

EL EMPRENDIMIENTO EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO

AUTORES: Enry Gutemberg Medina López¹
Oscar Fabian Moncayo Carreño²
Luis Fernando Jácome Alarcón³
Marilyn Vanessa Albarrasin Reinoso⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: enry.medina@utc.edu.ec

Fecha de recepción: 21 - 11 - 2016

Fecha de aceptación: 12 - 01 - 2017

RESUMEN

Las universidades actuales también se enfrentan al reto de ser más emprendedoras, mediante una participación más activa en la solución de los problemas sociales. No deben ser un mero espectador del cambio, sino convertirse en el actor principal de dicho cambio, contribuyendo mediante la generación de ideas innovadoras que impulsen el desarrollo económico y social de sus comunidades. El presente trabajo tiene como objetivo analizar algunos posicionamientos teóricos sobre la caracterización del emprendimiento en el sistema universitario. Se concluye El emprendimiento es importante como elemento generador de riqueza y de empleo, pero especialmente en estos tiempos de crisis, dada su contribución al necesario cambio de modelo productivo de la economía ecuatoriana.

PALABRAS CLAVE: emprendimiento; universidad; educación.

ENTREPRENEURSHIP IN THE UNIVERSITY SYSTEM

ABSTRACT

Today's universities also face the challenge of becoming more entrepreneurial, through more active participation in solving social problems. They should not be a mere spectator of change, but should become the main actor of that change, contributing by generating innovative ideas that promote the economic and social development of their communities. The present work aims to analyze some theoretical positions on the characterization of entrepreneurship in the university system. It is concluded Entrepreneurship is important as a generator of wealth and employment, but especially in these times of crisis, given its

¹ Docente. Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. Av. Los Almendros y Pujili. Edificio Universitario, La Maná, Ecuador.

² Docente. Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Av. Walter Andrade. Km 1.5 vía a Santo Domingo. Quevedo, Los Ríos, Ecuador.

³ Docente. Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. Av. Los Almendros y Pujili. Edificio Universitario, La Maná, Ecuador. E- mail: luis.jacomea@utc.edu.ec

⁴ Docente. Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. Av. Los Almendros y Pujili. Edificio Universitario, La Maná, Ecuador. E- mail: marilin.albarrasin@utc.edu.ec

contribution to the necessary change in the productive model of the Ecuadorian economy.

KEYWORDS: entrepreneurship; university; education.

INTRODUCCIÓN

La sociedad cada vez es más consciente de que la innovación y el emprendimiento son los ingredientes clave de una economía moderna y sostenible, garante del bienestar social, de ahí la importancia de su impulso. Además, esto guarda relación con el desafío inmediato a resolver, esencial para nuestro futuro: el fomento de la empleabilidad, principalmente de nuestros jóvenes (Bornstein, 2009).

Si no ponemos el conocimiento como clave del apalancamiento de los emprendedores y de la innovación no hay solución para la capacidad competitiva que necesitamos. Por lo que resulta absolutamente necesario que aquéllos más capacitados para emprender por oportunidad lo hagan. Y éstos son los universitarios (Fredy, 2007).

Necesitamos emprendimiento universitario, para lo que precisamos de estudiantes entrenados en capacidades emprendedoras en universidades que apuesten por el emprendimiento integral. Que observen e investiguen sobre buenas prácticas y metodologías adecuadas, que sensibilicen a la sociedad a la que se deben sobre la necesidad de tener una cultura emprendedora e innovadora, que formen mediante el hacer y que apoyen iniciativas emprendedoras, bien basadas en el alto conocimiento creado en las propias universidades, spin-offs, o bien sustentadas en la creatividad y la transferencia del conocimiento de las personas (Innenarity, 2011).

El emprendimiento basado en el conocimiento y la innovación es un emprendimiento de alta calidad que favorece que las economías sean más competitivas, algo vital para, entre otras cosas, mejorar la empleabilidad. Es éste el emprendimiento que se debe potenciar, el surgido por oportunidad y de calidad (Juliá, 2013).

La universidad debe educar para el “emprendimiento empresarial”, esto significa no sólo enseñar a formar empresas elemento fundamental sin duda, sino que debe ser entendido y trabajado desde un sentido amplio, actitudinal, de desarrollo de competencias, habilidades y destrezas que permitan una mayor generación y aprovechamiento de las oportunidades que brinda el mercado (Bornstein, 2009).

Este nuevo enfoque requiere de una gran voluntad de las autoridades universitarias y de tener una amplia visión del nuevo entorno en el que se mueven los centros de formación superior, ya que a la fecha no ha sido explotada como una excelente estrategia de diferenciación.

El objetivo de este trabajo es analizar algunos posicionamientos teóricos sobre la caracterización del emprendimiento en el sistema universitario.

DESARROLLO

En el contexto empresarial, “emprendimiento” se refiere a las iniciativas empresariales concebidas libre y espontáneamente por cualquier persona, según Linares (2002).

El componente diferenciador respecto a cualquier otro tipo de iniciativa es que el emprendedor aprovecha las oportunidades que se le presentan, las mismas que son asumidas como una opción superior de autorrealización y de generación de empleo e ingresos; es un “estilo de vida”.

