

**UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



Propuesta para fomentar el Emprendimiento e Innovación en los estudiantes de Educación  
Técnica de Nivel Superior  
Caso: Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso, CFT UV.

MEMORIA PARA OPTAR

AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y

AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

**Profesor Guía: SR. CARLOS G. VÁSQUEZ VÁSQUEZ**

**Alumno: SR. FRANCISCO E. GUERRERO ARAYA**

**VIÑA DEL MAR, 2017**

## **Dedicatoria**

Dedicado a mi abuela, Adela Botarro Calderón, a mis hijos, Pascal y Joaquín y a mi mujer, Alejandra Acuña González.

## Agradecimientos

Agradecer, siempre constituye una acción, en ocasiones, ingrata, por las personas que se quedan en el tintero. Trataré de no olvidarme de los incondicionales.

Agradecer a mi abuela, Adela Botarro Calderón, por su esfuerzo y amor desmedido, sea cual sea el lugar en donde estés, sé que estás apoyándome.

Agradecer a mi mamá, Marcela Araya Botarro que, con su ímpetu, lucha a diario por un mejor bienestar de su familia. Un ejemplo de vida.

Agradecer a mi suegra, Julia González Riquelme, que con amor y protección, cuida de mis hijos, mientras uno trabaja y estudia.

Agradecer a mi mujer, Alejandra Acuña González, por la paciencia y amor que presta día a día a mis hijos, formando una familia unida.

Por último, agradecer a mi profesor guía, Carlos Vásquez Vásquez, por su orientación en el proceso de este trabajo.

## Índice

### Dedicatoria

### Agradecimientos

Índice .....	i
Índice de Figuras .....	iii
Resumen .....	iv
Abstract .....	iv
Introducción .....	1
<b>Capítulo I: Marco Teórico .....</b>	<b>5</b>
1.1 ¿Qué es emprendimiento? .....	5
1.2 ¿Qué es ser emprendedor? .....	7
1.3 Tipos de emprendimiento .....	11
<b>1.3.1 Emprendimiento Social .....</b>	<b>12</b>
<b>1.3.2 Emprendimiento Corporativo o Intra-Emprendimiento .....</b>	<b>14</b>
1.4 ¿Qué es Innovación? .....	16
1.5 Tipos de innovación .....	19
<b>1.5.1 Innovación de producto .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5.2 Innovación de Procesos .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5.3 Innovación en Marketing .....</b>	<b>20</b>
<b>1.5.4 Innovación de Organización .....</b>	<b>21</b>
1.6 Modelos y programas para fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes .....	22
<b>1.6.1 Programa DEMOLA .....</b>	<b>22</b>
<b>1.6.2 Modelo teórico de Emprendimiento basado en los Estudiantes de Pregrado (MEEP) .....</b>	<b>23</b>
<b>1.6.3 Modelo Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo emprendedor, del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) .....</b>	<b>24</b>
1.7 Centros de Formación Técnica (CFT) en Chile .....	27
<b>Capítulo II: Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso, CFT UV .....</b>	<b>29</b>
2.1 Antecedentes Institucionales .....	29
2.2 Visión .....	30

2.3 Misión .....	30
2.4 Valores .....	30
2.5 Modelo de Desarrollo.....	31
2.6 Proyecto Educativo .....	32
<b>2.6.1 Objetivo General</b> .....	34
<b>2.6.2 Objetivos Específicos</b> .....	34
<b>2.6.3 Principios pedagógicos del Proyecto Educativo</b> .....	35
2.7 Organigrama CFT UV .....	40
<b>2.7.1 Dirección Ejecutiva</b> .....	41
<b>2.7.2 Subdirecciones</b> .....	41
<b>2.7.3 Jefaturas</b> .....	41
<b>2.7.4 Unidades</b> .....	41
<b>2.7.5 Administrativos</b> .....	42
<b>2.7.6 Servicio</b> .....	42
2.8 Oferta Formativa CFT UV .....	43
<b>Capítulo III: Propuesta para fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes de CFT UV</b> .....	44
3.1 Componentes de la Propuesta.....	47
<b>3.1.1 Emprendimiento e Innovación desde los lineamientos estratégicos de CFT UV</b> .....	47
<b>3.1.2 Desafíos Empresa</b> .....	56
<b>3.1.3 Promoción de Emprendimiento e Innovación</b> .....	58
<b>Conclusiones</b> .....	63
<b>Referencias</b> .....	66
<b>Anexos</b> .....	69
Anexo N° 1: Oferta Formativa CFT UV .....	69

## Índice de Figuras

Figura 1.1: Evolución del concepto de emprendedor .....	11
Figura 2.2: Modelo de Desarrollo CFT UV .....	32
Figura 2.3: Principios pedagógicos del Proyecto Educativo de CFT UV .....	37
Figura 2.4: Modelo Educativo CFT UV .....	38
Figura 2.5: Organigrama CFT UV .....	42
Figura 3.6: Elementos claves de la propuesta.....	46
Figura 3.7: Composición del primer elemento clave de la propuesta .....	56
Figura 3.8: Integración del segundo elemento clave de la propuesta.....	58
Figura 3.9: Propuesta con todos sus elementos claves .....	62

## **Resumen**

El objetivo del trabajo fue generar una propuesta que fomente el emprendimiento e innovación en los estudiantes del Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso, CFT UV, para lo cual se investigó sobre modelos internacionales, de similares objetivos, con la finalidad de recoger elementos claves de estos y acotarlos a la realidad institucional del plantel intervenido, teniendo en cuenta el Proyecto Educativo, Modelo de Desarrollo y los alcances de la Educación Técnica de Nivel Superior en Chile.

**Palabras claves:** emprendimiento, innovación, educación técnica de nivel superior.

## **Abstract**

The objective of this work was to generate a proposal that fosters entrepreneurship and innovation among the "Technical Training Center of the University of Valparaiso", CFT UV, students, for which international models, of similar objectives, have been investigated with the purpose of gathering their key elements and fencing them to the institutional reality of campus involved, taking into account the Educational Project, the Development Model and the Higher Technical Level Education scope in Chile.

**Key words:** entrepreneurship, innovation, higher technical level education.

## **Introducción**

Emprendimiento e innovación cada día juegan un rol relevante en la economía de los países, y Chile no escapa de esa tendencia, más aún, cuando el país presenta una matriz productiva particularmente basada en commodities, siendo sensible a los cambios de precios de estos recursos, afectando así el porvenir económico del país. Es por eso que se hace importante construir un ecosistema que fomente el emprendimiento e innovación de modo que se siga fortaleciendo lo hecho hasta ahora en esta materia, en donde se destaca la participación privada y pública. Desde el punto de vista de la educación superior, lo avanzado se constituye principalmente en las Universidades (UES), seguido por los Institutos Profesionales (IP) y en menor grado en los Centros de Formación Técnica (CFT). Según consta el Reporte Nacional de Chile 2015 de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) el nivel educacional de los emprendedores de etapa inicial, corresponde a un 25% con educación universitaria completa, un 17% corresponde a la educación técnico profesional, que puede abarcar a la población titulada de IP y CFT, el estudio no lo especifica, sin embargo, la brecha existente mostrada en las cifras llama a la reflexión sobre qué tópicos se están abordando en las aulas, qué tan importante es para los CFT particularmente, el desarrollo de programas relacionados a temáticas de emprendimiento e innovación y qué actividades se están llevando a cabo en los planteles de este tipo para instaurar estos conceptos en los estudiantes, de modo de conseguir un mayor provecho a las ideas o soluciones a problemáticas surgidas durante el proceso formativo.

De acuerdo al informe “La Transferencia de I+D, la innovación y el emprendimiento en las Universidades – Educación Superior en Iberoamérica 2015” existen 19 incubadoras de negocio, todas ellas distribuidas en universidades estatales y privadas, un dato que puede explicar la brecha indicada anteriormente, al generarse mayores instancias de conversación y aplicación en torno al emprendimiento e innovación en planteles universitarios, preferentemente.

El presente trabajo viene a dar respuesta a la problemática detectada, ofreciendo una propuesta que permite ampliar los horizontes del emprendimiento e innovación hacia la educación técnica de nivel superior, y lo hace utilizando el caso del Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso, CFT UV, institución situada en la quinta región y perteneciente a la Universidad de Valparaíso, con más de una década de operación.

En virtud de lo anterior, y de los antecedentes recabados durante la investigación, se realizó el planteamiento del objetivo general y el de los específicos, los que guiaron el desarrollo del trabajo en cuestión, logrando el levantamiento de una propuesta para fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes de la institución intervenida.

De acuerdo a los descrito, los objetivos planteados, son:

### **Objetivo General**

Generar una propuesta que fomente el emprendimiento e innovación en los estudiantes del Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso, CFT UV.

## **Objetivos Específicos**

1. Conocer las dimensiones conceptuales de los términos emprendimiento e innovación.
2. Analizar los lineamientos estratégicos de CFT UV en torno a emprendimiento e innovación.
3. Presentar propuesta que fomente el emprendimiento e innovación en los estudiantes de CFT UV.

El desarrollo del trabajo comienza con el marco teórico, en donde se presentan las principales definiciones de los conceptos de emprendimiento e innovación a través del tiempo. En la misma lógica, se dan a conocer los tipos de emprendimiento e innovación que la literatura ha establecido en los últimos años.

En una segunda parte del marco teórico, se presentan los tres modelos que se utilizaron como base para elaborar la propuesta que busca fomentar el emprendimiento e innovación. De esta manera, se realizó un análisis del alcance de estos modelos y su contribución al entorno de aplicación.

Por último, el capítulo cierra con una contextualización sobre el estado de los Centros de Formación Técnica en Chile.

El segundo capítulo, centra su desarrollo en la presentación y análisis de los principales lineamientos estratégicos de la institución intervenida en este trabajo. Entre los tópicos abordados, se encuentra la misión, visión, modelo de desarrollo y proyecto educativo de la organización.

El tercer y último capítulo, da a conocer la propuesta para fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes de CFT UV. Su desarrollo, se enfoca en presentar y explicar los elementos claves de la iniciativa. Asimismo, sugiere ciertas actividades que deberían llevarse a cabo, si la institución decide poner en marcha la propuesta.

## **Capítulo I: Marco Teórico**

El presente capítulo busca darle un contexto teórico al trabajo de investigación a desarrollar, cuyo objetivo es generar una propuesta para fomentar el emprendimiento e innovación en estudiantes de la educación técnica de nivel superior, particularmente en el Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso. Es así, como en la sección, se profundizarán los conceptos claves del trabajo, como lo es emprendimiento e innovación, para luego abordar modelos y programas que se han implementado con fines similares al de esta investigación. Lo anterior, es parte clave para la construcción de la propuesta a presentar, la que será condicionada a la realidad del plantel en el que se pretende aplicar. Para el término de esta primera parte, se presentará una breve prospección del entorno en el que se desenvuelve la institución, explicando su foco de enseñanza, alcance y relevancia a nivel nacional.

### **1.1 ¿Qué es emprendimiento?**

Según la Real Academia Española (RAE) emprendimiento es acción de emprender, a su vez esta palabra significa, de acuerdo a la misma fuente, acometer y comenzar una obra, negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro. Formichella (2004) cita a Stevenson (1983, 1985, 1990, 2000) para definir emprender como el perseguir una oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad. De la definición entregada por la RAE, se desprende que emprendimiento constituye la búsqueda de una solución a un problema o inconveniente suscitado en algún contexto.

Minniti (2012) hace referencia al economista Richard Cantillon que en el año 1732, definió emprendimiento “como la voluntad de los individuos de desarrollar formas de intermediación que implican el riesgo económico de una nueva empresa”.

Formichella (2004) define emprendimiento como el desarrollo de un proyecto. Para complementar la definición anterior, Chain (2011) define proyecto como la búsqueda de una solución inteligente a un problema tendiente a resolver.

Flores, Landerretche y Sánchez (2011) citan a Cantillon (1775), Say (1803) y Mill (1848) para señalar que emprendimiento es el proceso de organizar factores de producción para entregar un bien o un servicio demandado por el mercado.

Por otra parte, el Programa de Indicadores de Emprendimiento de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2012) define el concepto en cuestión como “El fenómeno asociado con la actividad empresarial, que es la tarea llevada a cabo por un individuo en busca de la generación de valor, por medio de la creación o expansión de la actividad económica, identificando y aprovechando nuevos productos, procesos o mercados.” De la definición entregada por el organismo, se puede deducir que emprendimiento está ligado, inevitablemente, al crecimiento económico de un país mediante la generación de valor que otorgan las nuevas ideas.

CORFO (2013, p.13) cita a Timmons (1994) indicando que el emprendimiento “conlleva a la formulación de propuestas de valor”.

Larroulet y Ramírez (2007) citan a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) indicando que emprendimiento es cualquier intento de hacer nuevos negocios o creación de nuevas empresas.

De las definiciones planteadas por las diferentes fuentes citadas, se puede apreciar que tienen una fuerte orientación al asociarlo con la generación de nuevos productos y/o servicios que vengan a aprovechar una oportunidad detectada en el entorno, y así generar valor para el emprendedor, concepto que se desarrollará en la siguiente sección, y el consumidor.

## **1.2 ¿Qué es ser emprendedor?**

Como se pudo ver en la sección anterior, emprendimiento es la acción de emprender y quien realiza dicha acción es denominado emprendedor.

CORFO (2013) cita al Diccionario de las Autoridades (1729 y 1739) para indicar que el concepto fue definido por primera vez como “La persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua”.

