

# El estudio de caso como herramienta pedagógica en la formación emprendedora\*

**Guglielmi Ovalles, Indira Isolina / Quiñones Valduz, Yeanette Beatriz**

Universidad de Los Andes - Táchira-Venezuela / indiraguglielmi@yahoo.com / yeanette14@yahoo.com

Finalizado: San Cristóbal, 2012-10-15 / Revisado: 2013-04-10 / Aceptado: 2013-07-15

## Resumen

*La metodología de estudio de caso permite a los participantes de cualquier curso empresarial, reforzar los procesos de comunicación, la posición crítica, el trabajo en equipo, el liderazgo participativo y la toma de decisiones, las cuales son algunas de las habilidades que necesitan desarrollar los actores de las nuevas empresas. La investigación tuvo como propósito evaluar la utilidad del estudio de caso como herramienta pedagógica en la formación del espíritu emprendedor de los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social de la Universidad de los Andes, Núcleo Táchira. Se desarrolló una investigación de campo y se aplicó un cuestionario a una muestra estudiantil de los años mencionados. Los hallazgos muestran las bondades de la metodología como nuevo instrumento de aprendizaje para este grupo, que favorecen la comprensión de la realidad emprendedora.*

**Palabras clave:** Estudio de caso, formación emprendedora, educación superior, documentación de casos, estudiantes de Comunicación Social.

\*\*\*

## Abstract

### THE CASE STUDY AS A TEACHING TOOL IN ENTREPRENEURIAL TRAINING

*The case study methodology allows participants of any business course; strengthen communication processes, the critical position, teamwork, leadership and participatory decision-making, which are some of the skills they need to develop as actors of the new companies. The research was aimed to evaluate the usefulness of the case study as a teaching tool in shaping the entrepreneurial spirit of the fourth year students of journalism from the Universidad de los Andes (Táchira). A field research and a questionnaire was developed and it was applied to a sample of the student level mentioned. The findings show the benefits of the methodology as a new learning tool for this group, which promote understanding of entrepreneurial reality.*

**Key words:** Case study, entrepreneurial education, higher education, documentation of cases, students of Social Communication.

\*\*\*

## Résumé

### L'ÉTUDE DE CAS COMME UN OUTIL D'ENSEIGNEMENT DANS L'ÉDUCATION ENTREPRENEURIALE

*La méthodologie d'étude de cas permet aux participants de toute cours d'entreprise renforcer les processus de communication, position critique, travail d'équipe, leadership participatif et prise de décisions, lesquelles sont certaines des compétences ayant besoin de développer des acteurs des nouvelles organisations. L'enquête a eu comme objectif évaluer l'utilité de l'étude de cas comme outil pédagogique dans la formation du esprit d'entreprise des élèves de quatrième année de communication sociale dans les années ou-2009, U-2010 et U-2011 De l'Université des Andes Táchira. On a développé une enquête de terrain et a été appliqué un questionnaire à un échantillon étudiants des années visés. Les résultats montrent les vertus de la méthodologie comme nouvel instrument d'apprentissage pour ce groupe, qui favorisent la compréhension de la réalité entrepreneuriale.*

**Mots-clés:** Étude de cas, de formation entrepreneuriale, l'enseignement supérieur, de la documentation de cas, des étudiants de Communication Sociale.

\* Las autoras agradecen el apoyo financiero e institucional otorgado por el CDCHTA de la Universidad de Los Andes al proyecto de investigación Código NUTA-H-314-09-09-C, parte de cuyos resultados se presentan en este artículo.

## 1. Introducción

La teoría sobre realización y utilización de estudio de casos ha sido ampliamente empleada para enseñar casos de emprendimiento en el mundo. Quizá como herramienta sensibilizadora, universidades tanto en América como en Europa han aprovechado este instrumento para el desarrollo de destrezas y conocimientos en sus estudiantes. En este sentido, se puede decir que los participantes de cualquier curso donde se use la metodología de casos como estrategia para la formación emprendedora puede construir su aprendizaje partiendo del análisis y discusión de experiencias y situaciones de la vida real (Escobar, 2009; p.2).

En la actualidad, es necesario fomentar el espíritu emprendedor para hacer frente a la continua evolución de la demanda de empleo en el futuro, lo cual se logra con el apoyo de la educación (CCE, 2007; p. 28). Como hoy día el proceso de enseñanza no consiste simplemente en impartir solo conocimiento a través de clases magistrales sobre diversos temas, sino que busca la utilización de diversas estrategias a fin de que cada participante tenga un aprendizaje significativo, el uso del estudio de caso como una herramienta o estrategia pedagógica fundamental en la formación emprendedora puede resultar de utilidad.

