

Desafíos de la universidad emprendedora, acercamientos para su gestión

Guadalupe Gonzalez-Garcia¹

Emanuel Ferreira-Leite²

Darline Maria Santos Bulhões³

Resumen: Este texto se circunscribe en la reflexión con el fin de contribuir al debate sobre cómo desarrollar la universidad emprendedora en un proceso en el que juega un papel clave en la transferencia de tecnología y conocimiento. Pretende aportar a la consolidación de la universidad como formadora de emprendedores capaces de responder de manera oportuna a las legítimas aspiraciones de la sociedad moderna que está transformando el conocimiento en riqueza. La capacidad para llevar a cabo emprendimientos es fundamental para la prosperidad de la humanidad.

Palabras clave: Emprendedurismo; Transferencia de Tecnología y Conocimiento; Universidad Emprendedora.

Challenges of the Entrepreneurial University, approaches for its management

Abstract: This text is limited to the reflection made by the authors in order to contribute to the debate on how to develop the entrepreneurial university, in a process in which plays a key role in the transfer of technology and knowledge. It is intended that this work will contribute to the consolidation of the university as a trainer of entrepreneurs able to respond in a timely manner, the legitimate aspirations of the modern society that is transforming knowledge into wealth. Freedom to undertake ventures should also be one because people with knowledge equals more wealth generation. The ability to carry out projects is essential for the prosperity of mankind. It's not greed that drives successful societies.

Keywords: Entrepreneurship; Transfer of Technology and Knowledge; Entrepreneurial University.

1. Introducción

Si reflexionamos en la cuestión de que los jóvenes tienen derechos claramente establecidos a través de los principios universales (Naciones Unidas) para desarrollar todo su potencial en el ámbito laboral como son: la universalidad, la indivisibilidad, la igualdad, y la eficiencia; esto implica para las universidades que una parte importante al formar profesionistas incluya el *emprendimiento* o *emprededurismo*. Desde el punto de vista del perfil del egresado debiera estar considerado, ya que al dejar las aulas se estarán insertando en el ámbito laboral. Y es que es que acontece que a lo largo del desarrollo académico del estudiante que puede ir fomentando habilidades a través de los contenidos de los programas de estudio.

¹ Doutora e Mestre em Administração por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX). Professora de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMEX). Endereço Postal: Paseo Universidad S/N, Ciudad Universitaria, 50110 Toluca de Lerdo, México. E-mail: ggonzalezga@uaemex.mx

² Pós-doutor em Inovação e Empreendedorismo pela Universidade de Aveiro (UA), Doutor em Ciências de Engenharia pela Universidade do Porto (UP), Mestre em Administração pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Graduado em Administração pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professor Adjunto da Universidade de Pernambuco (UPE).

³ Mestranda em Gestão do Desenvolvimento Local Sustentável pela Universidade de Pernambuco (UPE), Especialista em MBA em Planejamento e Gestão Organizacional pela Universidade de Pernambuco (UPE), Graduada em Administração pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP).

Otro elemento relevante al respecto, es el que establece la Organización Internacional de Trabajo (OIT) que acota que: la formación profesional consiste en “actividades que tienden a proporcionar la capacidad práctica, el saber y las actitudes necesarias para el trabajo en una ocupación o grupo de ocupaciones en cualquier rama de la actividad económica”, es decir las funciones sustantivas de las universidades también están encaminadas a proveer a los estudiantes de los contenidos teóricos y desarrollo de competencias con el fin de formarlos para la vida profesional, y esta vida profesional exige hoy en día ser emprendedor.

Es así que las universidades debieran formar emprendedores reconociendo el hecho de que la sociedad de servicios está reemplazando a la industrial, la economía está cambiando y las especializaciones tienden a desaparecer. Entonces la universidad requiere reenfocar su esfuerzo en la búsqueda de la formación de emprendedores capaces de encontrar los nichos de oportunidad en esta nueva sociedad. Desarrollar el espíritu emprendedor es necesario no sólo para la creación de nuevas empresas y por consiguiente nuevos empleos, sino también para la sostenibilidad de las que ya existen. Drucker (1985) ya en el último tercio del siglo XX aseveraba que ser emprendedor no es un rasgo del carácter, sino una conducta.

Desde finales del siglo pasado, en la perspectiva académica, el emprendimiento ha sido un área de estudio para muchos investigadores. Leite (2015) afirma que el emprendimiento no es una receta, sino más bien una necesidad del mercado y requiere compromiso con él. Se infiere entonces que el empleo para toda la vida tiene los días contados. Una nueva visión surge: lo que tenemos y tendremos en el futuro son las oportunidades de trabajo. Este hallazgo se produjo en el contexto de la llegada a la era del conocimiento (BULHÕES; VASCONCELOS; LEITE, 2016). Se puede hacer una observación interesante: en la sociedad rural, el hombre era el dueño de la máquina (entendiéndose que la máquina era un animal). En la sociedad industrial, el hombre era parte de una máquina (tramo de la cadena de producción). En la sociedad del conocimiento, volvemos a ser pastores. Ahora pastoreamos computadoras y contenidos en la nube.

2. Procedimientos Metodológicos

Esta investigación se realizó principalmente con apoyo de fuentes documentales. Asimismo y de manera profusa se plantean diferentes posturas que en opinión de los autores invitan a la reflexión y la discusión sobre el tema del emprendimiento o emprendedurismo y la universidad. Tiene el carácter de investigación exploratoria ya que este primer acercamiento tiene el propósito de destacar los aspectos fundamentales de la problemática relacionada con la universidad emprendedora y encontrar los cuestionamientos adecuados que den pie a investigaciones posteriores. La construcción del marco teórico es básico más no exhaustivo del tema en el sentido de compartir resultados relevantes en el tema.

3. Referencial Teórico

La Universidad actual enfrenta el desafío de cumplir en un entorno dinámico y complejo, sus funciones de docencia, investigación, difusión de la cultura y extensión, con mayores niveles de pertinencia, equidad, sentido de responsabilidad y cobertura con calidad, buscando un mayor impacto en las regiones

de la entidad donde brinda el servicio educativo. Para nuestros países latinoamericanos los retos son excepcionalmente demandantes. Sin afán de ser exhaustivos acercamos algunos artículos publicados, que llaman la atención a los autores.