Para el concepto, existen diversas definiciones de diferentes autores, que a lo largo del tiempo y de las nuevas formas de hacer empresa, han ido perfeccionando las acepciones del término.

En términos etimológicos, la palabra emprendedor proviene del francés *entrepreneur* que significa pionero. En un principio era utilizado para catalogar a las personas que tomaban una aventura sin conocer el riesgo y las

consecuencias que implicaba hacer tal acto, haciendo así la similitud con Cristóbal Colón, en su viaje hacia el descubrimiento de América.

En virtud de lo anterior, se puede rescatar una característica que es transversal a las personas emprendedoras, y que guarda relación con la capacidad de asumir riesgos. En este sentido, el economista norteamericano Frank Knight (1971) de acuerdo al artículo “Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento” de Castillo (1999) define al emprendedor como una persona que desarrolla dos capacidades, a saber, 1) Organizar y liderar todos los factores de producción necesarios en una empresa, y 2) Enfrentar la incertidumbre que significa iniciar una nueva actividad.

Castillo (1999) cita a Schumpeter (1963) quien señala que un emprendedor es una persona innovadora que introduce cambios, a partir de aprovechamientos de oportunidades que luego generarán utilidades y fomentarán la creación de nuevas empresas, traduciéndose en un mecanismo de “creación destructiva”. Respecto a este mecanismo, Larroulet y Ramírez (2007, pág. 4) lo explican como algo que “implica la creación de nuevas empresas y la destrucción de algunas ya existentes y se encuentra liderados por cambios que aumentan la productividad e incrementan la competitividad entre las empresas.” La definición planteada por el economista nacionalizado norteamericano, es la primera en relacionar los conceptos de emprendimiento e innovación, incentivando, a la combinación de estos términos en procesos que vayan en concordancia con la creación de valor, ya sea a nivel país o a nivel empresa.

Peter Drucker en su libro *Innovación y Emprendimiento*, de 1982, según CORFO (2013), define al emprendedor como “aquel empresario que es innovador” estando en línea con lo que plantea Schumpeter, siendo así, un segundo economista que utiliza el término innovación para caracterizar a la persona que lleva adelante un emprendimiento.

Castillo (1999) cita a Kirzner (1975) para indicar que un emprendedor es aquel que se mantiene alerta a las oportunidades que hay en el entorno y que ningún otro actor logra detectarlas. Para el autor, la condición de estar alerta significa ver más allá, romper ciertos paradigmas en las formas de hacer las cosas y así determinar dónde los bienes se han vuelto más valiosos para el consumidor.

Por otro lado, el Programa de Indicadores de Emprendimiento de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2012) entrega una definición operativa respecto al concepto de emprendedor, al indicar que son personas que tienen el control directo de las actividades de una empresa al poseer la totalidad o una posición significativa del negocio.

Hasta ahora las definiciones entregadas están relacionadas a términos más cuantitativos que cualitativos. Al respecto, CORFO (2013) cita a un grupo de académicos, como Gartner (1998), Mc Daniel (2005) y Peneder (2008) que en la definición del término agregan características actitudinales relacionadas más con la personalidad de la persona que con su habilidades y conocimientos técnicos respecto de una materia; es así como aparece el concepto de resiliencia. CORFO (2013) cita a De Vries y Shields (2005) para definir resiliencia como “la capacidad de los sujetos para sobreponerse a situaciones límite y asumir dichos

desafíos con cierto grado de flexibilidad, lo cual lo vuelve un rasgo clave del emprendedor.”

Siguiendo la misma línea, Formichella (2004) señala que la diferencia entre una persona emprendedora con una que no lo es, es la actitud, indicando que “Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria.”

Por otro lado, Duarte y Tibana (2009) indican que un emprendedor debe tener características particulares, a saber, “necesidad de logro, disciplina, alta autoestima, trabaja por resultados, y construye ambientes positivos frente a la iniciativa de un proyecto.”

A continuación, se presenta una ilustración que da a conocer la evolución del concepto emprendedor, a través de los siglos y de diferentes autores que han aportado a un perfeccionamiento, desde su disciplina y punto de vista, al concepto en cuestión:

Figura 1.1: Evolución del concepto de emprendedor

	Autores	Rasgo de personalidad	Acción	Estrategia
XVIII	Jacques des Bruslons (1723)	Determinado	Hacer y ejecutar una operación considerable y ardua	Actuar con resolución y empeño
XIX	Say (1803)		Vincular los factores productivos	Aumentar la productividad
XX	Schumpeter (1928)	Innovador	Crear un nuevo producto	Romper el status quo
Fines XX – Comienzo XXI	Druker (1982)	Innovador		
	De Vries y Shields; Davidson (2005)	Resiliente		
	McKenzie, Ugbah, & Smothers (2007)	Definido e innovador.	Crear un producto	Explotar oportunidades económicas

Fuente: Emprendimiento en Chile: Hacia un nuevo modelo de segmentación y análisis, CORFO (2013)

De las definiciones presentadas, se pueden obtener dos apreciaciones, a saber, 1) Es relevante el papel del emprendedor para el crecimiento y desarrollo económico de un país, aumentando la productividad de éste, en función de sus soluciones a problemáticas, 2) Es importante que el emprendedor, sea una persona preparada a nivel técnico y a nivel de personalidad, de manera tal, de lograr cumplir con los objetivos que implica llevar adelante un emprendimiento, a fin de mitigar los riesgos de fracaso.

### 1.3 Tipos de emprendimiento

Así como existen diferentes categorías para clasificar un solo concepto en varios sub-conceptos, el término emprendimiento no escapa de esa regla. En la

literatura, es posible encontrar variados tipos de emprendimientos, sin embargo, los que tienen una mayor frecuencia en los artículos y de mayor transversalidad, son el emprendimiento empresarial, que hace referencia exclusivamente a la creación de nuevas empresas que surgen a partir de una idea/solución que se plasma en un bien y/o servicio. En relación a este tipo de emprendimiento, Duarte y Tibana (2009) lo describen como el emprendimiento que corresponde a las unidades productivas de bienes y servicios. Los otros dos tipos de emprendimiento, son el social y el corporativo o intra-emprendimiento. Como el emprendimiento empresarial, ha sido abordado en secciones anteriores, se profundizará en las otras dos derivadas del concepto, a fin de lograr una perspectiva más holística.

### **1.3.1 Emprendimiento Social**

Cuando se habla de emprendimiento social, no necesariamente se hace referencia al objetivo de rentabilizar a través de la solución propuesta a un determinado problema, sino que también se puede concebir como un desarrollo que va mucho más allá de lo económico.

Vásquez y Dávila (2008) definen emprendimiento social como la búsqueda de soluciones a problemáticas sociales, es así como también describen a un emprendedor social, indicando que son aquellas personas que generan ideas para resolver problemas como el analfabetismo, drogadicción o contaminación ambiental. De esta definición y caracterización del tipo de emprendedor, es posible colegir, que el concepto en cuestión viene a encargarse de problemáticas que muchas veces pasan inadvertidas por el común de las personas, y que

desde ahí son capaces de contribuir al desarrollo, más que al crecimiento, en ocasiones, de la sociedad. Lo anterior, no deja de clasificar al emprendedor social como un hombre de negocios, sino que busca “humanizar” a la figura creada por los economistas.

El principal objetivo y elemento distintivo del emprendimiento social, respecto de obras de beneficencia o caridad, es que busca “crear valor social sostenible”, Vásquez y Dávila (2008), en su campo de acción, es así como el emprendedor social, debe actuar “como un agente de cambio en su entorno” según lo señala Harding (2004) en el artículo de los autores señalados previamente, a fin de lograr el propósito del tipo de emprendimiento, de manera tal, que el valor pueda expandirse hacia otras latitudes. De lo anterior, es rescatable el concepto de sostenible, quien es el que le da la relación económica y financiera que debe tener un emprendimiento de estas características, en virtud de lo señalado, Vásquez y Davila (2008) citan a Novy-Hildesley (2007) quien establece que, un plan de negocios de un emprendimiento social debe estar centrado principalmente en la sostenibilidad financiera.

Vásquez y Dávila (2008) citan a Reis y Clohesy (2001, p. 116) para señalar que “el emprendimiento social es fuertemente influenciado por el deseo de cambio social y de sostenibilidad de la organización y los servicios sociales que presta”.

Vásquez y Dávila (2008) citan a Roberts y Woods (2005) quienes definen “emprendimiento social como la construcción, evaluación y persecución de oportunidades para el cambio social transformativo llevado a cabo por individuos visionarios, apasionadamente dedicados”. Se la definición presentada es

rescatable la incorporación de cualidades que debe tener un emprendedor social y cualquier otro tipo de emprendedor, haciendo referencia a la pasión y a la capacidad de ver cosas que otros no ven, complementándolas con evaluación de ideas, lo que implica que la persona emprendedora, debe poseer ciertos conocimientos técnicos para llevar adelante una solución.

Por otro lado, Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), citados en Vásquez y Dávila (2008), dicen que emprendimiento social “es una actividad innovadora, de creación de valor social, que ocurre al interior y a través de los sectores sin ánimos de lucro, de negocios y gubernamental”. Lo relevante de la definición planteada por los autores, es la certeza con la que definen el concepto, al asociarlo directamente con innovación, es decir, ellos conciben cualquier solución que venga a hacerse cargo de alguna problemática social, como una innovación propiamente tal. Otro punto a destacar, es que la actividad la circunscriben a ciertos ámbitos, a diferencia de las otras acepciones que no la acotan a un determinado contexto.

### **1.3.2 Emprendimiento Corporativo o Intra-Emprendimiento**

El concepto en cuestión, hace referencia las soluciones que surgen a partir de algún problema detectado al interior de una organización. Muchas veces, estas soluciones se materializan en nuevas empresas, siendo capaces de generar empleos y contribuir a la economía de un país.

Kantis y Drucarroft (2009) citan a Schollhamer (1982) quien establece que el emprendimiento corporativo corresponde a actividades existentes dentro de las empresas que cuentan con el compromiso organizacional explícito en términos

de recursos. De esta primera definición, se desprende que, para llevar a cabo un emprendimiento corporativo, se necesita que la empresa en la que se ampara la actividad, dé la autorización y a su vez se comprometa con la disposición de recursos a fin de asegurar la materialización de la solución. En síntesis, el autor, incentiva a las empresas a generar programas que motiven el emprendimiento corporativo o intra-emprendimiento.

Los mismos autores, señalados anteriormente, citan a Pinchot (1985) quien señala que las personas que hacen emprendimiento corporativo, deben ser capaces de asumir la responsabilidad de estar en constante búsqueda de iniciativas de mejora, a fin de que éstas sean rentables para la empresa.

Por otro lado, Kantis y Drucarroft (2009) citan a Vesper (1984), quien dice que emprendimiento corporativo, es “aquel que involucra a las iniciativas de los empleados desde debajo de la organización con vistas a encarar algo nuevo, una innovación que es creada sin que la conducción superior se lo haya pedido o inclusive autorizado”. Vesper, a diferencia del primer autor citado, no considera la autorización de los superiores para llevar adelante mejoras al interior de la organización, sino que lo ve como algo espontaneo y natural de parte de los empleados.

Hasta acá, se habla solo de soluciones de mejora que pueden realizar los empleados al interior de una organización, sin embargo, en muchos casos, estas soluciones terminan por convertirse en nuevas empresas o unidades de negocio de la empresa madre. A tal fenómeno, se le conoce como Spin-off, al respecto Kantis y Drucarroft (2009) los definen como “el proceso por el cual se produce el

nacimiento de una nueva firma por la capitalización de ideas, recursos, conocimientos y/o contactos desde dentro de una organización o empresa”.

En un mismo sentido, Guth and Ginsberg (1990), citados en Kantis y Drucaroff (2009), en parte de su definición incluyen la creación de nuevos negocios, sin embargo, la amplían al considerar que un emprendimiento corporativo se refiere a la reformulación de procesos que renueven las bases del modelo de negocio de la empresa.

#### **1.4 ¿Qué es Innovación?**

Al igual que emprendimiento, innovación es un concepto que a lo largo del tiempo, particularmente en las dos últimas décadas ha logrado una relevancia trascendental en todo tipo de organización, inclusive el Estado, al considerarlo como un factor que entrega competitividad y diferenciación en las formas de llevar adelante procesos operativos y estratégicos.

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2017) citan a la RAE (2014) para señalar que innovación “es la acción y efecto de innovar, entendida esta, igualmente, como “mudar o alterar las cosas, introduciendo novedades””. En esta primera aproximación al concepto, se aprecia que innovación implica creatividad y análisis al momento de introducir un cambio en determinadas circunstancias. Rasgos, similares a los que busca el emprendimiento, de ahí que muchos autores no logren concebir estos dos términos de manera independiente, misma óptica que tiene el presente trabajo.

Como se ve en la primera parte de este capítulo, referido al emprendimiento, Joseph Schumpeter, fue el primero en considerar a la innovación dentro de un emprendimiento, con la distinción, respecto de otras definiciones, que el economista la concebía desde un punto de vista tecnológico, en donde, priman las introducciones de nuevos bienes y/o servicios, como la de nuevos procesos en la operación a fin de optimizarlos.

Cilleruelo (2007) cita a Gee (1981) para señalar que innovación es “el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil que es aceptado comercialmente”.

