

MODELO DE EDUCACIÓN EMPRESARIAL: UNA PROPUESTA DESDE LA PRAXEOLÓGIA

A. Resumen:

El objetivo general de esta investigación es proponer un nuevo modelo de educación empresarial basado en la praxeología como una propuesta pedagógica alternativa a los modelos teórico-prácticos usados actualmente en las principales Universidades colombianas. Para tal fin, se describe los modelos teórico - prácticos más utilizados en la educación empresarial colombiana; se da cuenta de la orientación teórica que implica la praxeología como propuesta pedagógica; posterior, se propone un modelo teórico basado el praxeología; finalmente, se presentan un balance y algunas reflexiones acerca de la pertinencia de esta propuesta con respecto a los actuales modelos de educación empresarial, señalando unas ventajas para el desarrollo de los centros de construcción de conocimiento y sus respectivas limitaciones.

Palabras claves: Educación empresarial, praxeología, pedagogía, modelo educación empresarial, emprendedor, empresario y emprendimiento.

B. Abstract:

The general objective of this research is to propose a new model of education based on praxeology as an

alternative pedagogical proposal to the theoretical-practical models currently used in the main Colombian universities. To this end, describe the theoretical models - practices most used in Colombian business education; he realizes the theoretical orientation implied by praxeology as a pedagogical proposal; Subsequently, a theoretical model based on praxeology is proposed; Finally, a balance sheet and some reflections on the relevance of this proposal with respect to current business education models are presented, pointing out some advantages for the development of knowledge building centers and their respective limitations.

Key words: Business education, praxeology, pedagogy, business education model, entrepreneur, entrepreneur and entrepreneurship.

C. Introducción:

En la educación empresarial se pueden identificar dos concepciones generales. Aquella que concibe la educación empresarial como una educación ideológica¹ de origen neoliberal y otra que considera la educación un instrumento de desarrollo. Al respecto de la primera, Puello-Socarrás (2011) afirma:

El hombre empresario/emprendedor surge entonces como una exigencia epistemológica – ideológica y política - que genera una comprensión mucho más funcional y ajustada para la fase del capitalismo avanzado, sobre todo, porque sintetiza las categorías necesarias para la **ideología neoliberal** que permiten absorber y enfrentar analíticamente la mayor complejidad sistémica, la articulación inestable y la interdependencia entre las realidades económicas, políticas y sociales contemporáneas, situaciones relativamente inexistentes en el pasado o, por lo menos, que no se expresaban históricamente con la profundidad con la que lo hacen hoy (p.193).

Esta concepción supone un principio antropológico, *el hombre emprendedor*. Este tipo de hombre sigue siendo el *homo oeconomicus* pero ya no en el sentido de un socio de intercambio, sino en el sentido de “un

empresario, y un empresario de sí mismo [...] que es su propio capital, su propio productor, la fuente de [sus] ingresos” (Foucault, 2008:pags.264-265).

De otra parte, está la concepción de la educación empresarial que la considera un instrumento de promoción empresarial y de desarrollo económico (Guzmán y Liñán, 2005). En esta vía, diferentes universidades e instituciones privadas y públicas han implementado diferentes tipos de medidas, programas y proyectos que buscan crear una cultura emprendedora y/o empresarial como una forma de promover el desarrollo social y económico de las regiones. Al respecto, Varela (2008) z:

[...] el factor básico para el desarrollo de una región o de un país es la existencia de una gran cantidad de empresarios creativos, honestos, innovadores, visionarios, capacitados para superar las limitaciones propias de nuestros países y con una gran motivación hacia la satisfacción de sus metas personales. (p.628).

Esta última concepción, un instrumento de promoción empresarial y de desarrollo económico, se apalanca en las condiciones sociales y económicas que en la actualidad viven los países de la región: inflación, desempleo, trabajos mal remunerados y la poca inserción laboral de los nuevos profesionales

(Ararat, 2010), de esta manera se justifica la educación empresarial en las Instituciones de Educación Superior (IES). Es así como en las últimas dos décadas se han generado e implementado un gran número de modelos teóricos aplicados para la educación empresarial. En una revisión sucinta de los modelos predominantes en el mundo anglosajón, incluido Colombia, se observan modelos teóricos aplicados que se movilizan entre lo teórico y lo práctico, “la enseñanza del emprendimiento hoy en día se basa en la creación y aplicación de modelos teóricos para explicar las razones por las cuales ciertas decisiones se toman y fomentar el emprendimiento como una manera de pensar y de actuar” (Castillo, 1999:p.14). Entre los autores más reconocidos en el desarrollo empresarial, están Albert Shapero, Howard Stevenson, David McClelland, Jeffrey Timmons y Alan Gibb.

Entre los componentes y/o factores² más destacados en los modelos propuestos por estos autores se identifican principalmente los siguientes: los recursos, la empresa, la gestión, el contexto o ambiente; los rasgos o características de la personalidad del empresario y/o emprendedor: habilidades, identificación de la oportunidad empresarial, toma de decisiones, motivación al logro, asunción de riesgos, gusto; el equipo de trabajo, entre otros.