Es importante resaltar que diversos investigadores (Moriano, Palaci y Morales, 2006; CCE, 2007; Cano, García y Gea, 2005; Veciana, 2005), han señalado la importancia de motivar o cultivar el espíritu emprendedor en los profesionales de esta época. No solo se debe motivar a emprender para obtener unas competencias básicas para la vida o para generar empresas, sino para que los individuos o futuros profesionales logren ser impulsores del desarrollo individual, colectivo y social a través de la creatividad, la innovación y la asunción de riesgos.

En sintonía con lo anteriormente expuesto se crea en el año 2005 el *Programa Emprendedor (PE)* de la Universidad de Los Andes Núcleo Universitario del Táchira "Dr. Pedro Rincón Gutiérrez" (ULA Táchira). El propósito principal del *PE* ha sido desarrollar, a través del apoyo académico, el espíritu emprendedor en los estudiantes de la

carrera de *Administración* para la promoción de ideas en nuevos negocios, empresas, o la reorganización de negocios existentes y contribuir así con el crecimiento económico regional al egresar profesionales con competencias no solo para ser empleado sino para ser empleador.

Para dar respuesta al referido propósito se creó la cátedra *Formación Empresarial*, la cual actualmente se imparte además en las carreras de *Comunicación Social* y en *Contaduría Pública*.

El objetivo de la cátedra *Formación Empresarial (FE)* es introducir en la cultura universitaria valores tendientes al impulso de una mentalidad emprendedora en los estudiantes; ello implica desarrollar características, actitudes, habilidades, atributos, conocimientos, destrezas, valores, creencias e ideas especiales que los diferencie de los estudiantes formados tradicionalmente. Asimismo, se ha pensado en una educación que les permita el ejercicio profesional con mayores probabilidades de éxito, además de desarrollar una percepción completa del análisis, diagnóstico y edición de un estudio caso a través de su realización y documentación (Bustamante y Guglielmi, 2004; p. 10).

Con el PE se hace hincapié en el uso de los estudio de caso como unas de las herramientas pedagógica para lograr motivación hacia el emprendimiento entre los estudiantes de las carreras de Administración, Contaduría Pública y Comunicación Social, a partir de las vivencias de emprendedores venezolanos y tachirenses.

Sin embargo, en la carrera de Comunicación Social la herramienta de estudio de caso, no solo se utiliza para que los estudiantes reflexionen sobre el éxito ya documentado de empresarios, sino para la realización propia de casos de emprendedores tachirenses, la cual tiene como fin el desarrollo de una percepción completa del análisis, diagnóstico y documentación de estas experiencias.

Gibb (2005: 5) sugiere que las estrategias o herramientas que se utilicen para la formación empresarial deben generar mayor flexibilidad a los participantes del proceso educación, incorporando los contenidos a través del aprender haciendo, promoviendo el aprendizaje basado en la experiencia y motivando a usar sentimientos, actitudes y valores aparte de la información.

Se puede afirmar que utilizar el estudio caso como herramienta pedagógica, es importante porque busca en los participantes del curso de formación empresarial generar competencias y actitudes para motivar el espíritu emprendedor.

En consecuencia el presente artículo expone la experiencia en el uso de la metodología de caso con los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social, con el propósito de evaluar su utilidad como instrumento pedagógico en la formación del espíritu emprendedor.

En este sentido, la interrogante planteada para esta investigación ha sido formulada de la manera siguiente: ¿la metodología estudio de caso es útil para el desarrollo en los estudiantes de Comunicación Social el espíritu emprendedor?

## 2. Marco Teórico

### 2.1 Formación emprendedora

Hablar de emprendedores, emprendimiento o espíritu emprendedor, hace que muchas personas lo relacionen con el talento que se tiene de operacionalizar una idea de negocio y empresas. Esta capacidad tiene que ver además con el potencial de una persona para poder cumplir un proyecto ya sea individual o colectivo, social o económico, y para ello necesita tener unas competencias del saber, querer, valorar y poder, que le permitan a cualquier sujeto en formación crear un valor social y económico, ya sea a través del autoempleo, como de la misma movilidad que le pueda dar su empleo o los proyectos que se planteen (Fracica, 2009; p. 3)

Los países emergentes actualmente necesitan que se impulse el proceso emprendedor, porque es evidente que las economías de hoy con altas tasas de crecimiento (EEUU, China, entre otros), son las que generan mayor cantidad de nuevos empleos como consecuencia de nuevos proyectos o iniciativas emprendedoras (Freire, 2008; p. 24).

