

CAMBIOS EN LAS HERRAMIENTAS PEDAGÓGICAS. VIDEOS DE CASOS SOBRE EMPREDIMIENTOS INNOVADORES LOCALES

CHANGES IN PEDAGOGICAL TOOLS: VIDEOS ON INNOVATING LOCAL ENTREPRENEURIAL CASES

FECHA DE RECEPCIÓN: 20 de agosto
FECHA DE APROBACIÓN: 10 de noviembre
Pp. 84-99

Aura Cecilia Pedraza A. ^{*1}
Edna Rocio Bravo I. ^{}**

**Doctora en Ciencias Económicas,
Universidad Nacional de Colombia;
Magister en Economía, Universidad de los Andes;
Ingeniera Industrial, Universidad Industrial de Santander;
Profesora de la Escuela de Estudios Industriales
y Empresariales de la Universidad Industrial de Santander.*

***Doctora en Administración y Organización de Empresas
Universidad Politécnica de Cataluña;
Especialización en Administración,
Universidad Politécnica de Cataluña;
Especialización en Pedagogía,
Universidad Politécnica de Cataluña;
Profesora de la Escuela de Estudios Industriales
y Empresariales de la Universidad Industrial de Santander.*

¹ Los aportes de esta autora fueron validados por su participación en el curso "Empredurismo para jóvenes-un medio de aliviar la pobreza", realizado en la ciudad de Haifa, Israel entre 28 de noviembre y el 12 de diciembre de 2010. El desplazamiento aéreo internacional fue financiado por la Vicerrectoría de Investigación y Extensión de la Universidad Industrial de Santander mediante el apoyo que otorgó el programa de Movilidad de investigadores UIS-2010, en la modalidad de participación de profesores en pasantías de investigación internacionales. Los gastos académicos y de manutención fueron financiados por el Centro Internacional de Capacitación Golda Meir Monte Carmel y la Agencia Israelí para la Cooperación Internacional para el Desarrollo en colaboración con Young Americas Business Trust de la OEA, quienes organizaron el evento.

RESUMEN

El propósito de este estudio fue explorar los resultados de la utilización de videos sobre casos de emprendimientos locales orientados a complementar el aprendizaje en la cátedra de Creación de Empresas de la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales de la Universidad Industrial de Santander (UIS). El análisis cuantitativo mostró que la utilización de esta práctica de innovación docente mejoró la percepción de los estudiantes sobre la eficiencia en el proceso de aprendizaje.

Palabras claves

*Emprendimiento
Educación
Casos de estudio
Enseñanza
Videos*

ABSTRACT

The purpose of this study was to explore the results obtained when using videos on local entrepreneurial cases which complement the learning process in the subject called Company Creation at Escuela de Estudios Industriales y Empresariales de la Universidad Industrial de Santander (UIS). This quantitative study shows that the application of this teaching practice improves the students' perceptions on the successfulness of the learning process.

Key words

*Entrepreneurship
Company creation
New company financing
Venture capital*

RESUMÉÉ

Le but de cette étude est d'explorer les résultats de l'utilisation de vidéos sur des cas d'entrepreneuriat locaux orientés à la complémentarité d'un cours de Création d'Entreprises de l'Ecole d'Etudes Industrielles et Entrepreneuriales de l'Université de Santander (UIS). L'analyse quantitative a révélé que l'utilisation de cette pratique d'innovation dans l'enseignement améliorerait la perception des étudiants sur l'efficacité du processus d'apprentissage.

Mots clefs

*Esprit d'entreprise
Éducation
Étude de cas
Enseignement
Vidéo*

1. INTRODUCCIÓN

Las actividades de emprendimiento han sido reconocidas como un factor fundamental para el crecimiento económico de los países (Raposo y Paso, 2011). Existe un consenso en la literatura sobre la relación entre educación y desempeño emprendedor (Charney, 2000). La obtención de resultados positivos de desempeño, depende en gran medida de la habilidad de los emprendedores para revolucionar los patrones y crear nuevas ideas. Según Schumpeter (1950), estos patrones se apoyan en procesos dinámicos. Por tanto, la naturaleza de los mercados nunca se consideraría equilibrada debido a los esfuerzos de los emprendedores para establecer nuevas ideas para la continua creación de innovaciones.

Esta innovación continúa dinamiza los mercados e incrementa la competitividad; por tanto, existe un creciente interés de los gobiernos y especialmente de las universidades en el desarrollo de programas para la formación en emprendimiento. Por ello, es común encontrar en la literatura investigaciones sobre las consideraciones básicas que se deben tener en cuenta para que los programas de emprendimiento tengan éxito. Según autores como Koc, (2011) el contacto con la realidad y su interpretación son elementos que aportan positivamente a este éxito. Una de las herramientas de enseñanza y aprendizaje más utilizadas para enseñar emprendimiento es el estudio de casos. Sin embargo, la mayoría de los casos que se utilizan en las prácticas docentes son de organizaciones de reconocido prestigio

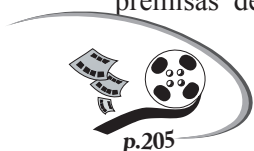
a nivel nacional e internacional. Este tipo de casos tiene la desventaja que se presentan en contextos organizativos que son percibidos como ajenos a la realidad empresarial local que conocen los estudiantes. Esta limitación puede ser superada utilizando videos de casos sobre emprendimientos innovadores locales como práctica pedagógica. Con este objetivo, se realizó un convenio con la incubadora de empresas de base tecnológica de la región, la Corporación Bucaramanga Emprendedora CBE, para que coordine la construcción de estudios de caso con algunos de sus incubados. La CBE es una entidad colombiana sin ánimo de lucro que proporciona servicios de apoyo a la creación de empresas.

Los criterios que se tuvieron en cuenta en la selección de los casos fueron: la pertenencia de las empresas a un sector competitivo dinámico, el reconocimiento de la participación en proyectos de innovación competitivos que validen la consideración de las mismas como innovadoras y finalmente, formar parte del sector empresarial santandereano.

El artículo se estructura así: en la primera sección se desarrolla una revisión del estado del arte sobre la enseñanza del emprendimiento y los estudios de caso, en la segunda sección, se describe el diseño metodológico utilizado y finalmente, en la última sección, se discuten los resultados y futuras líneas de investigación.

