

INTERACCIÓN UNIVERSIDAD-ENTORNO. UNA MIRADA PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL SIGLO XXIAUTORES: Rosa Marjorie Torres Briones¹Henry Bolívar Espinoza Briones²Ramón Klever Macías Pettao³Carlos Emilio Chávez Pirca⁴Julia del Rocío Fajardo Arriaga⁵Fabián Xavier Martínez Ortiz⁶DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: rtoresbriones@outlook.com

Fecha de recepción: 23 - 01 - 2018

Fecha de aceptación: 7 - 03 - 2018

RESUMEN

El emprendimiento se ha posicionado al interior de las universidades como uno de los temas importantes, por considerar que la formación disciplinar no es suficiente para desempeñarse exitosamente en el mundo actual; es necesario, además, formar capacidades y ofrecer alternativas de vida para los futuros profesionales con competencias en el siglo XXI. Los gobiernos también lo han vinculado dentro de sus agendas y han estructurado planes, programas y proyectos para fortalecerlo, entendiendo que su promoción puede contribuir al desarrollo económico y social de los países. En este sentido para ello, como parte de esta política se han regulado cuerpos jurídicos dentro de los ordenamientos jurídicos como política de fomento hacia una cultura del emprendimiento. Este trabajo tiene como objetivo explicar algunos elementos teóricos de la interacción universidad entorno y su relación con el emprendimiento. Se concluye que, en los últimos años, las universidades han implementado nuevos modelos para hacer frente a las demandas sociales, debido a las elevadas tasas de desempleo juvenil, a la reducción de los presupuestos en educación y al aumento de la competencia de los sujetos de gestión. Además, en América Latina, a pesar de los avances observados en ambos ecosistemas, no hay evidencia suficiente para reconocer que es hay una sociedad emprendedora y que cuyo crecimiento, competitividad y sostenibilidad esté relacionado con las iniciativas emprendedoras.

PALABRAS CLAVE: formación; fomento; calidad; modelo pedagógico.

¹ Docente. Universidad Técnica Cotopaxi, Extensión La Maná. Ecuador.

² Docente. Universidad Técnica Cotopaxi, Extensión La Maná. Ecuador. E-mail: henry.espinoza@utc.edu.ec

³ Docente. Universidad Técnica Cotopaxi, Extensión La Maná. Ecuador. E-mail: ramon.macias@utc.edu.ec

⁴ Docente. Universidad Técnica Cotopaxi, Extensión La Maná. Ecuador. E-mail: carlos.chavez@utc.edu.ec

⁵ Docente. Unidad Educativa Ciudad de Valencia. Ecuador. E-mail: julifajari@hotmail.com

⁶ Docente. Universidad Técnica Cotopaxi, Extensión La Maná. Ecuador. E-mail: fabian.martinez@utc.edu.ec

UNIVERSITY INTERACTION AND ENVIRONMENT, A LOOK FOR ENTREPRENEURSHIP IN THE 21ST CENTURY

ABSTRACT

Entrepreneurship has positioned itself within universities as one of the important issues, considering that disciplinary training is not enough to perform successfully in today's world; It is also necessary to build capacities and offer life alternatives for future professionals with competencies in the 21st century. Governments have also linked it within their agendas and have structured plans, programs and projects to strengthen it, understanding that their promotion can contribute to the economic and social development of the countries. In this sense, as part of this policy, legal bodies have been regulated within the legal systems as a policy of promotion towards a culture of entrepreneurship. The objective of this work is to explain some theoretical elements of the university environment interaction and its relationship with entrepreneurship. It is concluded that, in recent years, universities have implemented new models to cope with social demands, due to the high rates of youth unemployment, the reduction of budgets in education and the increase in the competence of the subjects of management. In addition, in Latin America, despite the advances observed in both ecosystems, there is insufficient evidence to recognize that there is an entrepreneurial society whose growth, competitiveness and sustainability are related to entrepreneurial initiatives.

KEYWORDS: training; promotion; quality; Pedagogical model.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el fenómeno del emprendimiento ha aparecido de repente en nuestras sociedades como si se tratara de un movimiento cultural. Se reivindica con insistencia desde diferentes esferas y bajo un amplio rango de objetivos y propósitos. Han aumentado también las acciones, instituciones, unidades y servicios que se esfuerzan en apoyar el espíritu emprendedor.

Es reconocido que las universidades son una pieza fundamental en los ecosistemas de emprendimiento y de innovación. A pesar de ello, por su naturaleza, las universidades no destacan por una orientación demasiado emprendedora e innovadora. Por esta razón, a lo largo del tiempo las universidades se han enfrentado a importantes cambios estructurales y procesos de transformación en el desarrollo de sus principales actividades (docencia, investigación, y transferencia de conocimiento), los que requieren a su vez, la participación activa de diversos actores (gobierno, emprendedores/as, inversores/as, entre otros). Desde esta perspectiva, la Administración Pública y la academia se han interesado por entender y subrayar el relevante papel de cada uno de los actores involucrados en la configuración de los ecosistemas de emprendimiento y de innovación. (Autio *et al*, 2014, pp. 1097-1108).