Los emprendedores tienen como características las siguientes:

- Aprovechan las oportunidades del mercado.
- Identifican potencialidades y generan una necesidad de innovación y/o mejora de procesos.
- Se orientan a ser empresas competitivas y de crecimiento continuo.
- Demuestran competencias, funciones y desarrollan estrategias competitivas.
- Se articulan a procesos y modelos de desarrollo local, regional y nacional.
- Demandan servicios diversos con la finalidad de mejorar sus productos y obtener mayor rentabilidad.

En esta línea el emprendimiento apunta a la innovación, creatividad y cambio a una situación económica mejor y más deseable, a través de la creación básicamente de micro y pequeñas empresas.

Principales problemas entre los emprendedores

La educación básica prepara a los jóvenes para seguir dos caminos. El primero de ellos es la transición del colegio a los centros de formación superior (institutos, universidades o fuerzas armadas), destino del 20% de jóvenes; y el segundo camino es la inserción al mercado laboral dependiente, destino del 40% de jóvenes que concluyen la secundaria. Otro dato fundamental a tener en cuenta es que el 78.5% de los creadores de microempresas (empresas de 1 a 10 trabajadores) en el país tienen hasta secundaria completa. Sumado a esto, la universidad no está alentando la formación de líderes emprendedores, sino que está concentrada en formar “empleados” capaces de administrar empresas, contribuyendo con el sector público y privado con profesionales dispuestos a recibir órdenes de un superior, según datos del libro Barómetro de Empleabilidad y Empleo de los Universitarios en España (Michavila, 2016).

En este contexto, lo que resulta fundamental es tener clara la idea que “los empleados buscan trabajo después que se construye el negocio y que el trabajo del emprendedor comienza antes del negocio”, por lo tanto, es urgente empezar a formar emprendedores que contribuyan al desarrollo económico y social a nivel local, regional y nacional, a través de la creación de nuevas empresas.

Las incubadoras de empresas

La incubación de empresas representa una oportunidad para iniciar un negocio, e incluso para emplear a quienes pierden su puesto de trabajo en situaciones como la actual crisis financiera mundial, que se prevé se profundizará entre el 2009 y 2010. Según especialistas, 80% de las empresas que surgen de una incubadora logran el éxito, en tanto que para aquellas que se crean fuera de ellas la posibilidad de sobrevivencia se reduce a 30%. La diferencia está en el potencial que aporta la incubadora, que no es sino un centro de atención que orienta y asesora a aquellos que están interesados en la creación de sus empresas, considerando la elaboración del plan de negocio y el desempeño de cada área que requiere su operación, como mercadotecnia, contabilidad, diseño gráfico o industrial, para desarrollar sus capacidades y, por tanto, sobrevivir en el mercado.

Se trata de apoyarlos para plasmar y concretar ideas con mayor garantía de éxito que si lo hicieran por cuenta propia. Es preciso destacar que la formación y la motivación hacia el emprendimiento empresarial es una de las estrategias más implementadas por las más importantes universidades del mundo, como un mecanismo eficiente y comprobado para aumentar tanto la velocidad de nacimiento y de desarrollo de nuevas empresas, como su tasa de éxito a mediano plazo (Peña, 2015).

Ello ha llevado a que, actualmente, existan más de 2,500 incubadoras en marcha en países industrializados y en economías en transición, destinadas a potenciar el desarrollo tanto global como el de ciertas áreas estratégicas. Se tiene referencias en esta parte del continente de la existencia de 13 incubadoras de empresas en Chile, 207 incubadoras en plena operación en Brasil, 10 incubadoras de empresas en Argentina, 13 incubadoras en Colombia, mientras que en Bolivia se ha implementado la primera incubadora del país. A nivel latinoamericano, México es el país que tiene la mayor cantidad de incubadoras (450); es más, no hay universidad o centro de formación superior que no haya implementado su propia incubadora de empresas (Salaburu, 2006).

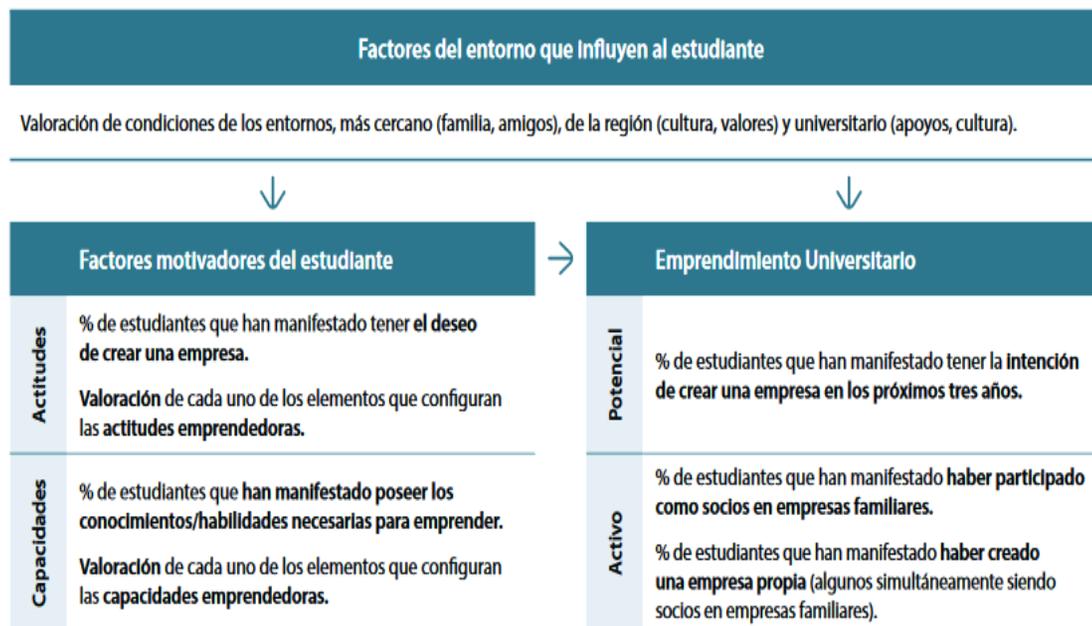
Ello se explica por el gran apoyo que tiene la incubación de empresas desde el Estado, que responde a un lineamiento político bastante claro respecto a la promoción empresarial en el país azteca.

