

Modelo innovador para la enseñanza del emprendimiento: Un enfoque desde las soluciones empresariales

Innovative model for teaching entrepreneurship: An approach from business solutions

Adriana Mosquera Carrascal¹, Ramón Armando Bayona Trillos²
Damaris Vergel Quintero³

¹ Grupo de investigación GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia,
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5993-1529>, Email: amosquerac@ufpso.edu.co

² Grupo de investigación GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia,
Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4894-7255>, Email: rabayonat@ufpso.edu.co

³ Grupo de investigación GIDSE, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Colombia,
Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-9273-229X>, Email: dvergelq@ufpso.edu.co

Cómo citar: Mosquera - Carrascal, A. & Bayona – Trillos, R.A. & Vergel – Quintero, D. (2022). Modelo innovador para la enseñanza del emprendimiento: Un enfoque desde las soluciones empresariales. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 17(17), 10–24. <https://doi.org/10.22463/24221783.3697>

Recibido: 7 de Marzo de 2022 / **Aprobado:** 27 de Mayo de 2022

Resumen

El objetivo principal de la ponencia es presentar los resultados de investigación del Plan Formador de Competencias Empresariales realizada específicamente en la actividad Reto Empresarial, cuyo propósito es impulsar el desarrollo de habilidades, competencias y destrezas de los estudiantes del décimo semestre del programa de Administración de Empresas, para dar solución en corto tiempo a un reto empresarial y vivencial propuesto. Por ello, se acude a la metodología de casos, la cual ofrece la oportunidad a los participantes de interactuar con situaciones determinadas, derivadas de la comprensión de las organizaciones y de sus diferentes variables, desarrollando destrezas para enfrentar ese tipo de realidades. Los resultados evidencian que los estudiantes desarrollan competencias empresariales al aportar soluciones en correspondencia a dinámicas particulares, donde el conocimiento general toma vida y que por lo tanto, dichas soluciones no son infalibles y mucho menos son absolutas. Se concluye que la estrategia pedagógica fundamenta la formación de este tipo de competencias en los estudiantes fortaleciendo un contexto de habilidades blandas, donde el estudiante desarrolla capacidad de toma de decisiones, liderazgo y trabajo en equipo.

Palabras Clave: Aporte de soluciones empresariales, Competencias Empresariales, Estrategia Pedagógica, Plan Formador, Reto Empresarial.

Abstract

The main objective of the paper is to present the research results of the Business Skills Training Plan carried out specifically in the Business Challenge activity, whose purpose is to promote the development of skills, competencies and skills of the students of the tenth semester of the Business Administration program, to provide a solution in a short time to a proposed business and experiential challenge. For this reason, the case methodology is used, which offers the opportunity to the participants to interact with certain situations, derived from the understanding of the organizations and their different variables, developing skills to face this type of realities. The results show that students develop business skills by providing solutions in correspondence to dynamics, where general knowledge comes to life and that, therefore, these solutions are not infallible, much less absolute. It is concluded that the pedagogical strategy bases the formation of this type of competences in



*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: josalcedo@unisalle.edu.co

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Artículo bajo licencia CC BY-NC (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

the students, strengthening a context of soft skills, where the student develops decision-making capacity, leadership and teamwork.

Keywords: Contribution of business solutions, Business Competences, Pedagogical Strategy, Training Plan, Business Challenge

1. Introducción

El programa de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, a partir del año 2016, implementa la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales con el objetivo de lograr que sus estudiantes desarrollen una serie específica, planificada y organizada de actividades correspondientes a la didáctica en congruencia con el modelo pedagógico constructivista social con el propósito de desarrollar fortalecer y potencializar sus habilidades y técnicas vinculadas al emprendimiento como una condición infaltable en el Administrador de empresas (Vergel, Mosquera, & Verjel, 2017). En esta estrategia se trabajan una serie de actividades puntuales dentro de los microcurrículos de las materias seleccionadas para tal fin.

Una de las asignaturas elegida es Casos Empresariales que pertenece al X semestre, donde se efectúa la actividad Reto Empresarial, desde el II semestre del año 2018, la cual tiene como objetivo principal impulsar el desarrollo de habilidades, competencias y destrezas de los estudiantes para dar solución en corto tiempo a un reto empresarial y vivencial propuesto. Así mismo pretende desarrollar y fortalecer las competencias de los estudiantes en el análisis y toma de decisiones gerenciales a través de la metodología de caso.

En sintonía a lo anterior, en la presente investigación se busca presentar una descripción detallada del desarrollo de la actividad Reto Empresarial, para lo cual se hizo necesario acudir a la consulta de fuentes secundarias de

información, como son los informes de gestión semestrales elaborados por el coordinador de la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales, donde se encontró consignado toda la información relacionada con la actividad Reto Empresarial.

2. Marco Teórico

Dentro del sustento teórico, se encuentra la Teoría de Jean Piaget, quien contribuyó con aportes a la como la importancia de sincronizar las prácticas sensoriales con las motoras, que permite la mejor interpretación de la realidad, condición que favorece el proceso de desarrollo cognitivo superior; así mismo, otorga importancia porque permite comprender la manifestación lingüística como expresión, que enuncia variación y cambios, conlleva al raciocinio sensato hacia ordenamientos complejos, debido a que de los intercambios comunicativos derivan el desarrollo de las estructuras cognitivas; también opina que es necesario priorizar las tareas de aprendizaje que propician cambios en sus esquemas cognitivos, sin perder de vista los nexos afectivos debido a que supeditan la conducta (Barreto, Gutiérrez, Pinilla, & Parra, 2006).

