Spencer, J. (2000). *Country institutional profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena*. *Academy of Management Journal*, 43(5), 994-1003.

Busenitz, L., Page West, G., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions. *Journal of Management*, 29(3), 285-308.

Bygrave, W. & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(2), 13-22.

Davidsson, P. (2003). The domain of entrepreneurship research: Some suggestions. In: J. Katz, & D. Shepherd (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth. Cognitive approaches to entrepreneurship research* (pp. 315-372). Oxford: Elsevier/JAI.

Etzkowitz, H. (2003). Research groups as 'quasi-firms': The invention of the entrepreneurial university. *Research Policy*, 32(1), 109.

Friedman, J. & Silberman, J. (2003). University technology transfer: Do incentives, management, and location matter?. *The Journal of Technology Transfer*, 28(1), 17-30.