La educación emprendedora en los sistemas universitarios

La educación es una herramienta que les permite a los individuos, más allá de adquirir conocimientos, desarrollar competencias técnico – genéricas, para suministrarse un sustento mediante un empleo, oficio u ocupación. Esto implica que quienes son beneficiarios de la educación puedan, al concluir su formación, insertarse en el mercado laboral. Obviamente, para esto se requiere una educación de calidad, a lo largo de toda la formación. Sin embargo, se debe reconocer que la calidad educativa, se encuentra en tela de duda y los oferentes

de los servicios educativos están en deuda con sus clientes o demandantes (Malhotra, 2004).

De ahí que muchos de los emprendedores ecuatorianos lo son por necesidad y falta de empleo, y eso genera una cadena de empresas muy pequeñas, poco innovadores, muy centradas en el comercio y con poca generación de valor agregado. El desafío del emprendimiento está aún vigente.



En la práctica, cuando los estudiantes han concluido su formación profesional y se ven limitados en las posibilidades de acceso a un empleo, se enciende en ellos, como una llama, el emprendimiento generado por la necesidad. En el caso del Ecuador, esto se evidencia en las cifras del estudio Global Entrepreneurship Monitor (GME), donde una de las principales motivaciones de los emprendedores es la carencia de empleo y su necesidad de generarse un autoempleo. En este estudio también se identifica que la actividad emprendedora en el país es alta, encontrándose en tercer lugar, de 34 países analizados. Según el estudio del GME, para impulsar el emprendimiento en el país, se requiere, entre otras cosas lo siguiente:

- i. mejorar condiciones de entorno y financiamiento;
- ii. generar espacios para la innovación y desarrollo de mercados;
- iii. promover la vocación y competencias emprendedores y propiciar una mayor conexión entre el mundo académico y el laboral;
- iv. promover redes de emprendedores; y,
- v. fomentar el uso de nuevas tecnologías de la información.

Independientemente del modelo educativo aplicado para impulsar el emprendimiento, lo importante es que, a lo largo del proceso educativo se dote al individuo de herramientas teórico-prácticas, de capacidades para ser un emprendedor, con base en un direccionamiento estratégico y una visión de sostenibilidad en el largo plazo, en el cual este nuevo empresario debe comprender que el fin último de la empresa no es solo crear valor para los accionistas o dueños de la empresa, sino que es aportar a la creación de valor también para los stakeholders, manteniendo equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental. Experiencias de países como Chile denotan que la enseñanza de emprendimiento, debe trascender y convertirse en una verdadera “cultura”, donde el compromiso del sistema educativo no se circunscribe el ámbito universitario, sino que puede generarse emprendimiento desde los diferentes niveles de instrucción.

En el ámbito educativo es necesario reconocer la importancia de contar con esquemas de educación para emprendimiento, alineados desde la estrategia hasta la conformación misma de la malla curricular. Las perspectivas de la educación para el emprendimiento en el país son alentadoras, pues existen planteles de educación superior, y hasta secundaria, desarrollando competencias empresariales en sus estudiantes, para lo cual aplican diversas herramientas, tales como rondas de negociación, concursos para emprendimiento, entre otras.

El reto del país va más allá del emprendimiento, en una etapa inmediatamente posterior a éste, se tiene la necesidad de apoyar a la sostenibilidad de largo plazo de las nuevas empresas, es decir facilitar las condiciones para que éstas se desarrollen y perpetúen en el tiempo (Salaburu, 2006).

Emprendedores universitarios

Según los datos obtenidos, el 4,9% de los estudiantes universitarios españoles entrevistados afirma haber creado su propia empresa. Por ramas de conocimiento, destaca como el grupo más numeroso aquellos que estudian una titulación de la rama de Ciencias Sociales (40,6%) seguido de los de Humanidades (25,7%) y las Ingenierías (20,1%). Por el contrario, la tasa de emprendimiento más baja se encuentra en los grados de Ciencias Experimentales con el 5,6%, por debajo de los estudiantes en la rama de Ciencias de la Salud que alcanzan el 7,9%. Al desglosar por cursos, llama la atención que en algunas áreas de conocimiento el porcentaje de alumnos que han creado su propia empresa es mayor entre los que estudian segundo que entre los que están terminando su titulación. Esto se puede observar en los grados de Ciencias Sociales (43,3% de segundo frente a 38,8% de cuarto) y en los de Ciencias Experimentales (7,1% frente a 4,6%).