Otra teoría significativa es la denominada “Teoría de Lev Semyonovich Vigotsky”, siendo lo contribución más significativa de Vigotsky la referida a la importancia del lenguaje, los vocablos y las distintas maneras del discurso, en correspondencia a que son materiales psicológicos fundamentales, que realizan mediaciones, suministran y rejuvenecen la acción intelectual o mental. El autor considera que el sistema educativo debe proyectar la

formación hacia el futuro para asegure el desarrollo del potencial, por lo que se hace fundamental la labor que desempeña el profesor en la transmisión de conceptos, en su tutoría y en la valoración que realiza del aprendizaje; Vigotsky considera preponderante los procesos de integración colectiva como facilitadores del intercambio de ideas. En consecuencia, el proceso de enseñar ha de generar escenarios en los cuales los estudiantes logren aprender mejor con la asesoría de su profesores y compañeros más diestros (Barreto, Gutiérrez, Pinilla, & Parra, 2006).

En este orden de ideas, Peter Honey y Alan Mumford, proponen una teoría referente a los estilos de aprendizaje, fundamentándose en una investigación anterior realizada por Kolb; en este sentido, hallaron cuatro diferentes tipos de aprendizaje: primero, el activo (se aprende al hacer), segundo, el teórico (prefieren comprender la teoría que existe a atrás de las acciones), tercero, el pragmático (requieren saber la forma de llevar a la práctica en el contexto real, lo que se ha aprendido), y cuarto, el reflexivo (son lo que aprenden mediante la observación y analizan lo que acontece) (Community Media Applications and Participation, 2011).

Igualmente, la Teoría de David Ausubel, destaca el aprendizaje significativo ya sea por descubrimiento o por recepción y para llevarse a cabo el mismo, los profesores realizan un diagnóstico inicial buscando indagar en los estudiantes las experiencias previas y/o presaberes buscando impartir una adecuada enseñanza, proyectando el tratamiento que se debe adoptar y la actividad o experiencia a ejecutar, la cual se evalúa para determinar que tanto se aprendió, realizar un análisis sobre los resultados, determinado claramente el grado de incidencia del aprendizaje, proceso que se lleva a cabo de forma cíclica, labor que demanda al profesor descifrar las ideas anteriores, ser un ser

humano con iniciativa y tener a la mano los caudales pedagógicos que propician los acontecimientos y son útiles para increpar las elucidaciones inapropiadas (Barreto, Gutiérrez, Pinilla, & Parra, 2006).

Otro autor que se enfoca en los estilos de aprendizaje es David A. Kolb, quien destaca en su teoría que para asimilar la información que nos llega desde nuestro exterior es fundamental iniciar desde lo experimentado, para estar en capacidad de realizar una transformación y llegar a la sapiencia al pensar o reflexionar acerca de éstas y al experimentar de manera activa con la información otorgada. La guía de aprendizaje experimental de Kolb reside en un período de cuatro facetas basada en una vivencia concreta (inmersión), ésta es objeto de observación y análisis por parte del individuo (reflexión) con el propósito de generar los conceptos abstractos (conceptualización) que subsiguientemente son vivenciados aceleradamente o comprobados por el ser humano (aplicación) generando una nueva vivencia concreta e iniciando nuevamente el ciclo de aprendizaje.

Kolb, en relación con el ciclo de aprendizaje determinó cuatro estilos de aprendizaje vivencial que difieren dependiendo del sujeto y de su manera de aprender, los cuales son:

Primero, el estilo convergente. Los que se encuentran dentro de esta categoría de estudiantes, eligen la aplicación y la conceptualización en su aprendizaje. Son seres humanos fundamentalmente analíticos e inductivo que gozan con los aspectos más técnicos y de forma.

Segundo, el denominado estilo divergente. Aquí se encuentran los estudiantes caracterizados por la preponderancia de la inmersión y la reflexión en su aprendizaje, esto es, son sujetos sociables, muy creativos, con una

gran imaginación, generadores de novedosas ideas y abundantemente espontáneos. Usualmente poseen una facilidad ver de forma diferente las situaciones concibiéndolas desde diferentes puntos de vista.

Tercero, el estilo asimilador. Son los estudiantes que son más propensos a realizar procesos de reflexión y conceptualización en su aprendizaje. Son creaturas que poseen la capacidad de sintetizar en sobremanera las ideas, ellos disfrutan con la teoría, son realmente planificadores e investigadores.

Cuarto, el estilo acomodador. Aquí se encuentran los estudiantes que realizan procesos de aplicación y de inmersión en su aprendizaje. Son seres humanos altamente dados a vivir en sociedad y además se caracterizan por ser impulsivos en búsqueda de sus propios objetivos. Igualmente hace de la flexibilidad su característica y no poseen una capacidad. Saben asumir el riesgo y salen airoso frente a situaciones imprevistas.

De acuerdo con Kolb el aprendizaje vivencial o experimental, se genera a través de la experiencia, sin embargo, cada sujeto aprende de una forma diferente en correspondencia al estilo de aprendizaje al que corresponda. En correspondencia a lo anterior, los profesores están comprometido con desplegar diferentes acciones buscando conservar la atención de todo el estudiantado de tal forma que entiendan los procesos que se les intenta explicar con el propósito de lograr el aprendizaje experimental (Garrido, 2015).