En el artículo de Cilleruelo (2007, pág. 93) citan a Pavón y Goodman (1981) para decir que innovación corresponde a conjuntos de actividades, realizadas en un periodo de tiempo, conducentes a la introducción, por primera vez, de una idea en forma de productos y/o servicios o técnicos de gestión y organización. De esta definición, es destacable que el autor no asocie el concepto a una invención, explícitamente, sino que lo hace refiriéndose a actividades que deben tener un plazo, es decir el equipo que esté detrás, deberá cumplir ciertos hitos para llevar a cabo la innovación, y así cumplir con el objetivo de introducir algo nuevo a un ámbito de acción.

Según Nelson (1982) innovación se constituye “en un cambio que requiere un considerable grado de imaginación” creándose un rotundo quiebre en la formas de hacer lo establecido. Del planteamiento teórico que propone el autor, se logra dimensionar el efecto de la innovación como un revolución, un cambio drástico en los paradigmas del contexto en el que se aplica.

Cilleruelo (2007, pág. 93) cita a Machado (1997) quien define innovación de la siguiente manera: “la innovación tecnológica es el acto frecuentemente repetido de aplicar cambios técnicos nuevos a la empresa, para lograr beneficios mayores, crecimientos, sostenibilidad y competitividad”. Importante destacar de esta definición, la circunscripción que hace el autor al referirla directamente con el término “tecnológica”. Adicionalmente, la considera como un proceso continuo.

El concepto de innovación ha sido trabajado por diversos autores, unos con un enfoque en la introducción de elementos nuevos, otros concibiéndolos desde el punto de vista tecnológico y constante. No obstante lo anterior, todos concuerdan que es un proceso que implica creatividad, disciplina, conocimientos y perseverancia a fin de realizar cambios sustanciales en las formas establecidas. El libro verde la innovación, define el concepto incorporando conceptos como *social, persona y sociedad*, un punto de vista, hasta ahora no abordado por los autores citados, y es que la innovación no debiese asociarse solo a temas de índole tecnológica, al igual que el emprendimiento, debiese verse como un factor que entrega valor y soluciones eficientes a los problemas de una organización o sociedad, es así como la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2017) basándose en la opinión de la Comisión y Sistemas, indican que es un error histórico asociar innovación con tecnología, debido a que el concepto debe ser mirado desde una perspectiva evolucionista y dinámica, diciendo así que “la innovación debe enfocarse en la satisfacción de necesidades latentes o patentes de la sociedad y así, ofrecer soluciones a problemas generadores de cambio que afectan los comportamientos de los distintos agentes y organizaciones del entorno”.

## **1.5 Tipos de innovación**

Los tipos de innovación a tratarse en el presente punto, corresponden a los que el Manual de Oslo, en el año 2005, desarrolló en profundidad, a saber, innovaciones de producto, proceso, marketing y organización.

### **1.5.1 Innovación de producto**

De acuerdo al Manual (pág. 58), una innovación de producto corresponde a la “introducción de un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina”. De la definición planteada, podemos deducir que una innovación de producto, no necesariamente constituye el lanzamiento de algo nuevo, sino que también responde a modificaciones sustanciales a bienes o servicios ya existentes, que para lograrlo, se requiere de una combinación de factores, tales como la tecnología y el conocimiento respecto de lo que se quiere alterar.

### **1.5.2 Innovación de Procesos**

Cuando se habla de innovación de procesos, se hace referencia a la introducción de nuevas formas de hacer un proceso de producción o distribución, lo que puede implicar, ajustes significativos en las técnicas de gestión establecidas, materiales y/o programas informáticos, cuyo objetivo será, según Manual de Oslo 2005 (pág. 61) “disminuir los costos asociados a la producción o distribución, mejorar la calidad, o producir o distribuir nuevos productos o sensiblemente mejorados”.

Cuando se introducen máquinas automatizadas para agilizar, por ejemplo, la fabricación de autos, se hace referencia a un proceso de producción que se ve beneficiado por la incorporación de esta maquinaria, mientras que cuando hablamos de una mejora en algún proceso relacionado a la logística, lo que implica abarcar áreas de abastecimiento, manejo de inventarios, tecnología para monitorear el stock de productos (RFID), estamos en presencia de un nuevo proceso de distribución, constituyéndose así, en una innovación de proceso.

### **1.5.3 Innovación en Marketing**

Este tipo de innovación se caracteriza por la aplicación de nuevas formas de realizar la comercialización de un producto y/o servicio, cuyo principal objetivo es satisfacer las necesidades de los consumidores. De esta manera, la innovación en marketing, para poder llamarse como tal, implica introducir mejoras en las estrategias de posicionamiento, promoción, precio y diseño del producto. La diferencia entre los otros métodos de comercialización con la innovación en marketing, radica en que ésta propone la utilización de planes de comercialización que antes no eran utilizados, siendo una modificación estructural a lo ya establecido en materia de marketing al interior de una organización.

Un cambio de forma y aspecto del producto que no altera la funcionalidad de éste, hace referencia a una mejora significativa al diseño del producto. Por otra parte, cuando estamos en presencia de una mejora en materia de posicionamiento, es cuando se crean nuevos canales de venta, a modo de ejemplo, una marca que establece que sus locales se deben expandir a través

de franquicias, está realizando innovación en marketing relacionada con el posicionamiento. En cuanto a la promoción, es principalmente cuando se utilizan nuevos conceptos para promocionar los bienes y servicios de una empresa. Por último, en relación al precio, la innovación se basa en el manejo de nuevas estrategias de precios o tarificación, como por ejemplo, variar el valor en función de la demanda o la utilización de un sistema en página web que permita escoger los productos y/o servicios de acuerdo a preferencias para luego ver el precio correspondiente.

#### **1.5.4 Innovación de Organización**

Según el Manual de Oslo 2005, una innovación de organización está dada por “la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.” Al igual que las otras innovaciones, ésta para que se considerada como tal, no tiene que haber sido usada anteriormente por la empresa, y que además provenga de los lineamientos estratégicos establecidos por la alta dirección. El objetivo principal de esta innovación es reducir los costos y mejorar la productividad, es decir, una innovación tendiente a la eficiencia. De ahí, que una mejora elemental en los servicios informáticos, en la operación, aumentar el aprendizaje y conocimiento de las personas, forman parte de esta innovación.

La definición por el manual, también indica las relaciones exteriores de la empresa, razón por la cual, se debe considerar innovación cualquier cambio sustancial en la relación que la empresa entable con sus grupos de interés, vale decir, proveedores y clientes y todos los derivados que provengas de estos dos

grupos. En virtud de lo anterior, se infiere que la innovación de organización es una de las más integrales, al abarcar un campo mucho más amplio que los otros tipos de innovaciones, que están supeditadas a rango de acción más específico.

## **1.6 Modelos y programas para fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes**

El presente punto consiste en dar a conocer ciertos modelos teóricos que se han utilizado con la finalidad de fomentar el emprendimiento e innovación en la población objetivo. Es así, como se verán modelos nacidos en universidades, países y otras organizaciones. De los modelos presentados, nacerá la razón de éste trabajo, la propuesta para fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes de la educación técnica de nivel superior.

### **1.6.1 Programa DEMOLA**

Programa nacido en Finlandia en el año 2008, gracias la iniciativa de la Universidad de Tampere y NOKIA <sup>1</sup> cuyo principal eje de trabajo es el enlace de la universidad con el mundo empresarial, en donde la base es la innovación abierta, trabajada en conjunto con organizaciones de investigación y desarrollo e innovación (I+D+i), dando lugar a que estudiantes presenten nuevos conceptos, productos y/o servicios, en formato de prototipos, que sean aplicados en la vida real, siendo su propuesta de valor el enfoque en la “acción creativa, creando nuevos empleos y negocios” Vicens y Grullón (2011).

---

<sup>1</sup> Rescatado desde: <http://www.campusiberus.es/demola/>

En la actualidad, el programa DEMOLA es implementado en diversos países de Europa, África y América del Norte.

### **1.6.2 Modelo teórico de Emprendimiento basado en los Estudiantes de Pregrado (MEEP)**

El modelo en cuestión, nace en la ciudad colombiana de Manizales con el objetivo de impulsar el emprendimiento en las instituciones de educación superior de la ciudad, siendo la población objetivo del modelo, los estudiantes universitarios de pregrado. Una de las características distintivas del modelo, es que no requiere de la autorización de entidades externas a la universidad, para que sea aplicado, debido a que a trabajan bajo el principio de “mundo cerrado”.<sup>2</sup>

Gómez y Sánchez (2012) indican que el modelo tiene sus cimientos en categorías básicas para la construcción del mismo, a saber:

- *Concepto de emprendimiento universitario basado en los estudiantes de pregrado.*
- *Emprendedor estudiante de pregrado.*
- *Staff para el emprendimiento universitario.*
- *Área, centro o unidad de emprendimiento.*
- *Modelo de operación de la estrategia de emprendimiento en la universidad para los estudiantes de pregrado.*
- *Docente emprendedor.*
- *Ambiente creativo para el emprendimiento.*

---

<sup>2</sup> Gómez y Sanchez (2012) citan Goldenberg y Mazursky (2002).

- *Asociaciones estudiantiles con visión empresarial (AEVE).*
- *Ecosistema de emprendimiento: Interno y externo.*

Teniendo estos conceptos base, el modelo MEEP incentiva a las universidades de Manizales a generar una política institucional de emprendimiento que tenga por objetivo “garantizar el funcionamiento sistemático de un ecosistema de emprendimiento, y fortalecer de esta manera el *modus operandi* del emprendimiento en la universidad, que permita articularse con el ecosistema de emprendimiento externo y garantice la sostenibilidad en el tiempo”.<sup>3</sup> Asimismo, Gómez y Sánchez (2012) sugieren que en la creación de la política institucional debe participar un grupo de expertos, interno y externo, en materia de emprendimiento que debe estar liderado por la máxima autoridad del plantel, vale decir, el Rector.

### **1.6.3 Modelo Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo emprendedor, del Banco Interamericano de Desarrollo (BID)**

El modelo en referencia, tiene como objetivo incrementar los emprendimientos dinámicos o de alto valor en América Latina y el Caribe, asimismo, busca que los emprendimientos creados se conviertan en empresas que contribuyan al crecimiento del país y de la región de alcance. Para el logro de su objetivo, el modelo plantea tres líneas de trabajo, a saber:

1. **Formación del emprendedor:** En esta línea, el modelo propone que la formación del emprendedor es clave y crítica para el éxito de los

---

<sup>3</sup> Gómez y Sánchez (2012, p. 72)

emprendimientos, razón por la cual, la línea se subdivide en cuatro áreas, que son:

- a. **Programa de formación para emprendedores:** En esta área, el modelo se basa en el pensamiento de diseño, el análisis de casos, simulaciones y el aprendizaje activo a fin de desarrollar las competencias necesarias para enfrentar los retos que implica un emprendimiento, es así, como se forman competencias que sirven para entender el contexto externo de los negocios. En síntesis, en esta parte el modelo busca entregar un enfoque experiencial a la persona, de manera tal, de potenciar la creación de nuevos productos y/o servicios en el mundo real o digital.
- b. **Programas de mayor alcance:** En esta área, principalmente, el modelo busca expandir los programas de emprendimiento en todas las carreras de las universidades, en el entendido que la mayor cantidad de programas se da en la educación superior, preferentemente en instituciones del tipo señalado anteriormente. Adicionalmente, en todas las carreras, se debería incluir el curso de pensamiento de diseño, el que debería ser electivo, además en éste, el modelo precisa, que debería generar espacios que fomenten la formación de grupos de estudiantes de diferentes carreras a fin de maximizar la diversidad.
- c. **Enseñanza del conocimiento esencial:** En este punto, el modelo invita a buscar el conocimiento esencial, que guarda relación con el área en donde una organización es experta. A modo de ejemplo,

en los países desarrollados, el conocimiento esencial es la tecnología, pues de ésta han nacido emprendimiento de alto valor. De esta manera, Vicens y Grullon (2011, p. 15) señalan que “para competir a nivel global sobre la base de la innovación, por ejemplo, hay que saber interpretar patentes y otras formas de propiedad intelectual para aprovechar esas plataformas de conocimiento para innovar.”

- d. ***Derecho a explorar, disentir y fracasar:*** Un punto clave del modelo y que no es tratado en los dos primeros, es que éste da la posibilidad de que la persona que emprenda tiene el derecho a fracasar y si gusta, levantarse a través de otro emprendimiento, por lo que proponen generar campañas de comunicación que derriben el estigma del fracaso y el paradigma de “no inventes” y “no disientas”. En virtud de lo anterior, los autores llaman a generar una cultura que propenda a asumir riesgos, haciendo necesario, el desarrollo del pensamiento inductivo. Aquí, el modelo pone como ejemplo al país de Estados Unidos a través de una cita de Steve Fleming, director del Instituto de Innovación Empresarial del Georgia Institute of Technology, quien dijo: *“Tenemos una historia de toma de riesgo, de fluidez de capital y de tolerancia al fracaso que ha hecho de los Estados Unidos el mejor lugar del mundo para comenzar una empresa.”*

2. **Promoción del valor del emprendimiento e innovación:** En el segundo eje que plantea el modelo, el objetivo es promocionar la cultura de

emprendimiento, mediante una diversa gama de iniciativas que propendan al fomento de tal cultura como, por ejemplo, conferencias de emprendedores exitosos, creación de revistas y programas de televisión, así como también, novelas de negocios que ayuden a acercar el mundo de los negocios a la gente.