Gutiérrez (2006) lleva a cabo un estudio en Venezuela para identificar el rol que tienen las universidades en la formación y desarrollo de la cultura emprendedora, interesándose principalmente en la perspectiva de desarrollo local. Mavila (2009) en su investigación realizada con estudiantes universitarios peruanos busca determinar los factores asociados a la capacidad de emprender de los jóvenes universitarios. Estos factores contribuirían a formulación de políticas educativas y formativas en términos de cultura empresarial. Pulgarin y Cardona (2011) identifican características globales del comportamiento emprendedor en estudiantes universitarios argentinos. Fischman y Hass (2011) estudiando el tema en diversas universidades de los Estados Unidos de Norteamérica contemplan tres tipos, predominando el nombrado así por ellos, como emprendedurismo educativo. Alvarado y Rivera (2011) aportan bases para estudiar la pertinencia de la educación en las universidades emprendedoras colombianas según los requerimientos regionales. En Costa Rica, Monge, Briones y García (2012) analizan el tema del académico emprendedor como factor para la creación de empresas desde las aulas universitarias. En México se encuentran también diversos estudios que abordan en tema de las habilidades emprendedoras en estudiantes universitarios como el caso de Núñez, Mercado y Madrigal (2014). Se aclara que, por el tamaño físico y poblacional del Estado mexicano, es justificable que existan estudios que aborden impacto social y desarrollo social desde diversas regiones, incluyendo algunos que se encuentran en proceso por parte de los propios autores del presente.

3.1 Universidad Emprendedora: bases para el inicio del emprendimiento, innovación y educación emprendedora

Las universidades pueden promover o inhibir el desarrollo de la conducta emprendedora. Sus estructuras y prácticas son capaces de generar un ambiente propicio para ello. Los impactos en la sociedad por el cambio de postura de una universidad tradicional a una emprendedora pueden poner de manifiesto un ambiente propicio para el emprendimiento, la innovación, la puesta en marcha de la incubación de empresas. Estudios recientes han demostrado que el espíritu empresarial es un comportamiento que no significa necesariamente la creación de empresas que buscan el lucro.

El estudio del *emprendimiento* o *emprendedurismo* es importante para los gestores en las instituciones no sólo porque el tema tiene un foco de atención permanente en nuestros días, ni tampoco porque puede generar retornos financieros en estas entidades educativas. Se retoma que la UNESCO (por sus siglas en inglés de United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) en su Declaración de Incheon 2030 (Corea) sobre la educación, reconoce la importancia que desempeña la educación como motor principal del desarrollo, así como clave para lograr el pleno empleo y la erradicación de la pobreza, para lo cual se requiere la equidad, la inclusión, la calidad y los resultados del aprendizaje, dentro de un enfoque del aprendizaje a lo largo de toda la vida.

Ante esto, generar intención y promover emprendimiento en los estudiantes de educación superior se vuelve una competencia necesaria de los programas de estudio. Los valores tradicionales de las entidades educativas actuales deben ser alineados con la demanda de la modernidad de nuevas formas de generación de conocimiento y la innovación tecnológica que puede ser estimulada por el emprendimiento.

La literatura sobre innovación y emprendimiento en la educación hace hincapié en que es necesario fundamentar lo que significa y cómo implementar esta filosofía. El surgimiento de la educación emprendedora como herramienta de gestión ha sido a menudo muy poco comprendida. Casi siempre se asocia como una técnica gerencial enfocada al logro de un esfuerzo por hacer más con menos. La aplicación de los principios de racionalidad económica en la educación genera grandes debates entre los educadores como gestores de emprendimiento educativo y son vistos con cierto escepticismo y a menudo con hostilidad. Se percibe al emprendimiento como algo más que la creación de una empresa y su gestión.

Debatir sobre la importancia del emprendimiento en la gestión educativa refleja una apreciación del tema basado en principios de sector privado. En los últimos años, sin embargo, su percepción en organizaciones públicas y sociales emerge con una visión de los valores que no están necesariamente relacionados con los resultados financieros. El emprendimiento provee a la institución educativa de instrumentos que se pueden asociar con valores modernos y tradicionales de la educación. Es interesante estudiar la forma de aplicar las experiencias de emprendimiento social en un contexto educativo, para llegar a un consenso sobre la aplicación de los principios emprendedores generalmente aceptados en la educación, entre los valores de una cultura educativa y la cultura del sector privado.

3.2 Hacia un modelo de Universidad Emprendedora

Hoy en día, hay una crisis de títulos de enseñanza superior y hay miles de profesionistas desempleados en todo el mundo. El problema está en saber si la universidad es capaz de construir respuestas educativas adaptadas a las diferentes expectativas, necesidades, características personales y proyectos de vida de nuestra juventud. Esto es tan importante como el diploma de educación superior. El mundo ha cambiado, y ha cambiado a un ritmo tan vertiginoso, que las preguntas serían: ¿cuál es la contribución de cada persona a la sociedad, qué significancia es tener un puesto de trabajo, qué es un trabajo, qué es el ocio, y hasta cuándo se debe dedicar tiempo para estudiar a lo largo de la vida?

Los estudiantes quieren tener acceso a una institución de educación superior que ofrezca educación continua, flexibilidad y equivalencia curricular globalizada centrada en las nuevas tecnologías y también emprendimiento. Internamente, una institución de educación superior emprendedora debe tener una gestión estratégica enfocada a los principios del emprendimiento: la pasión, la perseverancia, la paciencia, la prudencia y la práctica. Repensar la estructura funcional de una nueva cultura emprendedora puede ser implantada y puesta en práctica a través de un liderazgo emprendedor.

Muy difícilmente los sistemas educativos pueden ir de la mano y al mismo ritmo del cambio social. Es necesario preparar a las nuevas generaciones para adaptarse a un mercado de trabajo y una economía