Así mismo, la teoría de Miguel A. Zabala Beraza conceptualiza que las buenas prácticas emanadas del contexto social y cultural, contienen su esencia propia, así como su estructura y su contenido, sin embargo, al mismo tiempo, son poseedoras de una característica favorable que las trasciende y que hace relación

con su historia y propósito. Concluyentemente, son acontecimientos que sobrevienen en un entorno específico (que les otorga sentido), son hechos con identidad propia debido a que nacen (son propuestas), se despliegan (se llevan a la práctica, se transforman, superan desafíos y se adaptan a las características del contexto) y en su etapa final, se consolidan o desaparecen de acuerdo con su itinerario específico. Son lo que son (la propuesta objetiva) pero son, igualmente sus circunstancias (subjetivas y objetivas) (Miguel A, 2012).

Por otra parte, al abordar el tema de competencias Yolanda Argudín Vázquez manifiesta concibe la competencia, en el contexto de su significado en educación, resultantes de las novedosas teorías de cognición y concretamente significa los saberes que se encuentran en ejecución. Debido a que cualquier proceso de “conocer” se resignifica en un “saber”, por lo que es factible manifestar que son sinónimos la competencia y el saber: esto es, el saber interpretar, el saber desempeñar, el saber actuar, el saber pensar, en distintos escenarios, dentro de él y también para los demás, dentro de un entorno específico (Argudín, 2014).

Igualmente, se empleó el concepto de competencia inicialmente en el entorno empresarial para significarla como un conjunto de factores o elementos, relacionados con el éxito en el ejercicio profesional de las personas (Chomsky, 1985). Así mismo, la conceptualizan como la capacidad llevada a la práctica y confirmada de integrar actitudes, habilidades, destrezas y conocimientos, con el objeto de solucionar problemas y situaciones en entornos variados, y por ello se busca que desde la práctica docente se formen profesionales que posean en forma abundante habilidades y destrezas (Saber Hacer) y en actitudes y valores (Saber Ser, Saber Estar), así como también en conocimientos (Saber) (Sastre, Rey, Boubée, & Cañibano, 2010).

Estas competencias son indispensables desarrollarlas en los estudiantes, especialmente en la formación de profesionales emprendedores que sean capaces de desempeñarse ya sea como empresarios (emprendedores con iniciativas propias de negocio) o intraempresarios (empleados creativos propositivos, innovadores y emprendedores). Lo anterior, con el propósito de formar a los profesionales que la región, el país y el mundo requiere, reconociendo que el emprendimiento es un motor del crecimiento económico y los emprendedores son aquellas personas que transforman ideas en iniciativas rentables, para lo cual se requiere que éstos posean la capacidad de innovar, explorar nuevos mercados, lanzar nuevos productos, habilidad para administrar los recursos, dirigir las personas y aumentar la eficiencia productiva (Lederman, Messina, Pienknagura, & Rigolini, 2014).

El Estado colombiano consciente del gran aporte del emprendimiento al país, formuló la Política de Emprendimiento en Colombia, correspondiente a la Ley 2069 del 31 de diciembre de 2020 que tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad (Congreso de Colombia, 2020).

Lo anterior, entendiendo que el factor esencial para el desarrollo de un territorio es la congruencia de un significativo y extenso número de empresarios honestos, visionario, creativos, innovadores, motivadores por el alcance de sus metas personales y capacitados para hacer frente a las adversidades y limitaciones característicos de los países pertenecientes a economías emergentes (Varela, Innovación Empresarial, 2001).

En la medida en que se desarrolle el emprendimiento a interior de las universidades y de sus programas académicos, se generan las

innovaciones de productos mediante la introducción de bienes y/o servicios mejorados, transformados, con valor agregado, modificado o radicalmente nuevos, que presentan características básicas, técnicas, tangibles e intangibles deseadas por los consumidores totalmente nueva para el mercado o para el segmento de mercado que se penetra (Instituto Vasco de Estadística, 2018).

Para dar cumplimiento al compromiso anterior, se promueve como es fundamental la cultura del emprendimiento desarrollada a través del currículo, involucrando la totalidad de sus áreas y lugares de formación, en correspondencia a las necesidades, demandas, intereses y expectativas requeridas por el entorno, e igualmente que aporte al alcance de los proyectos de vida individuales, de sociedad y de comunidad (Ministerio de Educación Nacional, 2012).

En este sentido, la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, identificó una necesidad fehaciente de desarrollar, potencializar y fortalecer en los estudiantes del programa de administración de empresas, las capacidades de emprendimiento y desarrollo de ideas de negocio, en correspondencia a su perfil ocupacional que se compromete en la formación integral del estudiante Administración de Empresas, de forma que logre comprometerlo con la sociedad en el aporte a resolución de problemas, al poseer una mentalidad innovadora y crítica que lo capacita para responder a los desafíos que le presente el futuro de tal forma que contribuya al desarrollo del país, debido a que es poseedor de un amplio sentido tanto ético como social y económico (Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, 2013).

Por lo tanto, se definió la estrategia pedagógica plan formador de competencias empresariales, como la herramienta principal para gestionar el cambio esperado, donde

estudiantes docentes y directivos del programa depositaron sus esperanzas para sumar en la construcción de la integralidad del ser, del saber hacer, para practicar el saber conocer.