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

Según varios investigadores al estudiar el desarrollo de los procesos de enseñanza se deben considerar las premisas de la teoría del cambio conceptual de Piaget (1964). Otros autores como Pintrich et al. (1993), han criticado esta teoría por considerarla muy enfocada al proceso de toma de decisiones. Ellos proponen que otros factores como la motivación son cruciales para determinar el cambio conceptual (Mirar Deniz et al., 2008). Investigaciones como las de Sinatra et al. (2008) y Scott et al. (2007), han ampliado este conjunto incluyendo factores emocionales. La utilización de videos para la enseñanza en emprendimiento está intrínsecamente relacionada a estos últimos factores que incrementan el interés y el compromiso de los estudiantes por el aprendizaje (McKeachie et al., 2002).



p.205

2.1 Enseñanza del emprendimiento

Existe un amplio consenso acerca de la importancia del emprendedor en el desarrollo económico (GEM, 2008); sin embargo, el debate sobre cómo formarlos aún está vigente. Para algunos autores como Rae y Carswell (2001), es casi imposible formar emprendedores dado que nacen con unas características innatas. Sin embargo, Hampden-Turner (2009) afirman que no solo es posible enseñar a ser emprendedor sino medir, evaluar y modelar este proceso innovador.

Desde los años ochenta, la educación en emprendimiento ha buscado crear: una cultura empresarial, una fuerza de trabajo más emprendedora y, por último, la puesta en marcha de nuevas ideas de negocio (Kirby, 2007). Si bien éste último objetivo ha sido el más perseguido, algunos educadores del área señalan que el propósito de la educación en emprendimiento no solamente debe proveer a los estudiantes con herramientas para empezar un negocio al graduarse (Kirby, 2003); algunos como Carter y Jones-Evans (2006); Glancey y McQuaid (2000) y Swedberg (2000) afirman que se deben analizar casos de estudio de emprendedores que abarquen su papel en la

economía y la sociedad, creando así una cultura empresarial. Por otra parte, otros autores como Ray (1997), insisten en que las cátedras se deben enfocar en desarrollar el



p.205

perfil emprendedor de los estudiantes, reconociendo que estos pueden ejercer un rol importante no solo a través de la creación de nuevas empresas sino aportando como parte de la fuerza laboral. El Consorcio para la Educación en Emprendimiento en el año 2008 concluyó que a través de estos procesos de aprendizaje, los estudiantes adquieren conocimientos para crear negocios y desarrollar habilidades para reconocer oportunidades en sus vidas, crear nuevas ideas y conseguir los recursos necesarios, además de crear y operar una nueva empresa desde un pensamiento creativo y crítico.

Para Hampden-Turner (2009), la disyuntiva sobre cómo formar emprendedores tiene que ver con el sujeto mismo de aprendizaje. Haciendo una revisión de las definiciones disponibles en la literatura, encuentra que estas han evolucionado en los últimos años. Por ejemplo, para Meredith, Nelson y Neck, (1982) ser emprendedor significa “tener la habilidad de ver y evaluar oportunidades de negocio, adquirir los recursos necesarios e iniciar acciones apropiadas para asegurar su éxito”. En la misma línea, Carland, Hoy, Boulton y Carland J.A.C (1984) afirman que “es un individuo que establece y dirige un negocio con el propósito principal de obtener ganancia y crecer”. El cambio de enfoque sobre el concepto y por ende, en la forma en que se debe enseñar el emprendimiento, se puede ver en Shane y Venkataraman (2000) quienes definen a un emprendedor como “el individuo que busca entender cómo las oportunidades se vuelven reales; como futuros bienes y servicios son descubiertos, creados y explotados, por quién y con qué consecuencias”.

Existen diferentes razones para considerar que la educación es importante para estimular el emprendimiento. Por ejemplo, Sánchez (2010) resaltó que la educación estimula en los individuos el sentido de autonomía, independencia y autoestima; los alerta sobre la elección de carreras alternativas y amplía el horizonte de los

estudiantes, dotándolos de más herramientas para percibir las oportunidades. Por último, provee conocimiento que puede ser utilizado para desarrollar nuevas oportunidades

de emprendimiento. Diversos autores han investigado en los últimos años sobre el tema. Sus principales aportaciones son resumidas en la Tabla 1.

Tabla 1. Principales líneas de investigación sobre educación y actividad emprendedora

Áreas de investigación	Autores
1. Educación emprendedora y creación de empresas.	Charney y Libecap (2000) Dumas (2001) Kolvereid y Moen (1997) McLarty (2005) Monroe, Falcone y Nagendra (2000) Van der Sluis, Van Praag y Vijverberg (2005)
2. Educación emprendedora e intenciones de emprendimiento.	Autio, Keelvey, Klofsten y Ulfstedt (1997) Galloway y Brown (2002) Klapper (2004) Noel (2000) Peterman y Kennedy (2003)
3. Educación emprendedora y reconocimiento de oportunidades.	Brannback et al. (2005) DeTienne y Chandler (2004) Dinov (2003)
4. Educación emprendedora, auto-eficacia del emprendimiento y orientación emprendedora.	Álvarez y Jung (2005) Ehrlich, De Noble, Jung y Pearson (2000) Frank, Korunka, Lueger y Mugler (2005) Galloway, Anderson y Brown (2005)
5. Educación emprendedora y necesidad de logro y de control del <i>locus</i> .	Hansemark (1998)
6. Educación emprendedora y otros conocimientos de emprendimiento.	Kourilsky y Esfandiari (1997)

Fuente. The Small Business Economy Report (2006), citado en Raposo y Do Paco (2011)

Según Kickul y Fayolle (2007), las características de la enseñanza de este tópico en el pasado estaba dada por las siguientes características: énfasis en lo teórico; basado en las experiencias del instructor; entrega de conocimientos a través de clases expositivas; aprendizaje deductivo. En la actualidad, según estos autores, la enseñanza del emprendimiento está dada por: combinación entre teoría y práctica, haciendo cada vez mayor énfasis en el segundo componente; participación activa del estudiante en la generación del conocimiento, donde el instructor actúa como un facilitador del proceso de aprendizaje; combinación de metodologías pedagógicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje; aprendizaje deductivo e inductivo.

Dentro de las metodologías más utilizadas para la enseñanza del emprendimiento, además de la cátedra de

contenidos teóricos, se encuentran, según Díaz Ortega (2007) las siguientes:

- Seminarios de emprendimiento. Consiste básicamente en un evento que puede durar aproximadamente tres días; para su desarrollo se invita a distintos expositores, preferiblemente con diferentes experiencias en torno al emprendimiento, para que puedan transmitir su experiencia al público.
- Talleres de emprendimiento. Son actividades prácticas guiadas, con un objetivo pedagógico concreto como por ejemplo: desarrollo de habilidades emprendedoras, desarrollo de un plan de negocios, acompañamiento de la puesta en marcha de un negocio, entre otros.

