

XI Seminario Internacional Red MOTIVA
“Universidad, Emprendimiento y Responsabilidad Social”
Caracas, 21 al 22 de Octubre de 2010

Justificación:

El Seminario Motiva 2010 se propone aportar elementos que sirvan de apoyo para fomentar el diseño y la implementación del desarrollo emprendedor en América Latina, a través de las instituciones de educación superior, considerando como empresas y universidades se conectan con su entorno a partir de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la Responsabilidad Social Universitaria (RSU).

A medida que avanzamos en la sociedad del conocimiento del siglo XXI los países se reúnen en bloques, al mismo tiempo que la interacción internacional se intensifica y las economías locales y globalizadas requieren ser más productivas. Por estas y otras razones existe un renovado interés por la creación y el crecimiento de nuevas empresas y otras unidades económicas, microempresas, vendedores ambulantes, cooperativas, nuevas iniciativas de negocio así como por las ONG e instituciones sin fines de lucro que actúan para crear bien estar en nuestras sociedades.

La creación y dinamismo de estas nuevas oportunidades de negocios, constituye la más de las veces una fuente muy importante de crecimiento económico y social ya que distintos estudios aportan evidencias acerca de su contribución a la generación de puestos de trabajo, innovación, diversificación del tejido productivo, fortaleciendo el espacio de la micro, pequeña y mediana empresa (Shumpeter 1934, Audrest y Thurik 2001, Audrestch y otros 2006, Gem 2001, Kantis 2007, Naudé 2008, Dejardins 2000).

La educación es un factor decisivo para el desarrollo de empresas, ya que hoy es imposible darle solo al Estado o a la gran empresa la tarea de la creación de riqueza, que aseguren el bienestar económico y social de las comunidades. Esto nos muestra claramente la urgencia de buscar nuevas formas de emprender a la vez que nuevas formas de generar trabajo.

Sabemos que en nuestras comunidades, el emprendedor es un actor social muy importante, dado que es capaz de crear la riqueza que requiere la sociedad. Para que exista el emprendedor, necesitamos crear y desarrollar medios para guiarlo, apoyarle y darle confianza para que emprenda: este es a nuestro modo de ver, un papel de las Instituciones Educativas.

Gibb(1993) sugiere que la educación superior para el desarrollo del emprendimiento debería abarcar el mundo real a partir de formas novedosas, por ejemplo el aprendizaje a través de la acción cubriendo el uso de sentimientos, actitudes y valores que van más allá de la mera transmisión de información ayudando al desarrollo de una mayor independencia de las fuentes externas de

información, utilizando recursos multidisciplinarios, promoviendo el desarrollo de respuestas emocionales en la interacción con situaciones conflictivas , etc.

La formación secundaria y universitaria que alienta hacia una vocación empresarial viene siendo analizada y desarrollada en los países de la región desde hace al menos dos décadas y es también una clara tendencia adoptada por las Universidades. Tal es así que en una indagación realizada por el BID en 2005 sobre “El empresariado juvenil en América Latina y el Caribe”, se afirma que son las instituciones de educación superior las que marcan la pauta, promueven y fomentan el desarrollo del espíritu emprendedor entre los jóvenes, principalmente a través de sus programas emprendedores, como igualmente con centros de desarrollo empresarial, centros de apoyo a la micro y pequeña empresa y centros de incubación de empresas.

Todo ello dentro de un proceso que implica la gestación, creación, implantación, operación y desarrollo de un proyecto emprendedor innovador: estos proyectos la mayor parte de las veces están adscrito a los programas curriculares de las carreras profesionales, principalmente en las escuelas de negocio, pero no necesariamente deben circunscribirse a las mismas. De acuerdo a lo descrito es posible definir el proceso emprendedor, como señala Kantis, como “el que abarca desde el descubrimiento de las vocaciones para emprender hasta la concreción y desarrollo de una empresa”. (Kantis, Hugo: Aportes para el diseño de Políticas Integrales de Desarrollo Emprendedor en América Latina BID 2009).

A lo largo de estas etapas de gestación influyen distintos factores que no se agotan ni en el correcto funcionamiento del proyecto, ni en el funcionamiento del libre mercado, tampoco en una macroeconomía saludable o ni siquiera en un ambiente de negocios amigables, cuestiones todas que vinculan al proyecto con el contexto y que evidentemente son muy importantes en el éxito del mismo.

De manera que una conceptualización mínima de RSE implica *crear sinergias, que conduzcan a aumentar el bien común a corto y largo plazo, en armonía con el entorno y los intereses comunes e individuales tanto tácitos como explícitos.*

La RSE representa entonces un equilibrio entre lo Económico lo Político y la cuestión Social. Por esta y otras razones el tema de la RSE es un asunto de enorme vigencia en Venezuela hoy e Iberoamérica, no solamente porque nos plantea desafíos globales y regionales, como son destacar el papel del empresario en la sociedad involucrando cada vez más los llamados grupos de interés participantes, asumir liderazgos, escuchar al consumidor y avanzar en el cumplimiento de las regulaciones, dando así la oportunidad de articular a las empresas en su contexto, tendiendo un puente entre estas y los principales requerimientos de las comunidades.