Por lo anteriormente expuesto este trabajo tiene como objetivo explicar algunos elementos teóricos de la interacción universidad entorno y su relación con el emprendimiento.

DESARROLLO

Enfoques, modelos, mecanismos y estrategias de interacción universidad-entorno

La universidad, como organización que tiene entre sus actividades la generación, difusión y transferencia de conocimiento, se ha convertido en un actor fundamental en la nueva economía, que entiende el conocimiento como un factor estratégico que genera ventajas competitivas para permitir la diferenciación de las organizaciones y su sostenibilidad en el contexto. Conscientes de esto, las universidades han empezado a dar mayor importancia a una de sus funciones sustantivas: la extensión universitaria o proyección social, mediante la cual esperan llevar conocimiento al entorno para contribuir al desarrollo local, regional, nacional e internacional.

En este sentido, la educación debe "fomentar la construcción de conocimiento (docencia) y la investigación científica (investigación) que generen impactos positivos en la sociedad, pero también debe permitir la identificación de oportunidades para el desarrollo regional o nacional y para el beneficio de la comunidad (extensión-proyección social)" (Ospina y Sanabria, 2010, p. 112).

La extensión universitaria o proyección social como eje de articulación con el entorno y enfoques de interacción

Aunque la universidad surge alrededor de las escuelas monacales (escolástica), en los siglos XII y XIII, teniendo como referentes principales "la de París (1215) en Francia, la de Bolonia en Italia y la de Oxford en Inglaterra" (Restrepo, 1999, p. 19), la concepción de universidad moderna surge alrededor de 1810 con la creación de la Universidad de Berlín en Alemania, reconociendo entre sus funciones sustantivas la docencia e investigación. En 1873, la Universidad de Cambridge, en Inglaterra, usó por primera vez el término extensión educativa, convirtiéndose en la tercera función sustantiva y en el elemento dinamizador que facilita el flujo continuo de conocimientos entre la universidad y la sociedad (Morales, Mira y Arias, 2010; Vega, 2002).

El propósito de la tercera función era la apertura de la universidad y su proyección social, tratando de responder a las necesidades de la comunidad. En estos inicios, las actividades de extensión se focalizaron en acercar la academia a la comunidad, a través de cursos de extensión en educación para adultos y capacitación para las comunidades circundantes, principalmente conferencias en agricultura (González y González, 2003; Torres, Sánchez y Márquez, 1996). En América Latina, se habla de la función social de la universidad a partir de 1918 cuando, en el manifiesto del Movimiento de Córdoba, uno de los principios estaba dirigido al fortalecimiento de la función social de la misma a través de la tercera función sustantiva —la extensión—, vinculando la "universidad al pueblo" con el propósito de poner el saber universitario al

servicio de la sociedad y hacer de sus problemas tema fundamental de sus preocupaciones (Rofman y Vázquez, 2006).

Teniendo en cuenta que la universidad es una institución dinámica, Morales, Mira y Arias (2010) plantean que la función de extensión debe responder a diferentes contextos, haciendo frente a los procesos de globalización, democratización de la enseñanza y cambios políticos, para así estar en correspondencia con las demandas de la sociedad. En este sentido, dichos autores identifican tres enfoques de extensión en los que vienen trabajando las universidades:

- Uno de *corte cultural*, cuyo fin es la transformación permanente de la cultura —saberes, conocimiento, habilidades, aptitudes y valores, arte, tecnología, experiencias— (Torres, Sánchez y Márquez, 1996, p. 6). Este busca la participación de todos en la misma cultura universitaria, acercando las comunidades. Esto implica que la universidad debe preservar, desarrollar y promover la cultura de la sociedad a través de la articulación de sus funciones sustantivas para corresponder a su cometido social (Vega, 2002).
- Otro de *proyección social*, que debe llevar a la academia, los estudiantes, los docentes y sus egresados a la búsqueda y solución de los problemas de la sociedad. Estos dos enfoques son propios de Latinoamérica y surgen como consecuencia de la Reforma de Córdoba que proponía conservar el carácter social de las instituciones universitarias (González y González, 2003; Torres, Sánchez y Márquez, 1996; Vega, 2002).
- El tercer enfoque está más vinculado con lo que se conoce como los conceptos *universidad-empresa*, *universidad-industria* o *universidad empresarial*, los cuales han sido propios de los países en desarrollo de economía neoliberal y de las universidades de Europa Occidental y Estados Unidos que, sin alejarse de muchos de los compromisos sociales (economía, cultura y responsabilidad social), han estado comprometidas principalmente con el desarrollo industrial y la prestación de servicios que correspondan con los cambios del entorno. Así, las universidades han sido parte fundamental en el desarrollo a nivel regional, primordialmente a través de la transferencia de tecnología y la venta de servicios públicos y privados (González y González, 2003; Vega, 2002).