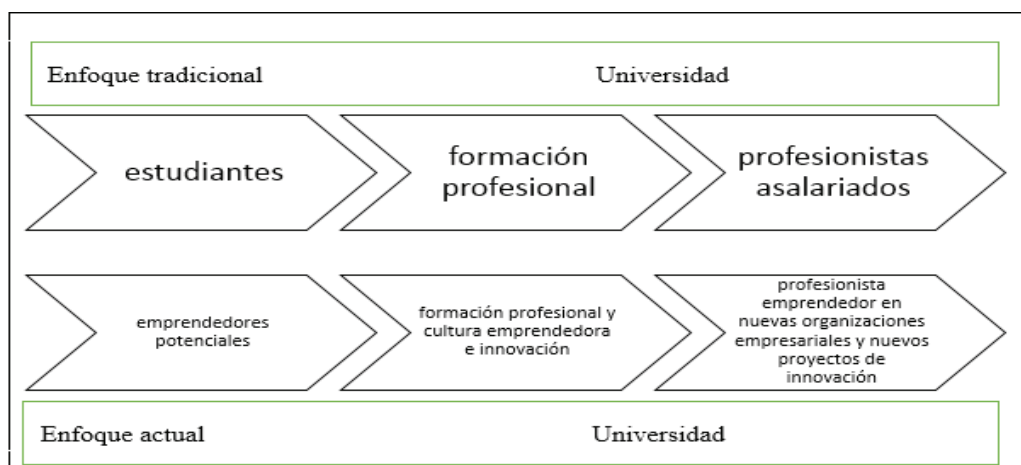
impregnada de gran incertidumbre que se caracteriza por la innovación técnica, la flexibilidad laboral y la globalización económica. Al sistema de educación superior emprendedor se le pide que sea capaz de preparar a los futuros emprendedores para la movilidad laboral y una mayor rotación entre las distintas opciones de negocio, promoviendo la alternancia crear-cerrar emprendimientos ante la “incertidumbre” y la “imprevisibilidad” del mundo de hoy. La universidad tiene que adoptar con urgencia un enfoque emprendedor porque se trata de un requisito reclamado hace mucho tiempo por la sociedad moderna.

Es así que la universidad emprendedora necesita directivos con un perfil emprendedor que perciban la realidad correctamente, saber cómo definir metas y objetivos claros, realistas y viables. Es imposible que una institución sea emprendedora si sus integrantes no saben qué se espera de ellos o están limitados por las medidas restrictivas para desarrollar su capacidad de crear e innovar, ejecutar o planear con la percepción de cambio siendo una constante, desarrollar habilidades a través del órgano de gobierno, buscar obstinadamente el éxito de cualquier institución en este proceso de transición para transformar el emprendedor universitario.

El debate sobre la cuestión de la enseñanza universitaria centrada en el emprendimiento ha generado mucha controversia y debate constructivo, muchos de sus críticos no se han dado cuenta de que la propuesta no sólo produce graduados para crear emprendimientos. El espíritu emprendedor es una mentalidad, un estilo de vida, una manera de estar en el mundo, implica que se han de asumir responsabilidades en las organizaciones, como empleados o empresarios mediante el desarrollo de una nueva forma de entender las transformaciones que se basan en criterios éticos para plantear y “crear” riqueza.

En las actividades universitarias tradicionales, la enseñanza, la investigación y la extensión están orientadas principalmente para la producción de conocimiento y la formación de especialistas. En el modelo de Universidad Emprendedora, se suma a los aspectos tradicionales de la tecnología (generación, adopción y transferencia) la formación de los emprendedores en respuesta a las demandas de la sociedad en un permanente estado de transformación (ver Figura 1).

Figura 1: Modelo de Universidad Emprendedora



Fuente: Leite (2015, p.429).

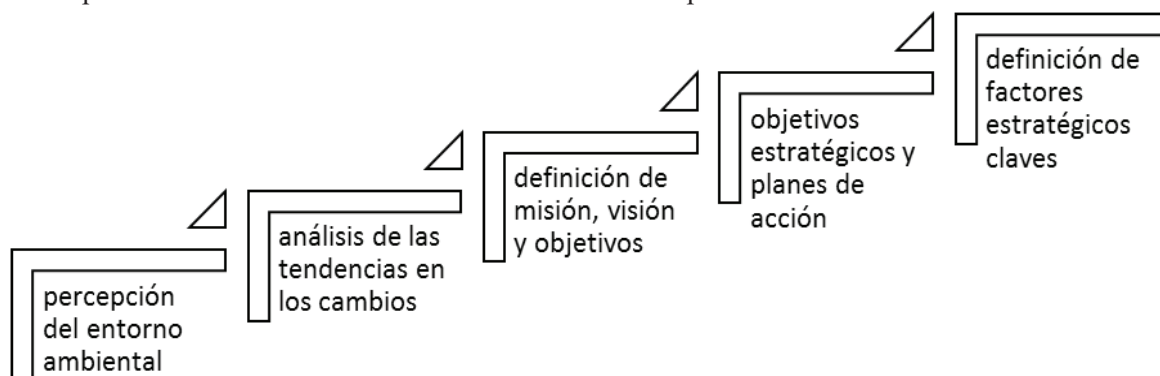
Tenemos que transformar la universidad tradicional en una institución proactiva como la Universidad Emprendedora que los tiempos requieren, formando profesionales con la capacidad de adaptarse a las condiciones ambientales cambiantes, contribuyendo en el desarrollo de habilidades que garanticen un comportamiento emprendedor en los alumnos, proporcionándoles capacidades de hacer frente a las posibilidades de éxito de un mundo con cada vez menos puestos de trabajo, pero con muchas oportunidades de trabajo.

Es importante dar a conocer resultados de investigaciones como un medio por el cual profesionistas, estudiantes, investigadores y la población en lo general sea influenciada por las ideas documentadas que permitan asimismo la generación de otros desarrollos investigativos que redunden en el beneficio de nuestra amada tierra latinoamericana (ÁLVAREZ et al., 2015).

3.3 La Gestión de la Universidad Emprendedora

La actividad empresarial ya no es más la empresa individual sino una red de empresas, clientes, competidores, universidades, centros de investigación e incluso el Estado a través de un sistema nacional de innovación, la creación de organizaciones inteligentes, que reaccionan con antelación al cambio ambiental rápido. Las incubadoras de empresas que están dentro de las alternativas que se han diseñado para crear un entorno de mayor protección en la creación e implementación de nuevas empresas. Para todo ello es recomendable tener un modelo a seguir como se muestra en la Figura 2.

