

## Proyecto áulico multidisciplinario universitario para alumnos del 5° Curso de Ingeniería comercial, creando nuestra propia empresa

Creating our own company a multidisciplinary university class project for  
university students from the 5th course of Commercial Engineering

Tembiapopy mbo'ehavusu mbo'ehakotypegua oñemboguatapyre  
Mbo'esyry 5ha, Ingeniería Comercial, ñamoheñivo ñiane empresa-rã

**José E. Dávalos von Eckstein, Mirtha G. Villagra y Hugo Samudio**

*Universidad del Norte*

### *Nota de los autores*

*Doctorado en Ciencias de la Educación*

[josedavalosvk@gmail.com](mailto:josedavalosvk@gmail.com)

### **Resumen**

Esta investigación se centró en la implementación de proyecto interdisciplinario áulico de creación de empresas por los alumnos de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Nacional de Concepción en el año 2018. La importancia de este proyecto áulico derivó de la necesidad de la aplicación de conceptos económicos, administrativos, de mercadeo y de contabilidad utilizando herramientas informáticas. Se aplicaron conceptos tales como los aspectos formales de la creación de una empresa, los procesos administrativos, del área de mercadeo, estudio de mercado y publicidad, área contable tales como la apertura de una empresa y sus registros contables, en el área informática el uso de procesador de palabras y otras herramientas. La metodología utilizada fue una investigación con paradigma de enfoque mixto ya que abarca aspectos cualitativos y cuantitativos. El tipo de investigación correspondió a un tipo descriptivo ya que recogió y describió datos en relación a aspectos del perfil emprendedor de los alumnos. El diseño de la investigación fue no experimental de alcance exploratorio. Se hizo un análisis documental de los aspectos relevantes para la creación de una empresa utilizando como herramienta de recolección de datos hojas de observación y encuesta. Los resultados obtenidos permitieron ver la importancia de la aplicación de los conocimientos teóricos en la creación práctica de una empresa permitiendo a los alumnos demostrar su creatividad y facilitar su inserción al campo laboral.

**Palabras clave:** proyecto áulico, empresas, economía, procesos administrativos.

### Abstract

This research focused on the implementation of an interdisciplinary class project of business creation by the students of Commercial Engineering in the Faculty of Economic and Administrative Sciences at the National University of Concepción in 2018. The importance of this classroom project derived from the need for the application of economic, administrative, marketing and accounting concepts using computer tools. Concepts were applied such as the formal aspects in the creation of a company, the administrative processes involved, in the marketing area, a market study and advertising, in the accounting area the opening of a company and its accounting records, and in the computer area the use of word processors and other tools. The methodology used was an investigation with a mixed approach paradigm since it covered qualitative and quantitative aspects. The type of research corresponded to a descriptive type since it collected and described data in relation to aspects of the entrepreneurial profile of the students. The design of the research was non-experimental with an exploratory scope. A documentary analysis of the relevant aspects for the creation of a company was made using observation sheets and a survey as a data collection tool. The results obtained allowed us to see the importance of the application of theoretical knowledge in the practical creation of a company and allowing students to demonstrate their creativity and facilitate their insertion into the labor field.