Modelos de relación academia-entorno

Se han planteado distintos modelos teóricos tendientes a explicar la integración de las universidades con otros actores de la sociedad (Pineda, Morales y Ortiz, 2011). Lo anterior, teniendo en cuenta que el conocimiento es producido por diversos actores, como las universidades, los centros de desarrollo tecnológico, las empresas, los laboratorios estatales y privados, entre otros, y que son tres vértices los que principalmente estructuran el campo de generación y circulación de conocimiento: los sistemas políticos, los sistemas económicos y los sistemas educativos (Maldonado, 2008).

De acuerdo con Pineda, Morales y Ortiz (2011), las vinculaciones entre la academia y el entorno han sido abordadas desde modelos como el triángulo de Sábato y Botana (1986), el de la triple hélice (Etzkowitz y Leydesdorff, 1995) y el de sistemas de innovación (Lundvall, 1997), entre otros. Estos modelos, especialmente el de la "triple hélice", le asignan un rol protagónico a la universidad en la generación y transferencia de conocimiento e innovación hacia la sociedad.

Alrededor de dichas vinculaciones se encuentran apreciaciones que sustentan que mientras en los países desarrollados las contribuciones se concentran en el fortalecimiento de los vínculos universidad-industria a partir de la realización de investigaciones conjuntas, el desarrollo de patentes y la transferencia de tecnología (Tornatzky, Waugaman y Gray, 2002), en los países emergentes, los principales aportes de la universidad se orientan hacia la formación del capital humano, la adaptación de las innovaciones tecnológicas y su difusión en las empresas locales (Schiller, 2006). De cualquier forma, lo que se evidencia es que, tanto en los países industrializados como en las economías emergentes, se están trabajando diversos mecanismos y estrategias que permitan llevar a cabo esta vinculación, aunque en su mayoría enfocados más a la relación de la universidad con el entorno empresarial (tercer enfoque de la extensión).

Mecanismos y estrategias de vinculación universidad-entorno

Existen diversos mecanismos y estrategias para la vinculación de la universidad con el entorno, los cuales pueden variar según el contexto de los países desarrollados y los países en desarrollo (Torres *et al.*, 2009). En el caso de los países desarrollados, se presenta una tendencia creciente de las corporaciones privadas a crear alianzas estratégicas con universidades, y, en muchos de ellos, se están introduciendo leyes sobre propiedad intelectual para favorecer la interacción. Los principales mecanismos y estrategias son las *spin offs*, *spin outs* y *start ups* las oficinas de transferencia de tecnología (OTRI), las incubadoras de empresas, los parques científicos y tecnológicos, las pasantías y prácticas profesionales, las consultorías, los programas de educación continuada, los centros de investigación cooperativa y de tecnología, las organizaciones regionales de innovación, las alianzas estratégicas o los consorcios, los centros o unidades empresariales y las políticas institucionales y nacionales, entre otros (Pineda, Morales y Ortiz, 2011).

En las economías en desarrollo como las latinoamericanas, son muy recientes y reducidos los esfuerzos para el establecimiento de una infraestructura física y social para el fortalecimiento de estas interacciones; parte de ello se evidencia en los escasos proyectos de investigación realizados en alianzas entre el sector productivo y académico, en la falta de claridad sobre el manejo de propiedad intelectual y en patentes o niveles de emprendimiento bajos, que en su mayoría son por necesidad y no por oportunidad (Pineda y Morales, 2010; Pineda, Morales y Ortiz, 2011).

Entre los mecanismos y las estrategias de interacción más comunes en la región están las pasantías o prácticas estudiantiles, además de los diplomados, las consultorías profesionales y las asesorías organizacionales brindadas por las universidades, a través de áreas administrativas con denominaciones cercanas a lo que podrían ser *unidades de extensión*. Más recientemente, se han promovido esfuerzos en el establecimiento de unidades de emprendimiento e incubadoras de empresas de base científica y tecnológica (Sutz, 2000).

Retos para la universidad frente a la vinculación con el entorno

Existe una gran cantidad de experiencias en las universidades latinoamericanas que muestran los diferentes caminos escogidos y de las que se pueden aprender valiosas lecciones. Es claro que los procesos de interacción universidad-sociedad deben ser el centro y la razón de ser de los programas de extensión. Por esto, la reflexión sobre esta función sustantiva debe ser un proceso permanente y debe tener un reconocimiento y unos responsables dentro de la estructura de las universidades que permitan una planeación y una ejecución coordinada con las otras dos funciones: la docencia y la investigación, lo que permitirá una mayor pertinencia del quehacer de las instituciones de educación superior en su contribución a la solución de las diversas problemáticas de sus entornos (Ortiz y Morales, 2011, p. 361).