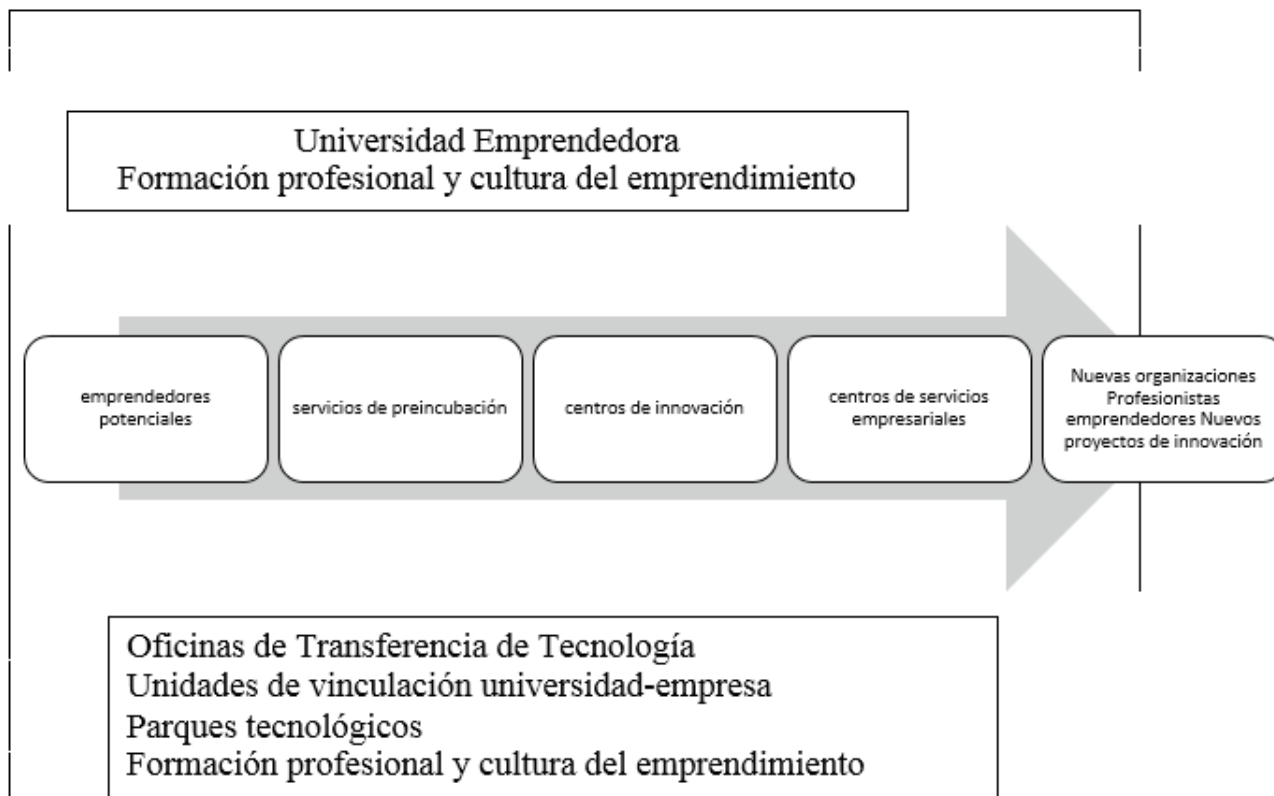
Figura 2: Propuesta de Modelo de Gestión de la Universidad Emprendedora



Fuente: Leite (2015, p.427).

Las universidades han desarrollado el proceso de transferencia de tecnología en todas sus unidades de enseñanza, al menos en el diseño curricular. Sin embargo, es necesario que esta sea sistemática, alentando cada vez más en la realidad de cada unidad. Las principales experiencias de las universidades se pueden resumir en: pregrado, cursos de postgrado, la formación continua, la investigación, tecnología de la información, hospitales universitarios, las empresas constituidas por profesores, empresas de consultoría, estudios integrales, entre otros. En el futuro, la perspectiva de una Universidad Emprendedora puede ser: parques tecnológicos, centro de alta tecnología, escuela de emprendedores, incubadora de empresas, entre otros, como aparece en la Figura 3.

Figura 3: Perspectiva de la Universidad Emprendedora



Fuente: Leite (2015, p.450)

En los últimos años se han institucionalizado y multiplicado las vinculaciones entre la academia y las compañías privadas. Este nuevo proceso se refleja en publicaciones conjuntas entre empleados de universidades y empresas, patentes solicitadas por investigadores y centros de estudio, actividades cooperativas de investigación y desarrollo, licencias o venta de propiedad intelectual, asistencia técnica, intercambios de información formales e informales y contratación de personal calificado entre lo más relevante.

La transformación también ha sido organizacional: han emergido un creciente número y diversidad de estructuras para que firmas privadas y universidades establezcan contactos y nuevas organizaciones (SHINN; ERWAN, 2006). La universidad, la sociedad y los negocios son socios debido a que:

- a) la universidad necesita recursos para lograr sus objetivos y ser útiles a la sociedad
- b) la empresa necesita conocimientos para ser competitiva
- c) la sociedad necesita de ambos para generar bienestar y mantener a ambos.

El avance en la colaboración entre ambos entes se ha dado a partir de una creciente dependencia de los presupuestos de investigación a prioridades industrialmente relevantes y se desarrollan programas que impulsan la promoción de actitudes empresariales en estudiantes y centros educativos (JACOB, 2003). Como universidad se requiere formar empresarios; una sociedad necesita de emprendedores (LEITE, 2015).

3.4 El emprendimiento y la Universidad Emprendedora

Emprender por su etimología está conformada por los sufijos “in: en,prehendere: tomar, sujetar”; iniciar una empresa. Empresa se conforma por: in/prehensa: tomada, capturada. Emprender según el contexto en que se utilice, puede tener dos acepciones: en los negocios, el emprendedor es un empresario o propietario de una empresa con fines de lucro, mientras que en el entorno académico más bien describe un perfil, un conjunto de características que hacen actuar a una persona de una manera determinada para demostrar ciertas competencias orientadas a definir y alcanzar objetivos (FINLEY, 1990; RONSTAD, 1985 citados por ALCARAZ, 2011).

Emprendedor por otro lado, es aquella persona u organización capaz de generar un nuevo proyecto de negocio o actividad que crea valor (JUÁREZ, 2012). *Emprendimiento* o *Emprendedurismo*, ambas palabras a manera de traducción de Entrepreneurship que es la forma de describir el espíritu emprendedor y es definido en el Diccionario de la Real Academia como “la cualidad del emprendedor”. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) lo define como: “cualquier intento llevado a cabo por los individuos para empezar una nueva empresa, incluyendo el de volverse auto-empleado”.

Existe consenso respecto a que los emprendedores, en general, poseen: necesidad de logro, una personalidad creativa e imaginativa, confianza en sus propias capacidades o autoconfianza, orientación a la acción y toma de iniciativa, una alta necesidad de independencia y de controlar situaciones, capacidad de negociación, alta propensión al riesgo y perseverancia (HORNADAY; ABOUD, 1970; GREEN et al., 1996; DEAKINS, 1996; citados por JARAMILLO; PÉREZ; CARDOSO, 2014). Apoyando estas premisas en el libro “Temas Selectos de Competitividad Organizacional” (ÁLVAREZ et al., 2014), Jaramillo et al (2014) indican los factores psicológicos que deben poseer un emprendedor: factores psicológicos: autoestima, control percibido interno, innovación, motivación de logro, riesgo, tolerancia a la ambigüedad.