¿Por qué una persona debe educarse?

Según (Tefarikis, 2009). Aunque las respuestas pueden ser múltiples hay que reconocer que en último término se busca acceder a la educación por ser una herramienta para lograr desarrollo económico, social y humano. Es, por lo

tanto, un medio y no el fin. Por solo acceder a estudiar en una escuela, colegio o universidad no significa tener educación. Aunque esto parece - ría un contrasentido, a la educación en el Ecuador le falta mejorar su calidad, dado que no genera capacidades, habilidades, aptitudes y actitudes entre quienes han cursado por sus aulas.

Todo ser humano busca que la educación se convierta en el medio para adquirir un oficio, profesión u ocupación, que le facilite la consecución de bienestar económico y social y que le permita cubrir las necesidades suyas y de su familia. Cuando esto no sucede, la educación no está cumpliendo su misión (Wompner, 2007).

Tener educación de calidad implica un compromiso de todos los involucrados. Sin embargo, parecería que hay una suerte de conformismo, pues los actores aceptan resignar la calidad de la educación por comodidad, por ley del menor esfuerzo y menor compensación. A los estudiantes no les gusta que les exijan, los profesores no exigen para no resultar incómodos y las autoridades no exigen para evitar se problemas. Es decir, aunque todos sabemos el problema, queremos que otros cambien sin que eso me afecte de ninguna forma (Malhotra, 2004).

Solamente cuando una persona obtiene su título universitario y no consigue un trabajo por falta de competencias, es cuando se reclama al sistema educativo, que en el caso ecuatoriano se ha convertido en fábrica de titulados y no de profesionales. La educación se ha convertido en una mercancía que, pese a ser sobre pagada, no cumple con entregar el producto que ofrece (Peña, 2015).

La función social de la educación no es brindar conocimientos, sino generar capacidades a los beneficiarios de la misma, para proveer sustento mediante un empleo, oficio u ocupación. Cuando esto no sucede las personas tratan de procurarse por sí mismas un empleo. Entonces surge el espíritu empresarial, por necesidad antes que por una decisión de desarrollo personal. Cada vez que se crea una nueva empresa, ésta contribuye al desarrollo económico de tres formas, como:

- (i) un canal de conversión de ideas innovadoras en oportunidades económicas;
- (ii) la base de la competitividad a través del rejuvenecimiento del tejido productivo; y,
- (iii) una fuente de nuevos puestos de trabajo y aumento de la productividad (Innenarity, 2011).

Esto implica que al final del día la generación de riqueza y el desarrollo en un país se apalanca en la iniciativa, el crecimiento y éxito del sector empresarial.

Según este estudio, si se compara a nivel mundial el TEA (Índice de actividad emprendedora total), el del Ecuador es alto; es el tercero entre 34 países analizados, le anteceden Uganda y Perú, lo que implica que el Ecuador es un

lugar propicio para nuevos emprendimientos. Las principales características del emprendedor en el país son:

- (i) cerca del 37% son de edad comprendida entre 25 y 35 años;
- (ii) bajo nivel educativo, tan solo el 28% tiene estudios secundarios;
- (iii) motivado principalmente por la carencia de empleo, lo que hace que las empresas nuevas y nacientes se concentren en generación de autoempleo;
- (iv) poco acceso a fuentes de financiamiento, lo que le El estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GME) incluye al Ecuador en su análisis. Los principales resultados de este estudio se resumen en el cuadro.

Resumen de principales aspectos del emprendimiento en Ecuador

Detalle	Ecuador	Comentario
Índice de actividad emprendedora total (TEA)	24.24%	Aproximadamente 1 de cada 4 ecuatorianos piensa iniciar un nuevo negocio o lo ha hecho en los 42 meses anteriores
Tipo de emprendedor		
Emprendedores por oportunidad	18.24%	Es mayor la cantidad de emprendedores por oportunidad, con una distribución similar entre hombres y mujeres. Sin embargo, la relación de TEA oportunidad/necesidad del 2.16 es bajo comparado con países como Brasil (5.6)
Emprendedores por necesidad	8.44%	
Relación TEA oportunidad/necesidad	2.16	
Relación del TEA hombre/mujer	55% / 45%	
Nivel de estudios universitarios / secundarios	28% / 48%	La educación tiene mayor incidencia en emprendedores por oportunidad
Mercado de nuevas empresas (local)	60.0%	El emprendedor en el Ecuador tiene una fuerte orientación hacia el mercado doméstico
Empresas con oferta de producto innovador		Apenas en 4% de empresas nuevas del país ha ofertado productos novedosos para sus clientes, cuando en Argentina el porcentaje es más del doble
empresas nacientes	19.66%	
empresas nuevas	4.41%	
Tipo de emprendimiento		Concentración en actividades comerciales que no generan valor agregado
Comercial	68.00%	
Transformación	19.00%	
Servicios	7.00%	
Extractivo	6.00%	
Porcentaje de empresas con más de 20 empleados	6.30%	Empleos esperados dentro de 5 años por empresa. Preocupante si países como Argentina superan el 25%
Inversión informal	1.78% del PIB	
Fuentes de financiamiento		Se carece de fuentes de financiamiento de capital de riesgo
Familiares cercanos	64.00%	
Amigos	23.00%	
Otras	13.00%	

