

Desarrollo de capacidades emprendedoras. Uso del Modelo de Rol

Vecchi, Carlos Adrián

carlos.vecchi@agr.unne.edu.ar

*Universidad Nacional del Nordeste, Facultad de Ciencias Agrarias.
Juan Bautista Cabral 2131 W3402 Corrientes, Provincia de Corrientes, Argentina*

Fecha de recepción: 12/06/2019

Fecha de aprobación: 16/10/2019⁷

RESUMEN

Este trabajo presenta actividades planificadas que se desarrollan dentro de la asignatura Introducción a la Ingeniería Industrial de la carrera Ingeniería Industrial de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional del Nordeste para el desarrollo de capacidades emprendedoras en sus alumnos. Estas actividades tienen por objetivo lograr la sensibilización, el desarrollo de valores y el afianzamiento de habilidades personales que permitan al alumno valorar, adquirir, poner en práctica, reforzar y consolidar capacidades y destrezas relacionadas con las competencias emprendedoras. Para lo cual, los alumnos visitan empresas reconocidas de nuestra región, de manera que se logra que el alumno tenga una aproximación a la realidad del mundo empresarial a través de estas visitas y entrevistando a los empresarios.

Palabras Claves: Modelo de Rol, Competencias emprendedoras, Desarrollo local

⁷ **Primer Premio**, categoría: Emprendedorismo e Ingeniería Industrial; XII COINI (Río Gallegos, 2019)

Development of entrepreneurial capabilities. Use of the Role Model

ABSTRACT

This work presents planned activities that are developed within the subject Introducción a la Ingeniería Industrial of the Ingeniería Industrial career of the Facultad de Ciencias Agrarias of the Universidad Nacional del Nordeste for the development of entrepreneurial skills in their students. These activities aim to achieve awareness, the development of values and the strengthening of personal skills that allow the student to assess, acquire, implement, reinforce and consolidate skills and abilities related to entrepreneurial skills. To this end, students visit recognized companies of our company, in such a way that the student has an approximation to the reality of the business world through these visits and interviewing entrepreneurs.

Keywords: Role Model, Entrepreneurial Competences, Local Development

Desenvolvimento de capacidades empresariais. Utilização do Role Model

RESUMO

Este trabalho apresenta atividades planejadas desenvolvidas no curso de Introducción a la Ingeniería Industrial da carreira de Ingeniería Industrial da Facultad de Ciencias Agrarias da Universidad Nacional del Nordeste para o desenvolvimento de habilidades empreendedoras em seus alunos. Essas atividades visam conscientizar, desenvolver valores e fortalecer habilidades pessoais que permitem ao aluno valorizar, adquirir, colocar em prática, reforçar e consolidar capacidades e habilidades relacionadas às habilidades empreendedoras. Para o qual, os estudantes visitam empresas reconhecidas em nossa região, para que o aluno tenha uma abordagem da realidade do mundo dos negócios por meio dessas visitas e entrevistas com empreendedores.

Palavras chave: Role Model, Competências empreendedoras, Desenvolvimento local

1. INTRODUCCIÓN

Resulta imprescindible el reconocimiento de las condiciones necesarias para surgimiento y consolidación de emprendedores y proyectos empresariales. Es por ello por lo que se estableció como referencia para este proyecto la definición del Sistema de Desarrollo Emprendedor (SDE) pues permite identificar el conjunto de elementos y factores que contribuyen u obstaculizan el nacimiento y desarrollo de emprendedores y de sus empresas [1].

1.1. Etapas de proceso emprendedor:

En este enfoque sistémico, el proceso emprendedor se esquematiza en tres etapas en las cuales se analizan distintos eventos, cuyas «salidas» (output) son el nacimiento de emprendedores y el nacimiento de las empresas.

Estas etapas son: a) la gestación del proyecto empresario, b) el lanzamiento de la empresa y su c) desarrollo inicial (Figura 1).

Gestación: Comienza con la motivación para emprender e incluye, además, la formación de las competencias empresariales, la identificación de la idea de negocio y la elaboración del proyecto.

Lanzamiento de la empresa: La elaboración del proyecto da paso a la decisión de emprender, y el eje central de actividades se concentra en el acceso a los recursos y su organización. Esta comienza a relacionarse comercialmente con su entorno inmediato: adquiere partes y piezas, alquila instalaciones, paga intereses, salarios e impuestos y para sostener esos gastos, vende productos y servicios.

