

EL DESAFÍO DE HACER RENTABLE UNA EMPRESA DE MENOR TAMAÑO: DETERMINACIÓN DE COSTOS POR MEDIO DE CURSOS DE A+S

Pizarro, V. y Jerez, O.*

Departamento Control de Gestión y Sistemas de Información, Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, Diagonal Paraguay # 257, Piso 13, Santiago, Chile (Código Postal: 8330015)

*Tel: (56-2) 978 3575 E mail vpizarro@fen.uchile.cl

RESUMEN

Las pequeñas y medianas empresas son un pilar fundamental dentro de la economía de un país. Por ello, en vista de los requerimientos de la comunidad, y en función del aprendizaje de sus estudiantes, la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile (en sus carreras de Ingeniería en Información y Control de Gestión y/o Contador Auditor), desarrolla la cátedra de Fundamentos de Costos, vinculada a emprendedores de menor tamaño, logrando así desarrollar una comunidad de aprendizaje entre el estudiante, el emprendedor y la docencia, esencial a la hora de entender la Responsabilidad Social Universitaria.

PALABRAS CLAVE: emprendedores, comunidad de aprendizajes, motivación, aprendizaje-servicio.

1. INTRODUCCIÓN

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Chile son un segmento generador de empleos e ingresos en la clase media y en los sectores más vulnerables de nuestra sociedad. Es así como constituyen un elemento estabilizador de la estructura social y económica del país. A su vez, la experiencia señala que muchas de las PYMES, además de generar empleos, ayudan a desarrollar nuevas tecnologías y conocimiento socialmente útil (Solimano, Pollack, Wainer & Wurgaft, 2007). En numerosas ocasiones, el emprendedor tiene la motivación y la experiencia necesaria para mantener su negocio pero, en otras, tanto la inexperiencia como el desconocimiento de elementos técnicos en la conducción de su iniciativa empresarial se convierten en un obstáculo para lograr el éxito y el desarrollo de su emprendimiento.

Es por esto que la Universidad de Chile, respondiendo a su responsabilidad con la comunidad y atendiendo a su vocación de servicio público, busca la manera de responder a las necesidades de la comunidad en la cual se inserta. Para ello, la Facultad de Economía y Negocios (en sus carreras de Ingeniería en Información y Control de Gestión y Contador Auditor) requiere aprender a generar costos para unidades de negocios. Es así que, vinculando el requerimiento formativo con las necesidades de la comunidad, se logra el binomio propicio para una vinculación exitosa entre la comunidad universitaria y la sociedad. Sin embargo, esto no basta; ya que se debió innovar en la forma de dictar la cátedra de Fundamentos de Costos para responder a las interrogantes que presenta la comunidad, no sólo poniendo el foco en la formación de los futuros profesionales, sino sobre todo en la formación de ciudadanos comprometidos con su entorno (Bara, Buxarrais & Martínez M, 2002).

A través del curso de Fundamentos de Costos, se genera una aproximación real al sector productivo de las empresas de menor tamaño, contemplando tanto los desafíos del mercado como las implicancias sociales y personales asociadas a estas organizaciones. Lo anterior permite al estudiante conocer la realidad en su contexto integrando los aprendizajes disciplinarios, generar soluciones creativas, movilizar un sinnúmero de habilidades y recursos personales y, a la vez, impulsar el intercambio de experiencias desde el empen-

dedor hacia el estudiante, junto con la instalación de capacidades en cada una de las unidades de negocios. En síntesis, se generan sinergias conjuntas entre los actores.

2. LA VINCULACIÓN DE MICROEMPREENDEDORES CON LA FORMACIÓN DE PROFESIONALES DE LOS NEGOCIOS

2.1 Las características de los emprendedores de menor tamaño y su importancia en la formación ciudadana de los estudiantes

El perfil de los emprendedores es relevante en el desarrollo del curso, pues propicia mejores condiciones para llevar adelante una iniciativa de este tipo. Los participantes se caracterizan por reconocerse como personas de “mucho esfuerzo” (son el resultado de sus emprendimientos personales), trabajar todos los días de la semana sin horarios específicos, utilizar comúnmente sus propios hogares como lugar de trabajo y depender de sus unidades de negocios como el sostén económico de la familia. Sus rubros de producción varían desde la fabricación de quesos, la elaboración y venta de productos derivados del chocolate, y la manufactura de muebles en madera, hasta la elaboración y venta de alimentos gourmet a pequeña escala, entre otros. El elemento común que comparten los emprendedores es el desconocimiento en el ordenar, estructurar y determinar los costos (materias primas, mano de obra y costos indirectos de fabricación) en el producto o servicio final.

