

**Primer Seminario Iberoamericano de Creación de Empresas**  
**Red Motiva**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata**  
**14 a 17 de noviembre de 2000**  
**Mar del Plata, Argentina**

**PANEL: CURRÍCULA DE LOS CURSOS DE CREACION DE EMPRESAS.**  
**ASPECTOS COMUNES Y DIFERENCIAS.**

*Ing. Alejandro Concha Astudillo*  
*Departamento de Ingeniería Industrial*  
*UNIVERSIDAD DE CONCEPCION-CHILE*

**A.- UNA VISION GLOBAL**

En una primera parte, se expone, por su relevancia para el tema del Panel, el estudio denominado **“Caracterización de Centros y Cursos para la Formación de Emprendedores”** preparado en 1999 en el marco del proyecto “Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional” (Ref. 1)

El mencionado estudio tuvo por objetivos determinar con qué frecuencia se encontraban:

- ?? Cada uno de los tipos de actividades desarrolladas en los distintos centros de formación de emprendedores
- ?? Cada uno de los contenidos que incluyen los cursos de formación de emprendedores.

Para lograr el objetivo señalado, se realizó una investigación sobre diversas fuentes disponibles. Las instituciones estudiadas se indican en anexo. En síntesis, se investigó:

- ?? 10 países
- ?? 45 centros
- ?? 307 cursos o programas

La clasificación utilizada para las actividades que se realizan en los centros de formación de emprendedores se indican en la Tabla:

<b>Area</b>	<b>Actividades</b>
Docencia	Cursos Pregrado Cursos Postgrado Cursos Públicos Educación Básica Entrenamiento Continuo a Profesores
Investigación	Básica Aplicada Desarrollo de Casos

<b>Area</b>	<b>Actividades</b>
Promoción	Red de Contactos Revistas Conferencias Charlas Libros en el Tema
Enlace con la Comunidad	Foros para Inversionistas Pasantías o Prácticas Transferencia de Tecnología Incubadoras de Empresas Competencias de Planes entre Empresas

Por otra parte, la clasificación utilizada para los contenidos incluidos en los cursos de formación de emprendedores:

<b>Area</b>	<b>Contenido</b>
Area Personal	Perfil Emprendedor Espíritu Emprendedor Creatividad e Innovación Selección de la Idea Comunicación Trabajo en equipo Otros
Area Tradicional	Contabilidad Finanzas Administración de Empresas Administración de personal Computación para los Negocios Costos Marketing Estudio de Mercado Otros
Area Nuevos Negocios	Introducción a los negocios Plan de Negocios Desarrollo de Productos Aspectos legales Otros
Otros Contenidos	Emprendimiento Global Tópicos de Actualidad Otros
Otros Apoyos	Pasantías o Prácticas en Otras Empresas Consultoría de Expertos para la Empresa Charlas de Otros Emprendedores Entrevistas a Emprendedores Ejemplos de Documentos Reales Prácticas de negociación

Las conclusiones a las cuales llega el estudio citado, se puede resumir en las siguientes:

### **1. Sobre actividades de los centros de formación de emprendedores:**

En general son departamentos o unidades dentro de universidades, la mayoría de ellos realiza docencia y un número menor, investigación. Existen pocos centros que dicten cursos a estudiantes de enseñanza primaria o secundaria.

En cuanto a sus mecanismos de promoción, la mayoría de los centros utiliza redes de contactos. Las charlas, revistas y conferencias son utilizadas por más de la mitad de los centros investigados. Sólo una pequeña cantidad de centros publica libros acerca de emprendimiento.

Los mecanismos de enlace con la comunidad son en general bajos. El más utilizado son las pasantías o prácticas.

No se presentan grandes diferencias al analizar los centros según su ubicación geográfica.

### **2. Sobre contenidos de los cursos o programas de formación de emprendedores:**

La dispersión entre los distintos contenidos es muy alta, sin embargo es posible encontrar ciertas tendencias en los más recurrentes.

El contenido más recurrente en los cursos y programas investigados es Administración de Empresas, que está incluido en el 23% de ellos.

Los que le siguen son Selección de la Idea, Finanzas y Marketing.

En general, no se observa una clara preponderancia de un área de contenidos sobre otra. Sin embargo, el análisis de los “Otros apoyos” entregados por el centro en forma complementaria a las actividades de aula refleja su poca utilización en los distintos centros.

En un análisis geográfico, se tiene que los cursos o programas de centros chilenos presentan una distribución muy similar a los latinoamericanos en sus contenidos. En ambos casos, el contenido más recurrente es el Plan de Negocios, seguido de cerca por el Espíritu Emprendedor y el Perfil del Emprendedor. Los tópicos menos tratados en estos centros son Computación para los Negocios y Trabajo en Equipo.