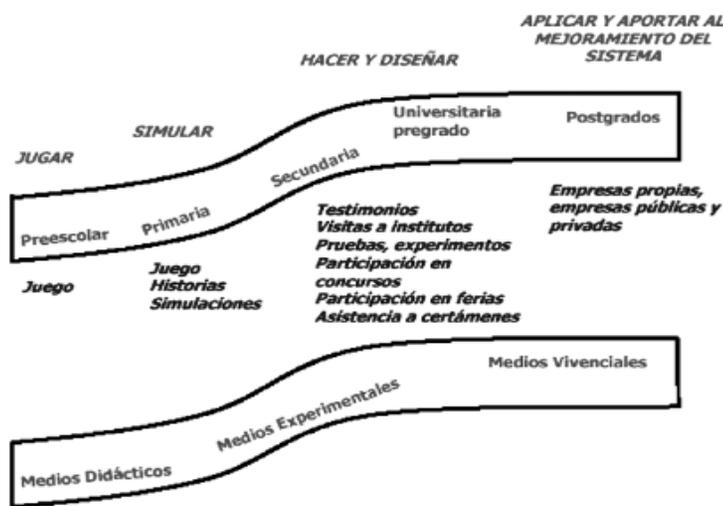
Educación en emprendimiento

Un estudio de la Universidad de Cornell, resalta que existen dos modelos de educación en emprendimiento: Imán y Radiante. La diferencia radica en el lugar dónde se enseña sobre emprendimiento. El primero implica que todos los programas se imparten en una escuela o facultad. Un ejemplo de este modelo es Babson (sin embargo, esto no implica que no puedan asistir estudiantes de otras facultades). En tanto que, en el segundo modelo, los cursos se imparten en varias escuelas. Por ejemplo, en la Universidad de Cornell los cursos se imparten en las nueve escuelas.

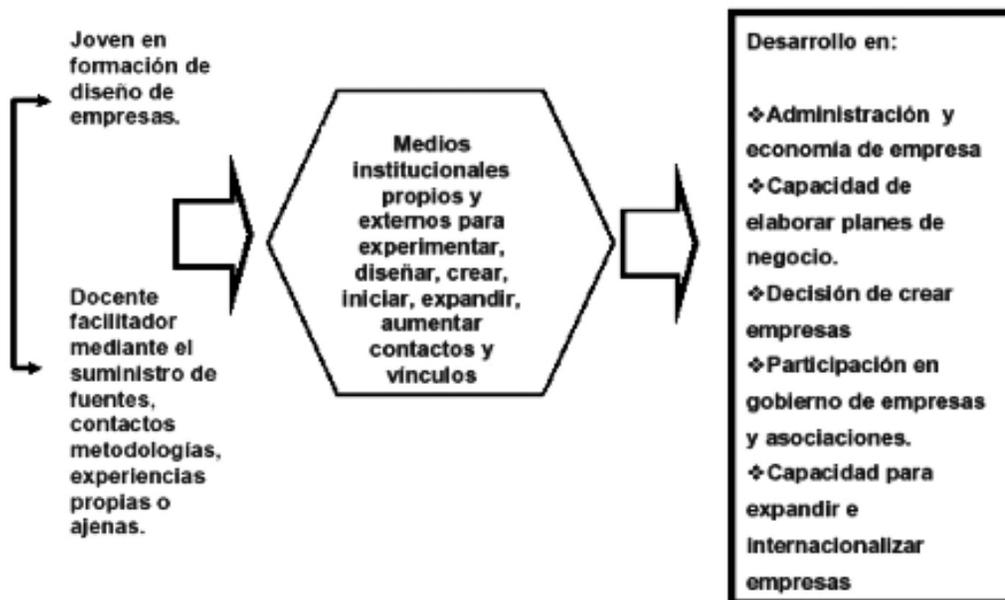
Varias entidades educativas disponen de un Centro de Investigación y Desarrollo para el Emprendimiento, que es el punto de referencia desde el cual se implementan las actividades académicas en la temática de emprendimiento. Esto implica que desde el centro se generan los programas de emprendimiento no solo para facultades como la de Administración de Empresas, sino también

para otras facultades. Esto permite que las políticas de educación sobre emprendimiento sean dinámicas, de forma tal que incluso un estudiante de diseño gráfico, por ejemplo, puede tomar cátedras relativas a emprendimiento. Esto fomenta el espíritu emprendedor en los estudiantes de la universidad en general. Dicho esto, se entendería que el emprendimiento es considerado un eje transversal del proceso educativo de las universidades que optan por este modelo. Con respecto al enfoque de la enseñanza de emprendimiento, así como al uso de las herramientas de aprendizaje, durante el XVII Congreso Latinoamericano y del Caribe sobre Espíritu Empresarial llevado a cabo en el año 2006, se dio importancia al desarrollo de las etapas y los elementos para fomentar el espíritu empresarial en un esquema educativo.