- 3. Desarrollo de un ecosistema de apoyo:** Guarda relación con la creación de un ecosistema que potencie y apoye a los emprendedores, a través de un grupo de empresas que se dediquen a asesorar y a entregar capital a las iniciativas levantadas. Lo anterior, sienta sus bases en estadísticas que los autores presentan y que dan cuenta de una alta tasa de mortandad de los emprendimientos en los primeros años, lo cual, lo ven como consecuencia del escaso apoyo existente.

### **1.7 Centros de Formación Técnica (CFT) en Chile**

Los Centros de Formación Técnica (CFT) forman parte del Sistema de Educación Superior chileno, que se compone, además, de Universidades e Institutos Profesionales Según cifras del Sistema de Información de Educación Superior (SIES) en la actualidad existen 49 CFT con una matrícula total de más de 141 mil estudiantes.

Este tipo de instituciones están facultadas solo para entregar títulos técnicos de nivel superior en cualquier área del conocimiento, luego de haber aprobado un programa que haya tenido como mínimo un total de 1.600 horas clases, repartidas en 4 semestres.

El sentido de la educación técnica de nivel superior, radica que es una educación vocacional y orientada al trabajo, pues sus planes de estudios tienden a recoger las necesidades del sector productivo para luego plasmarlas en sus mallas curriculares, a fin de formar a un estudiante preparado para el ámbito laboral. Es tal el protagonismo actual de este tipo de educación, que el actual gobierno, en el año 2016 promulgó la ley 20.910 que crea 15 Centros de Formación Técnica Estatales a lo largo de todo el país.

## **Capítulo II: Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso, CFT UV**

### **2.1 Antecedentes Institucionales**

El Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso fue creado en el año 2000 bajo el nombre de CFT Eugenio González Rojas y al alero de la Universidad de Valparaíso (UV). Según detalla el Informe de Autoevaluación Institucional (2016), la fundación de la institución responde a un llamado del Ministerio de Educación (MINEDUC) a las Universidades del Consejo de Rectores a fin de que estas ampliaran su oferta académica hacia la educación técnica de nivel superior.

Luego de que se constituyera organizacionalmente la institución y definiera su primera carrera, el MINEDUC en el año 2002 le otorga el reconocimiento oficial mediante el Decreto Exento n° 228. Este hito, marcó el inicio de las operaciones del centro.

En el año 2012, CFT UV obtiene el Licenciamiento a manos del Consejo Nacional de Educación (CNED), obteniendo así la plena autonomía institucional para la toma de decisiones en todo ámbito.

En agosto del año 2014, CFT UV logra la acreditación institucional, de parte de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA), en las áreas de Gestión Institucional y Docencia de Pregrado, por un período de dos años. Lo anterior, forma parte de uno de los máximos logros que una institución de educación superior puede alcanzar en Chile, permitiéndole a los estudiantes que quieran

estudiar en la institución, acceder a beneficios estatales para apalancar los costos asociados al arancel de las carreras.

## **2.2 Visión**

En su Plan de Desarrollo Institucional (PDI) 2016-2020 CFT UV declara como visión lo siguiente:

*“CFT UV tiene como visión ser un instrumento social que, a través de la formación y capacitación continua, promueva la inserción laboral y el desarrollo productivo regional y nacional”.*

## **2.3 Misión**

En el mismo documento citado en el punto 2.2 el centro declara que su misión es:

*“Formar Técnicos de Nivel Superior competentes, responsables y comprometidos con su entorno laboral y social, colaborando activamente al desarrollo productivo de la región y el país”.*

## **2.4 Valores**

Los valores declarados por la institución son: *la participación, la solidaridad, la equidad, la libertad, el pluralismo, el pensamiento crítico y el respeto a la diversidad.*

## **2.5 Modelo de Desarrollo**

La articulación, es el concepto clave en el modelo de desarrollo de CFT UV. Los liceos de enseñanza media técnico profesional (EMTP) y el sector productivo de la región forman parte de la puerta de entrada a la institución para aquellos estudiantes y trabajadores que deseen optar a un título técnico de nivel superior, para lo cual el centro desarrolla esta parte del modelo, generando convenios con diferentes liceos y empresas que estén asociadas a las disciplinas de las distintas carreras que imparte.

Cabe destacar que las empresas articuladas con CFT UV, a través de sus equipos designados, validan las carreras del centro, según área de especialidad, dándole así pertinencia a la oferta formativa de la institución.

Una vez que estos estudiantes pasan por las aulas de CFT UV con éxito, el centro les entrega la posibilidad de seguir estudiando en la Universidad de Valparaíso, en una carrera profesional que se presente como la continuación de programa técnico estudiado en primera instancia. Además del convenio existente con la UV, el estudiante, en caso de no escoger la primera opción, puede seguir sus estudios en la Universidad Santa María (USM) con la diferencia que ésta le da la posibilidad de obtener un título profesional sin licenciatura.

Si el estudiante decide no seguir estudiando, puede ejercer su título técnico de nivel superior en cualquier empresa que estime conveniente. Para estos casos, CFT UV dispone de una serie de cursos y diplomados, a través de su unidad de capacitación y formación continua, para ofrecer a sus titulados con el ánimo de que estos actualicen sus conocimientos en sus áreas respectivas.

De esta manera, CFT UV basa su desarrollo y sustentabilidad en el tiempo a través de la articulación con entes claves en su operación, y que le permiten dar cumplimiento a su misión institucional. El modelo en cuestión, se complementa con el proyecto educativo, que logra darle el sentido vocacional y práctico a los programas formativos que ofrece la institución, y que a su vez son coherentes con lo que indican las políticas públicas al respecto

En la siguiente imagen, se puede apreciar de manera visual del modelo de desarrollo explicado anteriormente:

Figura 2.2: Modelo de Desarrollo CFT UV



Fuente: Informe de Autoevaluación Institucional (2016)

## 2.6 Proyecto Educativo

El proyecto educativo, es una pieza clave en la institución, pues en este documento el centro levanta la propuesta formativa que quiere imprimir en los estudiantes que deseen cursar una de las carreras que ofrece, instancia en donde se aplican las estrategias formativas declaradas en el citado texto.

En términos generales, el proyecto educativo de la institución, es un proyecto que centra su propuesta formativa en las competencias laborales, las que deben ser pertinentes con el mundo del trabajo, a fin de entregarle al estudiante, herramientas correctas para su buen desempeño laboral, una vez que egrese de la carrera estudiada. De esta manera, el proyecto configura su propuesta, de modo tal, que ésta sea capaz de responder a los requerimientos suscitados en la empresa pública o privada de la quinta región. Respecto a lo último, CFT UV declara explícitamente sus vínculos con el sector Servicios de la mencionada región, así la mayoría de sus carreras, pertenecientes a diferentes áreas del conocimiento, buscan ser pertinentes al sector señalado. La elección del sector, según Proyecto Educativo (2015, pág. 2) se debe a “la ubicación de su sede central en la ciudad de Viña del Mar, ciudad cuyo eje productivo es el área de los servicios”.

Para profundizar lo descrito en los primeros párrafos del punto referente al proyecto educativo de CFT UV, se presentan a continuación, elementos claves del proyecto, a fin de entender de mejor manera la intención académica del plantel para con sus estudiantes, y asimismo, saber el detalle del contexto en el que se encontrará inmersa la propuesta para fomentar el emprendimiento e innovación en la población estudiantil de la institución, razón de ser del trabajo de esta investigación.

### **2.6.1 Objetivo General**

El documento Proyecto Educativo (2015) de CFT UV indica que el objetivo general, es:

*“Sistematizar la propuesta formativa del Centro, en relación a los ámbitos curricular, metodológico y evaluativo, y su relación con el mundo del trabajo”.*

Conjugar los elementos curriculares, metodológicos y evaluativos con el mundo del trabajo de manera fluida, es lo que impulsa el objetivo general del proyecto educativo, incentivando así el constante monitoreo, de parte de las áreas expertas en la materia, de las demandas del sector productivo de la región, construyendo de esta manera, una propuesta formativa pertinente y actualizada a los tiempos.

### **2.6.2 Objetivos Específicos**

*“Promover la relación entre Educación y el sector productivo, fomentando una interrelación entre el Centro y las empresas públicas y privadas de la región de Valparaíso”.*

El primer objetivo específico da cuenta de la forma en cómo se vinculan los ámbitos declarados en el objetivo general con el mundo del trabajo, el que acá es identificado como el sector productivo y que a su vez éste se compone de empresas públicas y privadas de la región de Valparaíso. La promoción-que pese a que el propósito no lo explicita, pero que por el quehacer de la institución se infiere el tipo de educación-de la educación técnica de nivel superior es el paso

inicial para poder sistematizar los elementos descritos en el objetivo general del proyecto.

*“Desarrollar una formación y capacitación con los estándares de calidad que exige el sector productivo y de servicios de la región de Valparaíso”.*

El segundo objetivo específico del proyecto educativo, se encamina al desarrollo de una formación y capacitación que esté en línea con lo demandado por el sector productivo, particularmente el de servicios, debido que la mayoría de la oferta formativa del centro, está centrada hacia este rubro. En este propósito, comienza a visualizarse el enfoque por competencias laborales, al indicar explícitamente el cumplimiento de las exigencias del mundo del trabajo, relación clave para llevar a cabo este enfoque.

*“Implementar un currículo por competencias laborales que propenda al desarrollo de un aprendizaje experimental, que permita que el alumno desarrolle al máximo sus capacidades”.*

Si el objetivo específico anterior, permitía inferir el enfoque por competencia laborales, en este queda plasmada la intención de la institución, de llevar a cabo un currículo en tal enfoque con el objeto de entregar una enseñanza experimental, práctica, que permita el potenciamiento de las capacidades del estudiante.

### **2.6.3 Principios pedagógicos del Proyecto Educativo**

La base del enfoque por competencias laborales, del que se ha hablado en los puntos anteriores, es el aprendizaje experimental. El Proyecto Educativo (2015,

pág. 5) cita a Kolb (1977) para decir que el aprendizaje experimental “se suscribe en cuatro ámbitos, desde la experiencia, la reflexión, la conceptualización y la acción”.

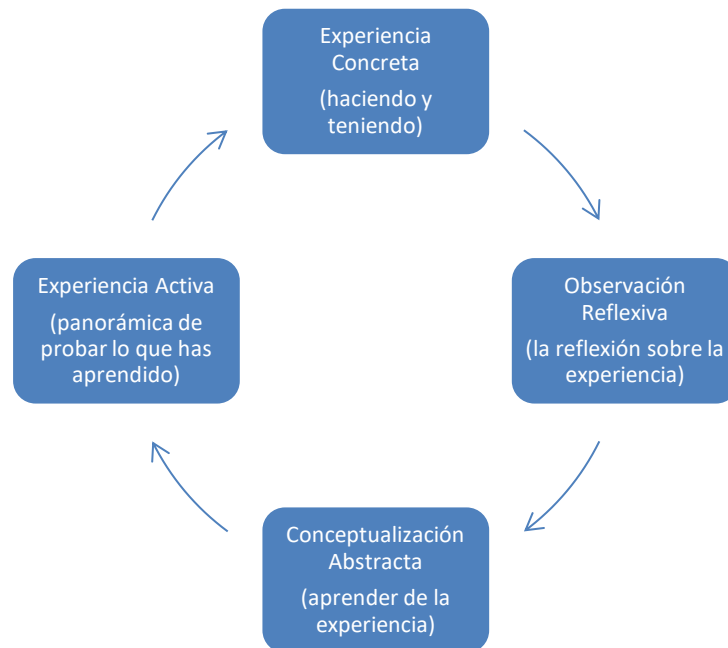
Bajo este modelo de aprendizaje, se entiende por experiencia, según el Proyecto Educativo, aquella actividad que tiene contacto con la realidad, en la cual el estudiante vive algo cercano a lo que se va a enfrentar cuando este inserto en el mundo laboral.

Seguido de la experiencia, se encuentra la reflexión, que, para el mismo documento citado anteriormente, se define como “el análisis de los distintos puntos de vista de lo que se observa, es confrontar la experiencia personal, con los conocimientos de los docentes y de los pares”. En cuanto a conceptualización, ésta hace referencia al conocimiento, el que se obtiene desde el análisis y la construcción de hipótesis.

Por último, está la acción que tiene como objetivo, llevar a la práctica lo enseñado en las salas de clases.