Esta estrategia pedagógica se desarrolla a lo largo de la malla curricular en cada uno de los semestres del programa de Administración de Empresas, a través de un cronograma articulado y establecido en cada una de las facetas o etapas que la estrategia lo demanda. En este sentido, la presente investigación se centra en la actividad realizada en el décimo semestre, denominada Reto Empresarial, donde los estudiantes aportan soluciones empresariales a una determinada organización emprendedora, evidenciando la aprehensión del objeto de la estrategia, la cual tiene como propósito fundamental que los futuros administradores mediante la realización de actividades específicas de la didáctica en correspondencia al modelo pedagógico constructivista social alcance el mejoramiento y potencialización de sus competencias y habilidades técnicas y profesionales relacionadas con el emprendimiento siendo ésta su esencia (Vergel, Mosquera, & Verjel, 2017).

El “Reto Empresarial” se constituye en una práctica pedagógica en el proceso para enseñar y aprender que logra en los profesionales en formación y futuros egresados la indagación por el anhelo de llegar a ser más competentes y potencializar su qué hacer profesional, personal, y por supuesto, empresarial (Congreso Latinoamericano de Espíritu Empresarial, 2015).

Es por ello, que el “Reto Empresarial”, es una herramienta eficiente para estimular el desarrollo de competencia en los individuos, con el propósito de aportar una perspectiva de su desenvolvimiento lo más objetiva posible, al obtener como resultados aportes desde todos los niveles, para lo cual es necesario aplicar la retroalimentación para tomar decisiones relacionadas con la mejora del rendimiento o

desempeños, así como de su comportamiento para el mejoramiento continuo (Lejarreta, 2018).

Y es importante debido a que es un elemento esencial que propicia el desarrollo de competencias en el individuo, que le permitan la identificación de oportunidades de mejora, moldeando las opiniones para expresarlas en forma de evaluación recibida de sus entornos, produciéndose el grado de percepción social del evaluado (Pérez & Cuadrado, 2014).

Lo anterior, comprendiendo la necesidad que existe en los individuos de ser capaces de realizar un inventario de sus competencias con el objeto de potencializar y progresar en su carrera, lo cual obliga a las instituciones como la universidad a elaborar informes de competencias de las que disponen, proceso que debe realizarse de manera rigurosa utilizando técnicas e instrumentos disponibles (Pereira M., Gutiérrez G., Sardi H., & Villamil P., 2008).

Asimismo, la formación en emprendimiento por sí sola no posee significancia en la intención de emprender, no obstante, la educación emprendedora facilita el mejoramiento de las competencias empresariales al mismo tiempo que potencializa ciertas habilidades en las prácticas de administración, mejora la comprensión de las actitudes, y permite el surgimiento de los valores relacionados con el deseo de emprender (Braco, Bravo M, & Preciado, 2021).

Estas habilidades empresariales fomentan el desarrollo local y regional cuyo propósito es el aumento de las posibilidades de surgimiento dentro de una cultura y una sociedad haciendo uso de las potencialidades de los seres humanos en quienes se manifiesta el espíritu empresarial a través del surgimiento de ideas innovadoras que impactan favorablemente la economía y el entorno social (Duarte & Ruiz, 2009).

Ese espíritu empresarial, surge más fácilmente cuando el individuo posee ciertos atributos que fomentan el emprendimiento (Gibb, 1987), es decir, ese conjunto de atributos o habilidades de motivación, actitudinales, de valores, autoconceptos y conocimiento los cuales se manifiestan en comportamientos definibles, observables y medibles y que están casualmente vinculados con un desempeño superior en la acción empresarial (Varela, Innovación Empresarial, 2001).

Estas habilidades se pueden aprender y desarrollar es por ellos que enseñar a emprender es uno de los nuevos temas que atañe a la educación de los países que quieren mover el empleo fuera de lo público y de las grandes empresas” (Sánchez, Caggiano, & Hernández, 2011).

En la educación se deben diseñar con intencionalidad las estrategias de enseñanza aprendizaje en los programas académicos, teniendo en cuenta el impacto que la institución espera generar en los futuros profesionales, fomentando la generación de cambios tanto el conocimiento como en el comportamiento, con el propósito de alcanzar resultados en emprendimiento que sean tangibles. Lo anterior es posible al realizar la implementación de acciones y vivencia educativas entronizadas en el desarrollo de competencias en emprendimiento como los conocimientos, los comportamientos, las habilidades, las actitudes, y la mentalidad emprendedora (Ávila, González, & Nava, 2018) .

Buscando precisamente el desarrollo de estas competencias, se acude a las prácticas pedagógicas las cuales cobran gran importancia en el proceso enseñanza-aprendizaje, convirtiéndose en un instrumento para las instituciones que imparten educación emprendedora, debido a que ellas son un conjunto de acciones y estrategias que permiten

optimizar los procesos a través de los cuales los sujetos mejoran su aprendizaje, independientemente de sus condiciones de partida (Zabalza, 2012).

Este es entonces un enfoque emprendedor innovador, como el propuesto por Schumpeter que poco se le parece al tradicional, debido a que el nuevo enfoque, concibe al individuo como una persona emprendedora que se vincula empresarialmente y quien vive en un estado de innovación permanente (Araya & Aviles, 2020), un ser humano innovador, capaz de iniciar su propia idea de negocio y de establecer el emprendimiento como parte de su estilo de vida.