Desarrollo inicial: Luego de la formación de la empresa, una gran parte de estas mantienen su tamaño inicial. Otras, un pequeño grupo, ingresan en una trayectoria de mayor crecimiento, que brinda un porcentaje significativo de puestos de trabajos y ventas. Algunas dejan de operar poco después de su iniciación, lo que permite que los recursos que utilizaron (capital, instalaciones y equipos, mano de obra y conocimientos gerenciales) se transfieran a otros usos. Aquí el emprendedor y sus colaboradores deben confrontar el proyecto con la realidad. Buena parte de los emprendimientos no consiguen superar esta fase.



Figura 10 Esquema del sistema de desarrollo emprendedor (SDE) [2]

1.2. Factores del desarrollo emprendedor:

El modelo también nos indica que sobre el proceso emprendedor y sus eventos inciden distintos factores que están interrelacionados entre sí, estos factores pueden agruparse, en forma simplificada, en las siguientes grandes categorías:

Condiciones socioeconómicas generales: Este factor agrupa aquellos aspectos vinculados con la estructura y dinámica socioeconómica que influyen sobre el proceso emprendedor. Elementos por considerar son el nivel de ingresos de la población y su perfil de consumo. Participan, además, variables macroeconómicas, tales como la tasa de crecimiento del PBI, los precios relativos o la tasa de inflación.

Ambiente cultural y sistema educativo: Aspectos culturales tales como la valoración social del emprendedor, las actitudes frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos de rol constituyen factores culturales que inciden sobre la formación de vocaciones para emprender. Asimismo, el sistema educativo (en sus diferentes niveles) influye sobre la cultura y sobre la formación de vocaciones y competencias para emprender de la población estudiantil.

Estructura y dinámica del sistema productivo: La estructura productiva, su perfil sectorial, regional y según tamaño de empresa inciden sobre la experiencia laboral de las personas, su acceso al conocimiento técnico y a las redes de relaciones necesarias para el emprendimiento. Se destaca el rol de las empresas como referencia / incubadoras de nuevas firmas. A su vez, la concentración regional de la industria puede ser generadora de áreas con culturas más proclives a la empresariedad y con mayor presencia de modelos de rol. Por último, la tasa de crecimiento de los distintos sectores / mercados y la magnitud de las barreras a la entrada existentes, también influyen, principalmente en el volumen y la calidad de las oportunidades para iniciar nuevas empresas y en la formación de competencias de los potenciales emprendedores.

Stock de competencias emprendedoras (aspectos personales): Esta categoría se refiere a la disponibilidad de competencias para emprender en la población (propensión a asumir riesgos, tolerancia al trabajo duro, búsqueda de lucro, capacidad de control, capacidad de organización, flexibilidad, vitalidad, habilidades sociales). Por definición, el stock de competencias incide sobre todos los eventos del proceso emprendedor. Este factor está influido a su vez por otros factores tales como la cultura y el sistema educativo, por ejemplo, o el perfil de las mismas empresas, cuyas características inciden en la formación de vocaciones y competencias para emprender.

Redes y capital social: Esta categoría se refiere a capacidad del emprendedor de establecer vínculos y contactos con otras personas, empresas y/o instituciones. La importancia de este factor para el desarrollo emprendedor es reconocida en su rol en la identificación de oportunidades y la movilización de recursos para emprender, y en el apoyo a la gestión.

Condiciones de los mercados de factores: Considera el acceso a los recursos financieros; la disponibilidad de trabajadores calificados; la oferta de servicios profesionales (contadores, consultores, etc.); el funcionamiento de los mercados de abastecimiento de materias primas y proveedores de materiales; las condiciones de la infraestructura, incluyendo la red vial, las telecomunicaciones, etc. Un adecuado funcionamiento de estos mercados es muy importante tanto para el lanzamiento de la empresa como para el desarrollo temprano de la firma.

Factores regulatorios: Esta categoría incluye el conjunto de normas y políticas públicas que inciden sobre el ambiente económico y, en particular, en la creación de empresas (impuestos, normativa de registración, de acceso a los mercados, etc.). En un sentido amplio, las regulaciones pueden afectar directa o indirectamente al conjunto de los demás factores (política educativa, industrial, de

competencia, mercado de factores, etc.). Desde esta óptica, el proceso emprendedor está inserto en contextos regulatorios que inciden sobre la formación de competencias, la existencia y acceso a las oportunidades de negocio, a los recursos y a la formalización de la empresa.

2. DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD.

Del análisis de las etapas y factores del proceso emprendedor, resulta evidente que la formación de futuros ingenieros precisa de actividades concretas para incidir sobre el stock de competencias emprendedoras y la conformación del capital social del alumno emprendedor.

2.1. Breve descripción de la actividad.

Este proyecto se desarrolla dentro de la asignatura Introducción a la Ingeniería Industrial de la carrera Ingeniería Industrial de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional del Nordeste. El proyecto implica realizar actividades de sensibilización, de desarrollo de valores y de afianzamiento de habilidades personales que permitan al alumno valorar, adquirir, poner en práctica, reforzar y consolidar capacidades y destrezas relacionadas con las competencias emprendedoras. Para lo cual, los alumnos visitan empresas reconocidas de la región, de manera que se logra que el alumno tenga una aproximación a la realidad del mundo empresarial a través de estas visitas.

Las empresas son seleccionadas luego de una entrevista que se realiza al titular del emprendimiento, de manera de evaluar si el emprendedor resulta un modelo válido para transmitir experiencia a los alumnos.

Las visitas posibilitarán analizar cada área que constituye la empresa y las funciones que desarrollan los emprendedores. También se busca que contacten de manera directa con estrategias, problemas, expectativas y realidades del empresario local. Esto favorece que el alumno reflexione sobre las características y elementos que constituyen una empresa y sus desafíos.

Desde lo metodológico, en un primer momento, se facilitará a los alumnos un breve esquema con información útil de la empresa que se visita. En el transcurso de la actividad mediante observación y a través de entrevistas o preguntas de los alumnos al personal de la empresa y sus propietarios, se recopilará la información necesaria para establecer unas conclusiones de utilidad en la elaboración del proyecto de cada grupo, realizando aportes y comentarios sobre mejoras que se puedan desarrollar en la organización y el proceso productivo. Para finalizar se realizará una puesta en común de manera que cada grupo exponga lo trabajado en equipo, así como las vivencias personales durante el desarrollo de la actividad.

Es importante, además reconocer al empresario/empresa participante, esta es una manera que permite que la actividad cobre trascendencia y posibilita que otros emprendedores/empresarios imiten esta acción dando continuidad en el tiempo. En este caso el reconocimiento es otorgado por la propia Facultad de Ciencias Agrarias de la UNNE.

2.2. Destinatarios:

Esta actividad está destinada a los estudiantes regulares de la asignatura Introducción a la Ingeniería Industrial de 1er año de la carrera de Ingeniería de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNNE.

2.3. Objetivos didácticos.

Objetivos ligados al desarrollo de conocimientos. Que el alumno logre acercarse a aplicaciones prácticas de conceptos de gestión de empresas como administración, producción y ventas.

Objetivos ligados al desarrollo de habilidades. Que el alumno desarrolle las habilidades de trabajar en equipo, planificar, buscar información, desarrollar espíritu crítico y comunicarse entre otras.

Objetivos ligados al desarrollo de actitudes. Que el alumno desarrolle actitudes como responsabilidad y compromiso.

2.4. Conocimientos mínimos requeridos por el estudiante.

Se precisan las habilidades que dispone un alumno regular de 1er año recién ingresado a la Universidad.

2.5. Planificación de la actividad

Listado de materiales y equipos necesarios: Se precisan los materiales habituales para el desarrollo de las clases de Introducción a la Ingeniería Industrial, pizarra blanca y marcadores adecuados y notebook y proyector.

Duración total de la actividad: 10 horas.

Cronograma de las clases (actividades y tiempo asignado):

Clase N.º 8/16 del dictado: se realiza la presentación del caso, la empresa, sus procesos y productos en el aula habitual con una duración de 4 horas aproximadamente.

Clase N.º 9/16 del dictado: se realiza la visita a la empresa seleccionada, recorrida de las instalaciones, preguntas a los empresarios y empleados, con una duración entre 2 y 3 horas.