En la figura 2.2 se puede apreciar gráficamente el funcionamiento del Proyecto Educativo de CFT UV y la relación que tienen los componentes de éste:

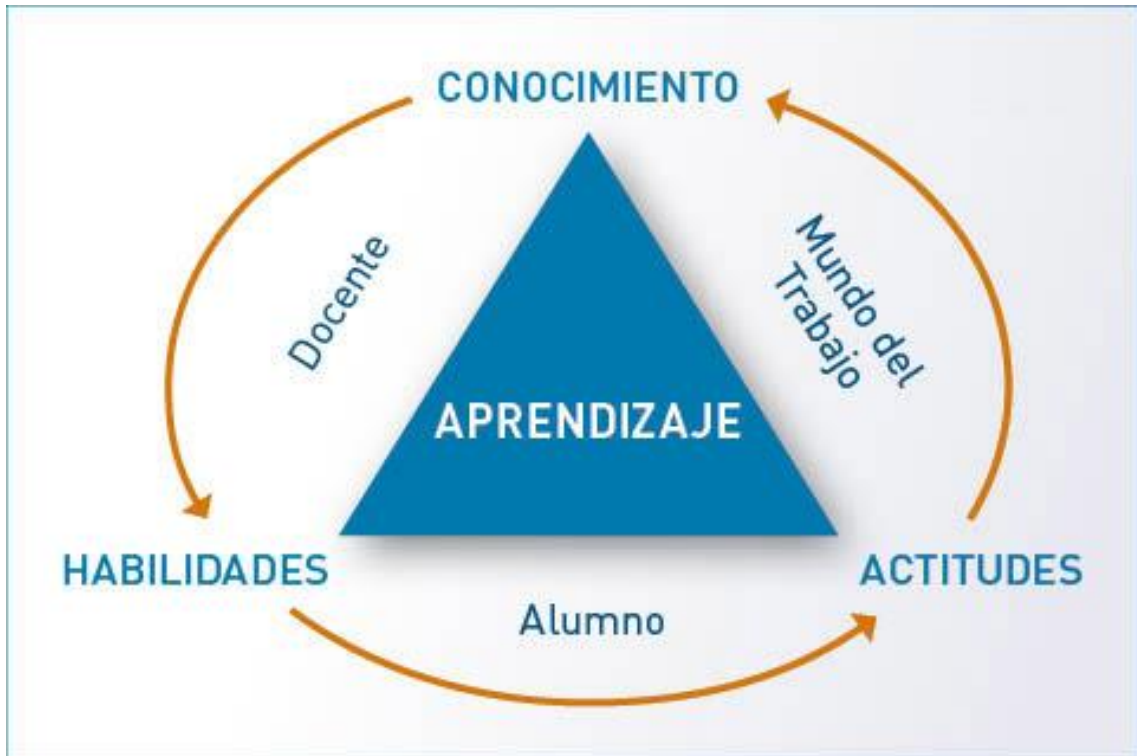
Figura 2.3: Principios pedagógicos del Proyecto Educativo de CFT UV



Fuente: Proyecto Educativo CFT UV (2015)

Este modelo de aprendizaje utilizado por la institución, se enmarca bajo tres saberes: saber, saber ser, saber hacer, los que aportan conocimiento, actitudes y habilidades, respectivamente en el estudiante. Así, Proyecto Educativo (2015, pág.6) cita a Ibarra (2000) para señalar que el producto esperado del proyecto “está en la capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de conocimientos, habilidades o destrezas en abstracto; es decir la competencia es la integración de los conocimientos, habilidades y actitudes”.

Figura 2.4: Modelo Educativo CFT UV



Fuente: Proyecto Educativo CFT UV (2015)

Como se puede apreciar en la ilustración 2.3 Modelo Educativo CFT UV, la institución presenta una enseñanza basada en el docente, alumno y mundo del trabajo, teniendo como eje central el aprendizaje. De este círculo, nace el conocimiento, las actitudes y habilidades.

Para CFT UV, el docente juega un rol de facilitador del aprendizaje, es decir, en él se ve un puente para entregar los conocimientos que trae desde el mundo del trabajo, a través de didácticas de aprendizaje que se ejecuten en función de lo establecido en la planificación académica de cada carrera, hacia el alumno, quien es un “componente activo” en el proyecto educativo. En este sujeto, se centran todos los esfuerzos institucionales por hacer de éste una persona distinta a la que ingresó, con nuevos conocimientos, actitudes y habilidades, que le permitan un buen desempeño laboral. Para lograr lo anterior, el centro, realiza,

al inicio de la carrera, una prueba de diagnóstico que evalúa la comprensión lectora, análisis deductivo, redacción y ortografía. Con los resultados de esta evaluación, comienza a generarse el proceso formativo, el que estará alineado a los preceptos macros del proyecto educativo y a las brechas detectadas en el sujeto. En simultaneo, durante los dos años y medio que dura una carrera, la institución busca imprimir en el estudiante, los establecido en los lineamientos estratégicos de CFT UV, formando el saber ser en la persona.

### **2.6.3.1 Competencia Laboral**

Se ha dicho que CFT UV trabaja bajo el enfoque por competencias laborales, pero hasta ahora, aún no es definido completamente el concepto en cuestión. Según el Proyecto Educativo, el concepto competencia nace en el mundo del trabajo para luego ser llevado y adaptado en la academia, en donde, de acuerdo a la realidad y al tipo de educación que entregan los diferentes planteles, se ha ido aplicando en las carreras de estos con el fin de entregar al estudiante una educación pertinente a la realidad laboral.

Proyecto Educativo (2015, pág. 9) cita al documento Competencias Laborales: Base para mejorar la empleabilidad de las personas, Bogotá (2003) para definir competencia laboral como “la capacidad que una persona posee para desempeñar una función productiva en escenarios laborales usando diferentes recursos bajo ciertas condiciones, que aseguran la calidad en el logro de los resultados”.

Bajo esta definición, CFT UV ejecuta el enfoque por competencias laborales involucrando a cada uno de los participantes del proceso formativo del

estudiante, lo que implica generar nuevas capacidades, que guardan relación con las metodologías de aprendizaje y de evaluación.

Así, con estos componentes del modelo educativo de CFT UV, la institución busca una preparación óptima en el estudiante, de modo tal, que éste logre la empleabilidad en un período de tiempo corto, desde que se tituló.

## **2.7 Organigrama CFT UV**

Como toda organización, CFT UV posee una estructura funcional que está de acuerdo a su realidad y a sus necesidades operativas y estratégicas. En este sentido, la institución posee un nivel estratégico que está compuesto por un Directorio, cuyos miembros son los que toman las decisiones relacionadas a la aprobación de la planificación estratégica, políticas y otros planes de mejora que respondan a alguna contingencia organizacional. Por otro lado, se encuentra el nivel administrativo, que está liderado por el Director Ejecutivo de CFT UV, a quien le competen decisiones, mayoritariamente, operativas. De acuerdo al Informe de Autoevaluación Institucional (2016, pág. 20) la organización de la institución está ordenada en “seis niveles administrativos: Dirección Ejecutiva, Subdirecciones, Jefaturas, Unidades, Administrativos y Servicios-más uno correspondiente al Directorio; y organizado funcionalmente en cinco Áreas- Dirección Ejecutiva, Académica, Capacitación y Formación Continua, Planificación y Desarrollo y Calidad-que dan continuidad a las actividades de la institución”.

### **2.7.1 Dirección Ejecutiva**

Es el primer nivel administrativo y el más alto de la institución. Su campo acción se remite a la toma de decisiones, de índole estratégica y táctica, siendo transversal en todas las unidades componentes de la organización.

### **2.7.2 Subdirecciones**

Actualmente CFT UV posee cuatro subdirecciones, a saber: Planificación y Desarrollo, Académica, Capacitación y Formación Continua y Administración y Finanzas. Corresponden al segundo nivel administrativo. En ellas, descansa la responsabilidad de tomar decisiones, estratégicas y operativas, respecto de un área determinada, por lo que su relevancia en los resultados macros de la institución, juegan un rol preponderante.

### **2.7.3 Jefaturas**

Corresponden al tercer nivel administrativo, y dependen de las subdirecciones. Su campo de acción se limita a áreas específicas de la institución, por lo que sus decisiones son de índole operativa.

### **2.7.4 Unidades**

Cuarto nivel administrativo. Tienen dependencia de las subdirecciones, y en su quehacer no supervisan a equipos de trabajo como es el caso de las jefaturas.

## 2.7.5 Administrativos

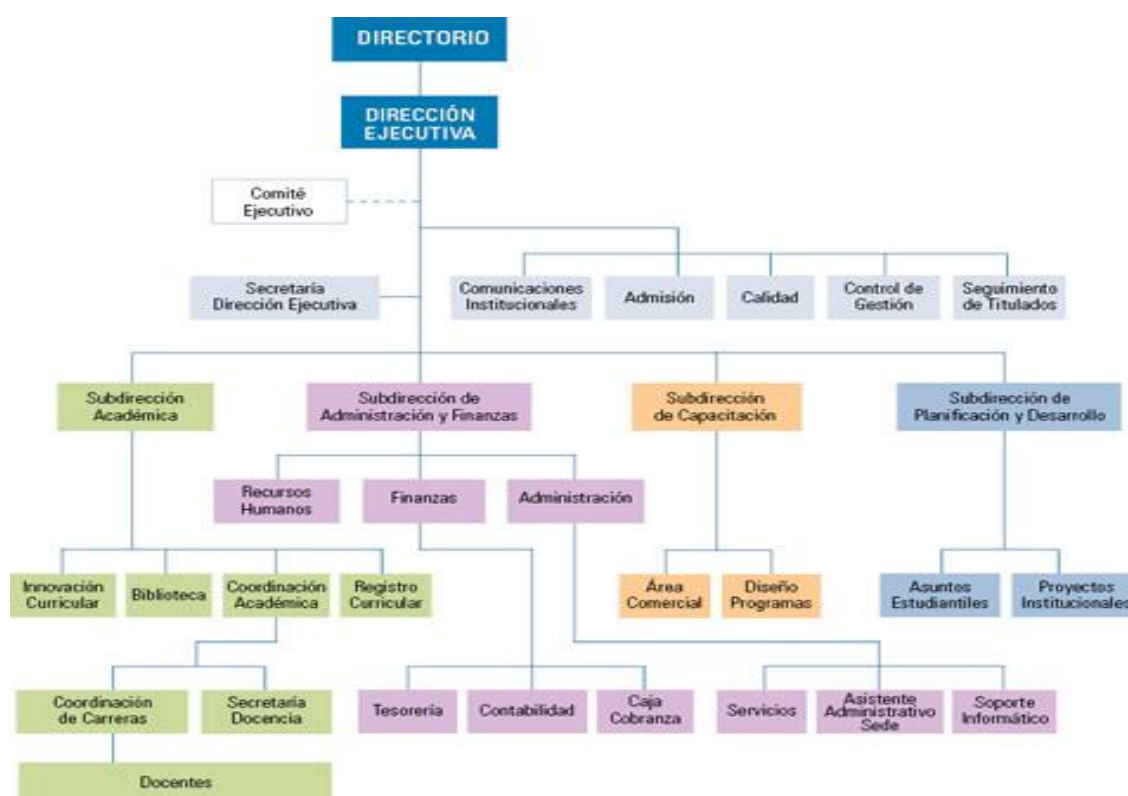
Penúltimo nivel administrativo. En ellos está la responsabilidad de realizar tareas específicas, encomendadas por Jefaturas. Al igual que las unidades, no poseen personal a su cargo.

## 2.7.6 Servicio

El último nivel administrativo de la organización. Corresponde al personal que está encargado de la mantención, limpieza y orden del local en el que trabaja.

La figura 2.4 muestra el organigrama vigente de CFT UV, y el que permite poner en práctica los lineamientos estratégicos de la institución.

Figura 2.5: Organigrama CFT UV



Fuente: Sitio Web CFT UV, [www.cft.uv.cl](http://www.cft.uv.cl)

## **2.8 Oferta Formativa CFT UV**

La oferta formativa hace referencia al grupo de carreras que CFT UV dispone para los estudiantes que deseen formarse en las aulas de la institución.

Un total de 11 carreras conforman la oferta formativa de CFT UV, de las cuales, 7 pertenecen al área de Administración y Comercio, 2 a Tecnología y 1 a Salud y a Derecho (Ver Anexo nº 1: Oferta Formativa CFT UV). Como se mencionó en el punto referente al Proyecto Educativo, todas las carreras son modularizadas, respondiendo a un aprendizaje experimental, más cargado a lo práctico que lo teórico.

Es importante señalar que, todas las carreras de la institución se encuentran validadas por empresas públicas y privadas, respondiendo así, al modelo de desarrollo que la institución plantea en sus lineamientos estratégicos, donde la articulación con el sector productivo se levanta como un elemento importante al momento de generar propuestas formativas hacia la comunidad.

Lo anterior, es importante para el desarrollo del presente trabajo, pues las empresas con las que posee convenio CFT UV, serán pieza clave para el éxito de la propuesta que tiene por objetivo, fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes del plantel.

### **Capítulo III: Propuesta para fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes de CFT UV**

La propuesta recoge elementos de los tres modelos presentados en el capítulo I y los conjuga con los del proyecto educativo de CFT UV, a fin de presentar una iniciativa pertinente a la realidad del plantel.

En la propuesta, la empresa, sea ésta pública o privada, tiene un rol preponderante en el éxito de la iniciativa, pues es en este ente donde nacerán desafíos que deberán ser afrontados por los estudiantes de CFT UV con la finalidad de que puedan encontrar una solución óptima al planteamiento de la empresa. Lo anterior, se relaciona con el *modus operandi* del Programa DEMOLA de Finlandia, que toma problemáticas de empresas y las lleva a las universidades asociadas a la iniciativa para que estudiantes generen las soluciones, que posteriormente serán adoptadas por las empresas. De esta relación, como se describe, puede salir una solución, pero también ésta puede convertirse en una nueva unidad de negocio de la empresa, lo que en el capítulo se definió como Spin Off.

Si bien, la empresa juega un rol protagónico en la propuesta, esto no quita que el estudiante busque sus propias oportunidades de negocio y las trabaje en CFT UV con el objeto de concretar los planes. Como se verá a lo largo del capítulo, la propuesta busca generar una cultura de emprendimiento e innovación que incentive a los estudiantes a levantar ideas y/o soluciones.