**Keywords:** project class, companies, economy, administrative processes

### Ñembombykypyre

Ko jeporekapýpe niko oñemba'apókuri mbo'ehaokotýpe umi temimbo'e Ingeniería Comercial pegua, Tetã Mbo'ehaovusu Concepción pegua Facultad de Ciencias Económicas-pe, omoheñói hağua hikuái empresa, ary 2018-pe. Ko tembiapokue tuicha mba'e, ipype oñemboguejy ha oñemoañete rehe arandupy economía, administración, mercado reko ha contabilidad, informática rupive. Oñemboguata hağua ojeporu umi marandu empresa ñemoheñói, iñemboguata, mercado reko ha ñehesa'ýjo, publicidad ha contabilidad apo rehegua, umíva apytépe empresa ñemoheñói, ijerregistra; informática rehe oñeñe'ẽramo katu procesador de palabra jeporu ha avei ambueve pojoapy hesegua. Aporeko ojeporavova'ekue hína mixto, ojeporu rehe jeporekapy cualitativo ha cuantitativo. Ko jeporekapy kuri descriptivo, ombyaty ha omoha'ãngahai rehe marandu oñe'ẽva mba'eichava'erãpa umi temimbo'e oku'ekuaáva ijehegui ko'ã mba'erã. Pe jeporekapy kuri no experimental ha oğuahẽ exploratorio peve. Oñehesa'ýjo umi kuatia oñemohendahápe mba'éichapa oñemoheñoikuaa empresa, ha upevarã ojeporu pojoapýramo umi marandu ojejesareko hağua ha avei encuesta. Marandu oñemono'õva'ekue ohechakuaa tuicha mba'ehahína ojeporu umi marandu oñembyatypyre ha avei tembiasakue empresa ñemoheñói rehegua, hesekuéra reheae umi temimbo'e ohechauka ha'eveha oguenohẽvo ijehegui katupyry ha oñepyrũ hikuái avei oguereko moõpa omba'apóva.

***Mba'emba'e rehepa oñeñe'ẽ:*** apopyrã mbo'ehakotypegua, empresa, economía, administración ñemboguata

Fecha de recepción: 18/03/2020

Fechas de aprobación: 10/07/2020

## Introducción

Esta investigación se centró en los resultados de la aplicación de un proyecto multidisciplinario de Creación de Empresas propuesta para los alumnos del 5to curso de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Nacional de Concepción Paraguay, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas en el año 2018.

Las disciplinas que implementaron este proyecto multidisciplinario son: Elaboración y Evaluación de Proyectos, Comercialización II, Administración de la Producción, Aplicaciones en Economía, Finanzas y Marketing (taller).

Este tipo de actividad apoya a los estudiantes a aterrizar los conceptos básicos desarrollados en toda la carrera. Desarrollando un **plan de negocios**, también conocido como plan de empresas, es un documento donde se plantean las informaciones concernientes a la evaluación del proyecto y los lineamientos necesarios para ponerlos en marcha, dando como resultado su viabilidad técnica, económica, financiera y humana.

Esta investigación tuvo como objetivo principal implementar un modelo didáctico que relacione los conceptos aprendidos a una situación real, además desarrollar competencias aplicables al mundo laboral, relacionar en un taller didáctico la teoría del aula con la práctica empresarial, evaluar la percepción de los participantes con relación a la aplicación de sus conocimientos de gestión empresarial.

## Metodología

Se realizó un estudio de caso con enfoque paradigma cuantitativo de tipo descriptivo (Hernández Sampieri y Otros, 2014), lo que se corresponde con otros estudios previamente reportados (Platero, Tejeiro, y Reis, 2015; Zainuddin & Halili, 2016). Se utilizó un diseño por encuesta que tuvo como instrumento una guía de entrevista que se realizó de manera grupal. Se aplicó muestreo no probabilístico a juicio con lo que la muestra quedó constituida por 27 estudiantes de la cátedra Taller en Economía, Finanzas y Marketing del décimo semestre de la Universidad Nacional de Concepción de Paraguay. Esto permitió seleccionar y conocer la aplicación práctica de las disciplinas del área de gestión de empresas y mercado técnica a, evaluando resultados que permitieron visualizar el aprendizaje logrado en todas las disciplina

Esta investigación tuvo un diseño cualitativo, de tipo no experimental, de alcance descriptivo, de corte transversal, ya que se tomó el periodo 2018. Se realizó un análisis documental de la producción de los proyectos desarrollados por los alumnos, sistemas de evaluación implementadas por los docentes, presentación de stands y la exposición oral sobre dichos proyectos (Hernández, Collado y Baptista, 2014).