- Concurso de ideas de negocios. Consiste en organizar una competencia con el objetivo de seleccionar las mejores ideas de negocios que sean desarrolladas por un grupo de participantes.
- Entrevistas a emprendedores. Estas pueden ser en formato audiovisual o en un formato más interactivo realizándolas directamente en el aula de clases.
- Construcción de un plan de negocios. La actividad se diseña para darles a los estudiantes una oportunidad de aprender cómo planear un negocio y experimentar el proceso de toma de decisiones.
- Programa de mini-empresas. Los participantes crean a pequeña escala una actividad económica real, con el fin de experimentar todos los aspectos que conlleva la creación de una empresa. Estos pueden ser el diseño de un producto, su producción y comercialización.
- Casos de estudio. Al analizar experiencias de empresarios reales, los estudiantes obtienen conocimiento acerca de los aspectos positivos y negativos que puede conllevar la creación de una empresa y los riesgos en que se incurre al hacerlo.

Hoy en día la enseñanza del emprendimiento se concibe como una fusión entre los contenidos teóricos y prácticos. Como afirmó el director del Centro de Emprendimiento de *Babson College Bill Bygrave*, citado en Castillo (1999:13), “hay dos maneras de arruinar un curso de emprendimiento: La primera, es un enfoque exclusivo en la aplicación práctica y el análisis de casos (un curso que solo tenga aplicaciones prácticas y casos no permite que los estudiantes actúen en base a sus decisiones). La segunda, es hacerlo totalmente teórico (un curso de solo

teoría puede considerarse como sembrar en un terreno árido (La mayoría de los estudiantes se aburren y no asimilan el conocimiento).



p.205

2.2 Estudio de casos en la enseñanza del emprendimiento

Un estudio de caso es un método de aprendizaje acerca de una situación compleja; se basa principalmente en el entendimiento un problema en su contexto real (Morra y Friedlander, 2001). Esta herramienta pedagógica es

de especial interés en aquellas áreas que requieren la formación teórico-práctica de los estudiantes. Según Conforte (2001), el caso se aplica como herramienta docente para informar de una situación, motivar y facilitar la discusión de un concepto, desarrollar habilidades, encontrar alternativas de solución y entender diferentes perspectivas. Esto permite compartir y nivelar la información compartida en el grupo motivando el análisis y la discusión.

Numerosas ventajas son atribuidas al estudio de casos en la enseñanza del emprendimiento. Por ejemplo, Weaver y Rayess (2011) señalan las siguientes:

- Ayudan a reducir las brechas entre la teoría y la práctica.
- Presentan a los estudiantes escenarios reales enseñando aspectos no técnicos de un problema organizativo.
- Involucran a menudo situaciones que no tienen una única respuesta, lo cual ayuda a los estudiantes a entender y desarrollar tolerancia a la ambigüedad y pensamiento crítico.
- Pueden ser utilizados efectivamente en diferentes niveles académicos.

2.3 Uso de video en la enseñanza del emprendimiento

El uso de videos como herramienta de enseñanza en el aula de clase mejora significativamente los resultados del aprendizaje para los estudiantes. Algunas de las ventajas señaladas son las siguientes:

- Esta técnica refuerza el proceso de aprendizaje, haciendo que los estudiantes se sientan motivados por el componente gráfico de los videos (Cofield, 2002).
- Los estudiantes presentan una actitud más positiva hacia la asignatura cuando esta utiliza videos (Choi & Johnson 2007).
- Cuando se estudian casos, los estudiantes hacen preguntas más específicas que aportan al debate de la clase, lo cual se convierte en una prueba de su interés (Franciszkowicz 2008).

- El uso de videos promueve la retención del conocimiento. La información obtenida visualmente se hace más memorable, así como la aplicación simultánea de estímulos visuales y auditivos aumenta la asimilación de conocimiento (Jonassen, Peck & Wilson 1999).
- El sistema de símbolos múltiples que contienen los videos, mejora la comprensión de conceptos complejos y apoya a los estudiantes en la adquisición de nuevos conceptos (Salomon 1994).



3. METODOLOGÍA

El diseño metodológico aplicado utiliza datos derivados de un cuestionario estructurado (Ver, tabla 2). El estudio fue realizado en la cátedra de creación de empresas de la Escuela de Estudios Industriales y Empresariales (EEIE) de la Universidad Industrial de Santander (UIS-Colombia). El propósito del estudio fue explorar los resultados de la utilización de videos sobre casos innovadores locales orientados a complementar el aprendizaje de los estudiantes. El estudio fue conducido en los años académicos de 2010/2011. En las clases se utilizaron videos con las entrevistas a directivos de las empresas innovadoras del entorno empresarial local; estos videos tienen una duración aproximada de 20 minutos. Estos videos se enfocaron fundamentalmente en la descripción por parte del entrevistado sobre los factores que lo caracterizan como un emprendedor con éxito. Estos videos fueron difundidos en la plataforma de *Youtube* y en el espacio virtual de la universidad basado en *Moodle*. Además fueron utilizados en algunas clases magistrales como complemento de la parte teórica de la asignatura para incrementar la comprensión y la motivación de los estudiantes. Es importante aclarar, que los videos fueron realizados por los investigadores utilizando recursos de bajo coste como: el Software Pinnacle Studio, una cámara Sony Handycam HDC DCR 80 GB y un trípode universal.

Los datos primarios derivados de los cuestionarios fueron complementados con tres entrevistas semi-estructuradas

realizadas a la profesora titular de la cátedra de Creación de Empresas y a dos profesores auxiliares que también utilizaron los videos de emprendimientos locales en sus clases. Estas entrevistas, se enfocaron principalmente en clarificar los objetivos pedagógicos perseguidos con la aplicación de los videos en cada una de las sesiones. Cada entrevista tardó aproximadamente 30 minutos. Existe un consenso general de los profesores en aceptar que los dos objetivos pedagógicos perseguidos con la aplicación de los videos fueron el incremento de la motivación y comprensión de los estudiantes.