Otros retos en relación con lo anterior son:

- *Establecimiento de políticas y reglamentación de la extensión:* la universidad debe establecer políticas y reglas de juego claras frente a la extensión (proyección social) de tal forma que sea evidente que está respondiendo a las necesidades de su contexto, sobre todo por su origen público y que, en el caso latinoamericano, se espera de ella no solo una respuesta hacia el sector productivo, sino también hacia la sociedad, desarrollando innovaciones sociales que involucren diversas instituciones y den solución a las problemáticas de la región (Morales, Pineda y Ávila, 2011). De igual forma, se requiere claridad sobre el manejo de la propiedad intelectual y la transferencia de conocimiento, de manera que estén acordes con la realidad que experimentan los investigadores colombianos y les permitan proteger y explotar sus desarrollos.
- *Formación de capital humano competente:* es necesario incentivar la formación permanente de docentes e investigadores en temas relacionados con la comercialización de ciencia y tecnología, capacitar facilitadores de vínculos con actores externos y estimular la formación en emprendimiento en los currículos académicos. Esto permitirá aumentar la acumulación de conocimiento e incentivar la producción intelectual requerida para la consolidación de una base científica que pueda ser llevada al entorno.
- *Revisión y fortalecimiento de las pasantías universitarias:* aunque existen beneficios para los actores involucrados, las críticas muestran que es necesario vincular el proceso de pasantías tanto a las dinámicas relativas

al fortalecimiento de los planes de estudio de los diferentes programas como a los procesos de investigación aplicada que desarrollan los grupos de investigación, de manera que la universidad contribuya de forma efectiva a la solución de las problemáticas que se presentan en las diferentes organizaciones productivas, sociales y del Estado.

- *Fortalecimiento de redes de apoyo:* las redes de apoyo son un efectivo canal de comunicación entre los actores que es necesario consolidar si se desea que haya interacción dinámica entre los centros-grupos de investigación de la región (en las diferentes áreas del conocimiento) y las empresas, el Estado y los demás actores interesados. Establecer una infraestructura que favorezca estas interacciones requiere de la construcción de puentes entre el Gobierno, las universidades y las organizaciones de manera transdisciplinaria, para el aprovechamiento del capital humano y las capacidades científicas y tecnológicas existentes (Pineda y Morales, 2010).
- *Generación de estructuras de soporte a la extensión:* una acción fundamental para el adecuado desarrollo de la extensión es la generación de una cultura y estructura organizacionales que sustenten adecuadamente la función de extensión, a fin de evitar las limitaciones de enfoque que ya fueron señaladas.

El emprendimiento en las universidades

El inicio de la enseñanza del emprendimiento tuvo su origen en los Estados Unidos con Miles Mace, orientando el primer curso de emprendimiento en febrero de 1947, en la Escuela de Administración de Harvard. El propósito de dicho curso era el de capacitar a los ex combatientes de la Segunda Guerra Mundial para el mercado de trabajo, principalmente en lo concerniente a generación de autoempleo (Katz, 2003; citado en Henrique y Da Cunha, 2008).

En primera instancia, es importante reiterar que la función de extensión o proyección social no puede limitarse exclusivamente al desarrollo del emprendimiento o, aún peor, solo al emprendimiento empresarial, dadas las razones ya señaladas en el primer segmento. Así lo entienden algunas de las universidades más reconocidas en el país, en las que se considera al emprendimiento como uno más de los mecanismos de interrelación de la universidad con el entorno.

Sin embargo, en esta parte del documento se reivindica al emprendimiento como una de las modalidades o campos de acción de la función de extensión cuyo papel ha sido reconocido como de gran importancia para las universidades y para la sociedad (Alvarado y Rivera, 2011).

En este sentido, a continuación, se establecerán las razones de esta relevancia y la justificación del emprendimiento a partir de las tres funciones sustantivas de la universidad. En el desarrollo de este tema se establecen los conceptos fundamentales del emprendimiento.

La importancia del emprendimiento en la educación superior

En los últimos años, se ha hecho evidente que las instituciones de educación superior (IES) han incorporado el tema del emprendimiento a sus procesos de formación, extensión e investigación, con diferentes énfasis, estrategias y acciones, debido a la importancia que se le ha dado en función del desarrollo económico y social. Los gobiernos también lo han vinculado dentro de sus agendas y han estructurado planes, programas y proyectos para fortalecerlo (Gibb y Hannon, 2007), entendiendo que su promoción puede contribuir al desarrollo económico y social de los países (Alvarado y Rivera, 2011; Cardona *et al.*, 2008; Gámez, 2009; Rosa y Bowes, 1990, citados en Gómez y Satizábal, 2011).

En general, el fenómeno del emprendimiento puede entenderse como "la combinación entre la actitud y la capacidad de la persona, que le permiten llevar a cabo nuevos proyectos de cualquier índole, generalmente creativo. Se puede decir que el emprendimiento es la acción de convertir una idea (abstracta) en algo concreto (real)" (Morales, 2009). Por tanto, de forma amplia, el emprendimiento no necesariamente está relacionado con la creación de una organización o el beneficio económico; tal como lo señala Kunkel (1991, citado en Dehter, 2002), "El 'ser emprendedor' no está ligado inextricablemente a la idea de 'negocio lucrativo', ni a la 'innovación aplicada a la creación o mejora de bienes o servicios', ni al autoempleo o la satisfacción de necesidades económicas personales".