Por otra parte, el tema de emprendimiento ha adquirido importancia en muchos programas educativos o de investigación universitaria a nivel local, nacional e internacional, aunque también es verdad que es desde hace poco tiempo (aproximadamente desde los 80 en los países industrializados, y en América Latina

desde mediados de los 90), es cuando se viene considerando la necesidad de apoyar programas que permitan fortalecer el emprendimiento (Cano y otros, 2003; p. 147).

La formación emprendedora, en el contexto curricular debe por lo tanto dar respuestas a estas preguntas: ¿qué enseñar?, ¿cómo enseñar?, ¿cuándo enseñar?, todo ello con la intención de responder a lo que se espera de formar individuos con capacidad para emprender en proyectos.

En este sentido, cuando se plantea incorporar en los currículos o en cualquier carrera u opción profesional universitaria la formación emprendedora, se debe romper el esquema tradicional. En función de esto se puede decir que la formación empresarial se fundamenta en ofrecer al participante el conocimiento de cómo generar y poner en marcha un proyecto considerando elementos como el aprender haciendo, y concientizarlo en la importancia que tiene la creación de empresas para una sociedad.

Además es importante reconocer que el participante del curso puede evidenciar nuevos conocimientos, nuevas habilidades, destrezas y actitudes, que le permitirán canalizar sus aspiraciones independientemente en el ámbito donde se desenvuelva (Fracica, 2009; p.13).

Para lograr lo anterior, es necesario considerar el empleo de metodologías y actividades eficaces para la enseñanza del espíritu empresarial que rompan con el esquema tradicional, de las clases magistrales. Se recomienda hacer uso de diversas estrategias, donde el participante tenga una postura mas activa en el proceso de aprendizaje. En este sentido Vázquez, Lanero, Gutiérrez, y García, (2009; p. 20), recomiendan las siguientes estrategias:

- Talleres, actividades de grupo y trabajo en equipo para la concepción de nuevas ideas comerciales que permitan desarrollar al máximo las ideas innovadoras del alumnado.
- Estudios de caso que planteen a los estudiantes modelos de comportamiento con los que identificarse fácilmente.
- Ponencia de conferenciantes externos, especialmente empresarios y profesionales del mundo empresarial, para compartir su experiencia.

- Simulaciones de empresas, para el aprendizaje de la dinámica interna y el funcionamiento de las empresas.

## 2.2 La metodología de caso en el contexto académico

El caso como metodología académica se concibe como la descripción de una situación real, que se discute en clase bajo la dirección de un profesor y en la cual puede evidenciarse que las soluciones de un tema son imperfectas, por lo que no se trata entonces de resolver problemas en grupo para encontrar la salida correcta (Friedlander y Morra, 2001 p. 34).

Además, si se parte de que la construcción de la teoría simplifica la realidad, y un buen caso incorpora la realidad en todas sus paradójicas dimensiones, entonces el caso tampoco es equivalente al ejemplo de teorías o esquemas, pues al ceñirse a una realidad no simplificada se presta a variadas interpretaciones y a explicaciones diversas (Ogliastri, 1992; p.14).

Este proceso ayuda a formar en los estudiantes la capacidad de enfrentar situaciones nuevas con criterios propios, pues la responsabilidad del profesor va más allá de transmitir unos conocimientos, por cuanto se busca que los participantes aprendan a pensar por su cuenta.

En este orden de ideas Lasio (2005) plantea que

Los casos son la estrategia metodológica por excelencia en las escuelas de administración y también son de uso exhaustivo en las facultades de Derecho, de Psicología y Educación (predominantemente en las mejores universidades de los Estados Unidos, como Harvard); podrían funcionar en muchas otras áreas (sociología, literatura, filosofía, urbanismo...) donde sea importante el desarrollo del criterio propio de cada estudiante, más que la acumulación del conocimiento propia de un erudito (p. 9)

Por lo tanto, el propósito de usar el estudio caso en la cátedra *FE* está orientado a reforzar el proceso de comunicación a través del escuchar y comprender a los demás, de dar y recibir ideas, fortaleciendo la idea de liderazgo participativo grupal, al analizar y documentar específicamente los casos de emprendimiento tachirenses.

## 2.3 El estudio caso como instrumento pedagógico en la Universidad de Los Andes Táchira

Cuando se crea la carrera de Administración de la ULA Táchira, en 1996, para dar respuesta a necesidades regionales de formación gerencial y administrativa y contribuir así con la expectativa paralela de crecimiento socioeconómico regional, vinculándose la universidad con el entorno se genera entonces la necesidad de formación emprendedora.