Clase N.º 10/16 del dictado: se realiza el cierre del caso. Cada grupo presenta su informe y brinda sus conclusiones sobre el caso estudiado. Se realizan las conclusiones con una duración de 4 horas aproximadamente.

Docentes Intervinientes: Profesor Titular de la cátedra de Introducción a la Ingeniería Industrial Ing. Carlos Vecchi.

Necesidades logísticas especiales: Cuando la visita se realiza a una empresa localizada fuera de la ciudad de Corrientes, se debe gestionar el ómnibus de la Facultad para agilizar el traslado de todo el grupo.

3. AUTOEVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD.

La evaluación de la actividad se realiza considerando: grado de participación de los alumnos en cada etapa y el informe que cada grupo de alumnos presenta. Para lo cual se considera la utilización de la siguiente tabla para cuantificar el análisis (Tabla 1).

Tabla 1 *Criterios para evaluación de la actividad.*

	Objetivo:	Puntaje
1	Los alumnos comprenden conceptos de gestión de empresas como administración, producción y ventas.	Máximo 20 p.
2	Los alumnos trabajaron en equipo y se comunicaron entre sí.	Máximo 20 p.
3	Los alumnos buscaron y analizaron la información.	Máximo 20 p.
4	Los alumnos desarrollaron espíritu crítico para el trabajo.	Máximo 20 p.
5	Los alumnos demostraron responsabilidad y compromiso para el trabajo	Máximo 20 p.
Total		Máximo 100 p.

Escala considerada:**Punto 1.**

- a.** Se verifica que más de los 70 % de los trabajos presentados explican claramente los procesos administrativos y productivos, la tecnología empleada, los productos y su gestión comercial. Puntaje: Entre 16 y 20 puntos.
- b.** Se verifica que entre el 50 y el 69 % de los trabajos presentados explican claramente los procesos administrativos y productivos, la tecnología empleada, los productos y su gestión comercial. Puntaje: Entre 11 y 15 puntos.
- c.** Se verifica que entre el 35 y el 49 % de los trabajos presentados explican claramente los procesos administrativos y productivos, la tecnología empleada, los productos y su gestión comercial. Puntaje: Entre 5 y 10 puntos.
- d.** Se verifica que entre el 0 y el 34 % de los trabajos presentados explican claramente los procesos administrativos y productivos, la tecnología empleada, los productos y su gestión comercial. Puntaje: Entre 0 y 4 puntos.

Punto 2.

- a.** Se verifica que en más de un 70%, los grupos se conformaron y trabajaron sin inconvenientes. Existiendo acciones de comunicación y coordinación interna para desarrollar las actividades, preparar las preguntas, realizar y presentar el informe final. Puntaje: Entre 16 y 20 puntos.
- b.** Se verifica que entre el 50 y el 69 %, los grupos se conformaron y trabajaron sin inconvenientes. Existiendo acciones de comunicación y coordinación interna para desarrollar las actividades, preparar las preguntas, realizar y presentar el informe final. Puntaje: Entre 11 y 15 puntos.
- c.** Se verifica que entre el 35 y el 49 %, los grupos se conformaron y trabajaron sin inconvenientes. Existiendo acciones de comunicación y coordinación interna para desarrollar las actividades, preparar las preguntas, realizar y presentar el informe final. Puntaje: Entre 5 y 10 puntos.
- d.** Se verifica que entre el 1 y el 34 %, los grupos se conformaron y trabajaron sin inconvenientes. Existiendo acciones de comunicación y coordinación interna para desarrollar las actividades, preparar las preguntas, realizar y presentar el informe final. Puntaje: Entre 0 y 4 puntos.

Punto 3:

- a.** Se verifica que en más de un 70%, los grupos realizaron preguntas en la jornada de visita, investigaron sobre la empresa y sus procesos. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 16 y 20 puntos.

- b.** Se verifica que entre el 50 y el 69 %, los grupos realizaron preguntas en la jornada de visita, investigaron sobre la empresa y sus procesos. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 11 y 15 puntos.
- c.** Se verifica que entre el 35 y el 49 %, los grupos realizaron preguntas en la jornada de visita, investigaron sobre la empresa y sus procesos. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 5 y 10 puntos.
- d.** Se verifica que entre el 1 y el 34 %, los grupos realizaron preguntas en la jornada de visita, investigaron sobre la empresa y sus procesos. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 0 y 4 puntos.