## Educación desde una perspectiva sociocrítica

El manejo de los aspectos teóricos y prácticos de los negocios es fundamental para los estudiantes del área de conocimientos del Economía,

Administración, Comercialización y Marketing, que se van a desempeñar en un este campo. Desde esta perspectiva, el curso Taller de Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión pretende acercar al alumno al mundo real de los negocios: Enmarcarlo en su entorno pertinente, en las nuevas tendencias y paradigmas, hacerle conocer los aspectos fundamentales en la generación de ideas de negocios y de gestionar su implementación, puesta en marcha y las operaciones.

Al concluir el curso los alumnos que lo aprueben comprenderán la dinámica, las restricciones y la estructura de los negocios en general, relacionando los conceptos formales con la realidad, ayudándoles a explicar el éxito o el fracaso de las experiencias reales que vayan abordando y en consecuencia poder aplicar, en su momento, las mejores prácticas de negocios

Según (Alcaraz, 2011) El sistema de evaluación mide el logro de determinados objetivos (contenidos), para lo cual contempla la toma de decisiones apropiadas y el éxito de cualquier tipo de negocio.

La enseñanza basada en problemas consiste en el planteo y solución de problemas en cuya resolución se produce el aprendizaje. Es un método de enseñanza donde los alumnos se sitúan sistemáticamente ante problemas, cuya resolución debe realizarse con su activa participación, y en el que el objetivo no es sólo la obtención del resultado, sino además su capacitación para la resolución independiente de problemas en general. Se fundamenta en el contexto del constructivismo, mediante el cual el estudiante busca y selecciona la información, razona e integra los conocimientos previos y adquiridos, dando finalmente una solución al problema planteado, tal y como se va a enfrentar en su actividad profesional.

Está caracterizada por:

- Existencia de algo nuevo en la actividad intelectual
- Tendencia a la motivación en el sujeto del aprendizaje
- Presencia de la contradicción (contradicción entre los conocimientos nuevos a asimilar y los ya asimilados o contradicción entre los conocimientos nuevos o existentes y la propia vida).

Según (Baca, 2016) Con este método los estudiantes se introducen en el proceso de búsqueda de solución de problemas nuevos para ellos, aplicando conocimientos ya asimilados y adquiriendo independientemente otros, lo que le permite obtener y desarrollar la actividad creadora.

### **Métodos participativos**

Los métodos y técnicas participativas se definen como las vías, procedimientos y medios sistematizados de organización y desarrollo de la actividad del grupo de estudiantes, sobre la base de concepciones no tradicionales de la enseñanza, con el fin de lograr el aprovechamiento óptimo de sus posibilidades cognoscitivas. Algunos de estos métodos y técnicas son, por ejemplo, la discusión en grupos pequeños, el juego de roles, la mesa redonda, la técnica de la rejilla, el panel, y otros que tienen una utilización cada vez más amplia en la enseñanza.

Según Zapata (2016), El método así concebido ha de garantizar, además, el desarrollo no solo de conocimientos y estrategias cognoscitivas en el estudiante, sino también de importantes cualidades de trabajo en grupo; fomentar su interés y motivación por el conocimiento y por su propio desarrollo como personalidad, como sujeto de su actividad social.

Los métodos participativos de investigación pueden diferir respecto al tipo de procedimiento implementado, grado de participación generada, contexto en que se aplican, objetivos propuestos, además de una serie de principios epistemológicos, éticos y políticos que guían su diseño, aplicación y la interpretación de sus resultados.

Ante la diversidad de formas y sentidos de los métodos participativos, este curso propone explorar –participativamente– tanto los significados teórico-metodológicos asociados a estos métodos como las experiencias prácticas que ellos producen.

Para ello, se propone que los temas discutidos en cada sesión sean abordados a través de la aplicación de distintos métodos participativos, permitiendo así que lo/as participantes experimenten y faciliten estos métodos al mismo tiempo que avancemos como grupo en la comprensión crítica y productiva sobre los aspectos teóricos a ellos asociados.

La reflexividad crítica será fomentada a lo largo del curso a través de actividades orientadas a la generación de criterios y evaluación participativa del propio proceso de aprendizaje.