Pero si bien estos modelos han sido una salida, no puede ser la única perspectiva; se debe buscar modelos de educación empresarial que no solo se enfoquen a los resultados³, privilegiando la concepción antropológica universal de *homo emprendedor* cuyo accionar solo este orientado a los resultados, sino un presupuesto antropológico fundamental para la persona humana: “un ser praxeológico, es decir, un individuo que actúa (¿actante?), que **reflexiona** sobre su actuar, que busca mejorar sus acciones y, en últimas, ser feliz” (Juliao, 2011:p.22).

En este sentido la praxeología se entiende en esta propuesta de investigación en el sentido de Juliao (2011), “la praxeología se entiende como un discurso (*logos*) construido después de una seria reflexión, sobre una práctica particular y significativa (*praxis*); como un procedimiento de objetivación de la acción, como una teoría de la acción” (p.27). En estos términos la praxeología surge de la práctica social para regresar, luego de reflexionar, a ella misma para transformarse. En consecuencia, “la praxeología es el resultado del análisis empírico y de un discurso crítico” (p.27), es decir, la praxeología supone siempre un proceso de reflexividad (Juliao, 2011:p.27).

Dentro de este marco de referencia, este artículo propone un

nuevo modelo de educación empresarial basado en la praxeología como una propuesta pedagógica. En tal sentido, se propone una nueva ontología a la educación empresarial toda vez que la concepción antropológica fundante corresponde a un proceso de reflexividad⁴ y no de resultados.

Concepción actual en educación empresarial:

En el estado actual de la investigación en formación empresarial, se pueden identificar: tipos de enfoques y la aplicabilidad y validación de esos enfoques; además de aquellas investigaciones críticas a tal modelo de educación.

Con respecto a los modelos y/o métodos de educación empresarial y/o de emprendimiento, en Colombia, a nuestro parecer, se destacan tres enfoques: teórico, práctico y los modelos teóricos aplicados. El primero, se reconoce como plan de empresa, cuya principal característica, desde la perspectiva temporal, es una herramienta analítica que elaborarla toma tiempo. Al segundo, corresponden todos aquellos que, de cierta forma, se resisten a elaborar planes a largo plazo y prefieren un análisis racional básico para pronto pasar a su validación; entre los más destacados están: el lienzo de modelos de negocios – Canvas⁵- y Lean Launchpad⁶; ambos se distinguen por su aplicación a corto plazo. Estos son usados por diferentes programas de emprendimiento, bien como métodos de enseñanza en los cursos universitarios, o en los diferentes concursos de apoyo al emprendimiento: Apps.co, Ventures, Destapa Futuro y Wayra, entre otros. El tercero

⁵ Su creador es Alexander Osterwalder. Es una herramienta visual, que permite acotar la idea de negocio en pocas variables sin necesidad de elaborar un plan de empresa.

⁶ Su creador es Steve Blank. Este modelo es un método científico para enseñar a crear negocios. Para ello combina tres componentes: el CANVAS, el modelo de desarrollo de clientes y el desarrollo rápido de productos y servicios.

corresponde a modelos conceptuales construidos a partir de las diferentes concepciones que se tienen de lo que se entiende como proceso empresarial o de creación de empresas; eso implica una ontología, ¿cuáles son o deben ser los factores o dimensiones que conforman el proceso de creación de empresas? Uno de los más reconocidos en el ámbito nacional, es el propuesto por el profesor Rodrigo Varela de la Icesi. El profesor propuso un modelo conceptual de formación empresarial fundado en dos tipos de competencias:

Las competencias de conocimiento (CC) relacionadas con los conocimientos requeridos para el desarrollo de la empresa, y las competencias personales entendidas como las habilidades, comportamientos, actitudes y valores necesarios para convertirse en un empresario exitoso a lo largo del tiempo.

En todos los casos, lo que prima es el hacer o a lo sumo un plan para hacer. En términos de fines y medios, el fin en cada uno de ellos es primordialmente individualista: competencia, riqueza, bienestar y éxito. Sin embargo, dentro de las vertientes del emprendimiento emerge el emprendimiento social. Este, a pesar de la divergencia que existe en la actualidad en su concepción, se entiende en parte como la solución a problemas sociales (Vásquez y Dávila, 2008). Al igual que el emprendimiento empresarial identifica oportunidades y trata de aprovecharlas, pero se diferencia de éste en la naturaleza de los problemas que aborda y en los

finés que busca alcanzar. Entre los tipos de problemas que aborda están aquellos que conciernen a temas como el analfabetismo, la drogadicción o la contaminación ambiental (Vásquez y Dávila, 2008). Una distinción valorativa entre los dos modos de emprender lo resume *Social Enterprise Knowledge Network* (SEKN, 2006) por medio de la relación entre la generación de valor económica (VE) y valor social (VS). En tanto en el emprendimiento empresarial el fin último es generar valor económico usando como medio – en muchos casos – el valor social, el emprendimiento social se da de forma inversa. Sekn (2006) lo precisa en estos términos:

[...] el valor social (VS) es: la búsqueda del progreso social, mediante la remoción de barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia y la mitigación de efectos secundarios indeseables de la actividad económica. En contraposición a lo que ocurre con el VE, que es capturado en forma autónoma por sus beneficiarios y remunerado con sus propios recursos en un intercambio comercial, en este caso el emprendimiento social ayuda al beneficiario a obtener un valor que, por distintos motivos, habría estado fuera de su alcance (p.286).