Un rol igual o más importante que el descrito en el párrafo anterior, es el compromiso del nivel administrativo de CFT UV. Para que emprendimiento e

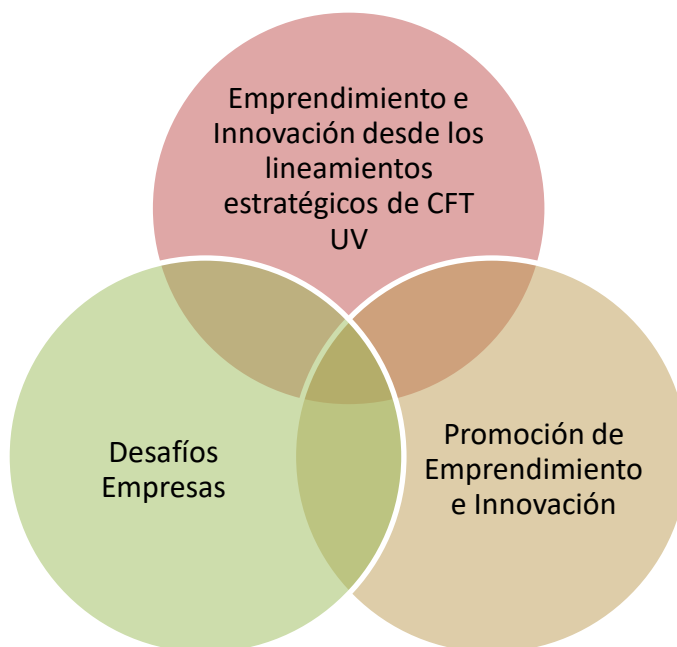
innovación puedan representar un atractivo para los estudiantes, es necesario que haya una coherencia entre los lineamientos estratégicos de la institución con lo que se realiza en salas de clases, es decir, la propuesta busca que los conceptos en cuestión, sean transversales en el plantel intervenido, de modo, de generar un ambiente que propenda a estimular al estudiante a la generación de ideas y/o soluciones a diferentes problemáticas planteadas, para lo cual, Dirección Ejecutiva y Subdirecciones deben mostrar disposición a generar un cambio como el que propone el trabajo. El compromiso del nivel administrativo, deberá verse reflejado en un Política Institucional de Emprendimiento e Innovación que posea contenidos que propendan a la creación de una cultura de emprendimiento e innovación al interior del centro. Asimismo, y a partir de la política, desde el punto de vista académico, se deberá crear un módulo de Emprendimiento e Innovación, el que deberá crearse bajo los lineamientos que propone el Proyecto Educativo de CFT UV, es decir, su foco estará centrado en el aprendizaje experimental y en el enfoque por competencias. Tal módulo, dentro de su plan formativo, tendrá aprendizajes de metodologías que ayudan a la estructuración de una idea y/o solución a un determinado problema u oportunidad detectada. En esta misma línea, los docentes que realicen clases en este módulo, deberán ser profesionales que tengan experiencia en la enseñanza de emprendimiento e innovación o bien que hayan vivido la aventura de emprender.

La misma política, dará pie para el nacimiento de la Unidad de Emprendimiento e Innovación, la que estará encargada, principalmente, de coordinar las acciones conducentes al fomento del emprendimiento e innovación en los estudiantes.

Otro factor clave de la propuesta en cuestión, es la promoción del emprendimiento e innovación, la que deberá realizarse a través de actividades extracurriculares que estimulen en el estudiante las ganas de emprender e innovar. Este proceso de promoción, debe ser permanente mientras el estudiante esté cursando una carrera, es decir, durante los 2 años y medio de duración que tiene un programa.

En síntesis, la propuesta posee tres elementos claves para conseguir el fomento del emprendimiento e innovación en los estudiantes de CFT UV, que se interrelacionan permanentemente durante el proceso que vive el alumno mientras está formulando una idea y/o solución para una problemática planteada. Gráficamente, la propuesta, se visualiza de la siguiente manera:

*Figura 3.6: Elementos claves de la propuesta*



Dada la importancia de la educación técnica en Chile y al fuerte posicionamiento de los conceptos emprendimiento e innovación en los últimos años, debido a la

orientación vocacional y competitiva de los elementos señalados, y al aporte al crecimiento y desarrollo de un país, se hace necesario comenzar a expandir las fronteras de los conceptos hacia otros tipos de educación, más allá de la universitaria, por lo que la propuesta en cuestión viene a hacer un incentivo para que otras instituciones se sumen al fomento del emprendimiento e innovación en los estudiantes técnicos de nivel superior.

### **3.1 Componentes de la Propuesta**

#### **3.1.1 Emprendimiento e Innovación desde los lineamientos estratégicos de CFT UV**

El modelo MEEP, presentado en Colombia, posee una ventaja a considerar y es que trabaja bajo el principio de “mundo cerrado” dado a que es la universidad la dueña de tomar decisiones respecto a la aplicación del modelo. La propuesta presentada en este trabajo, también opera bajo el mismo principio, pues el CFT UV debido a su proyecto educativo y modelo de desarrollo puede tomar la decisión, sin recurrir a agentes externos, para aplicar la propuesta.

En virtud de lo anterior, la propuesta considera clave el compromiso institucional, de parte del nivel administrativo del centro, para dar el primer paso hacia la creación de una cultura de emprendimiento e innovación en los estudiantes.

Este primer paso, debe estar dado por la generación de una política institucional que establezca las directrices y orientaciones estratégicas hacia el fomento del emprendimiento e innovación, de modo tal, que se logre una sistematización interna de estos conceptos en el quehacer del centro. De esta manera, se logrará

permea en la comunidad estudiantil, a través de una fuerte promoción de esta política, la importancia que tiene para el centro el desarrollo de una cultura de emprendimiento e innovación, generando un contexto que permita la ejecución de los otros elementos de esta propuesta.

La Política Institucional de Emprendimiento e Innovación debe ser resultante de un proceso reflexivo, el que debe ser liderado por el Director Ejecutivo y con un fuerte apoyo de Subdirección Académica, principalmente, por las implicancias que trae la propuesta en el proyecto educativo, y Subdirecciones de Planificación y Desarrollo y Administración y Finanzas. El modelo MEEP, considera importante la participación de un equipo asesor, experto en la materia. En este mismo sentido, esta propuesta toma tal consideración y la adopta con la finalidad que la política sea pertinente y logre el objetivo de generar un contexto idóneo para el fomento del emprendimiento e innovación, asimismo, establezca las formas en que el CFT pueda inmiscuirse en el ecosistema de emprendimiento e innovación de la quinta región. Es importante señalar, que cuando se habla de ecosistema de emprendimiento e innovación, se hace referencia a una interacción que existe entre las entidades que se dedican a fomentar y a apoyar iniciativas asociadas a los conceptos matrices, y las personas que desean convertir sus ideas en negocios, contribuyendo al crecimiento y desarrollo del entorno en el que se desenvuelven.

Para lograr fomentar el emprendimiento e innovación en los estudiantes de CFT UV, la política debería considerar, los siguientes contenidos:

- Definición de emprendimiento e innovación y sus relaciones con el ámbito de acción de la educación técnica profesional.
- Establecer las orientaciones para insertar el Módulo de Emprendimiento e Innovación en todas las carreras del centro.
- Establecer los contenidos, bases, de aprendizaje del Módulo de Emprendimiento e Innovación. En este sentido, la política debe dejar en claro que el modelo de aprendizaje experimental, que pregona el proyecto educativo de CFT UV, es clave para poner en práctica lo determinado en los contenidos bases.
- Estipular el trabajo con docentes, en el Módulo de Emprendimiento e Innovación, que tengan experiencia comprobable en levantamiento o asesoría en emprendimiento e innovación. El sentido de esta parte de la política, es que el estudiante pueda nutrirse de conocimientos prácticos respecto del proceso que vive un emprendedor al momento de querer convertir una idea en un negocio.
- Determinar los ejes trabajo que sean conducentes a generar articulación con entes participantes del ecosistema de emprendimiento e innovación de la quinta región. En este punto, la política debe detectar a las principales organizaciones que se dedican a apoyar el emprendimiento e innovación (Incubadoras de negocios, Centros de Emprendimiento e Innovación y Entidades Públicas que además de prestar asesoría a los emprendedores, apoyan financieramente las ideas) razón por la cual, se torna relevante la asesoría que realice el grupo de expertos que

participará del proceso reflexivo, y que tendrá una participación clave en la generación de estrategias de articulación con estas organizaciones.

- Establecer una programación de actividades extracurriculares que tengan por objetivo potenciar en los estudiantes, el entusiasmo por emprender e innovar. En este punto, la política deberá también, señalar el rol del área de Comunicaciones Institucionales de CFT UV, pues la creación de una cultura de emprendimiento e innovación, implica una fuerte difusión y promoción de actividades asociadas a los conceptos.
- Establecer las bases para crear la Unidad de Emprendimiento e Innovación CFT UV. Se deberá dejar en claro que esta unidad estará bajo la dependencia de la Subdirección de Planificación y Desarrollo, debido a que en la práctica, es esta la subdirección encargada de coordinar las acciones de las unidades que tienen un carácter e impacto transversal en la institución.

Como se puede apreciar la Política Institucional de Emprendimiento e Innovación, sienta las bases para la creación de una cultura de emprendimiento e innovación en CFT UV. El plan contiene sub-elementos que son importantes de explicar para entender el sentido de estos y su contribución al objetivo general de la propuesta.

### **3.1.1.1 Módulo de Emprendimiento e Innovación**

La formación teórica y práctica de un emprendedor, es un factor crítico de éxito al momento en que una persona se enfrenta a la necesidad de estructurar una idea y/o solución a un problema determinado. De lo anterior, dependerá el éxito

del planteamiento propuesto por la persona, por lo mismo, una formación adecuada, permite aumentar las posibilidades de llegar a buen puerto con el planteamiento.

El módulo se creará de acuerdo a las bases del Proyecto Educativo de CFT UV, es decir, deberá contener temáticas que estén en línea con el aprendizaje experimental, pero que también esté enfocado en las competencias que debería tener un emprendedor, estas establecidas por el equipo asesor que apoyará en el proceso de creación de la Política Institucional de Emprendimiento e Innovación. En la malla curricular de las carreras, el módulo se ubicará en el cuarto semestre, pues en este periodo, el estudiante ya posee un nivel de madurez que le permite afrontar con seriedad y responsabilidad los desafíos planteados. Además, ya habrá cursado la mayor parte de su plan de estudios, en consecuencia, tendrá una batería de conocimientos propios de la carrera que mezclados con los del Módulo de Emprendimiento e Innovación, facilitarán el proceso creativo que hay detrás del planteamiento de una idea y/o solución.

El modelo “Innovación y Emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor” propone formar a un emprendedor bajo la metodología del pensamiento de diseño, el que se aplica en función del análisis de casos y simulaciones. La ventaja de trabajar con la metodología del pensamiento de diseño, es que permite que el estudiante pueda, a través de las aplicaciones mencionadas anteriormente, aplicar todos los componentes que se deben estudiar antes de lanzar un nuevo negocio. Es así, como el estudiante logrará comprender a sus futuros clientes, qué canales deberá utilizar para llegar a ellos, qué proveedores deberá considerar y cuáles son los principales competidores

que tendrá en el caso de concretar la idea, todo esto realizado mediante la observación y discusión que se genere en el aula a raíz de los desafíos que presente la empresa, de esta manera, la compañía podrá desarrollar la capacidad de poder ver los procesos involucrados desde otra perspectiva (la del estudiante), alejada de la cotidianeidad que envuelve, muchas veces, a los directivos de las organizaciones, haciéndolos incapaces de ver nuevas formas de llevar el negocio.

La metodología, se desarrolla a través de un aprendizaje basado en la experiencia y a su vez permite el desarrollo de competencias y habilidades, lo que se condice con lo establecido por el Proyecto Educativo de CFT UV.

El módulo de Emprendimiento e Innovación, no solo estará centrado en enseñar formas de estructurar una idea, sino que también contará con aprendizajes que son esenciales en el diario vivir de un emprendedor y porque no decirlo de cualquier persona. Lo anterior, guarda relación con la capacidad de ser tolerante al fracaso. Al respecto, la propuesta no ve en el fracaso algo negativo, muy por el contrario, lo ve como un resultado que no debe condicionar el futuro actuar del afectado. Por esta razón, el módulo debe estar formulado de tal manera, que tenga la capacidad de transmitir y preparar al estudiante a situaciones adversas. Asimismo, debe dejar en el estudiante la capacidad instalada de perder el miedo a los comentarios de los demás, al momento de querer transmitir una idea y/o solución a una problemática. El modelo, mencionado en párrafos anteriores, propone entre sus líneas de formación el “Derecho a explorar, disentir y fracasar” con el objetivo de “eliminar el estigma del fracaso y el paradigma de “no inventes” y “no disientas””. Es en esta etapa del aprendizaje, en donde se debe dejar claro

al estudiante que el camino que desarrolla un emprendedor está siempre ligado al riesgo.

#### **3.1.1.1.1 Importancia del Docente en la enseñanza del Módulo de Emprendimiento e Innovación**

Para que el Módulo de Emprendimiento e Innovación sea exitoso en su ejecución, debe contar con la participación activa del docente. Éste, debe ser un profesional que tenga experiencia en la asesoría de emprendimiento e innovación e idealmente, tener la experiencia de haber vivido el proceso de emprender, de modo tal, que el docente pueda realizar una bajada de lo que dicta la teoría, respecto de algún tema que se experimente al momento de querer iniciar un emprendimiento, así, el estudiante podrá tener un aprendizaje más cercano a lo que indica la realidad.