De manera que nos hemos planteado en este seminario indagar qué está pasando en algunos sectores productivos de nuestros países, en lo que se refiere a RSE teniendo como marco de análisis los actores principales o relacionados

(*stakeholders*) como el sector público, los comerciantes, los consumidores, las universidades.

Objetivo General:

Promover el papel actual de las universidades, como ente integrador del emprendimiento y la responsabilidad social, para propiciar el bienestar de nuestras sociedades.

Objetivos Específicos:

1. Fomentar un espacio académico que brinde la oportunidad de intercambiar experiencias de la relación universidad, emprendimiento y responsabilidad social.
2. Identificar los objetivos de la responsabilidad social en el contexto universitario, como complemento básico de la pedagogía emprendedora.
3. Conocer las últimas tendencias en la relación universidad, emprendimiento y responsabilidad social.
4. Analizar la importancia de la responsabilidad social como una variable de compromiso ético de las universidades y de las empresas.
5. Propiciar un espacio de reflexión entre las universidades, las organizaciones sociales, la empresa y el gobierno local, en donde se reconozcan como elementos vitales para la existencia y el desarrollo de las sociedades.

Líneas de Investigación:

1. Experiencias universitarias en materia de Emprendimiento y Responsabilidad Social.
2. Experiencias de investigación en materia de Universidad, Emprendimiento y Responsabilidad Social.
3. Nuevas tendencias presentes en la dinámica universitaria, en relación al Emprendimiento y su impacto social.
4. Misceláneas.

Fechas Importantes:

- Fecha tope recepción de resumen: 18 de junio de 2010.
- Fecha listado de ponencias aceptadas: 19 de julio de 2010
- Fecha tope recepción del documento extenso de la ponencia: 06 de agosto de 2010.

- Fecha XI Seminario Internacional Red MOTIVA: 21, 21 y 22 de octubre de 2010.

Condiciones para la presentación de las ponencias:

RESUMEN

Los investigadores que deseen participar en el XI Seminario Internacional Red MOTIVA "Emprendimiento, Universidad y Responsabilidad Social Empresarial", deben enviar el resumen de su ponencia al correo electrónico del Comité Académico, a la atención de su Coordinadora Jacqueline Caldera jcaldera@unimet.edu.ve, con copia al Coordinador del Comité Organizador Francisco Rodríguez, frrodriguez@unimet.edu.ve, antes del 18 de junio de 2010. El listado de las ponencias aceptadas será emitido el 19 de julio de 2010.

Formato para el resumen:

- Título, Resumen, 3 Palabras-clave (Keywords) e identificación del Autor
- Extensión: 300 palabras.
- Tamaño del papel: Carta (21,59 cm x 27,94 cm)
- Editor de texto: MS Word para Windows (Versión 2003 o superior)
- Fuente y tamaño: Times New Roman, tamaño 11.
- Espacio entre línea: sencillo.
- Margen: Inferior y superior: 2,5 cm / Derecho e Izquierdo: 3cm
- Título: Negritas, tamaño 12 y centrado.
- Idioma: Español.

Información del Autor(es)

- Nombre del (los) autor (es)
- Empresa, Universidad (u Organización)
- Cargo
- Departamento, Escuela, Facultad.
- Dirección Física.
- País.
- e-mail/s
- Teléfono (código país + código ciudad + teléfono)

PONENCIA

Los autores de los resúmenes aceptados deben enviar la ponencia en versión completa al correo electrónico del Comité Académico, a la atención de su Coordinadora Jacqueline Caldera jcaldera@unimet.edu.ve, con copia al Coordinador del Comité Organizador Francisco Rodríguez, frrodriguez@unimet.edu.ve, antes del 06 de agosto de 2010.

Formato para la ponencia:

- Estructura: Título, Resumen, 3 Palabras-clave (Keywords), identificación del Autor, ponencia (texto completos) y referencias.

- Extensión: Máximo 20 páginas (incluyendo ilustraciones, bibliografía y notas).
- Tamaño del papel: Carta (21,59 cm x 27,94 cm)
- Editor de texto: MS Word para Windows (Versión 2003 o superior)
- Fuente y tamaño: Times New Roman, tamaño 12.
- Espacio entre línea: 1,5 líneas.
- Margen: Inferior y superior: 2,5 cm / Derecho e Izquierdo: 3cm
- Títulos: Negritas, tamaño 14 y centrado.
- Subtítulos: Negritas, tamaño 12 y alineado al margen izquierdo.
- Idioma: Español.

Información del Autor(es)

- Nombre del (los) autor (es)
- Empresa, Universidad (u Organización)
- Cargo
- Departamento, Escuela, Facultad.
- Dirección Física.
- País.
- e-mail/s
- Teléfono (código país + código ciudad + teléfono)

Imagen inicial (en revisión):