Por un momento el valor social podría convertirse en una razón para pensar que el emprendimiento social no enaltece la acción sobre todas las demás;

pero a nuestro entender, lo que cambia son los fines. Tampoco se trata de sistematizar estas iniciativas para replicarlas, sin más, en otras realidades.

De otra parte, si revisamos la postura que crítica la educación empresarial en su concepción actual, nos percataríamos de que tal cuestionamiento se basa en la concepción antropológica que se asume en él: *homo oeconomicus*. Esta concepción supone un principio antropológico, *el hombre emprendedor*. Este tipo de hombre sigue siendo el *homo oeconomicus* pero ya no en el sentido de un socio de intercambio, sino en el sentido de “un empresario, y un empresario de sí mismo [...] que es su propio capital, su propio productor, la fuente de [sus] ingresos” (Foucault, 2008:pags.264-265).

En esta concepción del hombre económico, se reconocen dos vertientes: angloamericana y austriaca. Mientras la concepción de lo económico en la escuela angloamericana está basada en la teoría de la decisión, en los austriacos el paradigma presente hace referencia constante a los procesos generales de la acción humana (Puello-Socarrás, 2011). A nuestro parecer, tales principios de lo económico condicionan, de alguna forma, los demás: sociales, culturales y desde luego los fines de la educación, entre ellas la educación empresarial. De esta manera, mientras el protagonista de los procesos sociales en los anglosajones es un hombre racional condicionado por la elección racional y la maximización, en los austriacos es un hombre emprendedor y/o empresario creativo basado en una

rivalidad empresarial y no en una competencia perfecta (Puello-Socarrás, 2011). Sin embargo, más allá de estas divergencias teóricas, ellas superan estas diferencias y convergen en una unidad ideológica que funda sus prácticas, el neoliberalismo; que la sostiene, a ambas, en un individualismo racional.

Es posible que esta unidad ideológica reivindique los tipos de valores que se promueven en la actualidad en la educación empresarial: competencia, individualismo, acción; y a lo sumo, en un segundo plano, la responsabilidad social empresarial sobre los grupos de interés (*Stakeholder*) para subsanar los daños colaterales resultado de la actividad económica de las empresas. Si reconocemos, como lo hace Adela Cortina, que “es la nuestra una época managerial, y nuestra sociedad, una sociedad de organizaciones, en la que la empresa constituye el paradigma de todas las restantes” Cortina, 2008:p. 13) y que la empresa como centro de la sociedad moderna “es el centro de la sociedad, y como tal debe asumir ese rol como gestora de un cambio social para bien de la humanidad” (p. 13), deberíamos prestar atenta atención al tipo de educación empresarial que está formando a los futuros empresarios de nuestra nación.

En este contexto, esta nueva propuesta reconoce en la praxeología las bases teóricas de un modelo de educación empresarial para nuestros educandos en Colombia, que se convierta en una

alternativa de formación para nuestros futuros empresarios.

D. El rol de la universidad en la educación empresarial

La mayoría de los estudios empíricos que se han realizado al respecto de la educación empresarial, indagan la relación entre la formación empresarial, la actitud emprendedora y la creación o no de empresas. Los motiva la importancia y relevancia que se reconoce en la creación de nuevas empresas para el desarrollo social y económico de determinada región. Su preocupación entonces es por los resultados, la praxis, la toma de decisión y la acción como tal. Otros estudios exploran nuevos modelos de educación empresarial o los adaptan a las condiciones y necesidades de las instituciones donde se aplican. En cada caso, existe una ontología que los causa, es decir una forma de concebir lo que conforma los elementos constitutivos del proceso de formación empresarial; tantos elementos o factores se reconozcan, devienen en los distintos modelos que se proponen. Pero más allá de la ontología de los procesos de educación empresarial, se debe pensar en la ontología de la educación en general.

En este sentido, ¿cuál es el papel de las universidades? ¿Qué tipo de educación debe prevalecer? Hablar de educación implica reconocer a quien socialmente es responsable de impartirla. Desde las primeras universidades creadas alrededor del siglo XI, han sucedido grandes cambios en su organización y su función social; inicialmente, su misión

central, fue *educar para la ciencia* (PEI Uniminuto, 2014), y a su vez el objeto de la ciencia se reconoció en la búsqueda de la verdad (Echeverría, 2003).

Hoy, estamos frente a una gran transformación de la universidad, no solo en su organización y de su *curriculum*, sino que se ha transformado en cuanto a su rol social y sobre todo, a su meta o función social (PEI Uniminuto, 2014). Esto ha generado toda clase de polémicas y argumentos disímiles. Entre ellos, se reconocen aquellas posturas que ven la educación como un instrumento para el desarrollo y el crecimiento económico; otras, hacen énfasis en una educación que libere y mejore la calidad de vida de las personas (Nussbaum, 1997; Habermas, 2000, citados en PEI Uniminuto, 2014).