3. Metodología

3.1 Tipo de investigación

En la presente investigación se utilizó el tipo de investigación descriptiva, debido a que se especifica los hechos ocurridos en relación con la actividad Reto Empresarial, desarrollada por los estudiantes del último semestre del programa de Administración de Empresas de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

El método utilizado es el enfoque cualitativo, para ello se utilizó recolección de información de fuentes secundarias como fueron los informes semestrales suministrados por la coordinación de la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales, el cual contiene la información detallada del desarrollo de la actividad Reto Empresarial.

3.2 Participantes

En la presente investigación participaron 467 estudiantes de último semestre y 10 profesores del programa de Administración de Empresas quienes se vincularon en la actividad Reto Empresarial, desde el II semestre de 2018 hasta

I semestre de 2022, periodo en el cual se ha implementado esta estrategia.

3.3 Instrumentos

El medio que se utilizó para recolectar la información fue la consulta al coordinador de la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales, quien suministro cada uno de los informes de gestión semestral, donde se encuentra descrito el desarrollo de la actividad Reto Empresarial.

3.4 Procedimiento

Las fases que se siguieron para recolectar los datos fueron el análisis del desarrollo de cada uno de los eventos realizados semestralmente, la construcción de tablas de frecuencia que permitieron conocer los datos estadísticos relacionados.

3.5 Estrategias de análisis de datos.

La forma como se analizaron los datos fue cualitativamente, teniendo en cuenta la descripción de la actividad Reto Empresarial, objetivos de aprendizaje, justificación, recursos usados, instrucción, rubrica de evaluación y desarrollo de la actividad.

4. Resultados y discusión

En la presente investigación se da a conocer una descripción detallada de la actividad denominada Reto Empresarial, la cual se realiza en el marco del desarrollo de la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales en la asignatura Casos Empresariales en la carrera de Administración de Empresas.

4.1 Descripción de la actividad

El Plan de estudios de Administración de Empresas a través de la estrategia pedagógica “Plan formador de competencias empresariales” pretende acercar al estudiante a la realidad de su entorno a través de diversas actividades académicas, una de ellas denominada Reto Empresarial, en la cual los estudiantes de decimo semestre conforman equipos de trabajo y compiten por crear la mejor solución y estrategia para una empresa.

Para el desarrollo de la solución es necesario acudir a la metodología de casos, la cual ofrece la oportunidad a los participantes de interactuar con situaciones específicas derivadas de la comprensión de las organizaciones y de sus diferentes variables, desarrollando destrezas para enfrentar ese tipo de realidades específicas; sin embargo las soluciones dadas responden a dinámicas específicas donde el conocimiento general toma vida y que por lo tanto dichas soluciones no son infalibles y mucho menos son absolutas.

4.2 Objetivos de aprendizaje

El objetivo principal de esta actividad es impulsar el desarrollo de habilidades, competencias y destrezas de los estudiantes para dar solución en corto tiempo a un reto empresarial y vivencial propuesto.

Desarrollar y fortalecer las competencias de los estudiantes en el análisis y toma de decisiones gerenciales a través de la metodología de caso.

4.3 Justificación

Un modelo de negocio tradicional dentro de un mercado en cambio puede sucumbir. El desarrollo vertiginoso de tecnologías disruptivas propone un reto para la transformación de las

organizaciones, con un cambio importante en las estrategias y la capacidad de adaptación.

La tecnología está afectando cada aspecto de los negocios (cada industria, empresa, proceso decisión y tarea), trayendo cambios profundos en cómo las empresas se estructuran, son lideradas, cómo ejecutan y compiten. Con el tiempo, se creará un nuevo escenario con nuevas reglas, y nuevos ganadores y perdedores (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014).

Esto implica desarrollar de manera ágil un set de capacidades digitales y de liderazgo en la organización, para potenciar la capacidad de adaptarse a estos nuevos retos y lograr un cambio de cultura organizacional a todo nivel.

Por lo anterior, el programa de Administración de Empresas propone la actividad denominada Reto Empresarial, en la cual los estudiantes de decimo semestre deberán descubrir el desafío de transformación, diagnosticando la situación problemática de una organización, para desarrollar una solución que pueda incorporarse a ese modelo de negocio y definir una estrategia y los alcances del cambio cultural organizacional requerido para el éxito.

Para el desarrollo de la solución es necesario acudir a la metodología de casos, la cual ofrece la oportunidad a los participantes de interactuar con situaciones específicas derivadas de la comprensión de las organizaciones y de sus diferentes variables, desarrollando destrezas para enfrentar ese tipo de realidades específicas; sin embargo las soluciones dadas responden a dinámicas específicas donde el conocimiento general toma vida y que por lo tanto dichas soluciones no son infalibles y mucho menos absolutas.

4.4 Recursos usados

Los recursos a utilizar son: papelería, grabadora, libreta de apuntes y material audiovisual entre otros.

4.5 Instrucción

Teniendo en cuenta que el propósito de esta actividad es acercar al estudiante a la realidad de su entorno, los estudiantes conformarán equipos de trabajo y competirán por crear la mejor solución y estrategia a la problemática presentada por una empresa.

Este proceso comprende en primera instancia realizar un diagnóstico del desafío de la transformación de la organización, considerando aspectos tanto del entorno e industria, como de sus capacidades internas, para hacer una concepción y diseño de una solución que sea una respuesta al desafío. Luego efectuaran el planteamiento de los cambios que la solución implica para la redefinición de la propuesta de valor, y la clarificación del desafío cultural de la organización para que se implemente (Universidad del Pacífico, 2017).