Entre los centros de Estados Unidos, el contenido más recurrente es Administración de Empresas, que presenta una recurrencia mucho mayor que los que le siguen, Selección de la Idea, Marketing y Finanzas. Los demás contenidos son más o menos parejos y bajos. Los tópicos menos recurrentes son, igual que en Chile y Latinoamérica, Computación para los negocios y Trabajo en Equipo.

En los centros estadounidenses la cantidad de ocurrencia de las actividades clasificadas en “Otros apoyos” es significativamente menor que la encontrada en los centros latinoamericanos.

## **B.- NUESTRA EXPERIENCIA Y NUESTRA VISION**

La Facultad de Ingeniería de la Universidad de Concepción comenzó a impartir a partir del primer semestre de 2000 una asignatura electiva denominada **“Taller de Creación de Empresas”** dirigida a todos los alumnos de cursos superiores de las diversas carreras de Ingeniería. Esta asignatura requiere que los alumnos hayan cursado previamente asignatura de Preparación y Evaluación de Proyectos. Los profesores a cargo de esta actividad son: Alejandro Concha A., Cecil Alvarez U. y Eugenio Saez F.

Tal como el nombre de la asignatura lo indica, se trata de un trabajo dirigido con los alumnos, en que el énfasis está puesto en la acción y trabajo de los alumnos más que en los contenidos.

Los temas que se trabajan en conjunto con los alumnos son los siguientes:

?? Entorno económico y social de la región y del país.

El objetivo es que el alumno comprenda la relación virtuosa entre el proceso de creación de empresas y el desarrollo económico y social del país. Al mismo tiempo, realizar una revisión respecto a la situación actual de las PYMES de la región y conocer respecto a las oportunidades de negocios que se vislumbran, en opinión de actores relevantes.

?? Perfil del Emprendedor

El objetivo es que el alumno conozca los atributos que definen al emprendedor, y comprenda que estos aspectos pueden potenciarse mediante un proceso adecuado de enseñanza. Se trata también, que los alumnos se organicen en grupos de trabajo, conociendo las fortalezas y debilidades de sus compañeros.

?? Generación de ideas

El objetivo es dar a conocer al alumno técnicas que ayudan a la generación de ideas. Además, se trata de aplicar algunas de las técnicas en generar sus propias ideas de negocios, poniendo énfasis posteriormente en un proceso de validación y orientación hacia el mercado.

?? Elaboración de Plan de Empresa

Se trata de orientar y dirigir a los alumnos, organizados en grupos de trabajo, en la elaboración de sus planes de negocio. Al finalizar el curso, cada grupo expone y defiende su proyecto ante sus propios compañeros y ante un panel de profesores e invitados del mundo empresarial y financiero.

Para facilitar la labor de los alumnos, se ha implementado en el Departamento de Ingeniería Industrial una oficina con equipamiento básico que permita crear entre los alumnos participantes un ambiente de trabajo y negocios. Es una suerte de “incubadora a escala piloto”, que permita al equipo de profesores participantes, adquirir cierta experiencia en lo que es el proyecto mayor o meta, cual es organizar una Incubadora de Empresas.

Esta experiencia breve, permite extraer una serie de conclusiones y planteamientos que quisieramos compartir en este panel:

- a) Un aspecto que es clave para que cursos de este tipo tengan éxito, es tener un conjunto de alumnos realmente motivados e interesados en el tema de emprendimiento y de concretar un negocio propio. Tal como se está dictando, los alumnos tienen cierto conflicto de intereses en el uso de su tiempo (destinarlo a terminar sus estudios normales de especialidad o destinarlo a esta asignatura o actividad)
- b) Otro aspecto que es de suma importancia, y que es un proceso complejo, es el tema de la generación de ideas. Este proceso es lento, requiere madurar bastante la idea inicial. En el contexto de una asignatura de un semestre, es un proceso que toma bastante tiempo, dejando un tiempo muy limitado para lo que es la elaboración de un buen plan de empresa.
- c) Lo anterior, nos lleva a concluir que para lograr en buen forma el objetivo que los alumnos generen su propia actividad productiva, no es materia de una, dos o tres asignaturas, sino más bien, de un programa bien diseñado e integrado a los planes curriculares de las distintas carreras. Y algo importante, que este programa culmine con una opción real para los alumnos de contar con posibilidades de financiamiento en capital de riesgo y en posibilidades de ser incubados.
- d) Por otra parte, la experiencia que hemos iniciado desde la perspectiva de la Facultad de Ingeniería, es extensible a otras Facultades. Esto, fundamentado principalmente en el hecho que parte de la generación de ideas que nuestros alumnos han realizado se ha apoyado en conocimiento técnico de otras especialidades y Facultades. Por lo cual, la constitución de equipos multidisciplinarios de alumnos enriquece en forma importante el proceso de generación de ideas.
- e) Algo análogo que se puede derivar de lo anterior, es que los equipos de trabajo basados en alumnos deberían en lo posible ser complementados con personas jóvenes ligadas al mundo empresarial, desvinculadas de la Universidad, pero que tienen gran motivación por emprender nuevas iniciativas. Esta complementación permitiría lograr una dinámica diferente en el curso y permitir una motivación mayor.
- f) En caso de implementar un programa integrado, que incluya la operación de una Incubadora de Empresas, se ve como necesario el diseño de indicadores adecuados para evaluar el uso de los recursos involucrados. Esto permitirá realizar una evaluación permanente y un seguimiento del programa, con medición de los efectos que se logren en cuanto a mejoras introducidas.
- g) Los alumnos que cursaron la asignatura en el primer semestre fueron 15 alumnos en el primer semestre, de los cuales 2 eran Ing. C. Eléctricos, 1 Ing. C. Químico y el resto Ing. C. Industrial. En el segundo semestre, en ejecución, los alumnos inscritos son 8 , de los cuales 2 Ing. C. Informático y el resto de Ing. C. Industrial. De este conjunto de alumnos, hay un grupo de Ingenieros Informaticos que está en condiciones de incubar su empresa formalmente en la Facultad de Ingeniería, por lo cual se están realizando las