Lo anterior no pretende negar la importancia del uso del saber en su rol de generador de desarrollo social y económico, lo que se pide es que la atención de este saber al fin productivo mercantil no desvíe otros objetivos “humanos” que la universidad está obligada a cumplir.

En este sentido, esta propuesta educativa, que busca la gestación utópica de un hombre nuevo y de una sociedad diferente, quiere formar profesionales que sean al unísono, líderes e innovadores sociales. Todo ello, bajo un enfoque educativo: la pedagogía praxeológica; que “no es solo un método pedagógico sino una visión” (PEI Uniminuto, 2014: p.39).

De lo que se trata entonces, es de contribuir a construir una subjetividad⁷ distante a la promulgada por el nuevo liberalismo económico: un individualismo racional basada en la competencia.

En lo cual la educación, en especial la educación empresarial, debe promover no solo un profesional formado en la *praxis*, sino un profesional praxeológico que reconozca y construya saberes para la acción.

E. La praxeología como referente teórico

Toda la filosofía y la ciencia moderna se constituyen bajo el influjo del dualismo cartesiano; lo cual conlleva a que la mayoría de sus explicaciones de los hechos caen en la distinción establecida por Descartes “entre dos clases excluyentes de substancias, de las cuales se componen los objetos físicos, que se pueden constatar mediante la percepción sensible, y los fenómenos mentales, disponibles a la introspección, a saber, la *res extensa* y la *res cogitas*, respectivamente” (Bonaldi, 2003:p.5). Esta distinción es reconocida como dualismo por la distinción ontológica entre cuerpo y mente. Tal distinción ha generado algunos problemas; reducen la realidad, bien a monismos mentales o bien a monismos “físicos”, como es el caso del funcionalismo y el conductismo respectivamente.

⁷ Ospina, Gómez y Rojas (2014) afirman que, “la subjetividad puede ser entendida como la condición que le permite a cada sujeto autorreferirse respecto de sí y de su contexto.

Unas de las consecuencias de este influjo son las dicotomías con las cuales se pretende explicar los fenómenos de la realidad, accediendo al conocimiento a través de oposiciones del tipo: sujeto-objeto; actividad-pasividad y teoría-práctica (Restrepo, 1993).

Esta última dicotomía, teoría y práctica, es una de las argumentaciones más usadas en la mayoría de las ciencias. Dewey (1952) reconoce, en la filosofía y en la ciencia clásica, la preferencia de lo teórico sobre lo práctico en la búsqueda de una certeza absoluta e incommovible. Lo práctico es sinónimo de incertidumbre y enfrenta al hombre desprotegido contra el mundo lleno de cambios; en tanto la actividad intelectual da la posibilidad de constituir un ser universal, fijo e inmutable. Uno invita a cambiarse uno mismo en sus sentimientos e ideas, en tanto el otro consiste en cambiar el mundo mediante la acción. En otro sentido, para William James, según Mayorga (2006), las teorías son "instrumentos" que las personas utilizan para resolver problemas, y que por lo tanto, deberían juzgarse, en relación a su "valor efectivo" o de sus consecuencias prácticas para la conducta humana.

Esa preferencia por lo teórico de la que habla Dewey o por lo práctico, eficiente y útil de las teorías que habla James, no es aceptada por el praxeólogo; por el contrario, en el proceso praxeológico, "el saber y el actuar se entrelazan, mediados por la reflexión y el análisis, para generar la innovación, tanto

de los actores como de los contextos" (PEI⁸ Uniminuto, 2014:p.40).

En este sentido la praxeología se entiende en esta propuesta de investigación en el sentido de Juliao (2011), "*la praxeología se entiende como un discurso (logos) construido después de una seria reflexión, sobre una práctica particular y significativa (praxis); como un procedimiento de objetivación de la acción, como una teoría de la acción*" (p.27). En estos términos la praxeología surge de la práctica social para regresar, luego de reflexionar, a ella misma, para transformarse. En consecuencia, "la praxeología es el resultado del análisis empírico y de un discurso crítico" (p.27), es decir, la praxeología supone siempre un proceso de reflexividad (Vargas, 2011:p.27).

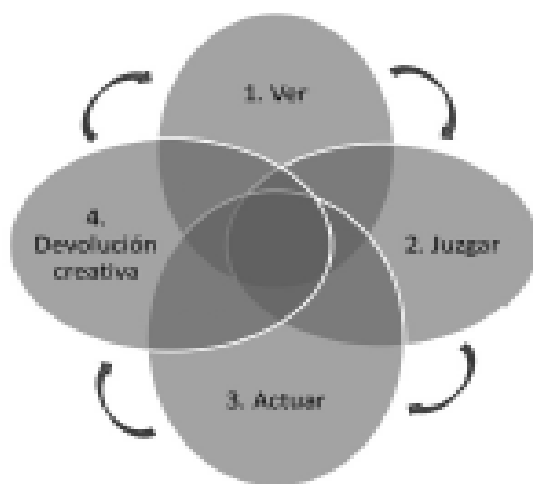
Visto como un proceso, la *praxeología* se constituye en un discurso reflexivo y crítico sobre la práctica social y profesional (PEI Uniminuto, 2014). Para entender este proceso, es menester entender la diferencia entre *praxeología* y *praxis*. Para Juliao (2011) están íntimamente ligadas, aun cuando no obedezcan a la misma lógica y reconoce que, "la praxis es la ejecución de técnicas en coherencia con finalidades (lógica tecnológica); la praxeología, por su parte, es la construcción de saberes de la acción (lógica científica)" (p.35). De esta manera, el objeto principal de la praxeología es, "la elaboración, experimentación y validación de modelos de acción que sean útiles para la gestión