4.6 Rúbrica de evaluación

La rúbrica de evaluación contiene los siguientes criterios de Evaluación:

1. Contenido de la propuesta 30%
2. Aplicación de la metodología 25%
3. Coherencia y cohesión del discurso 20%
4. Actitud frente a la actividad 15%
5. Uso del tiempo 10%

Esta actividad es entregada y subida a la plataforma Uvirtual, al curso denominado Plan Formador de Competencias Empresariales.

4.7 Desarrollo de la actividad

Las actividades a realizarse para dar respuesta al Reto Empresarial son las siguientes:

1. El docente de la asignatura junto con el coordinador de la estrategia seleccionaran un empresario de la región para que cuente su testimonio y dé a conocer una problemática en la cual los estudiantes puedan proponer estrategias para la solución.

2. El docente (es) orientador de la asignatura deberá previamente organizar a sus estudiantes en grupos de trabajo para el desarrollo de las actividades.

3. Los estudiantes acudirán el día del examen final de la asignatura a un espacio previamente seleccionado para vivir la experiencia del reto empresarial.

4. El coordinador de la estrategia expondrá la metodología para dar solución al reto empresarial, la cual se encuentra descrita en una cartilla y se entrega a cada equipo de trabajo.

5. El empresario expondrá su testimonio empresarial y planteará un problema real de su organización, para que los estudiantes sugieran posibles soluciones.

4. Los estudiantes al escuchar al empresario deberán preparar preguntas y registrar información relevante de la empresa en la cartilla correspondiente.

5. Luego los estudiantes deberán interpretar la información entregada por la empresa referente al desafío para tener un entendimiento inicial compartido sobre el reto empresarial.

6. Los estudiantes consolidaran y sintetizaran la información recopilada para clarificar amenazas y oportunidades con respecto al modelo actual de negocios de la empresa.

7. Luego los estudiantes deberán realizar una exploración en campo donde realizarán observación, entrevistas y encuestas a personal de la empresa y clientes.

8. Con la información recolectada desarrollaran un concepto de solución altamente creativa y que aborde alguno de los desafíos presentados en la situación problema.

9. Cada grupo de estudiantes sustentara en 5 minutos la solución al problema descrito por el empresario.

10. Un comité evaluador seleccionará la mejor propuesta presentada.

A continuación, se muestra los aspectos más relevantes del desarrollo de la actividad Reto Empresarial.

4.8 Número de eventos realizados

La estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales se viene implementando desde el segundo semestre de 2016, la cual tiene como objetivo que los estudiantes a través del desarrollo actividades propias de la didáctica dentro del modelo pedagógico constructivista social logren mejorar sus habilidades y técnicas asociadas al emprendimiento como una condición obligatoria en el Administrador de Empresas (Vergel, Mosquera, & Verjel, 2017). Dentro de esta estrategia se encuentra inmersa la actividad Reto Empresarial, la cual comenzó a desarrollarse desde el II semestre del año 2018.

Tabla 1. Número de eventos realizados

SEMESTRE	NUMERO DE EVENTOS
II Semestre 2018	1
I Semestre 2019	1
II Semestre 2019	1
I Semestre 2020	1

II Semestre 2020	1
I Semestre 2021	1
II Semestre 2021	1
I Semestre 2022	1
Total	8

Fuente: Coordinación plan formador de competencias empresariales

4.9 Cantidad de estudiantes participantes por semestre académico

Desde el II semestre del año 2018 cada semestre participa de la actividad Reto Empresarial la totalidad de los alumnos que cursan la asignatura de Casos Empresariales en el programa de Administración de Empresas, lo cual se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 2. Cantidad de estudiantes participantes por semestre académico

SEMESTRE	NUMERO DE ESTUDIANTES
II Semestre 2018	56
I Semestre 2019	100
II Semestre 2019	60
I Semestre 2020	60
II Semestre 2020	41
I Semestre 2021	66
II Semestre 2021	41
I Semestre 2022	43
Total	467

Fuente: Coordinación plan formador de competencias empresariales

4.10 Profesores vinculados a la actividad

Cada semestre académico se vincula a la actividad Reto Empresarial, los docentes que son asignados para orientar la asignatura Casos Empresariales, los cuales, dentro de la dinámica del curso, realizan acompañamiento a sus estudiantes para que al finalizar el semestre participen activamente de esta actividad, acción que es liderada por el coordinador de la estrategia Plan Formador de Competencias

Empresariales, quien orienta a docentes y estudiantes para el desarrollo de la misma

Tabla 3. Profesores encargados de la asignatura vinculados a la actividad

SEMESTRE	NOMBRE PROFESORES
II Semestre 2018	Belén Torcoroma Quintero Bayona (Grupo A y B)
I Semestre 2019	Jairini Alejandra Jaime Pineda (Grupo A y B) Belén Torcoroma Quintero Bayona (Grupo C)
II Semestre 2019	Jairini Alejandra Jaime Pineda (Grupo A y B) Belén Torcoroma Quintero Bayona (Grupo C)
I Semestre 2020	Jairini Alejandra Jaime Pineda (Grupo A y B) Belén Torcoroma Quintero Bayona (Grupo C)
II Semestre 2020	Jairini Alejandra Jaime Pineda (Grupo A y B)
I Semestre 2021	Manuel Andrés Blanco Gentil (Grupo A) Leonardo Arévalo Sánchez (Grupo B y C)
II Semestre 2021	Manuel Andrés Blanco Gentil (Grupo A) Jorge Luis Gonzáles Salgado (Grupo B)
I Semestre 2022	Jairini Alejandra Jaime Pineda (Grupo A y B)