En este sentido, la propuesta general de este curso consiste en abordar los métodos participativos a través de la articulación teórico-práctica de tres ejes:

1. Eje teórico - Los métodos participativos como objeto de reflexión: Definición de ‘métodos participativos’ y discusión de temas epistemológicos, ético-políticos y culturales asociados a los objetivos, diseño y aplicación de estos métodos.

2. Eje procedimental (transversal) - Los métodos participativos como proceso reflexivo: Aplicación de distintos métodos participativos que permitan discutir y construir sentidos individuales y colectivos sobre los temas abordados.

3. Eje evaluativo: Los métodos participativos como procesos meta-reflexivos: Discusión sobre la propia experiencia promovida por los métodos aplicados; generación colectiva de criterios que guíen la evaluación de estas experiencias en el trabajo investigativo

## **Análisis y discusión**

### **Temas abordados en los distintos talleres por disciplina**

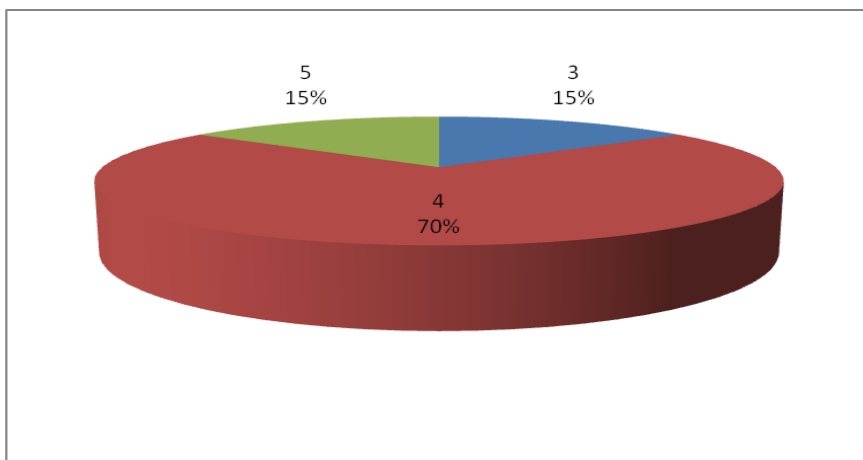
Para reforzar el conocimiento teórico de las disciplinas se realizaron talleres específicos para la creación de una empresa desde sus inicios hasta la evaluación del impacto social sostenible. Dichos talleres incluyeron temas tales Como:

- Redacción de un estatuto social
- Trámites simulados para la apertura de un establecimiento comercial
- Diseño de una estructura organizacional funcional
- Elaboración de manual de funciones y procedimientos administrativos
- Plan de marketing, creación de marca, diseño del producto entre otros.
- Elaboración de presupuesto económico y financiero
- Evaluación económica y financiera del proyecto empresarial
- Impacto Social del proyecto y desarrollo sostenible

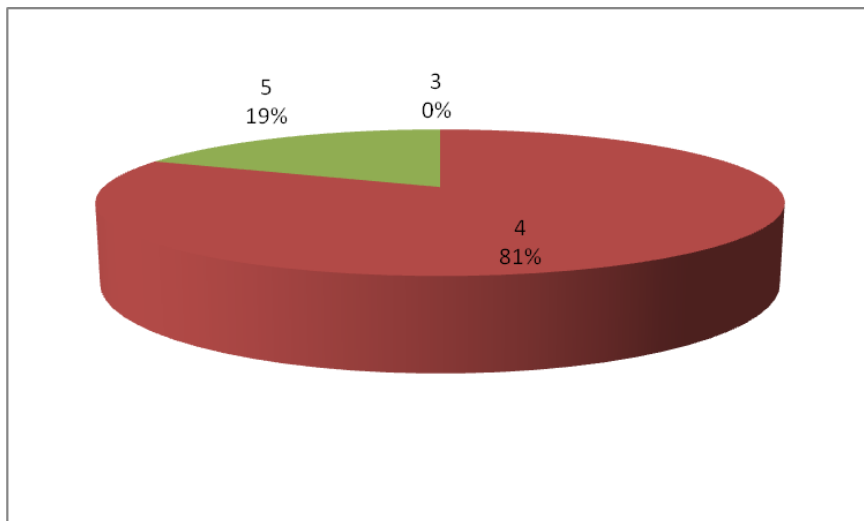
### Percepción de los alumnos en relación al proyecto