de la praxis: permite formalizar, validar y programar lo que generalmente se hace de modo espontáneo, intuitivo y empírico” (p.35). Lo cual muestra que, la praxeología es un camino alternativo para la elaboración, experimentación y validación de un modelo acción en educación empresarial capaz de gestionar su praxis.

F. Aproximación al modelo praxeológico de educación empresarial

Siendo un proceso, la praxeología reconoce cuatro fases o momentos: ver, juzgar, actuar y devolución creativa (Ver figura 1).

Figura 1. Fases del proceso praxeológico



Fuente: Juliao (2011:p.35)

Este proceso implica que el hombre, como ser libre, esta, siempre, ‘condenado’ a elegir; “porque actuar

humanamente no es cumplir un programa predeterminado, al contrario, es contar siempre con lo imprevisto” (Juliao, 2011:p.22). Schön(1992) al respecto de la formación de los profesionales argumenta que la mayoría de las instituciones responsables de formar a los futuros profesionales, se conforman con transmitir las teorías científicas más estandarizadas y su aplicación a problemas hipotéticos que en la mayoría de los casos divergen con lo que realmente sucede con los problemas del mundo real. Lo cual, argumenta el autor, resulta inoperante; arguyendo que, la práctica profesional, depende más de la capacidad de reflexionar que, de los modelos rigurosos que buscan dar “las respuestas correctas” y de los conocimientos objetivos dados en su formación.

En esta medida, la invitación es a formar a nuestros profesionales en educación empresarial desde un reflexionar en la acción. Lo cual implica acometer el principal objetivo de la praxeología según Juliao (2011), “[...] elaboración, experimentación y validación de *modelos de acción* que sean útiles para la gestión de la praxis: permite formalizar, validar y programar lo que generalmente se hace de modo espontáneo, intuitivo y empírico”⁹ (p.35).

Entendido el objeto de la praxeología y su proceso, a continuación

se describe cada una de sus fases¹⁰ y su aplicabilidad a la educación empresarial.

Antes de continuar es necesario franquear la concepción del emprendedor /empresario como profesión; ¿Qué es profesión? ¿Es el emprendimiento una profesión?

Como sucede con muchos conceptos de uso en la administración, la concepción de profesión es polisémica. Algunos autores lo han concebido en el marco general de las ocupaciones y lo ubican como una ocupación particular; pero para otros, ésta es estática, y la promulgan como “un proceso por el cual las ocupaciones se profesionalizan” (Freidson, 2001:31).

Dentro de esta amalgama de posibles sentidos, presentamos tres que dan la oportunidad de asumir una postura conceptual en este trabajo. Panaia (2008) plantea la postura de algunos autores respecto a la postura francesa de profesión:

- a) Un primer sentido como vocación¹¹/llamado/oficio. De

¹⁰ Si bien Juliao (2011), concibe estas fases desde las diadas educador/praxeólogo, investigador / praxeólogo y profesional/praxeólogo; a nuestro parecer, y teniendo en cuenta que el emprendimiento implica una praxis, el proceso praxeológico por él propuesto, es aplicable, tanto a quien desea iniciar una actividad empresarial, como para quien la tiene. Esto en la educación empresarial se identifica como los distintos tipos de formación empresarial: sensibilización en espíritu empresarial, creación de empresas y desarrollo empresarial (Bechard y Toulouse, 1998).

¹¹ Max Weber, reconoce dentro de los esbozos de una tipología de las profesiones, la concepción de la profesión como una vocación, “[...] la

esta manera, el término profesión “se aplica a lo que se enuncie públicamente y que está muy ligado a creencias político-religiosas” (p.13).

- b) Un segundo sentido, define la profesión como, “ocupación con la cual uno se gana la vida”. Como actividad remunerada esta puede ser: independiente o dependiente. En este sentido, la profesión es, “lo que aporta a la subsistencia gracias a una renta económica, es el trabajo que nos permite vivir gracias a su renta” (p.13).
- c) Finalmente, el tercer sentido alude al “conjunto de personas que ejercen un mismo oficio” (p.13).

Para los propósitos de esta propuesta, el segundo sentido se aproxima más a la función social y económica de la actividad emprendedora / empresarial. Así, desde esta perspectiva, ser empresario implica una profesión.