Para lograr el impacto de la vinculación comunidad-universidad, es requisito fundamental que los emprendedores participantes tengan las nociones básicas de cómo llevar un emprendimiento, más bien por “instinto” que por el dominio técnico de la disciplina. Se considera que mientras menos estructurada esté la unidad de negocio, mayor será el impacto de la iniciativa.

Estas características propias de la realidad del emprendedor permiten a los estudiantes ampliar su visión de mundo, comprometiéndose no sólo a nivel intelectual, sino sobre todo en el desarrollo e importancia del compromiso social (Astorga, Gutiérrez & Jerez, 2011). Los contextos de vulnerabilidad favorecen el desarrollo del compromiso cívico, así como generar un impacto significativo al interior de la comunidad. Lo anterior, no es un proceso fácil, a causa de las eventuales dificultades en las relaciones entre empresario, estudiante y contexto. Aún así, observamos a ambos actores motivados frente a esta iniciativa.

2.2 Metodologías

La experiencia de aprendizaje y servicio en el curso Fundamentos de Costos se desarrolla a través de siete fases relevantes:

a) Vinculación con los microempresarios: esta fase tiene como propósito identificar y establecer relaciones con los microempresarios “en su contexto”, para identificar los requerimientos de asesoría que solicitan y las expectativas del trabajo conjunto. Posteriormente, dependiendo del perfil de los postulantes a la asesoría, se escoge a aquellos que demuestran mayor compromiso y motivación frente a la consultoría (actitud, motivación, compromiso, responsabilidad y empeño). Estos atributos permiten motivar a los estudiantes frente al desafío que significa desarrollar un proyecto vinculado con la comunidad que genere impacto.

b) Contextualización: esta etapa consiste en ayudar al estudiante a comprender cuál es el desafío de esta comunidad de microempresarios en su trabajo, motivándolos para abordar las tareas y definiendo las etapas de implementación del proyecto.

c) Gestión de equipos: el propósito de esta fase tiene relación con el desarrollo de estrategias para la asignación de tareas y la resolución de conflictos. La designación del microempresario y el grupo se realiza por sorteo. Luego, los estudiantes tienen la posibilidad de modificar los resultados de la selección, escogiendo aquellos emprendimientos con mayores niveles de identificación, según las características de cada grupo y,

así, propiciar el compromiso y vinculación emocional entre el grupo participante y el emprendedor.

d) Compromisos: en esta instancia, se reúnen los empresarios seleccionados con los grupos de estudiantes para reiterar los objetivos de la asesoría y firmar la carta de compromiso, donde se establecen las fechas de visitas de los estudiantes a la unidad de negocios y de los empresarios a la universidad.

e) Inmersión: esta etapa tiene como propósito desarrollar acciones para que los estudiantes socialicen la experiencia con los empresarios, por medio de diversas actividades. A partir de mesas redondas, analizan, proponen, preguntan y comentan acerca del primer encuentro con los empresarios. Durante esta etapa, elaboran un pre-informe donde realizan una descripción del negocio, de los productos, del entorno, de los objetivos a desarrollar, y eventuales propuestas de solución. Además, se establecen las estrategias necesarias para mejorar la gestión de trabajo con el emprendedor.

f) Comunicación: esta fase tiene como propósito comunicar los resultados del proyecto de la consultoría. Ya efectuadas las visitas y establecidas las líneas de trabajo por equipo de estudiantes, se indica a los *emprendedores las propuestas de mejora al negocio, en base a las correcciones hechas por el docente.*

g) Generación de capacidades: esta etapa tiene relación con capacitar al emprendedor en relación a la propuesta efectuada por los estudiantes. Los microempresarios asisten a la universidad para formarse en la elaboración de un presupuesto de costos en base al programa. Al finalizar la capacitación, los microempresarios evalúan la actividad de los grupos, lo cual forma parte de un porcentaje de la nota de evaluación de los estudiantes.

3. EFECTOS Y CONCLUSIONES DE LA INICIATIVA

El efecto de esta experiencia se puede observar a través de dos impactos:

a) ¿Qué desarrolla el emprendedor? Este primer efecto tiene relación directa con el socio comunitario, a través de un objetivo técnico y ético, es decir, que el emprendedor logre determinar los costos del producto o servicio que ofrece, de manera rentable y justa. En forma paralela, aprende cómo se organiza la unidad de negocios, a la vez que monitorea el control adecuado de aquellos costos que no contemplaba en la elaboración de los productos o servicios que salen a la venta.

b) ¿Qué aprende el estudiante? El segundo impacto está enfocado en los aprendizajes de los estudiantes al interior de su proceso formativo, en múltiples ámbitos. El primero tiene relación con el desarrollo de competencias clave que permiten interactuar en ambientes laborales reales, tales como trabajo en equipo, liderazgo, organización, pensamiento crítico y de negociación (González, Wagenaar & Beneitone, 2004), entre otras. Además, están obligados, por el contexto, a desarrollar soluciones creativas a las problemáticas, que en una clase teórica no se logran obtener. El segundo efecto tiene relación con la dimensión social. Los estudiantes deben valorar e interpretar la realidad de los microempresarios, donde el esfuerzo diario y las dificultades provocan el comprometerse emocionalmente con el trabajo desarrollado por el emprendedor.