gestiones pertinentes. Los otros grupos que terminaron en el primer semestre, han postergado sus decisiones para destinar el tiempo a terminar su trabajo final de título.

***Referencias Bibliográficas:***

(1) **“Caracterización de Centros y Cursos para la Formación de Emprendedores”**

Chelen F. Danisa, Castillo H. Alicia, Araya S. Gladys, Del Río A. Jorge, Parra M. Claudio y Salazar M. Mario.

Estudio preparado en 1999 en el marco del proyecto “Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional” con el financiamiento del Fondo de Desarrollo e Innovación de CORFO, y el apoyo de la Universidad de Tarapacá y el Servicio de Cooperación Técnica (SERCOTEC). (ver en [www.intec.cl](http://www.intec.cl))

**ANEXO**  
**CENTROS INVESTIGADOS**  
**(ver ref. 1)**

**1. América Latina**

<b>Nombre de la Institución</b>	<b>Nombre del Centro</b>	<b>País</b>
Universidad de La Plata		Argentina
BDA	BDA	Chile
ENTREPRENEUR Consultores Gerenciales		Chile
Fundación Chile	Programa EMPRETEC	Chile
Fundación Miguel Kast	CREAME	Chile
Universidad Adolfo Ibáñez	Centro de Entrepreneurship	Chile
Universidad de Santiago de Chile, Facultad de Economía	Programa de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa APYME	Chile
Universidad San Sebastián (Concepción)	IPROCE Instituto de Promoción para la Capacidad Emprendedora	Chile
Universidad de Santiago de Cali		Colombia
Universidad ISECI	Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial	Colombia
Instituto Tecnológico y de Educación Superior de Monterrey	CEPRODE Centro de Promoción y Desarrollo del Espíritu Emprendedor	México

**2. Estados Unidos**

<b>Nombre de la Institución</b>	<b>Nombre del Centro</b>
Babson College	Center for Entrepreneurial Studies
Ball State University	Institute for Entrepreneurship
Baylor University	John F. Baugh Center for Entrepreneurship
Brigham Young University	Center for Entrepreneurship
California State University, Hayward	Small Business Institute – Hayward
Carnegie Mellon University	Donald H. Jones Center
Cornell University	Entrepreneurship and Personal Enterprise Program
DePaul University	Entrepreneurship Program
Karl Eller Center	Berger Entrepreneurship Program
New York University	Berkley Center for Entrepreneurial Studies – NYU
Oklahoma State University	Entrepreneurship Center
Rensselaer Polytechnic Institute	CENTV – RPI
St. Louis University	Jefferson Smurfit Center for Entrepreneurship
Syracuse University	Entrepreneurship and Emerging Enterprises Program – Syracuse
UCLA	Harold Price Center for Entrepreneurship
University of California, Berkeley	Lester Center for Entrepreneurship & Innovation
University of Colorado	The Center for Entrepreneurship
University of Illinois	Institute for Entrepreneurial Studies
University of Iowa	John Pappajohn Entrepreneurial Center
University of Louisville	Center for Entrepreneurship
University of Maryland	Michael D. Dingman Center for Entrepreneurship
University of Nebraska	Center for Entrepreneurship
University of Oregon	Lundquist Center for Entrepreneurship

University of Pennsylvania	Sol C. Snider Entrepreneurial Center
University of Southern California	Entrepreneur Program
University of St. Thomas	Centre for Entrepreneurship – University of St. Thomas
University of the Pacific	Pacific Center for Entrepreneurship
University of Wisconsin	Enterprise Center
Xavier University	Xavier Entrepreneurial Center

### 3. Europa

Nombre de la Institución	Nombre del Centro	País
Centro Integral para la Formación y Promoción del Medio Rural, MENDIKOI S.A.		España
The Morino Institute		Italia
Centre for Entrepreneurship and SME		UK
GTZ	Competency Based Economies through Formation of Enterprise, CEFE	Alemania

9/11/2000