Haciendo un análisis de la tabla anterior se puede concluir que existió un acompañamiento del 100 % de los docentes involucrados en el proyecto multidisciplinario, encontrándose motivados para realizarlo, lo consideran en un 70 % que la actividad fue interesante, también un 78 % percibe haber adquirido competencias para el mundo laboral. Con la relación a la incertidumbre en un 93% manifiestan que tales no existen.

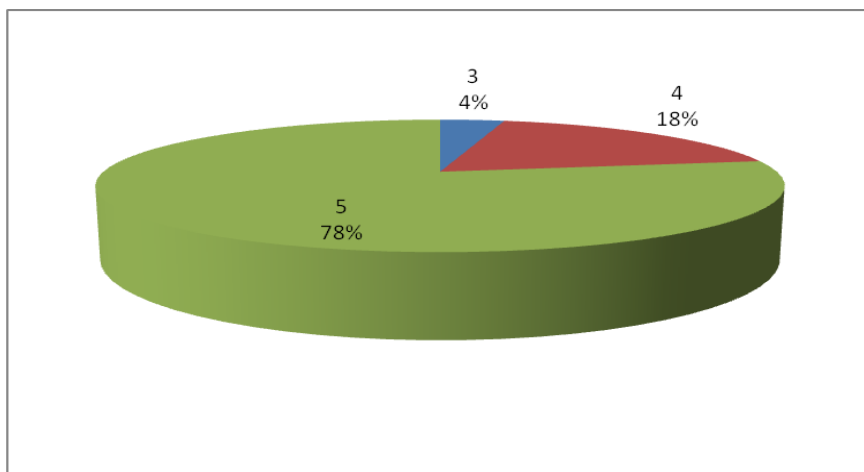
**Figura 1.** *Indicador 1: Comprensión de la teoría aplicada*



Un 70% manifestó haber comprendido la teoría aplicada para la realización de sus respectivos proyectos.

**Figura 2.** *Indicador 2: Motivación e involucramiento en el proyecto*

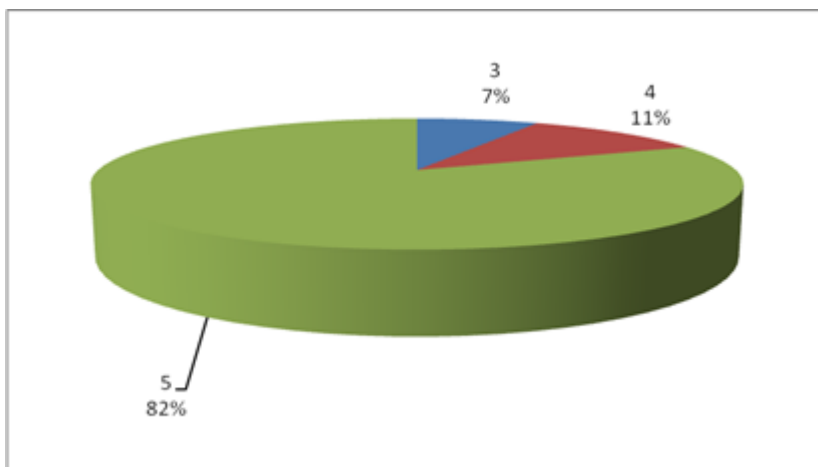
El indicador Nº 2 nos indica que en un 81 % los alumnos estaban motivados por la presentación de sus proyectos, mientras que sólo un 19 % manifestó menos motivación.

**Figura 3.** *Indicador 3: Utilidad de los talleres desarrollados en el aula*

En un 78 % manifestaron los alumnos que los talleres organizados por las distintas disciplinas previa al evento le fueron de utilidad calificando con 5, mientras que en un 18% le dan una calificación 4 equivalente a la calificación cualitativa “Muy Bueno”.