A continuación cada una de las fases del proceso praxeológico y su vínculo con la educación empresarial:

- 1. Ver (observación).** Según Juliao (2011), es una fase de exploración análisis/síntesis que da cuenta a la pregunta, ¿qué sucede? Al respecto, algunas aproximaciones a la concepción del emprendimiento que se pueden aproximar a esta fase

corresponde a lo que en la literatura se conoce como el descubrimiento de oportunidades. Para Kirzner (1998), el ser empresario implica reconocer oportunidades en un mercado en desequilibrio. Este rasgo en el empresario, no necesariamente implica un conocimiento de los datos del mercado, sino una especie de capacidad de identificar oportunidades de negocios donde otros no lo hacen.

En este sentido, Krueger (2000), alude que antes de aprovechar las oportunidades se deben identificar. Para él, “las percepciones de los miembros de una organización encauzadas a través de las intenciones, pueden inhibir o facilitar la identificación y la búsqueda de nuevas oportunidades” (p.5). Para explicarlo, propone un modelo basado en las intenciones, sugiriendo, a la vez, una estructura cognitiva del individuo para “percibir un nuevo plan de acción posible como una oportunidad creíble” (p.5).

Así, son diversos los autores que tratan el tema de la identificación de oportunidades como un elemento constitutivo, bien, de la persona emprendedora o del empresario, o del proceso empresarial. Entre ellos, David McClelland, Jeffrey Timmons y Rodrigo Varela, entre otros.

En términos de Juliao (2011), podemos implicar la identificación de oportunidades como una práctica espontánea, adquirida, interiorizada, donde la actividad intelectual o reflexiva es casi nula; distinta a la praxis, “una práctica sensata, no espontánea sino

pensada, que supone un procedimiento intelectual y no una simple repetición mecánica” (p.34).

De esta manera el Ver, visto como Identificación de Oportunidades, es un observar con sentido. Lo cual implica, una observación que “condiciona el conjunto del proceso, en tanto que mostrara la cosa por optimizar e intervenir, y exigirá una comprensión” (PEI, Uniminuto: p.42). Surge así, la segunda fase del modelo de educación empresarial.

2. Juzgar (interpretar). Esta fase, de acuerdo al modelo praxeológico de Juliao (2011), es una fase de reacción donde el profesional da cuenta de la pregunta, ¿qué puede hacerse? ¿Qué puede hacerse con la práctica? Entendiéndose como la etapa de análisis comprensivo de lo observado en confrontación con diversas teorías y modelos; arriesgar una hipótesis de solución en relación a los datos y el fenómeno (PEI, Uniminuto, 2014).

Para Charles Sanders Peirce, la investigación científica involucra una lógica en tres etapas: ante un hecho sorprendente observado, la mente intenta explicarlo, y al no lograrlo se produce una duda causante de una irritación que necesita aplacarse (Peirce, 2012). En tal momento, instintivamente, nuestra naturaleza, *il lume naturale* (Houser & Kloesel, 2012), intenta dar una explicación al fenómeno observado. Para ello, generamos varias hipótesis – Abducción; en seguida, se extraen predicciones (consecuencias prácticas) de

esas hipótesis – Deducción; luego se selecciona y se adopta una de las hipótesis para poner a prueba, bajo ciertos criterios establecidos: e.g la economía de la investigación - Abducción; y finalmente, la prueba (s) empírica(s) de la hipótesis seleccionada – Inducción (Niño, 2007).

Esta fase no es fácilmente asimilable a alguno de los componentes de las diferentes perspectivas actuales del proceso empresarial. Sin embargo, este nuevo componente propuesto aquí, visto desde la perspectiva peirceana, es un momento en el cual, observada la propia práctica o la de otros, el emprendedor / empresario formula y/o genera varias hipótesis que buscan dar soluciones alternativas a las oportunidades identificadas en el mercado.

Todo esto conduce a la siguiente etapa y/o fase del modelo de educación empresarial, actuar.

3. Actuar (intervención). La tercera fase en el proceso praxeológico responde a la pregunta ¿qué hacemos en concreto? En esta etapa, se pasa de la experiencia y la experimentación, el análisis y la interpretación a la aplicación práctica (Juliao, 2011). Dicha aplicación implica:

la comprensión de los procesos, la identificación de las problemáticas y la determinación de las finalidades; los campos de práctica y los modos de acción; y la construcción de proyectos, la

gestión de las acciones y la evaluación de los mismos (p.41).

En otros términos, se busca la operacionalización de un proyecto de acción, cuyo objetivo general es el cambio, la transformación real de la práctica y de la vida del practicante.

En el ámbito actual de los procesos y/o modelos de educación empresarial esta fase se asociaría básicamente a la elaboración de planes o proyectos empresariales. De los que se pueden destacar dos: el primero, se reconoce como plan de empresa, cuya principal característica, desde la perspectiva temporal, es una herramienta analítica que elaborarla toma tiempo. Al segundo, corresponden todos aquellos que, de cierta forma, se resisten a elaborar planes a largo plazo y prefieren un análisis racional básico para pronto pasar a su validación; entre los más destacados están: el lienzo de modelos de negocios – Canvas- y Lean Launchpad; ambos se distinguen por su aplicación a corto plazo. Estos son usados por diferentes programas de emprendimiento, bien como métodos de enseñanza en los cursos universitarios, o en los diferentes concursos de apoyo al emprendimiento: Apps.co, Ventures, Destapa Futuro y Wayra, entre otros.