Sin embargo, es a finales de 2003 y principios de 2004 que se inserta la noción de emprendimiento dentro de algunas áreas del conocimiento de la Carrera de *Administración*. Con la ejecución del primer Simposio Binacional de Emprendedores (Abril, 2004) y a través de sus memorias, nació el *PE* de la ULA Táchira y se consolida la cátedra *FE*.

En el año 2006 se empieza a impartir la *FE* no solo en la carrera de *Administración*, sino también en la de *Comunicación Social* en la cual se incorpora como una materia electiva ofertada a los estudiantes de cuarto año y quinto semestre respectivamente.

El *PE* a través de la cátedra de *FE* del Departamento de Ciencias Administrativas y Contables instrumentó pedagógicamente para estudiantes de la carrera de Comunicación Social una metodología para la realización de estudio caso, la cual tiene como fin el desarrollo de una percepción completa del análisis, diagnóstico de un estudio caso, con su realización y documentación.

Es así como en los últimos cinco años se ha impartido la cátedra en la carrera de Comunicación Social; se han documentado y analizado casos de emprendimiento tachirenses de diferentes sectores empresariales entre los cuales destacan Supermercado HiperBaratta, Pizzería Antonio, Grupo González Lovera (medio de comunicación), Grupo Liderfot, Mi Vaquita Gourmet, Red de Peluquerías Senovia Torrealba, Diario La Nación, Dr. Coctel (servicios para festejos), entre otros.

La metodología para la realización de estudios casos se fundamenta en las investigaciones realizadas por Friedlander y Morra (2001; p.11) y Ogliastri (1992; p.5). La documentación de casos se refiere a una investigación de campo que se lleva a cabo cuando la información no está disponible y es necesaria para desarrollar discusiones estratégicas. El proceso de la documentación puede resultar

en la identificación para la discusión como en la recolección de evidencias para la sustentación en concreto.

El propósito de usar el estudio caso como metodología de enseñanza es reforzar el proceso de comunicación, a través del escuchar y comprender a los demás, de dar y recibir ideas, fortaleciendo la idea del liderazgo participativo, las cuales son habilidades que necesitan desarrollar los actores de las nuevas organizaciones (Rusquel, 2010; p. 2).

Es importante que la metodología le permita al estudiante de Comunicación Social conocer al detalle los conceptos, análisis y documentación de lo que es el estudio caso escogido en determinada situación de emprendimiento. Los estudios de caso son convincentes y capturan la atención del lector; sin embargo, son más específicos que generales, esto debido a que no pueden revelar si se trata de situaciones únicas o de gran amplitud.

La utilidad de estudio caso en la formación emprendedora es que el estudiante pueda desarrollar, de acuerdo con Rusque (2010; pp.5-11) las siguientes habilidades y destrezas:

- Observar interrelación entre factores diversos (personales, psicológicos y del entorno).
- Capacidad de análisis y síntesis en la información que se lee o se construye.
- Desarrollar ideas creativas.
- Ordenar la información y trabajar en equipo para evaluar y construir los casos de emprendedores.
- Capacidad de toma de decisiones.

### 3. Método

#### 3.1 Naturaleza del estudio

Considerando la importancia de la metodología de estudio de caso como estrategia pedagógica en la formación emprendedora, se indago sobre la utilidad del análisis y construcción de los casos de emprendimiento para los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social de la Universidad de Los Andes Táchira.

Rusque (200; p.5) dice que la metodología de estudio casos es de análisis grupal, destacándose aspectos cualitativos en donde se extraen conclusiones de fenómenos reales o simulados en una línea formativa, de investigación y/o desarrollo

de la personalidad humana o de cualquiera otra realidad individualizada y única.

Esta investigación es de carácter descriptivo, la cual a través de un diseño de campo, se recolectó información directamente a los participantes de los cursos Comunicación Social de los años U-2009, U-2010, U-2011, de la Universidad de Los Andes Táchira. Es por ello, que al estudiante que hace y al que lee el caso se les comunican sensaciones de que la situaciones no están dadas, con el fin de que surja el dilema y busquen opciones nuevas y diferentes y así desarrollen una actitud creativa partiendo más allá del pensamiento convencional, cualidad principal de esta técnica que es poder desarrollar la habilidad de un pensamiento lógico.