Punto 4:

- a.** Se verifica que en más de un 70 en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos realizaron observaciones y/o preguntas que planteaban puntos de vistas y/o aspectos alternativos sobre la cuestión que se está tratando. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 16 y 20 puntos.
- b.** Se verifica que entre el 50 y el 69 % en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos realizaron observaciones y/o preguntas que planteaban puntos de vistas y/o aspectos alternativos sobre la cuestión que se está tratando. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 11 y 15 puntos.
- c.** Se verifica que entre el 35 y el 49 % en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos realizaron observaciones y/o preguntas que planteaban puntos de vistas y/o aspectos alternativos sobre la cuestión que se está tratando. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 5 y 10 puntos.
- d.** Se verifica que entre el 1 y el 34 % en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos realizaron observaciones y/o preguntas que planteaban puntos de vistas y/o aspectos alternativos sobre la cuestión que se está tratando. Existiendo presentación de antecedentes con preguntas fundamentadas y apropiadas. Puntaje: Entre 0 y 4 puntos.

Punto 5:

- a.** Se verifica que en más de un 70% los grupos y sus integrantes respetaron las fechas establecidas, el formato de presentación, la asistencia y el comportamiento en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos. También el cumplimiento de las normas de seguridad en la empresa. No siendo preciso realizar llamados de atención. Puntaje: Entre 16 y 20 puntos.
- b.** Se verifica que entre el 50 y el 69 % los grupos y sus integrantes respetaron las fechas establecidas, el formato de presentación, la asistencia y el comportamiento en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos. También el cumplimiento de las normas de seguridad en la empresa. No siendo preciso realizar llamados de atención. Puntaje: Entre 11 y 15 puntos.
- c.** Se verifica que entre el 35 y el 49 % los grupos y sus integrantes respetaron las fechas establecidas, el formato de presentación, la asistencia y el comportamiento en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos. También el cumplimiento de las normas de seguridad en la empresa. No siendo preciso realizar llamados de atención. Puntaje: Entre 5 y 10 puntos.
- d.** Se verifica que entre el 1 y el 34 % los grupos y sus integrantes respetaron las fechas establecidas, el formato de presentación, la asistencia y el comportamiento en la visita a la empresa y/o en la presentación final los grupos. También el cumplimiento de las normas de

seguridad en la empresa. No siendo preciso realizar llamados de atención. Puntaje: Entre 0 y 4 puntos.

4. EVALUACIÓN DEL EMPRESARIO CONSIDERADO.

A continuación, se presenta un detalle de las preguntas a realizar a los/as emprendedores/as para evaluar su adecuación tanto al eje temático (objetivos de conocimientos) como a las características del modelo de rol (objetivos de habilidades y actitudes).

Preguntas para la evaluación: se presenta a continuación el listado de preguntas sugerido de preguntas.

1. ¿Cuál es el origen de su empresa? ¿Qué lo llevo a establecerla?
2. ¿Cuáles son los procesos productivos y/o de servicios que su empresa desarrolla?
3. ¿Cuáles son las características que considera permiten a su empresa destacarse en el mercado?
4. ¿Cómo gestiona la Administración de su empresa?
5. ¿Cuáles son sus los factores/atributos personales que destaca?
6. ¿Cuáles son sus motivaciones personales?

Criterios para evaluación: criterios para evaluar las habilidades comunicativas de los/as emprendedores/as a entrevistar.

- a. Utilización de vocabulario coloquial y técnico.
- b. Capacidad de síntesis.
- c. Tono de voz claro y audible.
- d. Lenguaje corporal.
- e. Capacidad de entretener

5. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan fotografía de la actividad ejecutada en la empresa OFICINA DE JUGUETES de la ciudad de Corrientes.



Figura 11 Fotografía de la entrevista a empresa OFICINA DE JUGUETES.