Lo anterior se esclarece completamente si se considera que el origen etimológico de la palabra emprendimiento "deriva del término francés *entrepreneur*, que significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo" (Rodríguez, 2009), pero puede volverse difusa si se considera la traducción del término inglés *entrepreneurship* pues, dada su ambigüedad, puede llegar a ser traducida como emprendimiento, empresarialidad, espíritu emprendedor, empresariado o incluso la de emprendedurismo (Gutiérrez, 2011).

El concepto de emprendimiento (*entrepreneurship*) designa la práctica de impulsar nuevas organizaciones, revitalizar organizaciones maduras e innovar creando nuevos negocios y proyectos en respuesta a la identificación de nuevas oportunidades. Incluye la creatividad, la innovación, la asunción de riesgos y la capacidad de planificar y gestionar proyectos. La competencia emprendedora incluye conocimientos, actitudes, habilidades, comportamientos y motivación. Algunos de estos atributos pueden ser inconscientes, otros innatos, mientras que otros se adquieren a lo largo del proceso de aprendizaje y formación.

La inclusión de este concepto en la educación superior se ha visto justificada a partir de planteamientos como el de la Unesco (1998), que en su Declaración Mundial sobre la Educación Superior para el siglo XXI, afirma que el rol de la universidad debe contemplar la necesidad de llevar los conocimientos al mundo del trabajo, y preocuparse por las acciones para "aprender a emprender y

fomentar el espíritu de iniciativa", con el fin de facilitar las condiciones de trabajo una vez concluida su formación profesional.

El reto para las universidades parece ser, entonces, la formación de individuos capaces de iniciar proyectos de distinta índole (económicos, políticos, públicos o sociales), de propiciar el cambio y el crecimiento de beneficios colectivos o, incluso, de asumir riesgos moderados y calculados como el que implica la creación de una empresa (Ecotec, 2007). La formación, por tanto, deberá fundamentarse en motivadores diferentes a la necesidad, la supervivencia económica o la generación de riqueza, con proyección siempre hacia el futuro (Fontela, Guzmán, Pérez y Santos, 2006), pues la capacitación para los negocios y para la creación y administración de empresas no es suficiente para el desarrollo de las competencias propias de un emprendedor (Kirby, 2004). Esto habrá de ser uno de los principales diferenciadores entre el emprendimiento comercial y el emprendimiento social (Guzmán y Trujillo, 2008).

Se consideran entonces, como premisas fundamentales en la formación del emprendedor las siguientes habilidades: técnicas (comunicación oral y escrita, trabajo en red), de gestión empresarial (planeación y conocimientos técnicos) y personales (asumir riesgos, innovación y constancia) (Hisrich, Peters y Shepherd, 2005; Kirby, 2004; Sarasvathy, 2001).

Por ello es que este autor considera que:

El importante rol de las nuevas empresas creadas por egresados universitarios [...] es especialmente crucial en los países emergentes como Argentina (y América Latina en general) ya que la estructura industrial está compuesta por firmas de sectores tradicionales caracterizados por un relativamente bajo o moderado contenido tecnológico y que no juegan un rol importante como "organizaciones incubadoras" de nuevos emprendedores dinámicos (Kantis et al., 2001, p. 4).

El autor realiza un estudio en Argentina para identificar las diferencias existentes entre emprendedores universitarios y aquellos que no lo son. Encuentra que las empresas creadas por emprendedores de base universitaria se caracterizan por tener un perfil más calificado en cuanto a su mayor dinamismo, el talento humano que vinculan y el tipo de oportunidades que aprovechan, y porque aportan a la diversificación y el enriquecimiento de la industria; ello justifica la necesidad de promoverlas.

En este mismo sentido, Löbler (2006, citado por Toca, 2010) afirma que, en ambientes diversos, cambiantes e inciertos, los individuos deben formarse en emprendimiento, aprender a tomar buenas decisiones y a conducir iniciativas o proyectos, a generar sus propias respuestas frente a los acontecimientos del entorno, a dejar de buscar soluciones en experiencias pasadas y a aprender más sobre el saber que sobre el hacer.

También, en Argentina Benegas y De Alto (2013) reflexionan en torno a la formación de ingenieros para una sociedad en transformación hacia la

reindustrialización y el desarrollo tecnológico. Esta formación, requiere nuevos diseños curriculares, métodos pedagógicos y competencias por parte de los estudiantes. Por este motivo, es preciso incorporar nuevos ejes temáticos en el currículo: Ingeniería y conocimiento, innovación, empresarialidad, desarrollo local y desarrollo tecnológico. Consideran que en la actualidad estos temas se desarrollan de manera fragmentaria, inconexa y a-sistémica. Con el objetivo de contribuir a generar en los futuros ingenieros una nueva cultura emprendedora e innovadora.