Resultará una parte importante de estas características de las personas, entre otras cosas, el entorno familiar, educación, experiencias de vida, formas de pensamiento del medio ambiente en el que se inserta. Por lo tanto, la pregunta que surge es saber qué formas de intervención deben existir en las universidades para estimular el comportamiento emprendedor, la formación o el desarrollo de los individuos con estas características.

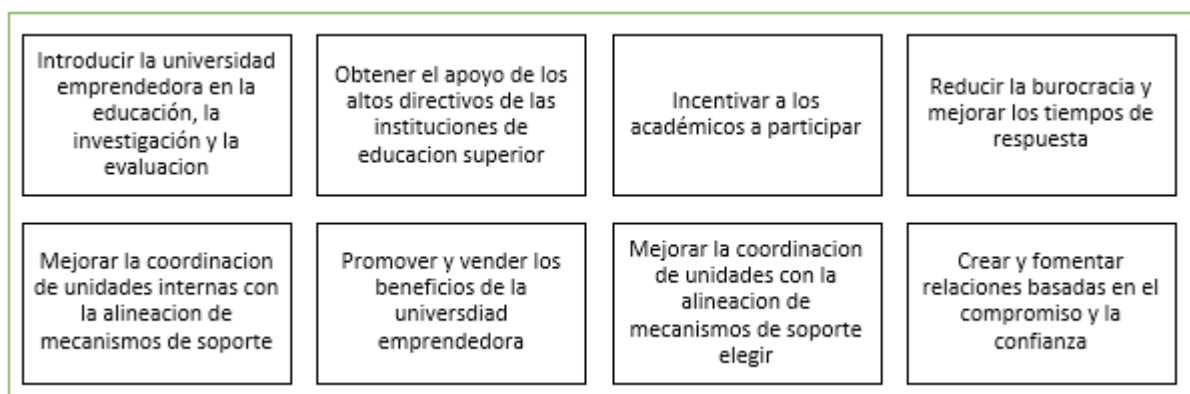
El *emprendimiento* es un proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades emprendedoras que conlleva empezar un nuevo negocio ofreciendo un producto o servicio a los consumidores. El emprendedor, por su parte, es la persona que descubre, evalúa y explota dicha oportunidad (SHANE; VENKATARAMAN, 2000). Formichella (2004) dice que en los años 80, Howard Stevenson de la Universidad de Harvard interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en oportunidades que en recursos. Esta reflexión ha sido de utilidad para apoyar el emprendimiento tanto en empresarios como en colaboradores de todo tipo de organizaciones.

Son muchas las fuerzas y factores que dan forma al emprendimiento: los procesos de innovación, el acceso a la tecnología, las oportunidades de más mercados y la existencia de un nuevo grupo de empresarios

que son más eficientes. Entre las recomendaciones para el futuro del emprendimiento que citan Brenes y Haar (2017) es que el sector privado trabaje en equipo con las universidades y centros de investigación para mejorar la cultura emprendedora.

En el mismo orden de ideas se pone de relieve que para la mejora continua en los procesos de formación de dicha cultura emprendedora, crucial para la interacción con las empresas, es sobre el pensar y actuar como emprendedores dentro de la universidad (BAAKEN; ROSSANO, 2016), La Figura 4 muestra los principales retos al respecto, resalta decir que el impacto del cambio cultural toma tiempo, por lo que es imprescindible un enfoque de largo plazo.

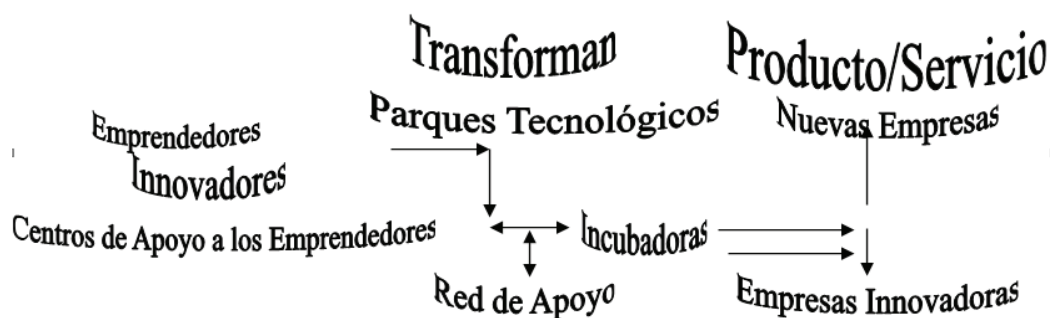
Figura 4: Principales retos hacia la formación de cultura en la Universidad Emprendedora



Fuente: Elaboración propia con base a Baaken y Rossano (2016)

La Universidad Emprendedora ofrece a los estudiantes la capacidad de explicar por qué las cosas suceden de cierta manera, darse cuenta de las dimensiones descriptivas junto con las competencias asociadas a la práctica, redes que exigen saber que cierto conocimiento tiene cierto desarrollo y dónde se está aplicando (ver Figura 5).

Figura 5: Cadena Productiva de Emprendimiento e Innovación



Fuente: Leite (2006, p.287)

La materia prima de la industria del conocimiento es el emprendedor como se puede observar.

La competitividad es un problema de valores, aptitudes, actitudes, conocimientos y recursos. La actitud emprendedora no se decreta, sino que se forma, y está directamente relacionada con la innovación, necesita un ambiente de apoyo y un entorno favorable. La educación formal, a pesar de las limitaciones significativas al desarrollo de las características emprendedoras de las personas, tiene un papel importante, e incluso fundamental. Es a través de lo que hace que la transformación de la información en conocimiento - aprendizaje.

Este proceso de aprendizaje es el que generalmente se encuentra asociado primeramente con la formación de las personas, desde la escuela primaria hasta la universidad, así también mediante la lectura o en actividades de formación dirigidas, a lo largo de la vida. La segunda etapa está asociada a la adquisición de competencias mediante la integración de los conocimientos adquiridos –aprendizaje-. La aprehensión consiste en la aplicación de los conocimientos en nuevas situaciones, por lo general asociados con la interacción con el entorno circundante donde se obtiene información que permite establecer un know how. El tercer estado -la empresa- corresponde a la transformación de las competencias en capacidades, es decir, el “hacer con saber”. De hecho, la persona emprendedora se manifiesta a través de lo que sucede, lo que demuestra una combinación única de habilidades, que implican ciertos facultades y características que se materializan en las capacidades naturales y distintivas.