4. Devolución creativa. Finalmente, esta fase es la de reflexión en la acción y prospectiva que responde a la pregunta, ¿qué aprendemos de lo que hacemos? pensar prospectivamente, es representar

el futuro *a priori* como un ideal, deseo, sueño, anticipación de un actuar con nuevas vías de acción que propicien un cambio y no simplemente la descripción de lo que va a pasar. Juliao (2011) lo concreta en las siguientes palabras:

Se trata de un acto existencial autogenerador de teoría a partir de la experiencia, que requiere ser sacado a la luz, a través de un proceso *mayaúutico* que le permita objetivar dicha experiencia, formalizarla y entrar en el orden del discurso (así se corra el riesgo de deformar la experiencia): es una recuperación de la praxis por el logos (inter y autoestructurante) (p.43)

En el marco de la educación empresarial, este reflexionar el actuar, no es solo acerca de su proyecto empresarial, de su empresa, sino un reflexionar en el sentido utópico del “tipo de sociedad, de hombre y de mujer, del tipo de comunidad que la nueva intervención pretende realizar desde ya en su apertura al futuro” (p.43). Y es en esta dimensión de recuperación, recreación, transformación y devolución creativa donde el trabajo praxeológico se torna importante para la educación empresarial.

G. Modelo praxeológico de educación empresarial.

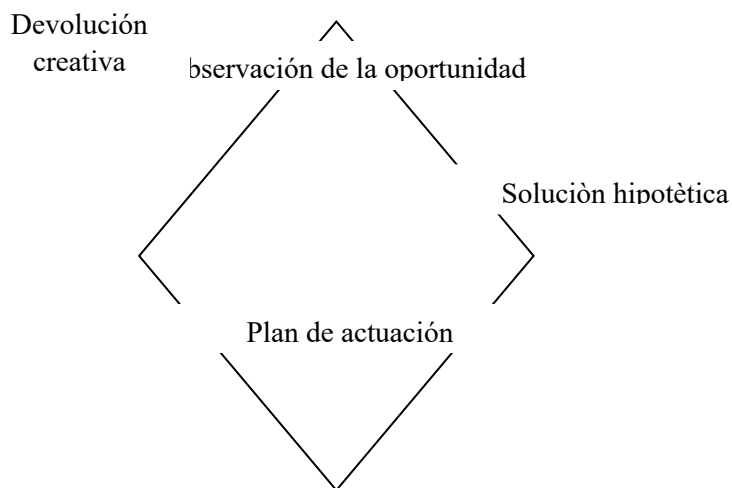
Revisado y contrastado el proceso praxeológico con algunas componentes de los modelos actuales de educación

empresarial, en este apartado proponemos el nuevo modelo y sus componentes.

Aludiendo a algunos principios del pensamiento sistémico, una de las características vitales del modelo consiste en la circularidad y no en la linealidad de los componentes aquí propuestos; es decir, “ver las interrelaciones en vez de las concatenaciones lineales de causa-efecto” (Senge, 2005:p.97).

Así concebidos, los componentes del modelo praxeológico de educación empresarial son: Observación de la oportunidad, solución hipotética, plan de actuación y devolución creativa (Cf. figura 2).

Figura 2. Modelo praxeológico de educación empresarial



Fuente: elaboración de los autores a partir de Juliao (2011).

H. Conclusiones

No es suficiente que el emprendedor / empresario, como un profesional que cumple una función social y económica en la sociedad, se

forme en modelos rigurosos que buscan dar “las respuestas correctas” a las dificultades que se enfrenta en el proceso empresarial. Schön (1992) argumenta que, la práctica profesional depende más de la capacidad de reflexionar.

Sin esta capacidad de reflexión, lo que se reivindica es un profesional, educado empresarialmente, en los tipos de valores que se promueven en la actualidad: competencia, individualismo, acción; y a lo sumo, en un segundo plano, la responsabilidad social empresarial.

Si reconocemos, como lo hace Adela Cortina, que “es la nuestra una época managerial, y nuestra sociedad, una sociedad de organizaciones, en la que la empresa constituye el paradigma de todas las restantes” (Cortina, 2008:p. 13) y que la empresa como centro de la sociedad moderna “es el centro de la sociedad, y como tal debe asumir ese rol como gestora de un cambio social para bien de la humanidad” (p. 13), deberíamos prestar atenta atención al tipo de educación empresarial que está formando a los futuros empresarios de nuestra nación.

En este sentido, ¿cuál es el papel de las universidades? ¿Qué tipo de educación debe prevalecer? Hablar de educación implica reconocer a quien socialmente es responsable de impartirla: la universidad.

Entre el papel y el tipo de educación, en especial, la educación empresarial, la universidad puede elegir entre una única postura educativa vista como un instrumento para el desarrollo y el crecimiento económico; o, una educación

que libere y mejore la calidad de vida de las personas.