#### 3.2 Población y Muestra

La población de esta investigación la constituyeron 97 estudiantes de los cursos antes mencionados. El número de estudiantes encuestados se calculó mediante muestreo no probabilístico; con la orientación de los criterios para hallar el tamaño de la muestra dados por Martínez (2003; p.56), quien considera que la muestra puede ser de cualquier tamaño y los elementos son seleccionados de acuerdo con la opinión o juicio que tenga el investigador. Es así como aplicando el muestreo intencional, se trabajó con una muestra de 31 estudiantes que fueron encuestados vía correo electrónico. La muestra final estuvo configurada según la Tabla 1.

Se observa entonces que aproximadamente dos tercios de la muestra analizada fueron estudiantes del género femenino y que constituyen para los años 2009 y 2010 más de la mitad de los casos analizados.

#### 3.3 Fases de la Metodología de Estudios de Caso

En el desarrollo de la cátedra FE se aplica la metodología planteada por Colbert, Trimble y Desberg (1996; p. 7); en tres fases los estudiantes analizan, conceptualizan y construyen casos de emprendedores situados en la región:

- I. *Primera Fase:* denominada preliminar, se presentan a los estudiantes varios casos (a través de videos o lecturas) con el propósito de que

**Tabla 1**  
 Muestra analizada en la utilidad de la metodología de estudio caso

		Género			
		Masculino		Femenino	
		f	%	f	%
Grupo	U-2009	4	12,9%	8	25,8%
	U-2010	3	9,7%	8	25,8%
	U-2011	4	12,9%	4	12,9%
	Total	11	35,5%	20	64,5%

Fuente: proceso de la investigación

ellos opinen, juzguen y analicen la situación planteada de emprendimiento. Se observan las diferentes reacciones para finalmente contrastar los diferentes puntos de vista grupales. En esta fase se evalúa la capacidad del trabajo en equipo en función de que las respuestas elaboradas son el resultado del consenso logrado por los integrantes de los diferentes grupos

II. *Segunda Fase:* se formulan conceptos relacionados con el emprendimiento y el proceso emprendedor trabajados en las primeras clases, aplicables y que permiten ser utilizados en una situación parecida. Como en la *Primera Fase*, se garantiza la validez y objetividad a través de la aprobación del grupo.

III. *Tercera fase:* luego del análisis y conceptualización, se recopila la información directamente en sitio para la construcción del caso en estudio (emprendimiento)

Al analizar y construir los casos de emprendimiento en el aula con los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social, esta investigación permitió describir y evaluar la metodología de estudio caso y su utilidad como estrategia pedagógica en la formación emprendedora.

### 3.4 Instrumentos

Para recopilar la información se utilizó la técnica de encuesta con la elaboración del instrumento tipo cuestionario conformado por nueve ítems que se acompañan con una escala Likert. En el anexo I se puede observar el cuestionario; en el mismo, se agrupan criterios relacionados con la utilidad de la metodología de caso y con la opinión de los estudiantes.

Los ítems fueron construidos en función de la realidad del aula al aplicar la metodología, es decir al describir situaciones reales de emprendimiento, los estudiantes de Comunicación Social pueden a través del análisis, considerar factores relacionados con la disciplina en la cual se están formando, como por ejemplo el uso de reportajes para llegar a un mismo fenómeno combinando la teoría y la práctica de manera efectiva.

Michelli, Guba y Licolm (en Rusque, 2002; p.6) indican, que si se estudia un problema, se comprende para buscarle soluciones cumpliendo un doble propósito que es la asociación y descubrimiento de las propuestas relacionadas con su disciplina (Comunicación Social) y la relación con otros elementos o disciplinas destacadas en el caso emprendedor (negocios, finanzas, mercadeo, económica, entre otras).

Las relaciones con factores diversos como los personales (formación, experiencia e interés en el caso), psicológicos (rasgos asociados al riesgo y el logro), y del entorno o ambientales (relación e identificación con la comunidad, empresarios), inciden en la percepción que se tiene del caso analizado o documentado.

Por otro lado, también se especifica la utilidad directa que pueda tener el caso de estudio con las actitudes y las habilidades que desarrollaran los estudiantes, para tener la visión que se busca con la investigación.

### 3.5 Análisis de datos

Aplicado el cuestionario, se procedió analizar la información en función de los objetivos planteados y para ello se usa el paquete estadístico SPSS versión 18.0 y a través de tablas de contingencia y

figuras se mostraron los resultados más resaltantes, a fin de presentar las respectivas conclusiones de esta investigación.

#### 4. Resultados

Los hallazgos más importantes se centran en las diferentes afirmaciones dadas por los estudiantes que contestaron el cuestionario y se muestran en la Tabla 2.