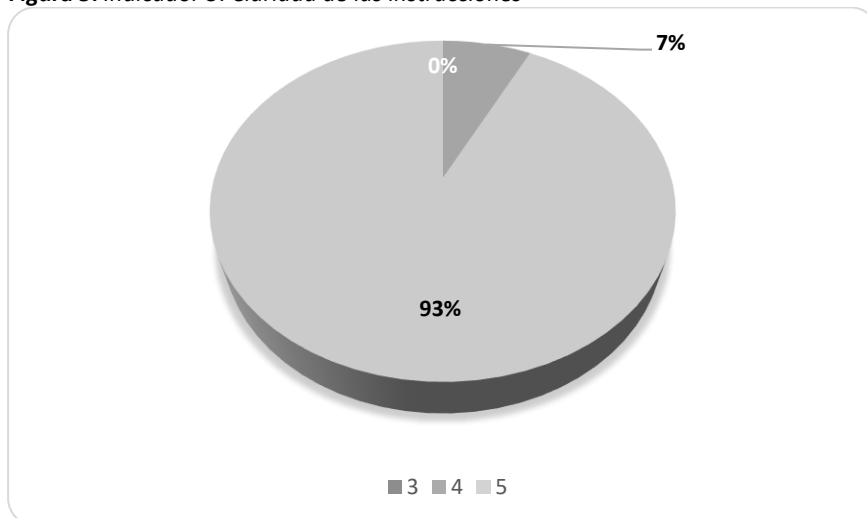


**Figura 4.** *Indicador 4: Utilidad Vinculación de la realidad con la teoría aprendida*

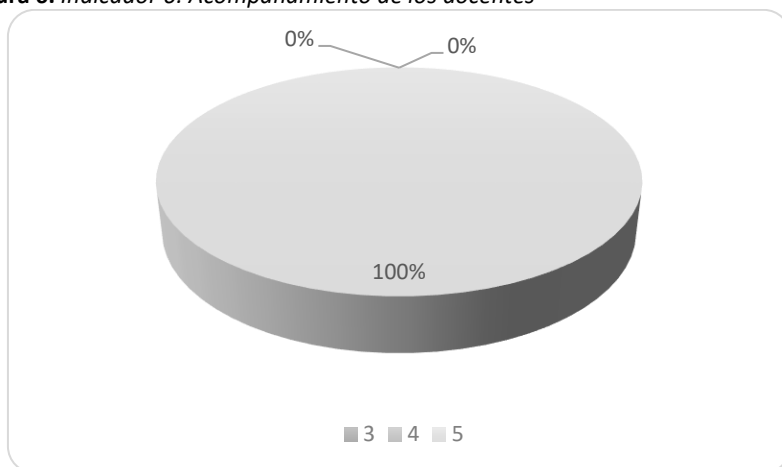


Un 82 % de los alumnos involucrados en el proyecto dio una calificación 5 a la actividad, donde expresamente manifiestan haber relacionado la teoría con la realidad.

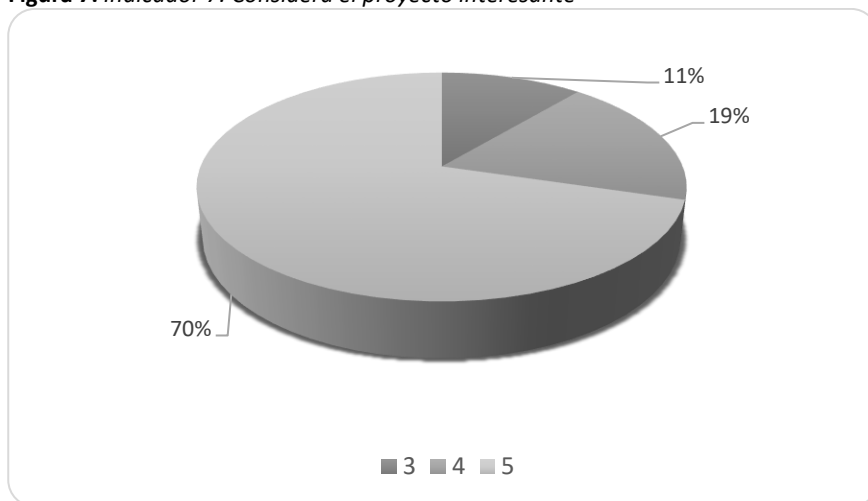
**Figura 5.** *Indicador 5: Claridad de las instrucciones*