Desarrollo del emprendimiento a partir de las tres funciones sustantivas

Si se observa cómo se integra el emprendimiento en las tres funciones de la universidad, se encuentra un énfasis en lo que compete a la formación: en la mayoría de instituciones se implementan y desarrollan programas, cursos y talleres de apoyo a los emprendedores, en algunos casos incorporados a la malla curricular, en otros, abiertos a los estudiantes que están interesados en el tema. Algunos críticos, sin embargo, advierten que en muchas instituciones los programas o cursos para emprendedores están más orientados a la elaboración de planes de negocio y seminarios sobre finanzas, *marketing*, marcos legales o descripciones del emprendedor, y que dejan de lado el desarrollo del capital social, es decir, los recursos individuales y las competencias específicas que permiten a las personas interactuar más efectivamente con otras. Estas cobran gran importancia para los emprendedores en aspectos como la selección de socios, la conformación de equipos y alianzas, el contacto con clientes e inversionistas, etc.

Desarrollo en la investigación

La investigación en el tema de emprendimiento también presenta diversos desarrollos y énfasis de acuerdo con los intereses particulares de los investigadores del fenómeno, con los avances de los diversos grupos de investigación que se han conformado en torno al tema o con la importancia que le han otorgado las diferentes instituciones al emprendimiento.

Actualmente se constata que se están diseñando y poniendo en marcha acciones concretas para el fomento del emprendimiento en los estudios universitarios, si bien existe una visión bastante restringida del término emprendimiento, pues se asimila a «crear empresas» o «montar tu propio negocio». En este sentido, se confirma la generalización de un punto de vista comercial y estrictamente mercantilista del término, sin que haya muchas opciones de transferencia a otros contextos (ámbito social, educativo, sanitario, etc.), dado que no está muy extendida ni aceptada una visión amplia del emprendimiento, aquella que podría asociarse a competencias o actitudes emprendedoras como, por ejemplo, tener iniciativa personal y capacidad para asumir riesgos y responsabilidades o para trabajar en equipo.

En los diferentes eventos académicos, tanto en Colombia como en Latinoamérica, se puede evidenciar que el tema se constituye como un nuevo eje temático en torno al cual se reúnen un buen número de investigadores con

diversas propuestas, metodologías y resultados que pretenden ampliar el cuerpo de conocimientos que existe sobre el emprendimiento. De esta forma, "el emprendimiento como temática de estudio de las ciencias económicas y de la gestión fue creciendo hasta configurar, sino un campo de investigación, al menos un interés emergente entre los investigadores que tratan de precisar las características de este fenómeno y en especial de analizar su estatus epistemológico" (Alvarado y Rivera, 2011, p. 63).

En tal sentido, aunque en el país no hay una base de datos que agrupe los estudios e investigaciones que se han llevado a cabo, en la plataforma Scienti de Colciencias se puede identificar que los grupos interesados en el tema han aumentado en la última década y se han desarrollado en instituciones de diferentes partes del país. En la actualidad, se pueden identificar nueve grupos visibles, aunque es posible encontrar estudios referentes al tema en otros grupos.

Al realizar una agrupación preliminar de los estudios llevados a cabo por los diferentes grupos de investigación, se pueden encontrar las siguientes categorías:

Formación: proyectos relacionados con los procesos de formación (cátedras y otras actividades) que adelantan las instituciones educativas. Se mide también con alguna frecuencia la actividad emprendedora de los egresados de cada universidad.

Incubación: proyectos relacionados con creaciones de centros o entes encargados de apoyar la creación de empresas.

Pymes: proyectos que abordan diversas problemáticas de la pequeña y la mediana empresa desde la perspectiva del emprendimiento.

Empresarios: proyectos realizados teniendo como eje la historia empresarial colombiana o perfiles empresariales actuales.

Oportunidades: proyectos relacionados con la identificación de ideas de negocio.

Sectores: estudios que dan cuenta de la problemática específica de empresas y empresarios en algunos sectores económicos.

Finanzas: proyectos centrados en aspectos financieros de las empresas o los emprendedores.

Esta clasificación, muy general, permite identificar las tendencias y los intereses de los académicos que desean contribuir a generar conocimientos sobre el tema del emprendimiento.

Desarrollo en la extensión

Respecto a la función de extensión, el emprendimiento se liga con la visión actual de que la universidad es un agente de transferencia de conocimiento y de tecnología, y de que la base de este proceso son la innovación y el

emprendimiento, teniendo siempre como fin último el compromiso social con el entorno en el que actúa e influye.

Bueno, Casani y Lizcano (1999), plantean que esta visión de la extensión se enmarca en el conjunto de actividades que las universidades llevan a cabo con los diferentes agentes sociales con los que se relacionan y a los que transfieren su conocimiento; en la transferencia de I+D que, en suma, genera la innovación que la sociedad reclama; en los esfuerzos que responden al compromiso social que tienen con su entorno como servicio público y en la generación de ingresos adicionales, aunque este no sea el objetivo último. Estos ingresos se derivan del proceso de comercialización tecnológica de los recursos universitarios.