De los hallazgos encontrados, se hace notar que los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social están totalmente de acuerdo en un 51,6% en que la metodología de caso los obliga a profundizar en el tema de emprendimiento y empresarial. Además, otro de los hallazgos sobresalientes fue que el 48,4% de los estudiantes está de acuerdo en que al haber leído y analizado un estudio de caso hizo que desarrollaran habilidades para trabajar en equipo, y habilidades para ordenar la información.

Por otro lado, el 38,7% de los estudiantes afirmó que está totalmente de acuerdo en que con la metodología de casos se interrelacionan factores diversos (personales, psicológicos y del entorno), llamando la atención el hecho de que al 25,8% de los estudiantes le es indiferente esta afirmación.

Es de destacar que en estos resultados ninguna de las opiniones de los 31 encuestados está en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, con lo planteado en la evaluación de la utilidad de la metodología de estudio caso en la formación emprendedora,

En la Figura 1 se pueden distinguir las diferentes medias de los resultados de la utilidad de la metodología de estudio caso de acuerdo a cada uno de los factores que fueron evaluados. Se observa altos valores de las medias en cada uno, pues la totalidad de los ítems se encuentran por encima de la media teórica (ubicada en 3 puntos), destacándose que el promedio más alto de 4,52 pertenece a la categoría “el estudio de caso obliga profundizar sobre el tema de emprendimiento”.

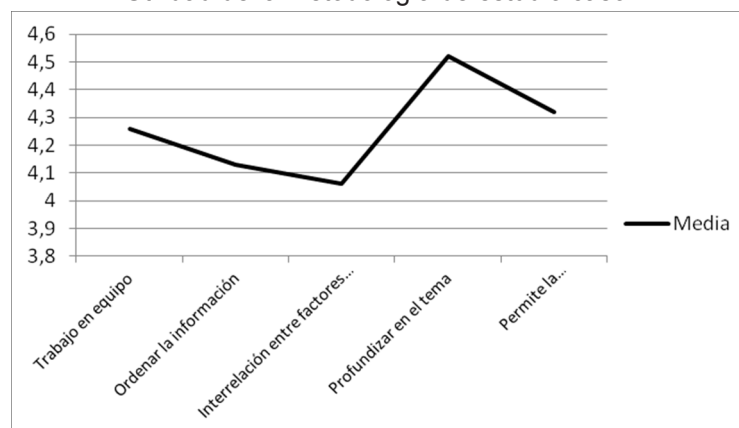
Se destacan los aspectos referidos a desarrollar habilidades en trabajar en equipo y ordenar información que está asociada con la capacidad de interpretar la realidad con los aspectos teóricos. La media más alta que corresponde a profundizar sobre el tema, evidencia que la mayoría está de acuerdo en que se debe o el tema permite abarcar varias disciplinas.

**Tabla 2**  
 Utilidad de la metodología de estudio caso

		f	%
El estudio de casos le permitió el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo	Indiferente	4	12,9%
	De acuerdo	15	48,4%
	Totalmente de acuerdo	12	38,7%
Desarrolló habilidades de cómo ordenar la información al documentar el caso	Indiferente	6	19,4%
	De acuerdo	15	48,4%
	Totalmente de acuerdo	10	32,3%
Los estudios de casos permite observar interrelación entre factores diversos (formación, experiencia e interés en el caso, rasgos asociados al riesgo y el logro, creatividad, relación e identificación con la comunidad o el empresarios)	En desacuerdo	1	3,2%
	Indiferente	8	25,8%
	De acuerdo	10	32,3%
	Totalmente de acuerdo	12	38,7%
El estudio caso lo obligó a profundizar en el tema de emprendimiento	Indiferente	0	,0%
	De acuerdo	15	48,4%
	Totalmente de acuerdo	16	51,6%
El estudio de caso le permite un análisis interdisciplinario	Indiferente	2	6,5%
	De acuerdo	17	54,8%
	Totalmente de acuerdo	12	38,7%

Fuente: proceso de la investigación

**Figura 1**  
 Utilidad de la metodología de estudio caso



Fuente: proceso de la investigación

**Tabla 3**  
 Utilidad de la metodología de estudio caso

Ítems	Media	DT
Trabajo en equipo	4,26	0,68
Ordenar la información	4,13	0,71
Interrelación entre factores diversos	4,06	0,79
Profundizar en el tema	4,52	0,52
Permite la interdisciplinariedad	4,32	0,6

Fuente: proceso de la investigación

Observando en forma tabular las medias y las desviaciones típicas de las diferentes respuestas de los estudiantes (Tabla 3) con el fin de valorar las tendencias en las respuestas y uso de la media teórica (ubicada en 3 puntos) que hace referencia al valor medio de la escala con el fin de detectar valores altos y bajos, se ratifica entonces que en todos los ítems se obtienen altas puntuaciones al valorar la utilidad de la metodología de estudios de caso.