Los cuestionarios fueron distribuidos a 113 estudiantes de tres grupos de la cátedra de Creación de Empresas. Un análisis preliminar fue construido con los datos de las preguntas y la transcripción de las entrevistas de los profesores utilizando el software de análisis cualitativo MaxQda. Los datos cuantitativos fueron validados con las entrevistas. Siguiendo la sugerencia de Miles y Huberman (1994); en una primera fase de codificación de los datos se transcribieron las entrevistas y se compararon los resultados con los resultados del cuestionario. La disponibilidad de los profesores para revisar los resultados de la investigación fue fundamental para seguir cada detalle del efecto de la implementación de los videos de emprendedores locales como herramienta de aprendizaje.

Tabla 2. Preguntas del cuestionario

P1	El contenido de los casos de estudio es comprensible.
P2	El contenido de los casos de estudio es suficiente para cumplir los objetivos pedagógicos.
P3	Los casos de estudio desarrollados en video tienen una presentación adecuada.
P4	Los casos de estudio presentados complementan los contenidos teóricos.
P5	Los casos de estudio sirven para contrastar los conocimientos adquiridos con una situación real.
P6	La metodología de aplicación casos de estudio locales aumenta el interés por generar ideas de negocio propias.
P7	Los casos de estudio proporcionan información de referencia para el desarrollo de futuras ideas de negocio.
P8	Los casos de estudio de empresas locales incentivan el emprendimiento aún más que los casos de estudio de empresas de otras regiones.
P9	En futuros cursos de creación de empresas se debería promover la metodología de estudio de casos innovadores locales.
P10	La aplicación de los casos de estudio a través de medios audiovisuales es preferida a la utilización de casos en medio escrito tradicional.

Fuente. Elaboración propia.



LA RED POSTAL DE COLOMBIA

www.4-72.com.co

➤ Línea de Atención al Cliente Nacional 01 8000 111210 ◀

4. RESULTADOS

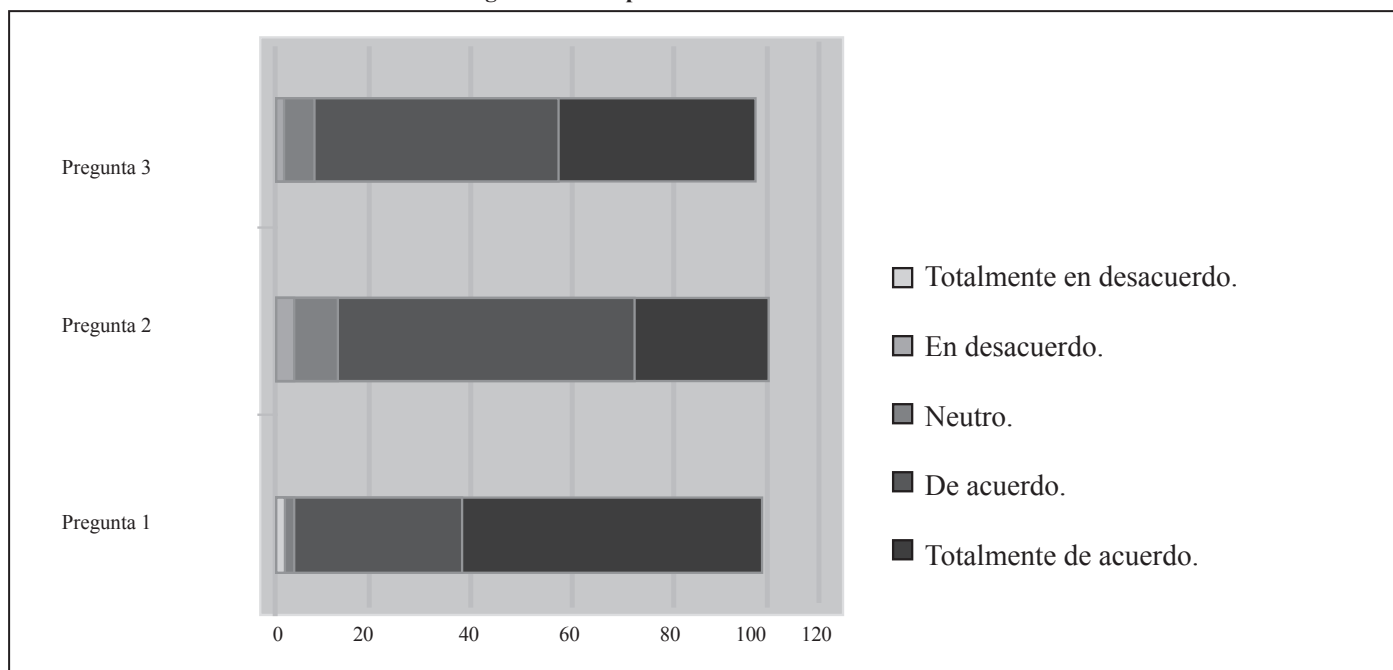
Nuestro análisis exploratorio revela que el uso de videos con casos de estudio de emprendimiento locales contribuye a alcanzar objetivos de enseñanza tales como la comprensión y la motivación. El papel fundamental que dichos videos para alcanzar los objetivos mencionados son discutidos en las siguientes secciones.

Se resalta que la alta calidad de los casos de estudio construidos es reconocida por los estudiantes, como consta en la Figura 1. La tendencia general de las respuestas de los estudiantes que fueron sometidos a esta prueba piloto indica estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con respecto a lo comprensible de los casos de estudio al

momento de ser vistos los videos, permitiendo asimilar fácilmente la información planteada en el cada uno de estos.

Con referencia a la relación entre los objetivos de los casos de estudio y su contenido, un 87% de los encuestados están de acuerdo en que se ajustan adecuadamente y son suficientes para el propósito que se plantea con el desarrollo de los casos. Por otro lado, la presentación de los casos de estudio, según los estudiantes, es adecuada para el contexto de la asignatura, alcanzando un 89% de aceptación por parte de estos.

Figura 1. Percepción de la calidad de los videos



Fuente. Elaboración propia.