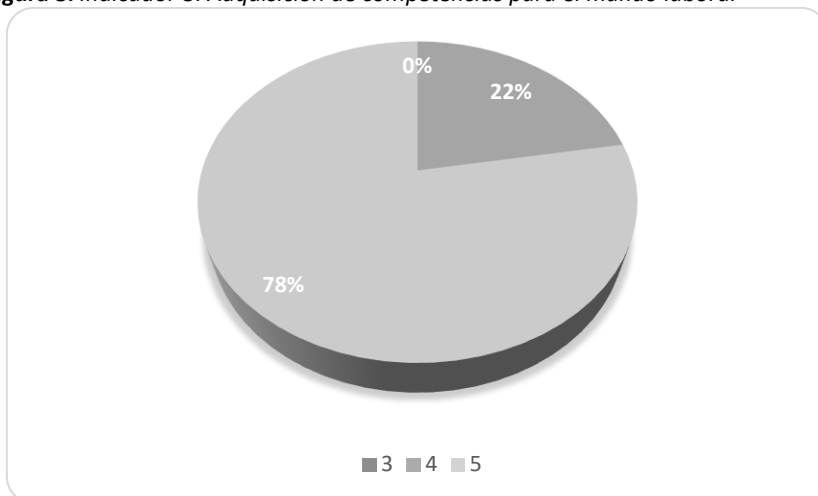
Los alumnos encuestados dan calificación 5 sobre la claridad de las instrucciones y los temas tratados, acompañados por los distintos docentes en un 93 %, en un 7 % dan una calificación 4, notándose que la mayoría tuvo muy buena percepción.

**Figura 6. Indicador 6: Acompañamiento de los docentes**

En un 100 % los alumnos califican con 5 el acompañamiento de los docentes de las distintas disciplinas.

**Figura 7. Indicador 7: Considera el proyecto interesante**

70 % de los alumnos calificaron con 5 a la pregunta de si el proyecto áulico era interesante. El 19 % calificó con 4 y tan solo un 11 % calificó con 3. No existe percepción negativa sobre este indicador.

**Figura 8.** *Indicador 8: Adquisición de competencias para el mundo laboral*

En un 78 % calificó con 5 la adquisición de competencias requeridas para el mundo laboral. El 22 % califica con 4 y ni un alumno le dio una calificación media de 3.

### **Bondades de proyecto**

La implementación de esta actividad introduce en forma académica al alumno en la gestión empresarial. Fomenta la aplicación de la teoría administrativa tales como la planificación, la organización, la ejecución y el control. Creó un espacio donde los alumnos se predisponen a “aprender a aprender” competencias tales como las estrategias de comercialización, plan de marketing, la administración de las finanzas, determinación de los costos, los métodos de producción, la estimación de la demanda potencial a través de distintos métodos, producción de estados financieros que determinan la rentabilidad del proyecto.

Entre otras bondades se puede mencionar el fomento del trabajo en equipo que es una de las últimas tendencias en gestión de personas.

### **Limitaciones del proyecto**

#### **Sistema de Evaluación**

Para poder evaluar las actividades realizadas por los alumnos desde el inicio del proyecto hasta la exposición se ha elaborado el instrumento de evaluación que permite recoger los aspectos de las distintas disciplinas involucradas (ver Tabla 1).