También se presenta el reconocimiento otorgado por la Facultad a la Empresa MELMIX por la participación en estas actividades:

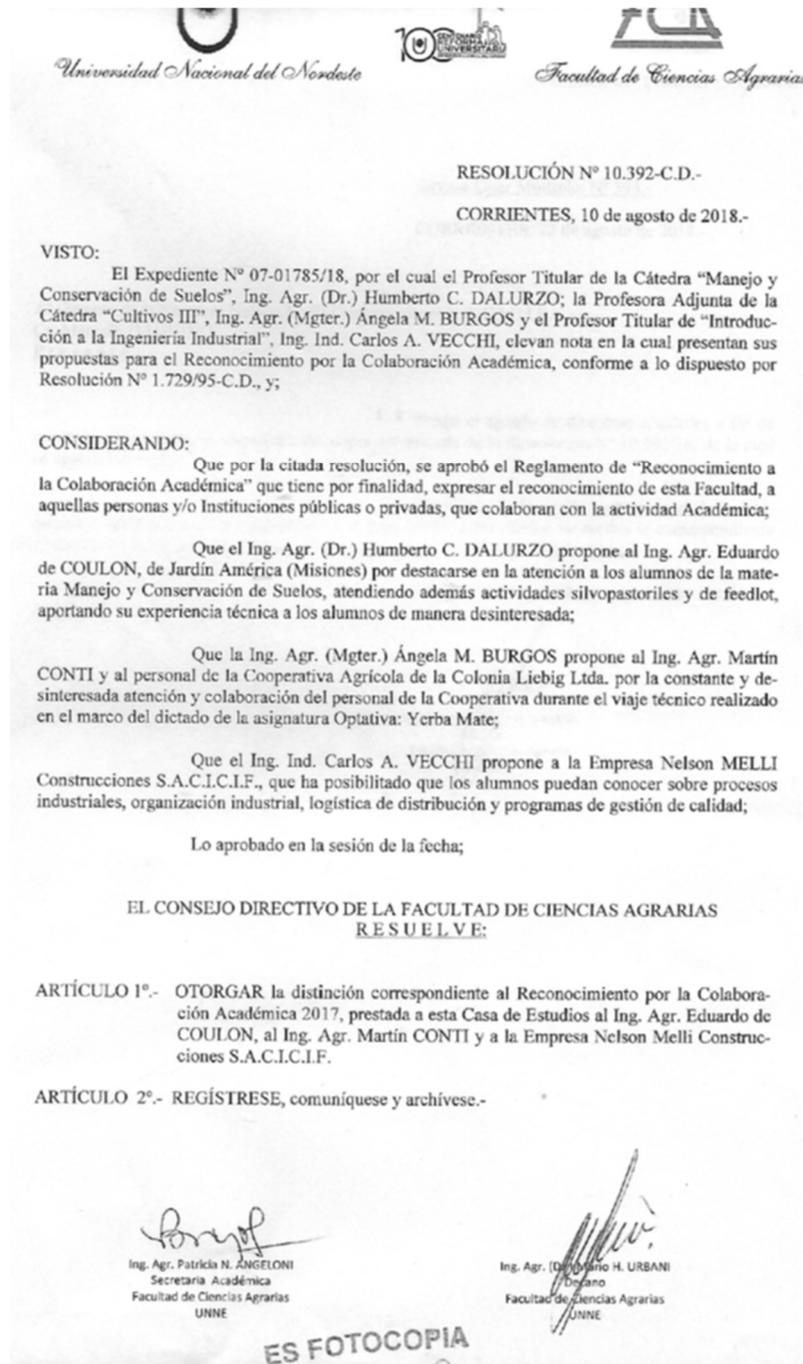


Figura 12 Reconocimiento otorgado a empresa local MELMIX por participar de estas actividades

Agradecimientos

Esta actividad puede ser llevada adelante por el apoyo de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNNE, de la Diseñadora Industrial Constanza Lorenzo y la empresa MELMIX. Un reconocimiento especial a la Bioquímica Valeria Paula Capuano por el acompañamiento permanente.

REFERENCIAS

[1] KANTIS, HUGO. (2004) Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional. Capítulo 1. Un enfoque sistémico de la creación de empresas. Disponible en: <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/442/Desarrollo%20emprendedor.pdf?sequence> Acceso: 19/08/2019.

[2] JICA. AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DEL JAPÓN. (2003). Estudio en el área del desarrollo empresarial en la republica argentina la creación de empresas en la argentina y su entorno institucional. Informe Final. Disponible en: https://prodem.ungs.edu.ar/publicaciones_prodem/estudio-en-el-area-del-desarrollo-empresarial-en-la-republica-argentina-la-creacion-de-empresas-en-la-argentina-y-su-entorno-institucional/ Acceso: 19/08/2019.