En resumen, la experiencia favorece la generación de una comunidad de aprendizajes, conformada por una triada de actores que se nutren dinámicamente: el emprendedor, el estudiante y el docente. El emprendedor entrega su experiencia como aprendizaje en el mundo del emprendimiento. El estudiante comparte sus aprendizajes con el emprendedor, por medio de la generación de soluciones creativas y, a la vez, construye su propia experiencia de aprendizaje en base al proceso de "aprender haciendo". Por último, el docente propicia e implementa las acciones de aprendizaje pertinentes para la experiencia, considerando los elementos técnicos de la especialidad, las normas en que se ejecuta la iniciática y el monitoreo del servicio entregado al empresario. En el proceso, el docente monitorea de manera continua y permanente cómo el estudiante aprende, y en qué forma y con qué grado de efectividad está llevando adelante el proyecto a desarrollar. El docente aprende del empresario los nuevos desafíos y contextos en donde se ejecuta la

disciplina, permitiendo ajustar y actualizar la propuesta formativa.

Vínculos	¿Qué aprendemos del otro?
Estudiante-docente	<ul style="list-style-type: none"> - La estructura teórica que el docente puede compartir con los estudiantes. - La aplicación de la disciplina en contextos reales de trabajo. - La creatividad en la generación de soluciones que realizan los estudiantes. - El valor que demuestran en el compromiso los estudiantes hacia emprendedores.
Docente-emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> - La creatividad del empresario y cómo soluciona sus desafíos. - El esfuerzo que los empresarios manifiestan en la unidad de negocios sin contar con los conocimientos técnicos. - Experiencia de vida propia del emprendimiento. - La manera en que el empresario puede dar razones y soluciones técnicas sobre su quehacer. - La valoración del trabajo justo y bien hecho, traducido en costos efectivos en su producto o servicio, de manera autónoma.
Emprendedor-estudiante	<ul style="list-style-type: none"> - La motivación que el emprendedor demuestra en su unidad, más allá de las dificultades. - La capacidad de innovar del empresario. - La motivación de aprender y emprender del empresario. - La manera en que los estudiantes generan soluciones creativas. - El compromiso que demuestra el estudiante, más allá del tiempo asignado.

Tabla 1: Comunidad de aprendizaje en base a tres ejes: “emprendedores”, “docentes”, “estudiantes”

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Astorga, L., Gutiérrez, S., Jerez, O. (2011). Barómetro de las Prácticas Docentes en la Universidad de Chile: Una Herramienta Basada en las Características Relevantes de la Docencia en la Educación Superior. In C. Godoy (Ed.), *Redes de Colaboración para la Innovación en la Docencia Universitaria* (1st ed., pp. 361-377). Talca. Universidad Católica del Maule.
- Bara, F., Buxarrais, M., Martínez M. (2002). La Universidad como espacio de aprendizaje ético. *Revista Ibero-americana de Educación*, 29. Retrieved from <http://www.rieoei.org/rie29a01.htm>
- González, J., Wagenaar, R., Beneitone, P. (2004). Tuning-América Latina: Un Proyecto de las Universidades. *Revista Ibero-americana de Educación*, 35, 151-164.
- Solimano, A., Pollack, M., Wainer, U., Wurgaft, J. (2007). *Micro Empresas, PyMes y Desarrollo Económico. Chile y la Experiencia Internacional*. Santiago de Chile. Retrieved from <http://ciglob.org/documents/WP03 - Solimano, Pollack, Wainer, Wurgaft - Micro Empresas, PyMEs y Desarrollo Econ.pdf>

ABSTRACT

Small and medium enterprises are fundamental in any country's economy. For this purpose, under the consideration of the community's requirements and depending on the students learning, the Economics and Business Faculty at the University of Chile (through their careers in Information Engineer, and Management Control and Public Accountant), develops the chair of Fundamentals Costs, associated with smaller entrepreneurs. This experience creates a learning community between the student, the entrepreneur and the teachers, which is essential for understanding University Social Responsibility.

KEYWORDS: entrepreneurs, community of learning, motivation, service-learning.