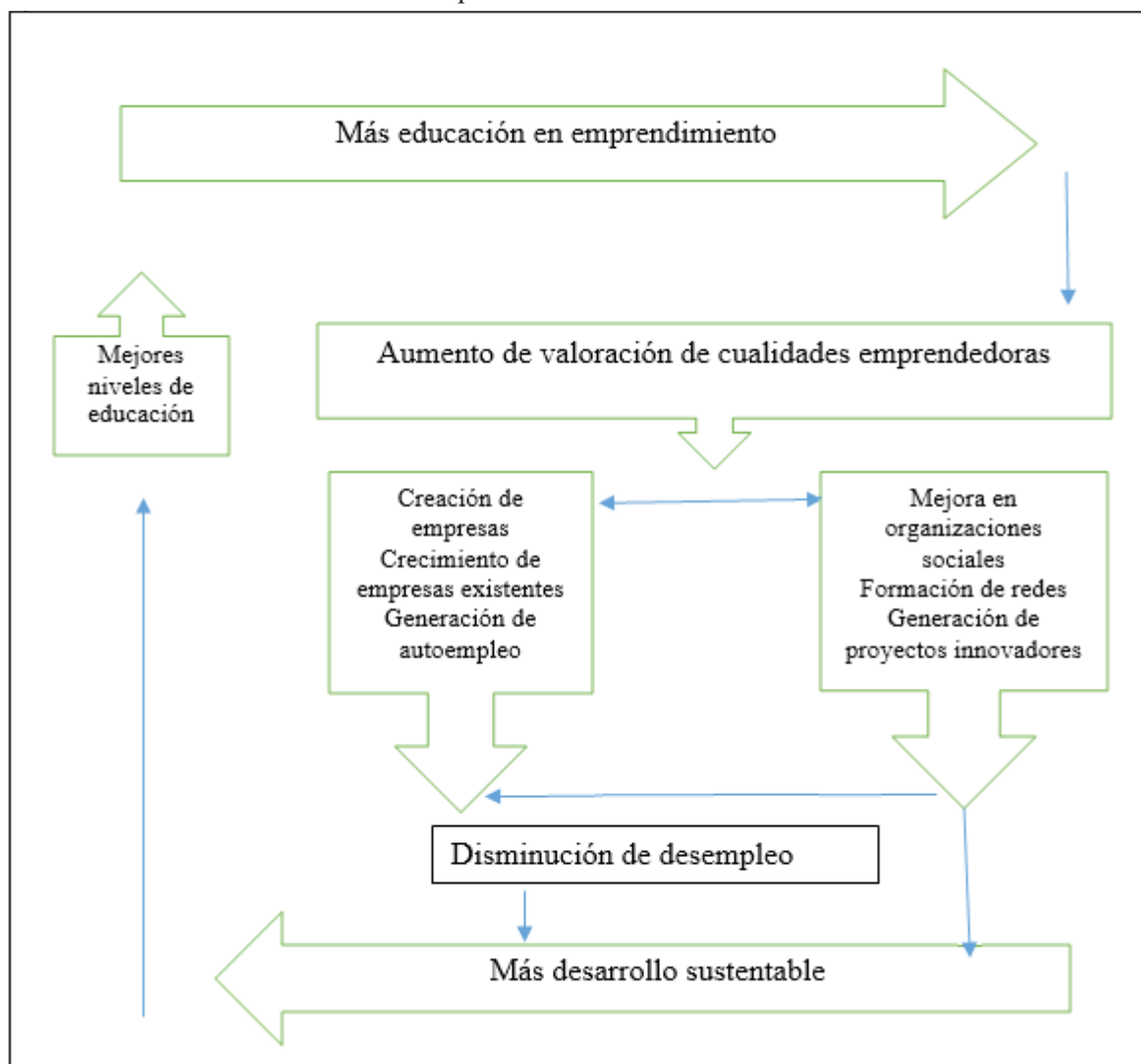
Al ser no lineal implica fuertes flujos y reflujos a lo largo de las tres etapas. Por ejemplo, se espera que la manifestación de las capacidades lleve a la identificación de competencias faltantes que induzcan nuevos procesos de aprendizaje, o que el ciclo de adquisición de competencias evidencie sucesivos conocimientos que son necesarios para incorporar su sedimentación. De este modo, el emprendedor es la persona capaz de actuar de acuerdo con esta dinámica, asimilando la información, la integración de los conocimientos y transformando las competencias en capacidades (capacidad emprendedora). Son ellos quienes soportan las organizaciones y las sociedades, protagonizando los comportamientos innovadores que permiten su desarrollo y afirmación.

La OCDE (por las siglas en inglés de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) formaliza lo que debe entenderse por competencia: “Es la capacidad para responder a las exigencias individuales o sociales para realizar una actividad o tarea (...) Cada competencia reposa sobre una combinación de habilidades prácticas y cognitivas interrelacionadas, conocimientos (incluyendo el conocimiento tácito), motivación, valores, actitudes, emociones y otros elementos sociales y comportamientos que pueden ser movilizados conjuntamente para actuar de manera eficaz” (Proyecto DeSeCo, de la OCDE, 2002, p.:8, tomado de ÁLVAREZ et al. 2014).

El sistema educativo debe contribuir para estimular una cultura emprendedora primordialmente a los más jóvenes, no sólo en la enseñanza superior sino también en nivel básico y secundario, contribuyendo a un medio y largo plazo para el empleo, el crecimiento, la competitividad y la innovación. A nivel de enseñanza superior, las instituciones deben tener un papel importante en la introducción de disciplinas de fomento al emprendimiento en sus cursos, ya sea para apoyo a la creación de empresas, spin-off y para la colaboración de sus investigadores y docentes con énfasis en la cultura empresarial. Estas medidas deben

facilitar la adquisición de competencias para resolver de forma independiente o con trabajo en equipo, la curiosidad y el aprendizaje continuo. El círculo virtuoso de la educación emprendedora es plasmado en la Figura 6:

Figura 6: Círculo virtuoso de la educación emprendedora



Fuente: Leite (2015, p.469)

3.5 Los desafíos de la universidad emprendedora

a. Misión. Posibilitar la creación de nuevos emprendimientos, a partir del “know-how” generados por los programas de enseñanza, extensión e investigación, con el fin de aumentar la competitividad de nuestros países.

b. Objetivo general. Aumentar la generación de nuevos emprendimientos a través de la interconexión, coordinación entre la capacidad de enseñanza y la capacidad de investigación de las universidades con las necesidades de la sociedad y de las empresas.

c. Objetivos específicos.