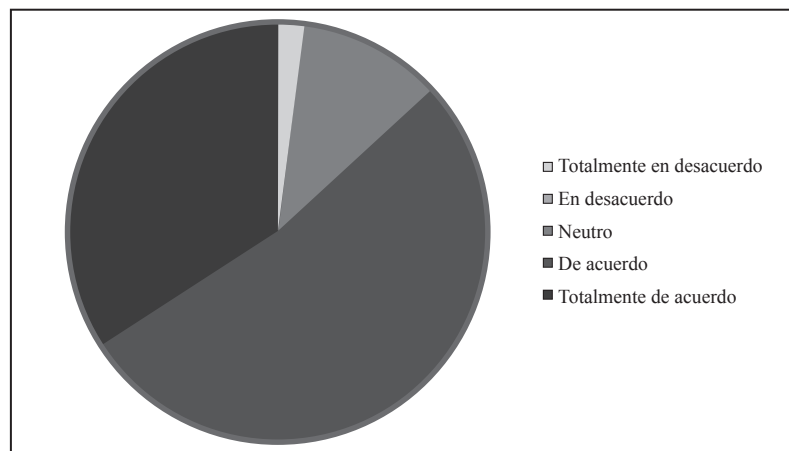
4.1 Comprensión

La característica más importante del estudio de casos como técnica de aprendizaje es que permite acercar la teoría a la práctica. Los estudiantes pueden aprender los principios difíciles a través del texto y pueden ver su uso a través de la animación o un ejemplo de video. Esto implica mayores niveles de

entendimiento, particularmente si las calidades de la presentación están plena y deliberadamente explotadas para alcanzar su propósito y son complementadas con otras herramientas de aprendizaje. Esto puede ser ilustrado por las respuestas dadas por los estudiantes a la pregunta 4, referente al complemento que ejercen los videos de casos de estudio a la revisión de contenidos teóricos (Ver Figura 2).



Figura 2. Uso de videos como complemento a las clases teóricas



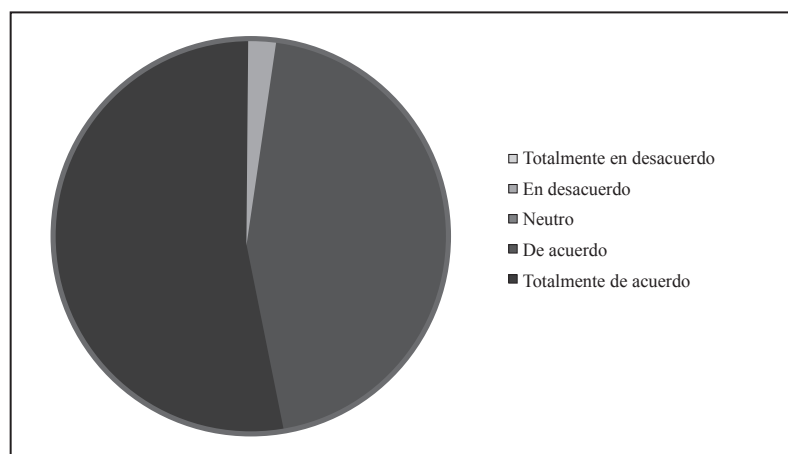
Fuente. Elaboración propia.

La premisa de que los casos de estudio sirven para contrastar los conocimientos adquiridos con una situación real es reforzada por las respuestas obtenidas a la pregunta cinco (Ver Figura 3). En un 98% se encuentra que los estudiantes muestran su aprobación con respecto a la correlación que hay entre los conocimientos adquiridos en la presentación de la teoría en la clase y la forma en que estos se ven reflejados en el desarrollo de los ejemplos mostrados en los casos de estudio. Esto ilustra lo expuesto por Shepard (2003), quien afirma que al utilizar videos con casos de estudio se transmiten emociones y se proveen ejemplos de la vida real con los que los estudiantes se pueden identificar. Observar la forma en que empresarios reales han puesto en marcha sus ideas de negocios, más aún siendo de la misma región de los estudiantes, hace que se comprenda mejor la aplicabilidad de las herramientas teóricas aprendidas; también que se reconozca la importancia de desarrollar habilidades

tales como el criterio propio en la toma de decisiones, la creatividad, entre otras.

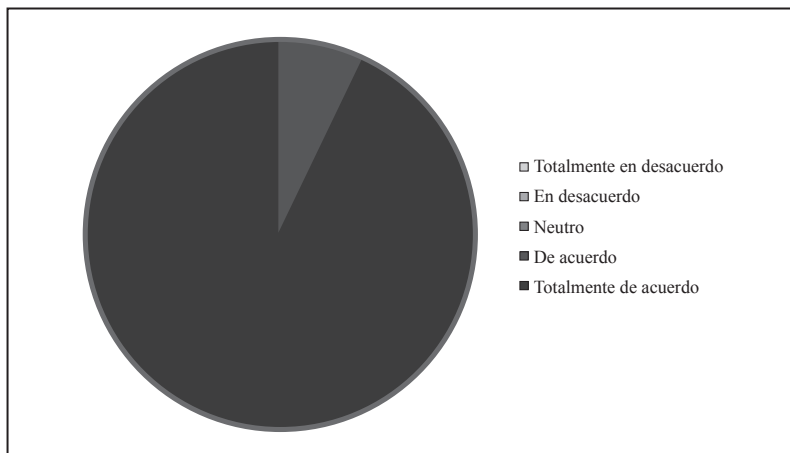
Investigaciones previas han propuesto que usar video puede llevar a una mejor descripción por parte del profesor y una mejor visualización, reconocimiento e identificación por parte del estudiante, todos aspectos que hacen que ésta técnica sea preferida frente a otras formas de presentar casos de estudio. Bravo, et al., (2010) han concluido que el uso de videos tiene un efecto positivo en la percepción de los estudiantes, dada una mejor comprensión de conceptos complejos. En la misma línea, Choi (2007) concluye que los estudiantes perciben que el video es mucho más eficaz que el texto en la presentación de situaciones de la vida real. Las respuestas dadas por los estudiantes a la pregunta diez de la encuesta realizada, ilustra claramente esta afirmación (Ver Figura 4).

Figura 3. Casos de estudio como reflejo de la realidad



Fuente. Elaboración propia.

Figura 4. Percepción de los videos frente a los casos de estudio en texto y/o audio



Fuente. Elaboración propia.