Lo anterior, se encuentra en línea con lo que plantea el Proyecto Educativo de CFT UV, el que, en sus componentes, tiene al docente como un protagonista en el proceso formativo del estudiante. El requisito para que un profesional pueda dictar clases en las aulas de CFT UV, es que provenga del mundo del trabajo, lo que, según el proyecto, le da más pertinencia al contenido estipulado en los planes de estudios, misma razón que utiliza la propuesta para determinar que los docentes del módulo sean personas con experiencia en la materia.

#### **3.1.1.2 Unidad de Emprendimiento e Innovación**

La Unidad de Emprendimiento e Innovación de CFT UV, será la encargada de concretar los lineamientos que propone la política, mencionada en puntos

anteriores, y coordinar todas las acciones conducentes al fomento del emprendimiento e innovación en los estudiantes, como, por ejemplo, la realización de talleres, seminarios, visitas a empresas que planteen los desafíos, búsqueda de concursos de emprendimiento e innovación, entre las más destacadas. En relación a las visitas a empresas, la unidad también será la encargada de buscar a potenciales compañías que deseen iniciar una relación, en base a un convenio, con CFT UV a fin de aumentar las redes de la institución con el sector productivo, factor crítico de éxito de esta propuesta. En esta misma línea, deberá generar las alianzas estratégicas con organizaciones regionales y nacionales que apoyen a emprendedores, particularmente con financiamiento, con el objetivo de que el estudiante realice el itinerario emprendedor, esto es, estructurar la idea, ver la viabilidad de ésta y en función del resultado de esta etapa, obtener los recursos necesarios para llevarla a cabo.

Si bien la Unidad estará bajo la supervisión de la Subdirección de Planificación y Desarrollo, en su estructura organizacional, además de contar con profesionales que tengan experiencia en centros de emprendimientos, deberá tener entre su equipo a un profesional del área académica, esto con el fin de revisar cada tres años los contenidos enseñados en el Módulo de Emprendimiento e Innovación, explicado en el punto anterior, con el fin de ir actualizando los aprendizajes impartidos, de modo que estén en sintonía con lo que se está desarrollando en el ecosistema de emprendimiento e innovación.

En virtud de lo anterior, la unidad, a través del profesional ligado al ámbito académico, deberá distribuir los desafíos empresa que lleguen a CFT UV, en función del vínculo que tenga el desafío con algunas de las carreras. Para el

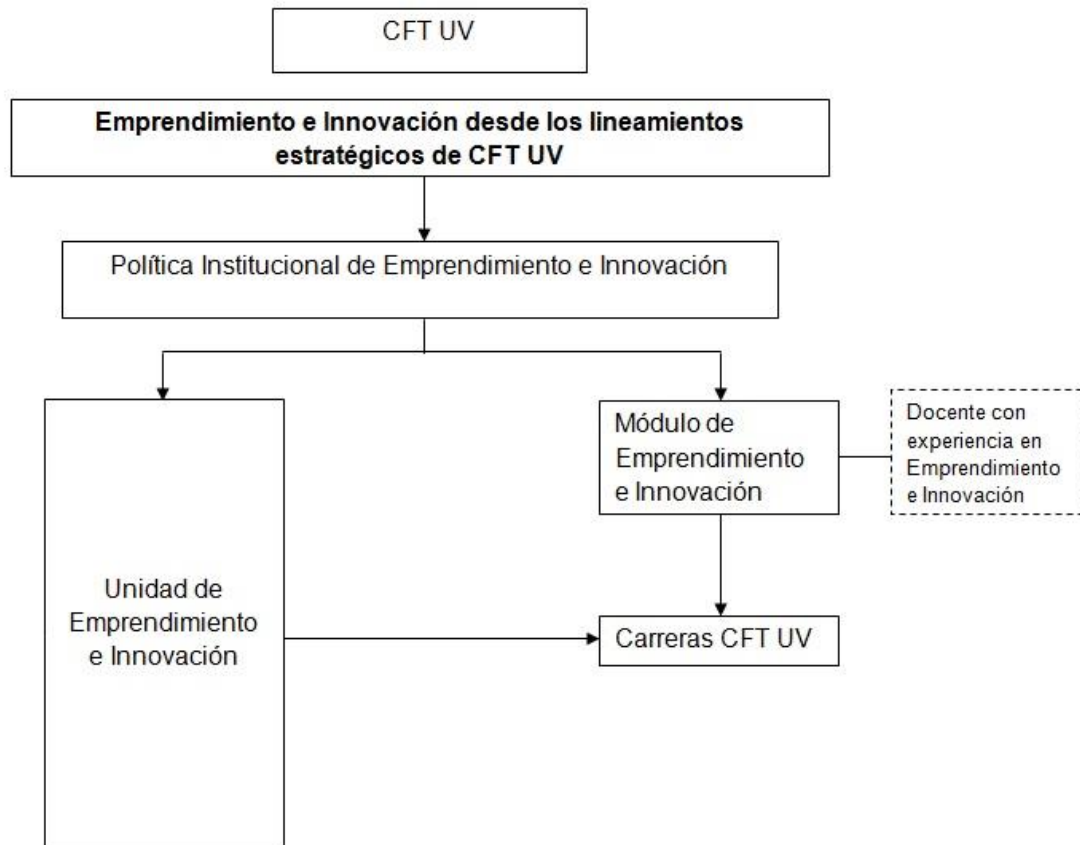
caso, en que un desafío empresa abarque a más de una carrera, la unidad deberá coordinar los espacios físicos para que los estudiantes de las carreras puedan desarrollar un trabajo en equipo.

En virtud de lo anterior, la propuesta sugiere, además, que la Unidad de Emprendimiento e Innovación genere las actividades que incentiven el trabajo colaborativo entre los estudiantes, elemento trascendental para el éxito de un emprendimiento.

El equipo de la Unidad de Emprendimiento e Innovación de CFT UV, estará ubicado en la Casa Central de la institución, debido a que es en este lugar, donde se concentra la mayor cantidad de estudiantes, razón por la cual, podrá tener una amplia cobertura al momento de levantar las actividades asociadas a su gestión.

La siguiente figura, muestra el esquema del primer elemento clave de la propuesta y sus derivaciones para dar el primer paso hacia el objetivo de la propuesta:

Figura 3.7: Composición del primer elemento clave de la propuesta



### 3.1.2 Desafíos Empresa

La empresa, en la propuesta tiene un rol protagónico, debido que es acá donde se obtendrán los insumos para que los estudiantes pongan en práctica los conocimientos adquiridos tanto en el Módulo de Emprendimiento e Innovación como en las actividades extracurriculares de promoción, y que idealmente, terminen con soluciones factibles de aplicar o bien con un nuevo negocio.

Lo anterior, se condice con el proyecto educativo de la institución, que como se vio en el capítulo II, incentiva el trabajo con el sector productivo de la región a fin de tener en su oferta formativa, carreras que sean pertinentes a la realidad laboral del tejido empresarial de la región.

La empresa, a través de un trabajo desarrollado por la Unidad de Emprendimiento e Innovación, deberá presentar los Desafíos Empresa que, en la práctica, serán problemáticas que tengan las compañías y que deseen obtener un punto de vista externo para encontrar una solución al planteamiento. En esta misma línea, el Desafío Empresa, deberá ser cumplir con la condición de que sea un caso que permita al estudiante desarrollar las habilidades de observación y análisis de caso, de modo tal, que sea coherente con la metodología de pensamiento de diseño.

Tal solución, deberá nacer en los estudiantes de CFT UV, que a partir de sus conocimientos propios de su carrera más los adquiridos en el Módulo de Emprendimiento e Innovación, podrán generar iniciativas conducentes a resolver la problemática planteada.

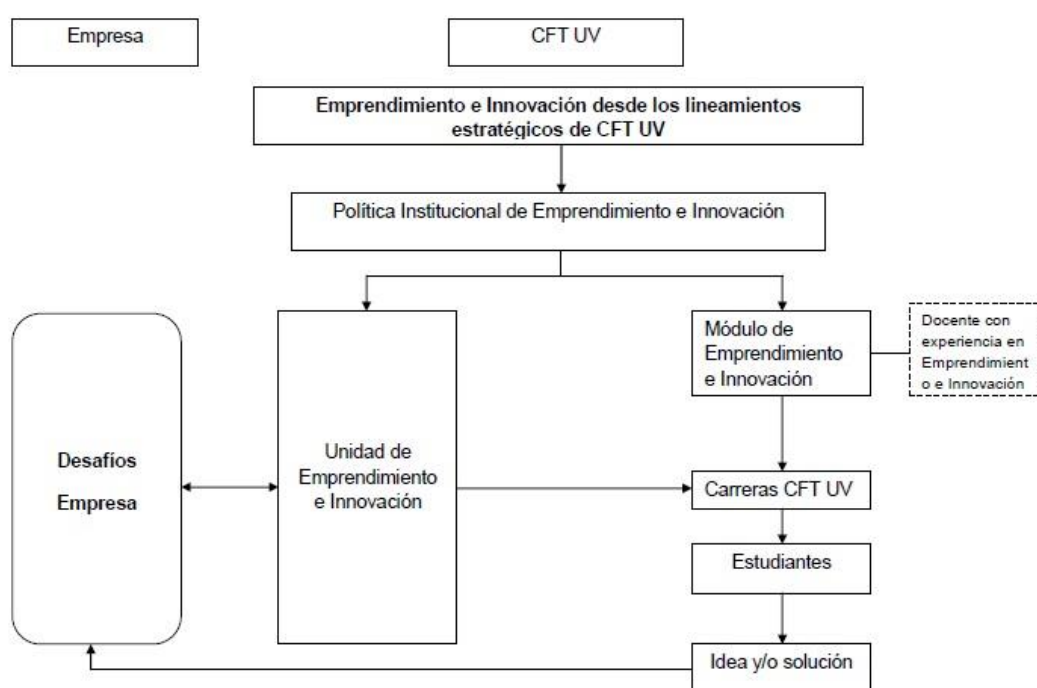
La empresa, mediante gestiones realizadas por la Unidad de Emprendimiento e Innovación de CFT UV, podrá prestar sus instalaciones para que los estudiantes, tengan la posibilidad de desarrollar la idea en dependencias de la organización, a fin de obtener una solución más adecuada a la realidad de ésta, permitiendo, además, poner en prueba la propuesta del estudiante.

Para el caso de las empresas que supongan no tener desafíos y que tengan convenio con CFT UV, la Unidad de Emprendimiento e Innovación, podrá realizar las gestiones con tales organizaciones para que los estudiantes realicen una pasantía, con el objetivo de detectar oportunidades de mejora en la operación de la compañía, y así generar el escenario apropiado para levantar y estructurar una solución al evento detectado.

Todo lo descrito anteriormente, y como se ha dicho, deberá estar bajo un convenio entre CFT UV y la Empresa, documento que deberá establecer las condiciones de la relación entre los dos entes, de modo tal, de no afectar los ejes de trabajo determinados por la propuesta.

La integración del segundo elemento clave de la propuesta con el primero, se puede visualizar en la siguiente ilustración:

*Figura 3.8: Integración del segundo elemento clave de la propuesta*



### 3.1.3 Promoción de Emprendimiento e Innovación

El último componente clave de la propuesta, guarda relación con la promoción del emprendimiento e innovación. Cuando se habla de ésta, generalmente se tiende a pensar que hacen referencias a anuncios en páginas web o redes sociales. Si bien es cierto lo anterior, para efectos de esta propuesta, el concepto

se ampliará a más acciones, las que serán coordinadas y gestionadas por la Unidad de Emprendimiento e Innovación de CFT UV, y que tendrán como objetivo, posicionar e instalar en el colectivo estudiantil.

Para el logro del objetivo de la promoción, lo primero, antes de realizar cualquier acción, es elaborar un mensaje que sea capaz de llamar la atención de los estudiantes y que releve la importancia de emprender e innovar en la actualidad, lo que puede obtenerse, a partir de un análisis profundo que derive en un perfil del estudiante que permita entender sus intereses, su realidad social y económica.

La promoción de emprendimiento e innovación, es relevante para incentivar a los estudiantes a levantar ideas y/o soluciones y convertirlas en negocios, pues en ocasiones las personas se niegan a emprender por falta de información al respecto. Es este vacío, el que viene a cubrir este elemento de la propuesta, el de informar, orientar e incentivar a generar cambios en el entorno, mediante soluciones creativas a problemáticas presentes en el entorno.

Tal como se mencionó anteriormente, las acciones y actividades de promoción, que tendrán carácter extracurricular, estarán a cargo de la Unidad de Emprendimiento e Innovación de CFT UV y contarán con el apoyo de la Unidad de Comunicaciones Institucionales de la institución, lo que en la práctica se traducirá en cobertura mediática de eventos a realizar, diseño de folletería y otros elementos gráficos a difundir en páginas web y redes sociales.