Etapas en la educación empresarial



Elementos en la educación empresarial



En este modelo la clave es desarrollar el espíritu empresarial a lo largo del proceso de formación de los individuos, aplicando las herramientas de conformidad con las distintas etapas de la educación empresarial. En este modelo el docente es un facilitador inteligente, flexible y motivador de las iniciativas empresariales, con capacidad de desarrollar habilidades empresariales con diferentes instrumentos teórico-prácticos. El National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE) en su documento sobre Emprendimiento Universitario, pone de manifiesto la necesidad de fomentar un esquema educativo holístico, donde el centro del proceso de formación no debe estar en la capacidad de que el estudiante formule un plan de negocios, sino en el desarrollo de las capacidades para ser un emprendedor, con base en los valores, direccionamiento y pensamiento estratégico, y que conozca e interprete las necesidades de los stakeholders de un mercado cada vez más global.

Según (Fredy, 2007), en algunos planteles de educación se aplica lo que se podría denominar “medios experimentales de educación”, donde el docente es un facilitador del proceso de aprendizaje, dotado de instrumentos técnicos y de experiencia práctica. En este y cualquier esquema de educación la malla curricular tiene una importancia fundamental, dado que debe alinearse con los objetivos de la carrera. En América Latina, y particularmente en el Ecuador, se carece de estándares educativos que permitan evaluar la malla curricular de la carrera de emprendimiento, por lo que se necesita acudir a estándares internacionales.

Acciones para impulsar el emprendimiento

En el estudio de GME se identifican los retos para el emprendimiento, que se resumen de la siguiente forma: - Difundir “modelos de rol positivos” para forjar la vocación emprendedora: a través de la difusión y comunicación de experiencias exitosas. Desarrollar acciones para grupos con menor propensión emprendedora, mediante acciones concretas que apoyen al emprendimiento en grupos con menores posibilidades de creación de empresa - Mejorar las condiciones de entorno y financiamiento: incrementando la oferta de financiamiento para este tipo de iniciativa (capital de riesgo, fondos semilla, préstamos simplificados, etc.), que permitirá, en el tiempo, mejorar no solo el acceso, sino también los costos que estos servicios implican.

En cuanto al entorno, el estado tiene la obligación de establecer reglas del juego claras para este tipo de inversiones, así como de incentivarlas, superando problemas como elevados costos, trabas burocráticas y cargas impositivas elevadas.

- las demandas de las empresas jóvenes dinámicas: en el caso de América Latina, probablemente hay que desarrollar este tipo de servicio, sobre todo en temas como acceso al mercado, identificación de clientes y proveedores, gerenciamiento, etc.
- Promover la vocación y las competencias emprendedoras a través del sistema educativo y propiciar una mayor conexión entre el mundo

académico y el mundo laboral: esto implica modificar el esquema educativo a nivel secundario, técnico y universitario, a fin de promover el desarrollo de competencias de emprendimiento. En esto las universidades juegan un rol importante, ya que allí se apoya al estudiante en el desarrollo de actitudes y aptitudes para el emprendimiento, con base en la aplicación de una metodología que vincule a la universidad con la empresa privada, esta última, considerada la principal escuela de emprendimiento.

- Ampliar el espacio de oportunidades para emprender: generando esfuerzos para promover la innovación, el acceso a los mercados internacionales y el aprovechamiento de oportunidades de sustitución competitiva de importaciones. Esto con el apoyo de instituciones educativas empeñadas en mejorar su capacidad de investigación y desarrollo.
- Promover el desarrollo de redes emprendedoras: la clave está en crear un espíritu de cooperación entre los actores, el estado, la empresa y la sociedad civil, en especial como parte de esta última las entidades de apoyo al emprendimiento y las universidades. Se debe fomentar la creación de redes de contacto institucionales e interinstitucionales que fortalezcan las capacidades de emprendimiento e incrementen las oportunidades para construir nuevos negocios.
- Generar ámbitos apropiados para el surgimiento de equipos emprendedores: con procesos educativos basados en el desarrollo de la capacidad de trabajo en equipo y en grupos multidisciplinarios, a fin de potenciar las habilidades propias del talento humano. Estos retos no podrán ser superados sin la concurrencia de esfuerzos del Estado, la sociedad civil y la empresa privada, teniendo un rol importante las entidades educativas en general y las universidades en particular, como fuentes de generación del desarrollo.

El reto de la universidad

Como se puede apreciar, son principalmente las universidades privadas las que hacen más visible su preocupación por el fomento del emprendimiento; sin embargo los instrumentos y las actividades de estas universidades en el tema del emprendimiento e incubación de empresas no están muy desarrolladas, por lo que la brecha entre las universidades nacionales y las privadas en este tema es muy corta; es decir, el fomento del emprendimiento aún no se ha convertido y mucho menos explotado como ventaja diferencial y de mayor valor agregado para aquellas que la promueven, como sí ocurre con el Tecnológico de Monterrey en México (Linares, 2002).

Esta casa de estudios está posicionada como la primera y la mejor en la formación de emprendedores, lo que se evidencia en sus estructuras curriculares y sus programas de emprendimiento e incubación en cada una de sus sedes; incluso tienen como eslogan “Cultura Emprendedora”. La más

próxima a nosotros en este intento es la Universidad San Ignacio de Loyola que está tratando de posicionarse como “Emprendedores que forman emprendedores”, estrategia que se está reflejando poco a poco en sus programas y carreras.