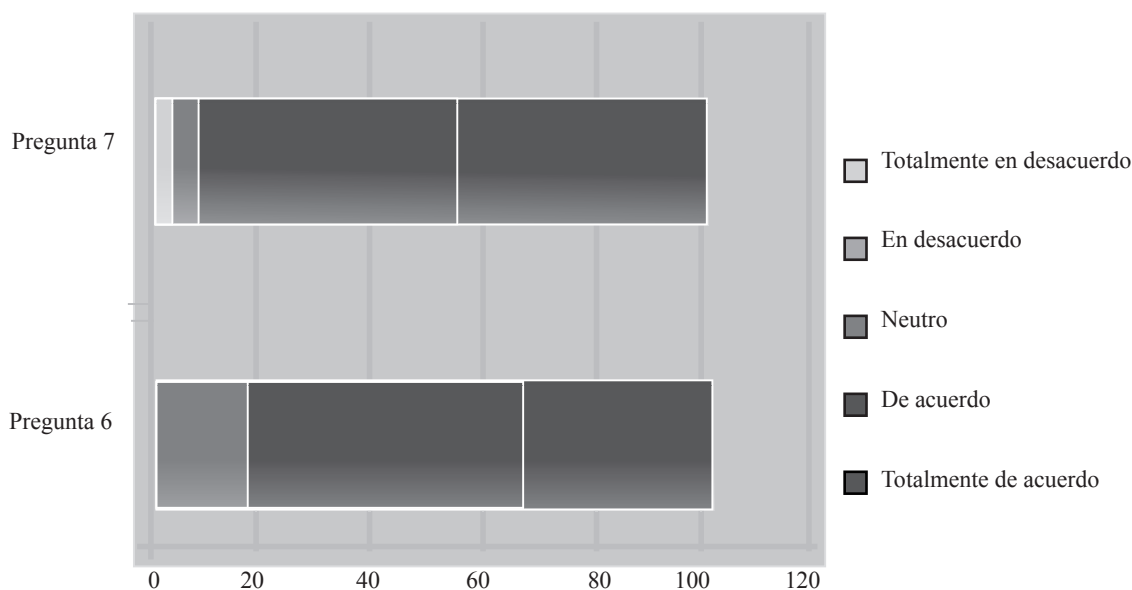
Por otro lado, los profesores involucrados en la experiencia manifestaron su satisfacción por el uso de los videos en la enseñanza del emprendimiento. Un profesor explicó:

“Es de resaltar el alto interés y participación activa por parte de los estudiantes hacia la metodología, haciendo de esta aplicación una experiencia enriquecedora de la que se generaron alternativas, posibles soluciones e ideas para el fortalecimiento de los negocios mostrados en cada caso. Esto claramente muestra una mayor comprensión de los conceptos vistos desde la teoría”

4.2 Motivación

El término motivación se deriva del latín movere, que significa mover. En el contexto académico, motivación ha sido definida como el valor motivacional del contenido por si mismo sin la provisión de incentivos externos que induzcan a la participación (Rieber, 1991). En este contexto, se estima que la exposición de casos de estudio de emprendimientos locales en video motiva a los estudiantes, entre otras cosas, a generar sus propias empresas. Evidencia de esto son las respuestas obtenidas a las preguntas seis y siete de la encuesta que se muestran en la figura 5.

Figura 5. Videos de casos de estudio como motivación al emprendimiento

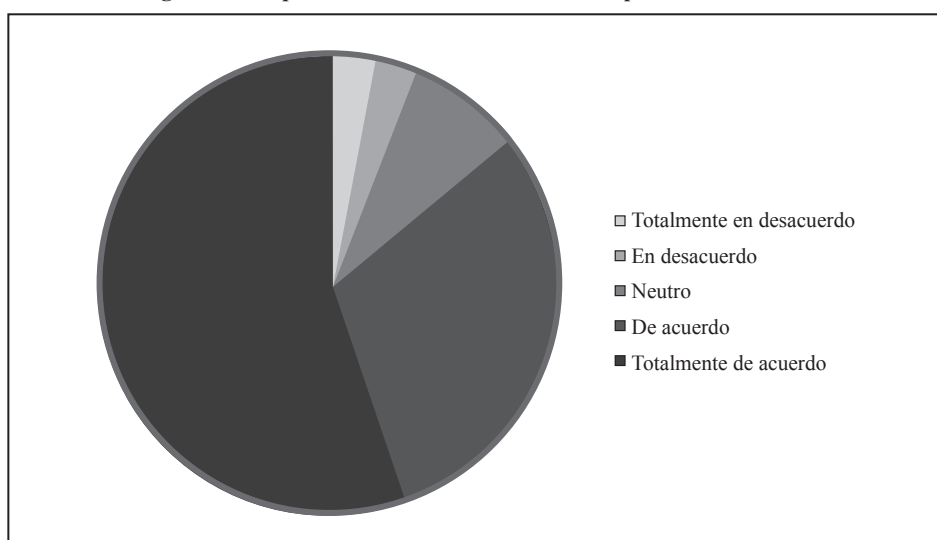


Fuente. Elaboración propia.

El 82% de los encuestados respondió estar de acuerdo con el interés de generar ideas de negocio propias gracias al estímulo causado por el análisis de los casos de estudio, mientras que el 18% restante se mostró indiferente. Además, de acuerdo con la mayoría de los estudiantes encuestados (92%), sin duda alguna el análisis de casos de estudio ofreció lecciones importantes a los emprendedores para la consolidación de sus ideas de negocio. De acuerdo con los comentarios abiertos realizados por estudiantes y profesores involucrados en la investigación, entre estas lecciones se pueden resaltar: el análisis de los errores cometidos y la

forma de evitarlos, la perseverancia al momento de iniciar la carrera emprendedora, la necesidad de determinar todas las variables que puedan afectar al proyecto, el creer que es posible crear empresa, mantenerla y hacerla crecer mediante el trabajo incansable y la dedicación profunda a la idea de negocio que se tenga en mente. Por otro lado, la investigación arrojó resultados a favor de la hipótesis de que los casos de estudio de empresas locales incentivan el emprendimiento aún más que los casos de estudio de empresas de otras regiones. (Ver resultados de la pregunta ocho presentados en la Figura 6)

Figura 6. Aceptación de casos de estudio de emprendimientos locales

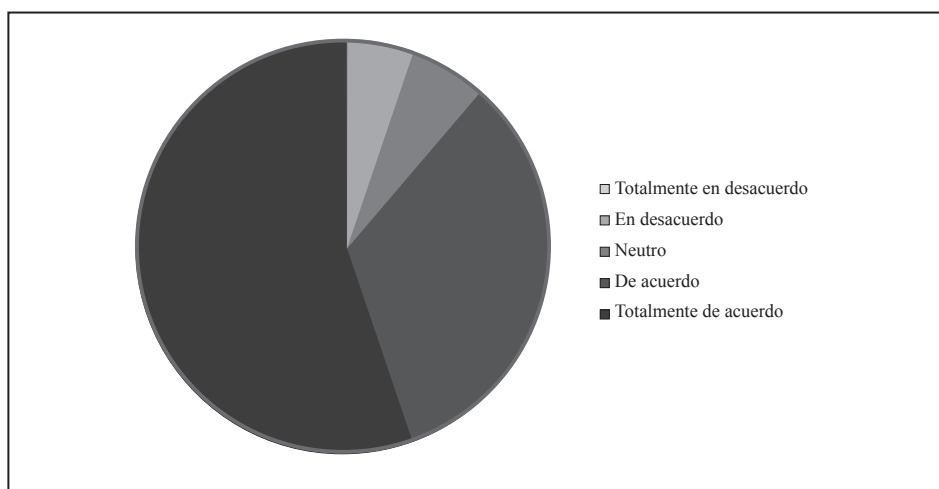


Fuente. Elaboración propia.