Las actividades a coordinar y gestionar por la Unidad de Emprendimiento e Innovación, serán:

- **Seminarios:** Actividades destinadas a entregar conocimiento sobre metodologías para estructurar una idea de negocio. Lo anterior, se complementará con lo aprendido en el Módulo de Emprendimiento e Innovación. Asimismo, estas actividades, a través de reconocidas personalidades que se atrevieron a emprender, buscarán dar a conocer la experiencia que implica llevar a cabo un emprendimiento, con el objetivo de que los estudiantes conozcan de fuentes válidas lo que significa llevar adelante la acción de emprender. Estos eventos, luego de las exposiciones realizadas, darán la oportunidad al estudiante de analizar los casos planteados e intercambiar sus conclusiones con los participantes, a través de mesas de trabajo. Lo anterior, también permitirá extender las redes de contacto de los estudiantes CFT UV, lo que, eventualmente, beneficiaría el desarrollo de un emprendimiento propio en el futuro.
- **Talleres:** Estas actividades tendrán un foco más práctico, pues se entregarán conocimientos específicos relacionados a cómo obtener financiamiento a través de los concursos que levantan las organizaciones destinadas a prestar apoyo de esa índole. Asimismo, se realizarán talleres que enseñen técnicas efectivas para la presentación de ideas, como por ejemplo la técnica del Elevator Pitch, con el objetivo de que se enseñe lo esencial que se debe transmitir al momento de querer captar recursos para la concreción de una idea.
- **Periódico, digital, informativo sobre la actividad emprendedora e innovadora del país:** Esta iniciativa, guarda relación con la creación de

un periódico digital que informe las principales noticias ligadas al mundo emprendedor y su objetivo es, adentrar al estudiante hacia el ecosistema emprendedor que existe en Chile. De esta manera, sus contenidos estarán en la línea de dar a conocer concursos para emprendedores levantados por las organizaciones con las que se tenga una alianza estratégica, preferentemente, casos de éxito, reflexiones sobre la contribución del emprendimiento e innovación a un país, anuncio de las actividades a realizar por la Unidad de Emprendimiento e Innovación y otras actividades externas a CFT UV, entre las más destacadas. La publicación, en el sitio web de CFT UV, del periódico recaerá en la Unidad de Comunicaciones Institucionales, mientras que la edición y redacción de contenidos del informativo, estará bajo la responsabilidad de la Unidad de Emprendimiento e Innovación. El periódico, se lanzará en forma mensual, y se distribuirá también a las empresas que están asociadas a la propuesta.

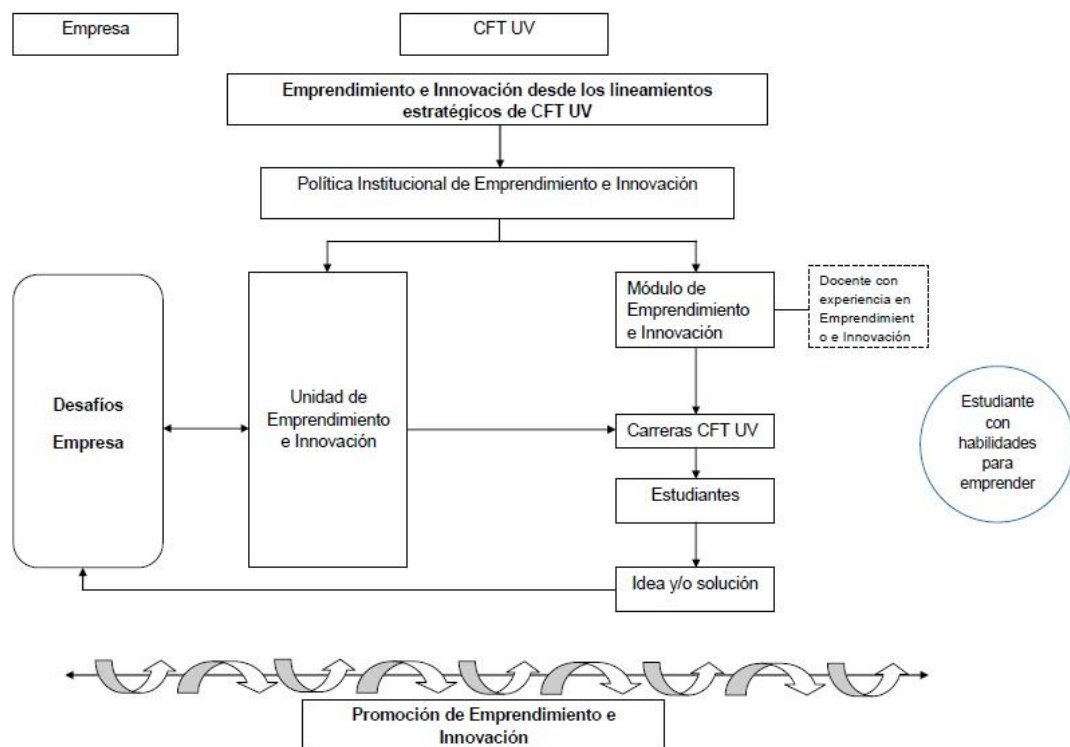
Se sugiere que las actividades mencionadas, sean realizadas mientras el estudiante cursa su plan formativo, independientemente, si se encuentra estudiando los contenidos del Módulo de Emprendimiento e Innovación. Como se ha establecido, a lo largo del capítulo, las actividades de promoción, están para activar el entusiasmo de los alumnos a emprender e innovar, y deben ser permanentes en el tiempo.

Adicionalmente a las actividades ya descritas, se sugiere que se lleven a cabo otro tipo de iniciativas de promoción. A modo de ejemplo, el modelo “Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor” indica,

como una promoción atractiva y creativa, la difusión de novelas de negocios, que resultan ser ilustrativas para facilitar la comprensión de la persona sobre conceptos que resultan difíciles de entender cuando se enseñan mediante un método más academicista.

Con el último elemento clave de la propuesta, se termina por consolidar el esquema completo de ésta, quedando de la siguiente manera:

Figura 3.9: Propuesta con todos sus elementos claves



Como se puede apreciar, la propuesta compromete en su resultado final a un estudiante con las habilidades necesarias para emprender un nuevo negocio, entregándole así una nueva herramienta para desenvolverse en su entorno, una vez titulado del Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso.

## Conclusiones

Luego de haber realizado la investigación para la elaboración de la propuesta, se presentan las siguientes conclusiones:

1. Los conceptos de emprendimiento e innovación han logrado instalarse como nuevas alternativas, para abrir el espectro de fuentes generadoras de competitividad y desarrollo de un país, dando la posibilidad de diversificar la matriz productiva, más allá de los commodities, que hoy ostentan un mayor protagonismo en la economía chilena, la que en el último año (2016) creció un 1,6% debido a las bajas, que enfrentó la industria minera.
2. Para lograr lo anterior, se torna necesario la creación de un cuerpo legal, que promueva y fomente una cultura de emprendimiento e innovación en el país, que dé herramientas y recursos a las instituciones de educación superior, para que puedan formar personas capaces de construir una sociedad basada en el conocimiento, que permita avanzar hacia una economía moderna. Al respecto, es recomendable mirar el caso de Colombia, país que en el año 2006 creó la ley 1.014 de fomento a la cultura de emprendimiento, teniendo como objetivo la promoción del espíritu emprendedor en “todos los estamentos educativos”. De esta manera, en Chile se evitaría que la mayor cantidad de recursos financieros, para hacer sustentable una iniciativa de emprendimiento e innovación, vaya a las universidades, como ocurre hoy en día.
3. Los modelos analizados en profundidad, permitieron detectar elementos claves en común, que pueden acogerse a la realidad de la educación

técnica de nivel superior de Chile, esto debido al sistema de aprendizaje que muestran las instituciones ligadas a este tipo de educación, la que se basa en el desarrollo de competencias, principalmente, centrando su quehacer en el aula, en el aprender haciendo, lo que posibilita una entrada, sin mayores obstáculos de estos conceptos en los estudiantes técnicos.

4. Emprendimiento e Innovación aún no logran posicionarse en la educación técnica de nivel superior del país, debido a la importancia que se les ha dado a estos conceptos en planteles universitarios, mayormente y en los institutos profesionales, lo que ha provocado una brecha considerable entre los estudiantes pertenecientes a las primeras instituciones, respecto de las otras. En virtud de lo anterior, surge un nuevo inconveniente para los CFT, que guarda relación con la percepción masiva, que hay respecto a estas instituciones, en donde solo se concibe una educación limitada a responder a las demandas que exige el entorno productivo en el que se desenvuelven, perdiendo la oportunidad que esto genera, al ser un participe activo en el desarrollo de la empresa, instancia para poder crear valor a los procesos de ésta mediante la innovación y el emprendimiento. En la actualidad, las iniciativas ligadas a estos conceptos en CFT, cuentan con un compromiso de las autoridades institucionales, sin embargo, en muchos casos, carecen de un apoyo gubernamental que les permita sostener el plan en el largo plazo. Por eso, es tan importante que exista un cuerpo legal que establezca un parámetro en común entre universidades, institutos profesionales y centros de formación técnica, de

modo tal, de alcanzar un desarrollo equitativo entre los estudiantes involucrados.

5. El Proyecto Educativo y el Modelo de Desarrollo del Centro de Formación Técnica de la Universidad de Valparaíso, permiten crear un escenario apropiado para poner en marcha la propuesta presentada en este trabajo, debido a la pertinencia de sus lineamientos, los que proponen un desarrollo del estudiante, a través del conocimiento práctico, basado en la realidad laboral del entorno en el que conviven.

Como en cualquier iniciativa disruptiva, se requiere de un compromiso, que vaya desde arriba hacia abajo, con el objetivo de facilitar su implementación en el ambiente a intervenir, razón por la cual, se hace hincapié en que el éxito de esta propuesta está dado por la capacidad de aceptar nuevos cambios y retos de parte de las autoridades de la institución en cuestión. Asimismo, a nivel nacional, si se quiere posicionar a Chile como un referente en materia de innovación y emprendimiento, es relevante que se construya un contexto legal y político, que logre instaurar una cultura, que propenda a la generación de nuevos emprendimientos y avances tecnológicos, que vayan de la mano con la innovación así el país, podrá aspirar a entrar al grupo de economías modernas que exhiben países como Suecia, Finlandia y Suiza, entre otros.

## Referencias

Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional.

CFT UV, (2015) Proyecto Educativo CFT UV.

CFT UV, (2016) Informe de Autoevaluación Institucional.

Cilleruelo, E. (2007). Compendio de definiciones del concepto «Innovación» realizadas por autores relevantes: diseño híbrido actualizado del concepto. Dirección y Organización, (34), 91-98.

CORFO, Gobierno de Chile. (2013) Emprendimiento en Chile: Hacia un nuevo modelo de segmentación y análisis. Chile: Unidad de Estudios, Gerencia de Estrategia y Estudio CORFO.

de Contabilidad, A. E., & de Empresas, A. (2017). Innovación: Dimensión conceptual.

de la Innovación, L. V. (1995). Comisión Europea. Recuperada de <http://blog.pucp.edu.pe/media/avatar/695.pdf>.

De Oslo, M. (2005). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Luxembourg: OECD.

Duarte, T., & Tibana, M. R. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. Scientia et technica, 3(43).

Flores, B., Landerretche, O., & Sánchez, G. (2011). Propensión al emprendimiento: ¿Los emprendedores nacen, se educan o se hacen? Santiago.

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Buenos Aires, Argentina.

Gómez Gómez, María H., Ríos Sánchez, Luz S. (2012). "Modelo teórico para potenciar el emprendimiento innovador en los estudiantes de pregrado de las universidades de Manizales". En: Gestión y Región N° 14 (Julio-diciembre,2012); pp. 65- 82

Kantis, H., & Drucaroff, S. (2009). Emprendimiento Corporativo en América Latina: Conceptos, lecciones del caso coreano y marco estratégico para promover su desarrollo en la región Buenos Aires, Argentina. UNGS. Uruguay.

Larroulet, C., & Ramírez, M. (2007). Centros de Estudios Públicos. Emprendimiento: factor clave para la nueva etapa de Chile, (108).

Mandakovic, V., Abarca, & Amorós, J.E. (2016). Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Chile 2015.

Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. Economía industrial, 383, 23-30.

NASSIR, S. Chain. "Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación", Segunda edición, (Santiago de Chile. en Pearson, edit., 2011).

Nelson, R.R, an Winter, S. an Evolutionary Theory of Economic Change, Harvard University Press, Cambridge. 1982.

Vásquez, A. G., & Dávila, M. A. T. (2008). Emprendimiento social—revisión de literatura. *Estudios gerenciales*, 24(109), 105-125.

Vicens, L., & Grullón, S. (2011). *Innovación y emprendimiento: Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor*. Inter-American Development Bank.

## Anexos

### Anexo N° 1: Oferta Formativa CFT UV

La oferta formativa hace referencia a las carreras que la institución imparte para sus estudiantes. En la actualidad, las carreras, según área del conocimiento y jornada, son:

<b>Carrera</b>	<b>Área del Conocimiento</b>	<b>Jornada</b>
Contabilidad General	Administración y Comercio	Diurna
Administración de Empresas mención Control de Gestión	Administración y Comercio	Diurna
Administración de Empresas mención Gestión Financiera	Administración y Comercio	Vespertina
Secretariado Ejecutivo Gerencial	Administración y Comercio	Diurna/Vespertina
Gestión Pública	Administración y Comercio	Vespertina

Cocina Internacional	Administración Comercio	y	Vespertina
Comercio Exterior	Administración Comercio	y	Vespertina
Logística	Administración Comercio	y	Vespertina
Administración Jurídica	Derecho		Vespertina
Enfermería	Salud		Diurna/Tarde/Vespertina
Prevención de Riesgos	Tecnología		Diurna/Vespertina
Electricidad	Tecnología		Vespertina