Plantean los autores, que esto responde a la visión proactiva de la universidad para llevar a cabo acciones de desarrollo tecnológico, asistencia técnica, programas de formación continua, programas de posgrado y contratos de investigación, entre otras actividades, con corporaciones, fundaciones, empresas, entidades gubernamentales, asociaciones, etc. Se propone, entonces, una "tercera misión" de la universidad, a través de su actividad emprendedora, es decir, una misión construida visualizando una universidad para la transferencia de I+D o del conocimiento tecno-científico.

Condiciones estructurales que favorecen el emprendimiento universitario

Como ocurre con la mayoría de aspectos de la realidad, el emprendimiento no se genera de forma espontánea y aislada, sino que se origina y depende de otros aspectos. Por tanto, para la comprensión y potenciación del emprendimiento se requiere de un conocimiento de los demás factores que lo afectan, es decir, la comprensión de aquellos aspectos que constituyen lo que se puede denominar *la estructura para el emprendimiento*.

En este apartado se van a evidenciar las variables que son consideradas como de mayor importancia para el fenómeno del emprendimiento y que, por supuesto, deberían ser tenidas en cuenta en el desarrollo de cualquier iniciativa de generación o fortalecimiento de este tipo de programas, ya sea en el entorno universitario, en el ámbito normativo o en el contexto organizacional.

En cuanto a la estructura requerida para el emprendimiento, es claro que en ella intervienen tanto factores económicos como aspectos sociales, culturales, políticos, ambientales, tecnológicos, etc. Por tanto, sin una adecuada estructura para el emprendimiento, cualquier esfuerzo que se realice para fomentarlo se constituirá en una acción aislada y con poca probabilidad de éxito.

Así, el emprendimiento requiere de la construcción de un ambiente propicio, que se encuentre más allá de las buenas intenciones y los propósitos gubernamentales, organizacionales o individuales, y de fines coyunturales, y que lleva a transitar hacia la intervención de los verdaderos factores que pueden limitar o impedir su adecuado desarrollo (aspectos estructurales). Kunkel (1991, citado en Dehter, 2002) considera que estos factores

intervinientes pueden ser determinados por tres actores fundamentales: el Estado, las instituciones de educación superior y las empresas.

También es fundamental la formación del profesorado universitario. Se requiere una formación encaminada a conocer, trabajar y poner en práctica las diferentes competencias emprendedoras. Una formación transversal que realice una primera aproximación a este conjunto de competencias, la cual podría llevarse a cabo desde instancias institucionales. Una formación básicamente de carácter práctico y que sobre todo oriente el aparato metodológico y de estrategias concretas para trabajar el emprendimiento en las aulas universitarias.

En cuanto a las empresas, las variables sobre las que pueden intervenir para facilitar el desarrollo del emprendimiento son: fomentar el intraemprendimiento, la eliminación de los esquemas jerárquicos, el favorecimiento del comportamiento emprendedor, la creación de cultura de emprendimiento, la transmisión del emprendimiento a las asociaciones empresariales y profesionales, la promoción de las fortalezas de los intraemprendedores y la generación de sistemas de incentivos para retener a la gente creativa.

Por su parte, a partir de varios autores, Vesga (s. f.) ha planteado la existencia de tres niveles interactuantes que determinan el desarrollo del emprendimiento innovador:

En el nivel macro establece los componentes del entorno que afectan favorablemente a las organizaciones e individuos para emprender, a saber: a) mayor grado de producto per cápita, b) mayor tamaño del mercado, c) libertad para competir y mayores garantías para las empresas pequeñas, d) el uso de tecnologías y e) fluctuaciones favorables en las variables demográficas.

En el nivel de las empresas, este autor establece como variables que favorecen el emprendimiento las siguientes: a) la determinación de la estrategia y el compromiso con ella, b) el aseguramiento de los recursos y las capacidades para generar ventajas sostenibles, c) una cultura organizacional abierta, con jerarquías planas y multidisciplinares, y compromiso de la dirección con la innovación, y d) decisiones alineadas con los intereses de largo plazo de la organización. Paralelamente, en este nivel están las universidades que pueden favorecer el emprendimiento en: a) la producción del conocimiento, b) la difusión del conocimiento y c) la aplicación del conocimiento.

En el tercer nivel, el de los individuos, el emprendimiento se favorece a través de los siguientes aspectos: a) el alto nivel educativo, b) el desarrollo de habilidades venidas de la experiencia, c) el desarrollo de la capacidad de identificar oportunidades y atender necesidades, d) la disposición para el riesgo con la promesa de ganancias y e) la existencia de las cualidades o los recursos psicológicos requeridos (creatividad, perseverancia, iniciativa, autonomía, motivación, entre otras).