De acuerdo con los resultados que muestra la Figura 2, se evidencia una distribución homogénea en cuanto a las opiniones de la utilidad de la metodología según el género, lo que permite concluir desde un punto de vista meramente descriptivo que no existen diferencias significativas entre los géneros en cuanto a la apreciación de la utilidad de la metodología de estudio caso.

En la Figura 3 se muestra la media para los diferentes períodos lectivos U-2009, U-2010, U-2011, observándose que, en promedio el grupo

del periodo lectivo U-2009 considera que la metodología le es útil porque les permite profundizar en el tema y el análisis interdisciplinario, en un promedio más alto que los otros dos grupos estudiados. Asimismo se observa que los tres grupos mantienen homogéneamente sus promedios de opinión en cuanto a la utilidad de la metodología de caso.

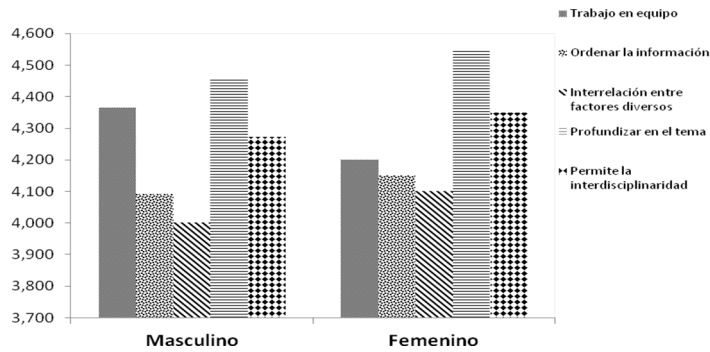
## 5. Conclusiones

La metodología de estudio caso como estrategia pedagógica para el aprendizaje del emprendimiento es importante debido a que desarrolla en los estudiantes dominios, habilidades y destrezas, como son el trabajo en equipo, toma de decisiones, creatividad, posición crítica (ordenar información), análisis complejos donde se refleja la interdisciplinariedad.

Asimismo los casos de emprendimiento estudiados en la cátedra *Formación Empresarial* son útiles, porque permiten a los estudiantes indagar en una metodología de aprendizaje basada

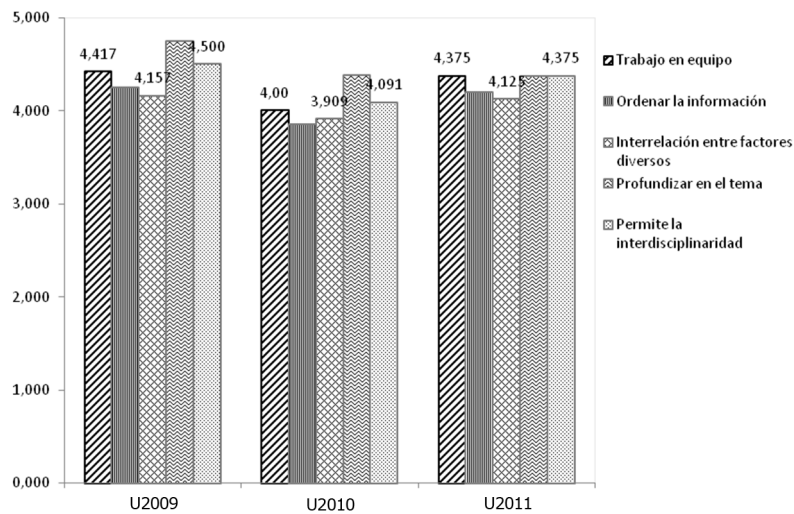


**Figura 2**  
 Distribución de la utilidad de la metodología de estudio caso según género



Fuente: proceso de la investigación

**Figura 3**  
 Utilidad de la metodología de estudio caso según grupos de periodos lectivos U-2009, U-2010, U-2011



Fuente: proceso de la investigación

en múltiples fuentes de evidencia y variables de interés, al construir diferentes estudio caso sobre emprendimiento o emprendedores en FE y en otras cátedras de la carrera.

Se puede afirmar que la metodología cumple con el objetivo del desarrollo y la motivación del espíritu empresarial, ya que al abordar los casos para su análisis y documentación en grupos y la interdisciplinariedad del conocimiento combinando su propia disciplina (Comunicación Social) con otras disciplinas (gerencia, economía, psicología, entre otras), se puede así comprender y tener el conocimiento sobre el contexto emprendedor.