Utilizar la comunicación para difundir la cultura emprendedora

Difundir el pensamiento emprendedor.

Aumentar la competitividad de las universidades.

Generar puestos de trabajo

Promover emprendimientos que sirvan de modelo para otros emprendedores.

Fortalecer y enriquecer la educación superior a través de la docencia, investigación, extensión atendiendo a la realidad regional.

Transformar innovaciones tecnológicas en oportunidades de negocio.

d. Propagación del pensamiento emprendedor. Es importante diseñar programas y ejecutar acciones de universidad emprendedora:

- a) universidad emprendedora;
- b) club del emprendedor;
- c) la formación de emprendedores;
- d) el desarrollo de spin-off; y
- e) la formación de formadores de emprendedores

A modo de síntesis, se presentan las siguientes recomendaciones:

a) Acciones a corto plazo:

1) Se recomienda preparar un estudio sobre los obstáculos más importantes que limitan o condicionan el proceso de creación de empresas por parte de profesores, estudiantes y empleados de las universidades que pretendan incursionar en el modelo de universidad emprendedora.

2) Se recomienda preparar un estudio sobre las prácticas de formación en desacuerdo con las necesidades sentidas por los protagonistas del proceso de creación de empresas (nuevos emprendedores); y

3) Es necesario y muy útil para profundizar el debate que ahora comienza, de reflexión sobre los temas de la universidad emprendedora y la creación de empresas.

b) En lo general:

1) Proporcionar un servicio de incubación de negocios requiere: a) más de un diseño simple para alquilar oficinas; b) los criterios de selección estrictos; c) una seguridad razonable de preparación y estructuración de empresas, en la fuente de las incubadoras; d) pre-determinado período de rotación; e) los servicios mínimos de interés común; f) los niveles mínimos de rentabilidad de la propia incubadora;

2) Las principales dificultades encontradas en el proceso de creación de empresas residen en

general (ya sea para empresas de base tecnológica, ya sea para otros) en la ausencia de: buen conocimiento del mercado, capacidad de gestión y comercialización, formación específica en la creación empresas y la acción empresarial, financiación suficiente y fácilmente disponible, incentivos fiscales y del sistema burocrático; y

3) la promoción de actividades de transferencia de tecnología puede ser una forma de estimular el proceso de creación de empresas, a través de la producción de spin-off de las universidades.

c) De orden promocional:

Identificar las necesidades para poner en marcha campañas de promoción y valoración social del papel del emprendedor y el reconocimiento de sus méritos.

4. Conclusiones

A manera de conclusión podemos afirmar que la sociedad precisa urgentemente de mecanismos que contemplen acciones y tiempos en su sentido más como lienzo de trabajo que conduzca, en un futuro próximo a una sociedad emprendedora.

El modelo de organización en lo que hoy se basa la educación universitaria en todo el mundo está, en nuestra opinión, agotado. Tenemos que (re) institucionalizar y (re) inventar la educación superior basado en el espíritu empresarial.

La Universidad Emprendedora no se aleja de la tradicional, trabaja como una fina capa que lo cubre, dándole un nuevo rostro. Nunca se debe olvidar que la percepción de la universidad emprendedora se ha convertido en inseparable de la formación de las ideas, la reflexión, la creación y la crítica. La educación superior, la forma en que se ofrece hoy en día, está muy lejos de satisfacer las expectativas de una sociedad emprendedora. Tenemos que ir más allá del desarrollo de las competencias esenciales para el mundo del trabajo, es necesario desarrollar competencias esenciales para el éxito empresarial. Aprendizaje basado en la formación conceptual sólida y universal debe ser reforzada por el aprendizaje orientado a la práctica empresarial, el sistema de educación formal tiene que tomar ventaja de un sistema de desarrollo guiado por la gestión de competencias, además de desarrolla una cultura académica, también fomentar la cultura centrada en el espíritu emprendedor.

El papel tradicional de la universidad es la formación de personas competentes para generar el éxito de las instituciones y la comunidad. La universidad emprendedora va más allá cuando se propone formar ciudadanos competentes para absorber todas las enseñanzas de la universidad tradicional, preparar a las personas competentes para generar empresas exitosas y fomentar el espíritu emprendedor. Sin emprendedores, no hay nuevos negocios, por tanto no hay nuevos empleos. Y con el desempleo, los políticos pierden sus posiciones. Por lo tanto, es necesario crear un entorno más favorable para la aparición de nuevas empresas.

La creación de empresas de base tecnológica tiene el reto de convertir ideas en productos y servicios.

Para afrontar este reto tendrá que encontrar algo que diferencia su negocio de los demás y saber comunicar esto a sus clientes.

La confluencia de los poderes de conocimiento, información y tecnología de comunicación se manifiesta en su mejor forma en el Internet. El Internet se ha convertido en una herramienta para las grandes y las pequeñas empresas, sin olvidar la posibilidad de que la intranet ha mostrado su eficacia. Y luego hay un punto muy importante: En esta era de la información, la capacidad de la empresa para llegar a los consumidores a través de Internet es esencial porque cuando el comercio electrónico llega a ser realidad, ya no tienen que estar en el mercado para llegar a los clientes. Vivimos en la era del poder de la información, el negocio en línea, las fuerzas de ideas audaces. Las ideas son la nueva moneda del mundo de los negocios. Son las “ideas de negocio con un I mayúscula”.

Finalmente a manera de contribución a los modelos presentados en las Figuras 1 y 2, proponemos el desarrollo de cuatro estrategias fundamentales:

1) Creación de una base de datos de emprendedores y empresarios satisfechos con los resultados de programas universitarios que fomentan la cultura emprendedora. Los no satisfechos debieran estudiarse por separado para identificar áreas de oportunidad y mejora.

2) Asistencia y participación permanente a foros tanto académicos como empresariales, para asegurar la difusión de avances y resultados de los programas descritos en el punto anterior.

3) Identificación y realización de eventos que incentiven la cultura emprendedora, dirigidos tanto a estudiantes, como a docentes y egresados de nuestros espacios académicos.