Por otro lado, según (Juliá, 2013), las universidades a partir de la década de los 90 tienen la oportunidad de generar recursos propios, gracias a que el gobierno decretó normas que permiten la creación de entidades empresariales de propiedad de las universidades. Este contexto se presenta como una oportunidad inmejorable para incubar empresas, albergarlas, desarrollar sus actividades económicas y exponer - las al mercado una vez que estén fortalecidas. Un aspecto muy importante para que las universidades puedan promover las incubadoras empresariales es que el marco normativo les permite realizar actividades inherentes a las incubadoras de acuerdo a la Ley Universitaria (Ley N° 23733); “las universidades pueden organizar institutos, escuelas, centros y otras unidades con fines de investigación, docencia y servicio” (art. 12); así también “las universidades pueden establecer, órganos y actividades dedicadas a la producción de bienes económicos y a la prestación de servicios, siempre que sean compatibles con su finalidad. La utilidad resultante es recurso propio de cada universidad”.

Finalmente se precisa que “las universidades están exoneradas de todo tributo fiscal o municipal, creado o por crearse”.

Perspectivas de la educación y el emprendimiento en el Ecuador

Más allá de las cifras, en los últimos años se puede notar una importante dinámica de relacionamiento entre educación y emprendimiento en el país, es así como los planteles educativos secundarios propenden a generar el espíritu empresarial en sus educandos. Basta recordar las rondas de nuevos negocios que se desarrollan en forma anual, con el apoyo de varias entidades públicas y privadas (Bornstein, 2009).

Por otra parte, en varias universidades se está incorporando, en los pensums académicos de las diferentes carreras, módulos de emprendimiento. Algunas universidades van más lejos y tienen carreras completas relativas al emprendimiento y generación de negocios. Esto implica que en el país no hay un solo modelo educativo para desarrollar el emprendimiento, pues este depende entre otras cosas de las condiciones de la entidad, su visión, la realidad del entorno, las condiciones socio-económicas de sus alumnos, etc. En todo caso, los modelos educativos en emprendimiento en el país son aún experimentales y seguramente se consolidarán en el futuro, conforme las experiencias y resultados alcanzados sean exitosos, sistematizados y replicables (Fredy, 2007).

El emprendimiento se potenciará en la medida que, entre otras acciones, se impulse las TIC's (tecnologías de información y comunicación), pues éstas han modificado las formas de hacer negocios y han creado nuevos negocios, con niveles de inversión relativamente bajos, pocas barreras de entrada y una alta

innovación, ejemplo de esto es el desarrollo de negocios relacionados con publicidad y diseño gráfico, donde la tecnología informática ha permitido incursionar a jóvenes profesionales con talento (Dewey, 1967).

Esto nos invita a reflexionar sobre la necesidad en el país, no solo se incrementa la cobertura de servicios de información, sino que además éstos sean vistos como una herramienta para desarrollar emprendimiento y nuevos negocios. El acceso a la información es entonces una herramienta para potenciar ideas de negocios, aprender de las experiencias y adaptarlas a una realidad diferente, ya que hoy en día no se requiere viajar para identificar nuevos negocios, ejemplo de esto es el desarrollo de franquicias. Hay mucho por hacer, pero la meta es clara (Malhotra, 2004).

Un nuevo enfoque en la educación emprendedora

Las conclusiones anteriores no demandan la eliminación de las acciones que actualmente se están desarrollando, pero sí ponen de manifiesto el bajo impacto real de las mismas, y la necesidad por consiguiente de ser complementadas con otras iniciativas que, desde otros enfoques, permitan abordar la cuestión integrando otras perspectivas. ¿Qué nuevo rumbo debe tomar la educación emprendedora? ¿Qué elementos han de integrarse en las propuestas formativas de las universidades? ¿Qué pueden hacer para favorecer la adquisición real de la competencia emprendedora? Ya en 1967, John Dewey abogaba por la necesidad de articular “situaciones que implican aprender por medio de una actividad, aprender haciendo” (Dewey, 1967).

Muchos discursos educativos han adoptado esta propuesta, que ha sido desarrollado en múltiples teorías y reformulaciones, y constituye la base de supuestas innovaciones educativas actuales, pero que, sin embargo, no presenta el mismo calado en la práctica educativa, especialmente en los niveles superiores del sistema. Las categorías de acciones analizadas, en su gran mayoría, parten de dicha premisa, pero como ya se ha indicado anteriormente, funcionan de manera paralela, y en la mayoría de los casos no terminan convergiendo. Sin embargo, ¿y si lográramos integrar la metodología de las mismas en la práctica docente universitaria?, ¿si lográramos que, en lugar de trayectos paralelos, fueran perpendiculares?

La Universidad en su discurso habla de competencias, pero en su práctica enseña saberes, y en “una sociedad del conocimiento la gestión de los procesos de aprendizaje es más importante que la administración de los saberes” (Innenarity, 2011, p.59). A las instituciones de educación superior les está costado integrar esta realidad en su práctica. Existen competencias que evidencian de manera más directa la necesidad de acudir los contenidos (saberes) para su adquisición y desarrollo, pero otras más nuevas y de carácter más transversal, como es el caso de la competencia emprendedora, implica una gestión diferencial de los procesos de aprendizaje.