Fuente: Coordinación plan formador de competencias empresariales

Tabla 4. Coordinador estrategia Plan Formador de Competencias Empresariales-Reto Empresarial

SEMESTRE	NOMBRE COORDINADOR ESTRATEGIA -RETO EMPRESARIAL
II Semestre 2018	Oscar Orlando Hormaza Fajardo
I Semestre 2019	Oscar Orlando Hormaza Fajardo
II Semestre 2019	Mayerly Herrera Guerrero
I Semestre 2020	Jennifer Andrea Lemus Álvarez
II Semestre 2020	Jennifer Andrea Lemus Álvarez
I Semestre 2021	Damarys Vergel Quintero
II Semestre 2021	Damarys Vergel Quintero

I Semestre 2022 Jorge Adid Parra Alvernia

Fuente: Coordinación plan formador de competencias empresariales

4.11 Empresas y empresarios vinculados

El coordinador de la estrategia pedagógica Plan Formador de Competencias Empresariales realiza la consecución de un empresario que esté dispuesto a contar su testimonio empresarial y plantear un Reto de acuerdo con una de las problemáticas que actualmente vive su organización. Al empresario contactado, se le da a conocer la metodología del evento, lugar y fecha de realización del mismo.

Tabla 5. Empresas y empresarios vinculados

SEMESTRE	NOMBRE EMPRESA	NOMBRE EMPRESARIO
II Semestre 2018	Empanadas la Ocañerita	José Yovany Ortiz Duran
I Semestre 2019	Tu Pan Gourmet	Libardo Navarro
II Semestre 2019	Supermercado La Merced	Gustavo Adolfo Ibáñez Sánchez.
I Semestre 2020	Inmobiliaria Laino & Solano	Andrés Camilo Laino
II Semestre 2020	Conjunto Comercial Centro Mercado	Geiner Cabrales Álvarez
I Semestre 2021	Disaman Distribuciones	Nadín Alexi Jaime Fernández
II Semestre 2021	Grupo Empresarial Romero Serrano	Estefanía Lanziano
I Semestre 2022	Restaurante Bacanos	Sergio Andrés Yaruro

Fuente: Coordinación plan formador de competencias empresariales

4.12 Contextos de realidades y problemáticas empresariales

Una vez escuchada la historia empresarial y el reto planteado por el empresario, cada equipo de trabajo participante tiene que analizar y

proponer estrategias para la empresa que plantea el Reto, la idea es desarrollar un concepto de solución altamente creativa y que aborde los desafíos detectados previamente. Las estrategias planteadas son sustentadas frente a jurado calificador, donde participan docentes expertos y el empresario, quienes tienen el deber de seleccionar al mejor equipo de trabajo que proponga las estrategias efectivas para solucionar la problemática encontrada.

Tabla 6. Reto empresarial propuesto

SEMESTRE	NOMBRE EMPRESA	RETO EMPRESARIAL
II Semestre 2018	Empanadas la Ocañerita	Estrategias de marketing para aumentar las ventas
I Semestre 2019	Tu Pan Gourmet	Estrategias de marketing para expandirse y abarcar nuevos mercados
II Semestre 2019	Supermercado La Merced	Estrategias de marketing para fidelización de clientes
I Semestre 2020	Inmobiliaria Laino & Solano	Estrategias para la implementación de los protocolos de bioseguridad para la pandemia covid 19, seguridad y salud en el trabajo, dar a conocer las políticas de la empresa a los clientes.
II Semestre 2020	Conjunto Comercial Centro Mercado	Estrategias para enfrentar la competencia desleal, aumento de cartera, acreditación de segundo y tercer piso del edificio.
I Semestre 2021	Disaman Distribuciones	Estrategias para lograr mayor penetración en el mercado

II Semestre 2021	Grupo Empresarial Romero Serrano	Estrategias para obtener mayor reconocimiento en el mercado.
I Semestre 2022	Restaurante Bacanos	Estrategia para atender un segmento exclusivo del mercado. Conocer el impacto de la publicidad.

Fuente: Coordinación plan formador de competencias empresariales

5. Conclusiones

La implementación de estrategias de enseñanza relacionadas con el estudio de casos en la educación superior, además de requerir la fundamentación conceptual y teórica del estudiante como actor principal del aprendizaje, permite la interpretación de situaciones reales y complejas de la realidad empresarial, donde se evidencia en el acto pedagógico, la apropiación de otras competencias y habilidades formativas relacionadas con el trabajo en equipo, el manejo de conflictos y negociación, comunicación, toma de decisiones, entre otras; las cuáles fundamentan la filosofía del modelo como herramienta formativa y consolida la definición del su perfil ocupacional en el mercado laboral

Desde otra perspectiva, es muy valioso reconocer que el desarrollo del método de estudio de casos empresariales como herramienta formativa, ha sido constante y permanente por parte de Instituciones de educación superior, ya sea de carácter nacional e internacional, públicas o privadas, como un cúmulo de experiencias significativas del ejercicio profesoral, que demuestran resultados de apropiación de competencias y habilidades directivas de sus estudiantes en formación.