Adicionalmente, se quiere señalar que la motivación que ejercen los videos de casos de estudio en los estudiantes, hace que sean señalados como una herramienta a seguir

utilizando en la enseñanza del emprendimiento. El 87% de los encuestados se encuentra de acuerdo con la promoción de esta técnica en futuros grupos de la asignatura, como se puede ver en la Figura 7.

Figura 7. Videos de casos de estudio en futuros cursos de emprendimiento



Fuente. Elaboración propia.

En cuanto a los docentes involucrados en la prueba piloto, ellos manifestaron que luego de la aplicación de los casos de estudio los estudiantes encontraban la motivación para crear empresas a partir de ideas de negocio contextualizadas a la región y que podían llevar a la realidad con la ayuda de la Corporación Bucaramanga Emprendedora. Como

uno de ellos manifestó: *“El que los estudiantes pudieran analizar los éxitos y fracasos de emprendedores locales, los incentivó a tener mayor confianza en su capacidad de generar empresa propia, teniendo ahora una visión más cercana a la realidad que aumenta sus posibilidades de éxito”*.



5. CONCLUSIONES

La utilización de videos de casos sobre emprendimientos innovadores locales es una herramienta pedagógica valiosa para la enseñanza de los conceptos relacionados con la creación de empresas. Estos videos hacen más eficiente el proceso de aprendizaje por: ser una herramienta de bajo costo; su facilidad en el manejo; su efectividad en la comprensión de conceptos no técnicos relacionados con la enseñanza del emprendimiento; su contribución a hacer las clases más dinámicas; facilitar el aprendizaje cooperativo, y promover el dinamismo en las clases.

Por las razones anteriormente mencionadas, los autores recomiendan la utilización de los videos sobre emprendimientos innovadores locales como una práctica común en diferentes universidades, dado los resultados positivos obtenidos por esta investigación. El uso de estos videos es una técnica de innovación docente que motiva a los estudiantes y facilita el mantenimiento del interés especialmente en clases extensas con alto contenido expositivo por parte del profesor.

El análisis cuantitativo mostró la amplia aceptación de esta herramienta pedagógica por parte de los estudiantes donde fue aplicada la prueba piloto; como evidencia de lo anterior, se resalta que un 87% de los mismos mostraron su total acuerdo en que los videos sean utilizados en cursos de emprendimiento. Por otro lado, el análisis cualitativo de las encuestas reveló que los profesores que utilizaron los videos obtuvieron una retroalimentación positiva por parte de los estudiantes quienes remarcaron la versatilidad de los videos y la motivación generada al utilizarlos como complemento a la docencia.

Por tanto, se sugiere la utilización del estudio de casos de empresas innovadores locales como herramienta pedagógica en los cursos de creación de empresas. Además, se plantea la posibilidad de replicar la experiencia en otras materias como las del área de gestión de empresas o gestión de la innovación.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, R.D., & Jung, D. (2003). *Educational curricula and self-efficacy: Entrepreneurial orientation and new venture intentions among university students in Mexico*. In *Frontiers of entrepreneurship research*. Babson–Kauffman Research Conference Proceedings.
- Autio, E., Keelyey, R., Klofsten, M., & Ulfstedt, T. (1997). *Entrepreneurial intent among students: Testing an intent model in Asia, Scandinavia and The United States*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley: Babson College.
- Bravo, E., Enache M., Fernandez V. & Simo P.(2010). *An innovative teaching practice based on online channels: a qualitative approach*. "World Journal on Educational Technology", vol. 2, núm. 2, p. 112-122.
- Carland, J.W., Hoy, F., Boulton, W.R. & Carland, J.A.C. (1984). *Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization*. *Academy of Management Review* 9 (2), 354–359.
- Carter, S. & Jones-Evans D. (2006). *Enterprises and small business: principles, practices and policy*. Segunda Edición. Harlow: Trans-Atlantic Pubns.
- Castillo, A. (1999) Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Santiago de Chile: Intec Chile Lidera.
- Charney, A.H., & Libecap, G. (2000). *The impact of entrepreneurship education: An evaluation of the Berger entrepreneurship program at the University of Arizona, 1985-1999, Kauffman Research Series*. Kansas City, MO: Ewing Marion. Kauffman Foundation.
- Cofield, J. L. (2002). *An Assessment of Streaming Video in Web-based Instruction*. Paper presented at the annual meeting of the Mid-South Educational Research Association.
- Conforte, D. (2001). Ponencia presentada en el Taller de estudio de casos, Programa de Agronegocios, FAUBA, 19 de mayo de 2001. http://www.prosaponline.gov.ar/prosapwebsite/webDocs/CD_TresRelatosDelChaco/scripts/contenidos/in_estudios.html
- Choi H.J. (2007). *College Students' Perceptions of Learning and Knowledge Transfer in Problem-Based Video Instruction: A Case Study*. *Journal of Learning Design*, v. 2, n. 2, p. 105-115.
- Choi, H. J. & Johnson, S. D. (2007). *The Effect of Problem-Based Video Instruction on Learner Satisfaction, Comprehension, and Retention in College Courses*. *British Journal of Educational Technology*, v. 38, n. 5, p. 885-895.
- Deniz, H., Donnelly, L. A., & Yilmaz, I. (2008). *Exploring the factors related to acceptance of evolutionary theory among Turkish preservice biology teachers: Toward a more informative conceptual ecology for biological evolution*. *Journal of Research in Science Teaching*, 45, 420–443.
- Díaz Ortega, S. (2007). Manual de orientación para la formación del emprendimiento. Rancagua: Pro O'Higgins – Corporación para el desarrollo.
- Dumas, C. (2001). Evaluating the outcomes of microenterprise training for low income women: A case study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6(2), 97-128.
- Ehrlich, S.B., De Noble, A.F., Jung, D.I., & Pearson, D. (2000). *The impact of entrepreneurship training programs on an individual's entrepreneurial self-efficacy*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson-Kauffman Research Conference Proceedings.
- Frank, H., Korunka, C., Lueger, M., & Mugler, J. (2005). *Entrepreneurial orientation and education in Austrian secondary schools - status quo and recommendations*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(2), 259-273.