Este autor establece que las variables que pueden intervenir para afectar las variables ya mencionadas son de dos tipos: las que conectan el nivel macro y el empresarial (instituciones, políticas gubernamentales y reglas de juego; infraestructura del país; acceso a capital para crecimiento; conocimiento sobre operación de la innovación y pertenencia a redes de este tipo; efectividad de la relación universidad-empresa) y variables que conectan el nivel macro y el de los individuos (instituciones y reglas de juego para la creación de empresas, acceso a capital para creación de empresas, incentivos para el comportamiento innovador, reducción del riesgo mediante la disponibilidad de información sobre oportunidades y pertenencia a redes que ayuden a superar las barreras)

CONCLUSIONES

En los últimos años, las universidades han implementado nuevos modelos para hacer frente a las demandas sociales, debido a las elevadas tasas de desempleo juvenil, a la reducción de los presupuestos en educación y al aumento de la competencia de los sujetos de gestión. Ante esta situación, las universidades, que a su vez forman parte de sus respectivos ecosistemas de emprendimiento e innovación, requieren de una actitud proactiva y de una interconexión constante con sus stakeholders.

En América Latina, a pesar de los avances observados en ambos ecosistemas, no hay evidencia suficiente para reconocer que es hay una sociedad emprendedora y que cuyo crecimiento, competitividad y sostenibilidad esté relacionado con las iniciativas emprendedoras. En este sentido, uno de los principales retos sería la transformación de la sociedad actual hacia una sociedad más emprendedora.

BIBLIOGRAFÍA

- AA. VV. (2014) *Estado del arte sobre emprendimiento universitario*, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Asociación Colombiana de Universidades
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Alvarado, O. y Rivera, W. F. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. *Cuadernos de Administración* (45), 61-74.
- Álvarez C. y Urbano D. (2011). Environmental factors and entrepreneurial activity in Latin America. *Revista Latinoamericana de Administración-Cladea*, 48, 31-45.
- Ararat, J. (2010). La ideología del emprendimiento. Una mirada desde el análisis crítico del discurso. *Revista Administer*, 17, 5-33.
- Autio, E.; Kenney, M.; Mustar, P.; Siegel, D.; Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, 7, 1097-1108.
- Benegas, M; De Alto, B. (2013) *Exi2 – Espacio, ingeniería e innovación*. Ponencia presentada en: Formando comunidades para el emprendimiento sustentable: VII Workshop Red Emprendesur. Medellín.
- Briceño, M. (2009). La innovación como accionante del emprendimiento en las organizaciones. *Borradores de Administración*, 31, 1-21.

- Bueno, E., Casani, F. y Lizcano, J. (1999). Formación de la estrategia empresarial: un análisis de las dinámicas del proceso estrategia. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 100, 195-217.
- Cardona A. M., Vera A. L. y Tabares Quiroz, J. (2008). Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura y fondo emprender en Medellín. *Cuadernos de investigación* (69), 64.
- Christensen, S. (2005). Enabling intrapreneurship: the case of a knowledge-intensive industrial company. *European Journal of Innovation Management*, 8 (3), 305- 318.
- Dehter, M. (2002). *El ser emprendedor: modelo para desarrollar comportamiento emprendedor individual y corporativo*. Recuperado el 3 de enero de 2014 de: <https://www.u-cursos.cl/ingenieria/2005/1/IN505/1/buscador/?q=ser+emprendedor>.
- Ecotec (2007). Design and implementation of the pilot action "ERASMUS for young entrepreneurs". Enterprise and industry. Working Paper, 2.
- Etzkowitz, H. (2002). The Triple Helix of University-Industry-Government Implications for Policy and Evaluation. *Working Paper Science Policy Institute*, 11.
- Etzkowitz, H. (2004). The evolution of the entrepreneurial university. *International Journal of Technology and Globalisation*, 1 (1), 64 - 77.
- Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix University Industry Government Relations: A laboratory for Knowledge based Economic Development. *EASST Review*, 14, 14-19.
- Fontela, E., Guzmán, J., Pérez, M. y Santos, F. (2006). *The art of entrepreneurial foresight*. Madrid: Universidad Antonio de Nebrija.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires: Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. Recuperado el 1 de enero de 2014 de: http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf
- Gámez, J. (2009). Aproximación a los modelos de emprendimiento. *Management*, 18 (31), 153-170.
- González, A. (2011) *Aprender a emprender*. Extoicos. 2: 108 – 110
- Guerrero, M. y Urbano, D. (2014) *Emprendimiento e innovación: realidades y retos de las universidades españolas*: Ministerio de Economía y Competitividad de España.
- Henrique, D. & Da Cunha, S. (2008) *Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreend-edorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais*. Administração Mackenzie, 9(5) 112-136.
- Parra, R; Mesa, J.H; Correal, S. (2009) *La historia del empresarismo en EAFIT*. Revista Universidad EAFIT. 45 (154) 78 – 97