Quizá el problema radique en que se perciben formulaciones de nuevas competencias como nuevos procesos de aprendizaje, cuando en realidad

constituyen formas diferentes de interrelacionar capacidades y habilidades que ya se trabajaban anteriormente, pero que ahora demandan nuevas combinaciones. Ya hemos visto las diferentes capacidades y habilidades que configuran la competencia emprendedora, y la cuestión es ¿acaso no existían ya?

Se trata por tanto de articular un marco que permita organizarlas, secuenciarlas y relacionarlas.

Desde esta descomposición, el enfoque para trabajar la competencia emprendedora, nos permitiría integrar las diferentes capacidades y habilidades que la configuran en la práctica docente universitaria, a través de enfoques didácticos y metodológicos que fomenten el desarrollo de los diferentes elementos que la componen: articular actividades de planificación, análisis y evaluación, dejar espacio y valorar las propuestas diferenciales de los alumnos, fomentar la creatividad, generar tiempos y dinámicas de trabajo cooperativo, desarrollar la capacidad de innovar, reformular el concepto de error y percibirlo como un paso más en el proceso de aprendizaje, replantear los modelos de evaluación, ceder autonomía al alumno respetarlo y escucharlo, partir de intereses y habilidades de los estudiantes, estructurar tareas graduadas que aborden los restos de manera secuenciada (Salaburu, 2006).

No se trata de integrar todo ello desde una asignatura, pero el resultado de la suma de introducir al menos una de ellas de manera sistemática en la práctica docente universitaria en cada una de las materias, generaría un perfil de alumno que afrontaría con otra mirada el emprendimiento, así como la autonomía profesional y personal. La imitación es el primero de los procesos de aprendizaje del ser humano, y los procesos de aprendizaje que no se integran como formas inherentes de trabajo, no serán sostenibles en el alumno. Por ello, entender y abordar la práctica docente diaria como una herramienta de transformación, más allá de las paredes del aula, contribuirá al desarrollo de una cultura emprendedora, y por tanto a la formación de estudiantes emprendedores, creativos e innovadores.

CONCLUSIONES

El emprendimiento es importante como elemento generador de riqueza y de empleo, pero especialmente en estos tiempos de crisis, dada su contribución al necesario cambio de modelo productivo de la economía ecuatoriana.

A partir de la percepción que los universitarios tienen acceso a este tipo de iniciativas, los resultados nos llevan a reflexionar sobre el papel de las universidades en generación de potenciales emprendedores.

Se logran profesionales más capaces de poder crear su propia empresa; además de tener una actitud más positiva hacia la creación de empresas como una opción profesional atractiva. Con respecto al entorno, los principales matices se observan en la percepción del apoyo de la universidad.

A partir de la percepción que los universitarios tienen acceso a este tipo de iniciativas, los resultados nos llevan a reflexionar sobre el papel de las universidades en generación de potenciales emprendedores. Así pues, aún existen diversas áreas de oportunidad en las que hay que trabajar para el fortalecimiento de la actividad emprendedora en las universidades tanto mexicanas como españolas.

La experiencia de los países más competitivos, que han hecho el tránsito hacia las llamadas economías del conocimiento, y que ocupan los primeros lugares en el emprendimiento en el sistema universitario.

BIBLIOGRAFÍA

Bornstein, D. (2009). *Cómo cambiar el mundo*. L'Hospitalet: Ed. Debate, pp12-pp16.

Fredy (2007). *Un modelo de incubadora de negocios universitaria; en la ruta de la innovación organizacional*. Chile. Pp4-pp10.

GEM (2013). *Informe GEM España 2013* (HYPERLINK "<http://www.gem-spain.com>" www.gem-spain.com).

Innenarity, D. (2011). *La democracia del conocimiento. Por una sociedad inteligente*. Madrid: Paidós. Pp14-pp16.

Juliá, J.F. (2013). "Emprendimiento y universidad. Una referencia al caso de España y a la UPV". *REVESCO. Revista de Estudios cooperativos*, vol. 113, págs. 7-27. pp13-pp16.

Linares, Dino (2002). *Creación de Empresas y apoyo a Emprendedores en el Perú*. Lima, Colectivo Integral de Desarrollo, estudio elaborado para el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. pp11-pp17.

Malhotra, N.K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*, 4 th. México: Ed. Prentice Hall. pp18-pp19.

Michavila, F., Martínez, J. M., Martín-González, M., García-Peñalvo, F. J. y Cruz-Benito, J. (2016). *Barómetro de Empleabilidad y Empleo de los Universitarios en España, 2015 (Primer informe de resultados)*. Madrid: Observatorio de Empleabilidad y Empleo Universitarios. pp16-pp19.

Peña, I., Guerrero, M., González-Pernía, J. L., (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2014*. Cantabria, Editorial Universidad de Cantabria. pp10-pp18.

Salaburu, P. (2006). "El modelo de universidad americana, es un referente para Europa". En Toledo, F., Alcon, E. y Michavila, F.: *Universidad y economía en Europa*. Madrid: Ed. Tecnos, págs. 100-134.

Tefarikis, Elías (2009). "Educación para el emprendimiento - Chile". En: *Revista América Economía*. México. Wompner, pp42-pp46.

Wompner, Fredy (2007). *Un modelo de incubadora de negocios universitaria; en la ruta de la innovación organizacional*. Chile. Pp56-pp61.