- Franciszkowicz, M. (2008). *Video-Based Additional Instruction*. *Journal of the Research Center for Educational Technology (RCET)*, v.4, n. 2, p. 5-14.
- Galloway, L., Anderson, M., Brown, W., & Wilson, L. (2005). *Enterprise skills for the economy*. *Education & Training*, 47(1), 7-17.
- Galloway, L., & Brown, W. (2002). *Entrepreneurship education at university: A driver in the creation of high growth firms?* *Education & Training*, 44(8/9), 398-404.
- GEM (2008). *Global Entrepreneurship Monitor - Executive Report 2008*. GEM.
- Glancey, K.S. & McQuaid R.W. (2000). *Entrepreneurial economics*. London: MacMillan Press.
- Hampden-Turner, C. (2009), *Teaching Innovation and Entrepreneurship: Building on the Singapore Experiment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hansemark, O. (1998). *The effects of a program on need for achievement and locus of control of reinforcement*. *International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research*, 4(1), 28-50.
- Jonassen, D. H., Peck, K. L. & Wilson, B. G. (1999). *Learning with technology: a constructivist perspective*. NJ: Prentice Hall.
- Kickul, J. & Fayolle, A. (2007). *Research in Entrepreneurship Education: Introduction and Overview*. En FAYOLLE, A. (Ed.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*. Aldershot: Edward Elgar Publishing.
- Kirby, D.A. (2003). *Entrepreneurship*. Maidenhead: McGraw-Hill.
- Kirby, D.A. (2007). *Changing the entrepreneurship education paradigm*. En Fayolle, A. (Ed.), *Handbook of Research in Entrepreneurship Education*. Aldershot: Edward Elgar Publishing.
- Klapper, R. (2004). *Government goals and entrepreneurship education – an investigation at Grande Ecole in France*. *Education & Training*, 46(3),127-137.
- Koc, M. (2011). *Let's make a movie: investigating pre-service teachers' reflections on using video-recorded role playing cases in Turkey*. *Teaching and Teacher Education*, 27(1).
- Kolvereid, L., & Moen, O. (1997). *Entrepreneurship among business graduates: Does a major in entrepreneurship make a difference?* *Journal of European Industrial Training*, 21(4), 154-160.
- Kourilsky, M.L., & Esfandiari, M. (1997). *Entrepreneurship education and lower socioeconomic black youth: An empirical investigation*. *Urban Review*, 29(3), 205-215.
- McKeachie, W. J., Lin, Y. G., & Strayer, J. (2002). *Creationist vs. evolutionary beliefs: Effects on learning biology*. *The American Biology Teacher*, 64, 189–192.
- McLarty, R. (2005). *Entrepreneurship among graduates: Towards a measured response*. *The Journal of Management Development*, 24(3), 23-238.
- Meredith, G.G., Nelson, R.E. & Neck, P.A. (1982). *The Practice of Entrepreneurship*. Geneva: International Labour Office.
- Miles, M.B. and Huberman, M.a. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Sage: Thousand Oaks, C.A.
- Monroe, S.R., Allen, K.R., & Price, C. (1995). *The impact of entrepreneurial training programs on transitioning workers: The public policy implications*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson Kauffman Research Conference Proceedings.

- Morra L. G. & Friedlander, A. C. (2001). Evaluaciones mediante estudios de caso. Washington: Departamento de Evaluación de Operaciones del Banco Mundial.
- Noel, T.W. (2000). *Effects of entrepreneurial education on intent to open a business*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson-Kauffman Research Conference Proceedings.
- Piaget, J. (1964). *Development and Learning*. *Journal of research in Science Teaching*. Vol. 2, n°3, pp. 176-186.
- Pintrich, P. R., Marx, R. W., & Boyle, R. A. (1993). *Beyond cold conceptual change: The role of motivational beliefs and classroom contextual factors in the process of conceptual change*. *Review of Educational Research*, 63, 167–199.
- Peterman, N.E., & Kennedy, J. (2003). *Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-145.
- Rae, D. & Carswell, M. (2001). *Towards a conceptual understanding of entrepreneurial learning*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8(2), 150-158.
- Raposo, M. & Paço, A. (2011). *Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity*, *Psicothema* 2011. Vol. 23, n° 3, pp. 453-457.
- Ray D.M. (1997). *Teaching entrepreneurship in Asia: impact of a pedagogical innovation*. *Entrepreneurship, Innovation and Change*, v. 6, n. 3, p. 193-227.
- Rieber, L.P. (1991). *Animation, incidental learning, and continuing motivation*. *Journal of Educational Psychology*, 83, 318–328.
- Salomon, G. (1994) *Interaction of media, cognition, and learning*. NJ: Erlbaum.
- Sánchez J.C. (2010). *University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, April, 1-16.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of research*. *Academy of Management Review* 25, 217–226.
- Schumpeter, J.A. 1950. *Capitalism, Socialism and democracy*. 3rd. ed. New York. Harper y Brothers.
- Scott, P., Asoko, H., & Leach, J. (2007). *Student conceptions and conceptual learning in science*. In S. K. Abell & N. G. Lederman (Eds.), *Handbook of research on science education* (pp. 31–56). Mahwah, NJ:Lawrence Erlbaum Associates.
- Shephard, K. (2003). *Questioning, promoting and evaluating the use of streaming video to support student learning*. *British Journal of Educational Technology*, 34(3), 295–308.
- Sinatra, G. M., Brem, S. K., & Evans, E. M. (2008). *Changing minds? Implications of conceptual change for teaching and learning about biological evolution*. *Evolution: Education and Outreach*, 1, 189–195.
- Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship. The Social Science View*. Oxford: Oxford University Press.
- The Small Business Economy (2006). *A report to the President*. Washington: Government Printing Office.
- Van der Sluis, J., Van Praag, M., & Vijverberg, W. (2005). *Entrepreneurship selection and performance: A meta-analysis of the impact of education in developing economies*. *The World Bank Economic Review*, 19(2), 225-261.
- Weaver J. & Rayess N. (2011). *Developing entrepreneurially minded engineers by incorporating technical entrepreneurship case Studies*. *The Journal of engineering entrepreneurship*, v. 2, n. 1, winter 2011.