4) Potenciar el uso de tecnologías de información y comunicación.

Considerando que el *emprendimiento* o *emprededurismo*, la innovación y la creatividad son prácticas aprendidas, es primordial que se desarrollen en ambientes motivadores, es por ello, que se debieran incluir en los planes de estudio como prácticas en ambientes reales. Asimismo, la estrategia de enseñanza aprendizaje que utilizan los docentes tiene mayor impacto y cobra relevancia, en la medida que rompen los modelos tradicionales de pensar, hacer, aprender y enseñar permitiendo estimular habilidades de exploración, análisis, diseño e investigación, para la comprensión práctica de las áreas del conocimiento, lo cual permitiría a los estudiantes ser personas innovadoras y creativas que asumen riesgos y compromisos sin miedo a emprender una idea exitosa. En el mismo orden de ideas, los programas de desarrollo de cultura emprendedora son parte de la formación integral de nuestros estudiantes, por lo que organizar talleres o cursos en esta materia, fomentar y dar a conocer la innovación así como promover la auto empleabilidad son acciones que debieran mantener su difusión permanente.

Referencias

ALCARAZ R., R. **El emprendedor de éxito**. Cuarta edición. México: Mc Graw Hill, 2011.

ALVARADO, M; RIVERA, M. Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales

emprendedores. **Cuadernos de Administración**, en línea v. 27, n. 45, pp. 61-74, 2011 Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=225019868005> Acceso en: 16 mar. 2018.

ÁLVAREZ, Julio et al. (Comp.). **Temas Selectos de Competitividad Organizacional: Desde el desarrollo de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional**. Toluca: Bonobos Editores S. de R.L. de C.V., 2014. 298 p. Disponible en: <http://www.rilco.org.mx/wp-content/uploads/2015/01/Libro-RILCO.pdf> ISBN 978-607-8099-68-9 Acceso en: 16 mar. 2018.

ÁLVAREZ, Julio et al (Comp.). **Estudios de competitividad, desarrollo social y sustentabilidad: Desde la visión de la Red de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional**. Toluca: Bonobos Editores S. de R.L. de C.V., 2015. 383 p. Disponible en: <http://www.rilco.org.mx/wp-content/uploads/2016/01/LIBRO-RILCO-2015.pdf>. ISBN 978-607-8099-84-9. Acceso en: 16 mar. 2018.

BAAKEN, T.; ROSSANO S. **Academic entrepreneurship: a science-to-business marketing prospective**. Knowledge and technology transfer in México and Germany. (pp. 99-115) México - Alemania: UAEH, 2016.

BRENES E. R.; HARR J. **El futuro del emprendimiento en Latinoamérica**. México: Cengage Learning, 2017.

BULHÕES, D. M. S.; VASCONCELOS; A. B. L.; LEITE, E. Trabalhabilidade: o caminho para o empreendedorismo. **International Journal of Professional Business Review**, v.1, n.1, p. 30-39, 2016. Disponible en: <http://openaccessoj.com/index.php/JBReview/article/view/5/8>. Acceso en 22 jun. 2017.

DRUCKER, P. **Innovation and Entrepreneurship: practices and principles**. New York; Harper & Row, 1985.

FISCHMAN, G.; HAAS, E. Nostalgia, emprendedorismo y redención: modelos discursivos sobre la universidad. **Revista Iberoamericana de Educación Superior**, v.II n.3 pp.3-34, 2011 Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=299124244001> Acceso en: 16 mar. 2018.

FORMICHELLA, M. M. **El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local**. Monografía. Argentina: Tres Arroyos, 2004.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP AND DEVELOPMENT INSTITUTE. Disponible en: <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/recuperado>. Acceso en: 30 mar. 2016.

GUTIÉRREZ, F; Desarrollo local - endógeno y el papel de las universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios sociodeprimidos. **Laurus**, v.12 n. 22 pp. 139-152, 2006 Disponible en <http://p.redalyc.org/articulo.oa?id=76102207>

JACOB, M. **Rethinking Science and Commodifying Knowledge, Policy Futures in Education**, v. 1, n. 1, p. 125-142, 2003.

JUÁREZ, L.F. **Principios de Contabilidad. Enfoque emprendedor**. México: Cengage, 2012.

LEITE, E. **O Fenômeno do empreendedorismo: criando riquezas**. 3ª ed. Recife: Edições Bagaço, 2002.

LEITE, E. **Empreendedorismo, Inovação, Incubação de Empresas e a Lei de Inovação**. Recife: Edições Bagaço, 2006.

LEITE, E. **O Fenômeno do Empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva, 2012.

LEITE, E. **Empreendedorismo, Inovação, Incubação de Empresas e a Lei de Inovação** Recife: Edições Bagaço, 2015.

MAVILA, D.; TINOCO, O.; CAMPOS, C. Factores influyentes en la capacidad emprendedora de los alumnos de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. **Industrial Data**, v. 12, n. 2, pp. 32-39. Editorial Universidad Nacional Mayor de San Marcos. 2009 Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81620150005> Acceso en: 16 mar. 2018.

MONGE, M.; BRIONES, A.; GARCIA, D. La creación de spin-off universitarias: caso del Tecnológico de Costa Rica. **Tecnología en Marcha**. v. 25, n. 2. pp. 98-117, 2012. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/260891661> Acceso en: 16 mar. 2018.

NUÑEZ, M.; MERCADO, P.; MADRIGAL, B. Autoestima y habilidades emprendedoras en estudiantes de ciencias económico-administrativas de la Universidad de Guadalajara -México. **COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo**, v. 5, n. 2, pp. 13-24, 2014. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449844868002> Acceso en: 16 mar. 2018.

PULGARÍN, S.; CARDONA, M. Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. **Revista Escuela de Administración de Negocios**, n. 71 pp. 22-39, 2011. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20623157003> Acceso en: 16 mar. 2018.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. **The Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p 217-226, 2000. Disponible en: <http://www.jstor.org/stable/25927> Acceso en: 16 mar. 2018.

SHINN, T.; ERWAN L. (2006). Paths of Comercial Knowledge: Forms and Consequences of University-enterprise Synergy. **Scientist-sponsored Firms, Research Policy**, v.35, n.10, p. 1465-1476.

UNESCO. **Declaración de Incheon: Educación 2030**. 2015. Disponible en: <http://es.unesco.org/world-education-forum-2015/about-forum/declaracion-de-incheon>. Acceso en: 30 mar. 2016.