Si insistimos en la primera, educar en competencias enfocadas por los resultados (los hechos, objetos, artefactos, etcétera), la toma de decisión y la acción como tal; seguiremos formando un profesional práctico, y perderemos la oportunidad de educar un profesional/empresario reflexivo o praxeólogo; educado en la praxis, “una práctica sensata, no espontánea sino pensada, que supone un procedimiento intelectual y no una simple repetición mecánica” (Juliao, 2011:p.34).

Esta propuesta, entonces, es una oportunidad para lograrlo.

I. Referencias Bibliográficas:

- Ararat, H. A., (2010). La ideología del emprendimiento. Una mirada desde el análisis crítico del discurso. *AD-minister*, (17), pp. 5-33.
- Arteaga, E., & Lasio, V. (2005). Impacto del curso de espíritu empresarial y desarrollo de nuevos negocios en los graduados de programas de MBA. *Serie Documentos de Trabajo Entrepreneurship*, 7.
- Bonaldi, J. P. (2003): *Funcionalismo e intencionalidad: Formas y contenidos de los estados mentales intencionales*, Documentos CESO, Bogotá, Documento No. 63.
- Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del*

- emprendimiento.
Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional.
- Colombia, Congreso Nacional de la República (2006). Ley 1014 de Fomento a la Cultura del emprendimiento.
- Dewey, J. (1952). *La búsqueda de la certeza: un estudio de la relación entre el conocimiento y la acción*. Fondo de cultura económica. México.
- Díez Gutiérrez, E. J. (2014a). La cultura del emprendimiento: educar en el capitalismo. *Cuadernos de Pedagogía*, 445, 50-53.
- Díez, E. J. (2014b). La construcción educativa del nuevo sujeto neoliberal. *El viejo topo*, 320, 39-47.
- Díez, E. J. (2015). La educación de la nueva subjetividad neoliberal. *REVISTA IBERO-AMERICANA DE EDUCAÇÃO*, 68(2), 157-172.
- Echeverría, J. (2003). *La revolución tecnocientífica*. Madrid. Fondo de Cultura Económica.
- Fandiño, L., & Bolívar, M. (2008). Evaluación del impacto del emprendimiento empresarial en los estudiantes y/o egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana y estudio de los factores de éxito de sus empresas creadas a partir de los talleres de grado. Universidad Javeriana. Bogotá.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Bueno Aires, Argentina.
- Gómez, M. J. A. (2007). *La investigación educativa: claves teóricas*. Madrid. McGraw-Hill.
- Guzmán, J. J., & Liñán, F. (2005). Evolución de la educación empresarial en Estados Unidos y Europa: su papel como instrumento de desarrollo. *Revista de Economía Mundial* (Vol. 12, p. 149-171).
- Sampieri, R. H., Collado, C. F. y Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta edición). México D.F: McGraw-Hill.
- Jarrín, J. A. (2015). *Expectativas, percepciones y concepciones respecto de la educación en cultura emprendedora en los programas de formación para administradores* (Master's thesis, Universidad de La Sabana).
- Juliao, C. G. V. (2011). *El enfoque praxeológico*. Corporación Universitaria Minuto de Dios, Facultad de Educación, Departamento de Pedagogía, Escuela de Alta Docencia.
- Guzmán Cuevas, J. J., & Liñán, F. (2005). Evolución de la educación empresarial en Estados Unidos y Europa: su papel como instrumento de desarrollo. *Revista de Economía Mundial* (Vol. 12, p. 149-171).

- Materano, W., Ruíz, L. F., Torres, C., & Valera, A. (2009). Una mirada a la formación empresarial para el desarrollo del espíritu emprendedor en las universidades. *Visión gerencial*, (2), 279-290.
- Mayorga, R. (2006). Peirce y la metafísica. *Revista anthrops: Huellas del conocimiento*, (212), 121-131.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009). *Política de Emprendimiento*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Puello-Socarrás, J. F. (2011). DEL HOMO ŒCONOMICUS AL HOMO REDEMPTORIS Emprendimiento y Nuevo Neo-liberalismo. *Otra Economía*, 4(6), 181-206.
- Restrepo M. (1993) *Ser-Signo-Interpretante: Filosofía de la Representación de Charles S. Peirce*. Significantes de papel ediciones, Santafé de Bogotá.
- Varela, R. y Jiménez, P, J. E. (1999). EL DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES DE CALI. *Estudios Gerenciales*, (68), 71-90.
- Varela, R. y Jiménez, P, J. E. (2000). EL DESARROLLO DEL ESPIRITU EMPRESARIAL EN LAS UNIVERSIDADES DE CALI II. Repositorio Universidad ICESI.
- Varela, R. (2001). Educación empresarial: el reto del nuevo siglo. In XV Congreso Chileno de Educación en Ingeniería.
- Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 21-47.
- Varela, R., & Bedoya, O. (2006). Desarrollo de empresarios basado en competencias empresariales: El caso de jóvenes con empresa. In Balas Conferencia.
- Vernis, R. V. (2008). La filosofía del futuro. El papel de las categorías peirceanas en el pensamiento pragmático. *Teorema: Revista Internacional de Filo.*