La experiencia de diseñar e implementar este modelo de estrategia de aprendizaje, permite la disposición y apropiación de nuevas

herramientas tanto pedagógicas como formativas a los recursos profesorales, las cuáles desembocan en un escenario de aprendizaje integrador para ambos actores del proceso y contextualiza al docente con la realidad del tejido empresarial y productivo de los territorios y sus vivencias que asociadas con los fundamentos teóricos perfilan un docente formador de líderes empresariales sensibles, estructurados, competitivos y acordes con las necesidades de su entorno .

Es indudable reconocer el grado de acertabilidad que se genera en las organizaciones que divulgan o manifiestan sus situaciones reales en sus operaciones y administración, no como escenarios de crítica y señalamientos, si no, como realidades que se convierten en espacios académicos de investigación empresarial, que conducen a la definición de estrategias de mejora continua, sostenibilidad y competitividad para las mismas.

6. Referencias

- Araya, S., & Aviles, N. B. (2020). Enseñar a emprender en universidades de la región de Coquimbo, Chile: Perfil docente y prácticas de enseñanza. *Actualidades investigativas en educación*, 24-52.
- Argudín, Y. V. (2014). Educación basada en competencias. Argentina. https://www.uv.mx/dgdaie/files/2013/09/Argudin-Educacion_basada_en_competencias.pdf
- Ávila, M., González, L. J., & Nava, G. (2018). Desarrollo de competencias emprendedoras y comunidades de aprendizaje en la Universidad del Zulia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 1-14.
- Barreto, H. C., Gutiérrez, L. F., Pinilla, B. L., & Parra, C. M. (2006). Límites del

- constructivismo pedagógico. Educación y educadores, 12-31. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-12942006000100002
- Braco, I., Bravo M, X., & Preciado, J. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. Economía y política, 1-17.
- Community Media Applications and Participation. (2011). http://www.comapp-online.de/materials/es/Handout_14_LearningStyles_EN.pdf.
- Chomsky, N. (1985). Reflexiones sobre el Lenguaje. Barcelona: Planeta Agostini.
- Congreso de Colombia. (31 de 12 de 2020). <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%2020069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>.
- Congreso Latinoamericano de Espiritu Empresarial. (2015). http://bibliotecadigital.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/77472
- Duarte, T., & Ruiz, M. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. Sientia Et Technica, 326-331.
- Garrido, M. d. (2015). www.rededuca.net/kiosco/catedra/el-aprendizaje-experimental-de-kolb.
- Gibb, A. (1987). Enterprise Culture: Its meaning and Implications for Education and. Primavera: M.C.B Publicaciones.
- Instituto Vasco de Estadística. (2018). Eustat. http://www.eustat.eus/documentos/opt_0/tema_373/elem_3018/definicion.html
- Jiménez, Y. I., González, M. A., & Hernández, J. J. (2010). Modelo 360° para la evaluación por competencias (enseñanza-aprendizaje). Innovación Educativa, 10(53), 43-53.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). El emprendimiento en América Latina, muchas empresas y poca innovación. Banco Mundial Washington, D:C, 1. https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf
- Lejarreta, E. I. (2018). Evaluación 360° del trabajo cooperativo. Logroño: Universidad Internacional de la Rioja. <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/7208/LEJARRETA%20ERRASTI%20IRATXE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Miguel A, Z. B. (2012). El estudio de las “buenas prácticas” docentes en la enseñanza. Revista de docencia universitaria, 17-41. <https://polipapers.upv.es/index.php/REDU/article/view/6120>
- Ministerio de Educación Nacional. (2006). http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-94653_archivo_pdf.pdf
- Ministerio de Educación Nacional. (2012). http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-287822_archivo_pdf.pdf
- Pereira M., F., Gutiérrez G., S. P., Sardi H., L., & Villamil P., M. (2008). Las competencias laborales y su evaluación mediante el modelo de 360 grados.

- Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 69-105.
- empresas. *Revista Ingenio*, 14(1), 35–42. <https://doi.org/10.22463/2011642X.2193>
- Pérez, T. P., & Cuadrado, S. N. (2014). *Feedback 360°: Técnica de evaluación del rendimiento y desarrollo de las competencias de las personas en una empresa*. Madrid, España: Universidad Pontificia Icaí Icade Comillas.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading digital: Turning technology into business transformation*. Boston, Massachusetts: Harvard Business Review Press.
- Sánchez, J. C., Caggiano, V., & Hernández, B. (2011). Competencias emprendedoras en la educación universitaria. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 19-28.
- Zabalza Beraza, M. A. (2012). El estudio de las “buenas prácticas” docentes en la enseñanza. *Revista de docencia universitaria*, 17-42.
- Sastre, P. V., Rey, A., Boubée, C., & Cañibano, A. (2010). Un cambio en la concepción de enseñanza aprendizaje: Formación superior basada en competencias. III Rempem-Memorias. https://issuu.com/luisenrique87/docs/cb_40
- Universidad del Pacífico. (Marzo de 2017). *CLADEA NOW! Perú 2017: Transformación digital*. Lima, Perú: Universidad del Pacífico.
- Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña. (2013). <https://ufpso.edu.co/ofertaufpso/ae>.
- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial* (2a ed.). Bogotá, Colombia: Pearson.
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresa*. Bogotá: Pearson Educación.
- Vergel-Quintero, D., Mosquera-Carrascal, A., & Vergel-Pérez, J. de la R. (2017). Plan formador de competencias empresariales, estrategia pedagógica, administración de