Finalmente, se sugiere la metodología de casos como una herramienta pedagógica en la enseñanza y el aprendizaje del emprendimiento por cuanto resulta efectiva y útil para la formación y motivación del espíritu emprendedor en los profesionales del futuro.

## Referencias

- Bustamante, J. y Guglielmi, I. (2004). *Programa de Emprendedores ULA Táchira*. San Cristóbal: Universidad de Los Andes Táchira
- Cámaras de Comercio (CCE). (2007). *Fomento del Espíritu Emprendedor*. [Documento en línea]. Recuperado de [http://www.camaras.org/publicado/formacion/pdf/Espiritu\\_emprendedor.pdf](http://www.camaras.org/publicado/formacion/pdf/Espiritu_emprendedor.pdf).
- Cano, G., García G. y Gea, S.A. (2003). Actitudes emprendedoras y creación de empresas en los estudiantes universitarios. Edición Universidad de Almería. Servicio de Publicaciones (pp. 143-160). Recuperado de <http://www.uv.es/motiva/libromotiva/09CanoGarciaGea.pdf>
- Colbert, J., Trimble, K. y Desberg, P. (1996). *The case for education contemporary approaches for using case methods*. USA: Allyn and Bacon.
- Escobar, V. (2009). *Casos Empresariales*. Bogotá. Ceipa
- Fracica, G. (2009). Formación del emprendedor universitario para el start up. [Documento en línea]. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/108.pdf>.

- Freire, A. (2008). *Pasión por Emprender. De la idea a la cruda realidad*. Bogotá: Grupo editorial Norma.
- Friedlander, A. y Morra, L. (2001). *Evaluación mediante Estudio Caso*. Washington, D. C.: Banco Mundial.
- Gibb, A. (2005). Creating the entrepreneurial university worldwide. ¿Do we need a wholly different model of entrepreneurship?. *4ta Conferencia Internacional de Investigación en Emprendimiento en Latinoamérica*, Cali Colombia.
- Lasio, V. (2005). Casos de Administración: Empresas y empresarios de Ecuador. Serie Nuevos Valores. [Documento en línea]. Recuperado de [http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/11 Casos Administracion.pdf](http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/11_Casos_Administracion.pdf).
- Martínez, C. (2003). *Estadística y muestreo*. Bogotá: Ecoe
- Moriano, J., Palací, F. y Morales, J. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 22, 75-99.
- Ogliastri, E. (1992). *El método de Caso*. Cali: Publicación de cuadernillos: Icesi.
- Rusque, A. (2002). El uso de la Metodología de Caso en la Formación de Emprendedores. *V Encuentro de Red Motiva para la Formación de Formadores en Creación de Empresas*. San José, Costa Rica. 21 y 22 de Noviembre de 2002. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva/MotivaRES/AMRUSQUE02B.pdf>.
- Rusque, A. (2010). *El uso de la Metodología de Casos en la formación de administradores y contadores*. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/ceo/article/viewFile/7485/6891>.
- Vázquez, J., Lanero, A., Gutiérrez, P. y García, M. (2009). *La educación del espíritu empresarial en las universidades españolas. Hacia una propuesta para el cambio*. Recuperado de <http://www.uv.es/motiva2/Ponencias%20Motiva2009/docs/>.
- Veciana, J. M. (2005). *La creación de empresa. Un enfoque gerencial*. Barcelona: La Caixa.

### Anexo Cuestionario

Evaluación del uso de la metodología estudio de caso para el desarrollo en los estudiantes del espíritu emprendedor

Ítems	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
El estudio caso permitió ver una nueva forma de aprendizaje					
El estudio de casos le permitió el desarrollo de habilidades de trabajo en equipo					
Desarrollo habilidades de cómo ordenar la información al documentar el caso					
Los estudios de casos permite observar interrelación entre factores diversos (formación, experiencia e interés en el caso, rasgos asociados al riesgo y el logro, relación e identificación con la comunidad o el empresarios)					
El estudio de caso lo obligó a profundizar el tema de emprendimiento (empresas, empresarios, actitudes empresariales, motivos para emprender, tipos de emprendimientos, entorno económico y social, desarrollo local)					
El estudio de caso le permite un análisis interdisciplinario (El contexto de su carrera con otras áreas como economía, gerencia, sociología, psicología)					
Al haber leído y analizado un estudio caso hizo que se llevara la realidad al aula					
Vivió situaciones propias del ámbito organizacional emprendedor					
Desarrolló una aptitud más pragmática					

Fuente: proceso de la investigación