Estos indicadores fueron establecidos y consensuados por los docentes de las distintas disciplinas de modo a poder cuantificar el rendimiento académico. Cabe mencionar que el sistema de evaluación es procesual pero basado en el modelo por objetivos por cual la ponderación debe ser en una escala numérica.

Tabla 1. Criterios de evaluación

**CRITERIOS DE EVALUACIÓN FERIA MULTIDISCIPLINARIA**

Viernes, 02 de noviembre de 2018

<b>PROYECTO:</b>	<b>JUEZ:</b> _____				
	<b>5to Curso Ingeniería Comercial</b>				
	<b>Excelente</b>	<b>Muy Bueno</b>	<b>Bueno</b>	<b>Aceptable</b>	<b>Insuficiente</b>
<b>DESCRIPCION DE LA EMPRESA</b>					
OBJETIVO GENERAL					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS					
MISION					
VISION					
VALORES					
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL					
PROCESO DE PRODUCCIÓN Y/O COMERCIALIZACION					
<b>EVALUACIÓN ECONOMICA FINANCIERA</b>					
CUADROS FINANCIEROS					
VAN, TIR, PAY BACK					
IMPACTO SOCIAL					
<b>ESTUDIO COMERCIAL</b>					
CANVAS DEL PROYECTO					
MARKETING MIX					
EL PRODUCTO DESCRIPCIÓN					
INVESTIGACIÓN DE MERCADO					
SEGMENTACIÓN DE MERCADO					
<b>PRESENTACIÓN DEL STAND</b>					
PUNTUALIDAD					
ATENCION EN EL STAND					
RESPONDE A LAS PREGUNTAS					
CHOESIÓN DEL GRUPO					
ORIGINALIDAD					
BUENA DICCIÓN					
DOMINIO DEL TEMA					
SEGURIDAD					
<b>INTEGRANTES:</b>	<b>ASISTENCIA</b>				
Amarilla del Padre, Joel Angel					
Arce Cabral, Karina María Lucila					
Mazacotte Vázquez, Paola Soledad					
Servín Niz, Amelia María					
Velázquez Fleitas, Sandra María Concepción					
<b>DOCENTES ORGANIZADORES:</b>					

### **Conclusión**

Con relación a la implementación de este modelo didáctico donde se relacionan los conceptos aprendidos en el aula con los aplicados en una situación real, se concluye que lograron el diseño de una empresa y el desarrollo de sus actividades. Además, demostraron haber adquirido satisfactoriamente las competencias necesarias para poder aplicarlos en el mundo laboral. En cuanto a los talleres implementados en las cátedras involucradas, facilitaron las herramientas para el desarrollo de la gestión empresarial. Por otra parte, la percepción de los participantes fue enriquecedora y positive a su formación académica.

## Referencias

- Alcaraz Rodrigues, R. (2001). *El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios*. (2da ed.). México: Mc Graw Hill.
- Baca, U. (2010). *Evaluación de proyectos*. (6ta ed.) Guías, Proyectos, Investigaciones de Teología
- Bloom, B., et al. (1971). *Taxonomía de los objetivos de la educación: la clasificación de las metas educacionales: manuales I y II*. Buenos Aires: Centro Regional de Ayuda Técnica: Agencia para el Desarrollo Internacional (A.I.D).
- Finch, B. (2001). *Cómo desarrollar un Plan de Negocios*. España: The Sunday Times.
- Hernández Sampieri, R, Fernández Collado C, & Bsptista. L. M (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Martínez Morales, M. (2010). ¿Distribución social o socialización del conocimiento? En *La Jornada Veracruz*, mayo 31 y 1o y 2 de junio 2010.
- Platero, J., Tejeiro, M. y Reis, F. (2015). La aplicación del Flipped classroom en el curso de dirección estratégica. En *XII Jornadas Internacionales de Innovación Universitaria* pp. 119-133, Universidad Europea de Madrid. [goo.gl/vZR8d2](http://goo.gl/vZR8d2)
- Serrano, M. M. (1986). *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza Ediciones.
- Zapata F. (2016). *La Investigación - Acción Participativa*. USAID