

## **EL EMPRENDIMIENTO Y EL DESARROLLO EN LAS UNIVERSIDADES DEL SIGLO XXI**

AUTORES:           Edmundo José Jalón Arias<sup>1</sup>  
                          Galo Patricio Sánchez Castillo<sup>2</sup>  
                          Verónica Alexandra Ponce Álava<sup>3</sup>  
                          Mayra Elizabeth García Bravo<sup>4</sup>  
                          Pedro Enrique Díaz Córdova<sup>5</sup>

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: [edmunjal@gmail.com](mailto:edmunjal@gmail.com)

Fecha de recepción: 19-02-2018

Fecha de aceptación: 5-04-2018

### **RESUMEN**

El emprendimiento ha cobrado importancia en el ámbito académico y estatal dado su impacto positivo en el desarrollo económico y social de los países. En el contexto actual, el desconocimiento del perfil emprendedor del estudiante por parte de la universidad ocasiona que los recursos destinados a apoyar el emprendimiento universitario no se asignen eficientemente y se desperdicien esfuerzos que podrían generar negocios. Este trabajo tiene como objetivo explicar algunos elementos del emprendimiento y el desarrollo en las universidades. Se concluye que la formación de estudiantes con capacidad de crear empresa reflejará el involucramiento de la universidad con el desarrollo económico de la región y del país y su aporte a la creación de empleos sostenibles.

PALABRAS CLAVE: desarrollo; estudiantado; universidad.

## **ENTREPRENEURSHIP AND DEVELOPMENT IN THE UNIVERSITIES OF THE 21ST CENTURY**

### **ABSTRACT**

Entrepreneurship has gained importance in the academic and state sphere given its positive impact on the economic and social development of the countries. In the current context, the ignorance of the entrepreneurial profile of the student by the university means that the resources destined to

---

<sup>1</sup> Docente. Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ecuador.

<sup>2</sup> Gobierno Autónomo Descentralizado La Maná, Ecuador. E-mail: [galos20@hotmail.com](mailto:galos20@hotmail.com)

<sup>3</sup> Docente. Universidad Técnica de Cotopaxi. Extensión La Maná, Ecuador. E-mail: [veropa29@hotmail.com](mailto:veropa29@hotmail.com)

<sup>4</sup> Docente. Universidad Técnica de Cotopaxi. Extensión La Maná, Ecuador. E-mail: [mayraeli77@hotmail.com](mailto:mayraeli77@hotmail.com)

<sup>5</sup> Docente. Universidad Técnica de Cotopaxi. Extensión La Maná, Ecuador. E-mail: [pdiaz\\_rio@hotmail.com](mailto:pdiaz_rio@hotmail.com)

support university entrepreneurship are not allocated efficiently and wasted efforts that could generate business. This work aims to explain some elements of entrepreneurship and development in universities. It is concluded that the training of students with the capacity to create a company will reflect the involvement of the university with the economic development of the region and the country and its contribution to the creation of sustainable jobs.

KEYWORDS: development; student college.

## INTRODUCCIÓN

Los cambios que se presentan en la sociedad y en el mundo deben ser tomados en cuenta por las universidades y no quedarse pasivas si no participar de manera activa. En la actualidad, en la mayoría de los países desarrollados y en vía de desarrollo, la educación y la formación emprendedora está empezando a ser una de las piezas fundamentales en los planes de estudios. Esta formación es útil y facilita la incorporación de la creciente población estudiantil al mundo del trabajo a través de la creación de nuevas empresas, y al desarrollo personal del individuo fomentando que la juventud sea más creativa y más segura de sí misma en cualquier tema que quiera desarrollar. Sin embargo, el proceso emprendedor aglutina disciplinas con distinto grado de dificultad a la hora de transmitirlos o enseñarlos. Por una parte, se encuentran las habilidades empresariales y las funciones de dirección, que son relativamente fáciles de transmitir, y por otro lado se encuentran elementos tales como los aspectos creativos del emprendimiento que son mucho más difíciles de enseñar (Drayton, W. 2002).

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 (Dehter, M., 2002).

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 las partes interesadas, manteniendo equilibrio entre el desarrollo económico, social y ambiental (Dehter, M., 2002).

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 (Kantis, H., 2006).

El emprendimiento universitario está a la orden del día. Poco a poco, con muchas dudas, los alumnos toman la iniciativa y preguntan cómo pueden lanzarse a la aventura de emprender.

Por otra parte muchos estudiantes universitarios ya han asumido que o bien crean sus propios puestos de trabajo o habrá pocas oportunidades laborales por cuenta ajena a medio plazo. En definitiva, tienen que remangarse y, por esta razón, son bienvenidas las acciones que conducen a la transformación del ecosistema universitario para dar más peso a iniciativas que permiten a los alumnos poner en marchas sus propias ideas empresariales

## DESARROLLO

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”. (Rasheed, 2000) “Emprender es perseguir la oportunidad más allá de los recursos que se controlen en la actualidad” (Stevenson, H., 2000).

Un emprendimiento es llevado a cabo por una persona a la que se denomina emprendedor. La palabra emprendedor tiene su origen en el francés *empresario*, y en un inicio se usó para denominar a aquellos que se lanzaban a la aventura de viajar hacia el Nuevo Mundo, tal como lo había hecho Colón, sin tener ningún tipo de certeza respecto a qué iban a encontrar allí. Justamente ese ingrediente de actuar bajo incertidumbre es la principal característica que distingue hoy a un emprendedor y, si bien el término se asocia especialmente a quien comienza una empresa comercial, también puede relacionarse a cualquier persona que decida llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos (Formichella, M., 2004).

La diferencia entre el emprendedor y el individuo común la establece su actitud. El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no sólo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para

emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores (Peterman, N & Kennedy, J., 2003).

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no sólo le surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible como para poder adaptarlas y posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, sea positivo o negativo, en una oportunidad. El emprendedor posee un espíritu especial. Tiene alta autoestima, confía en sí mismo y posee una gran necesidad de logro. Trabaja duramente, es eficiente y se da la oportunidad de pensar diferente. Es un individuo positivo, pero no sólo para sí mismo, sino que genera un ambiente positivo a su alrededor y este entorno le favorece para alcanzar las metas que se proponga. Este es un punto para destacar, pues el emprendedor no piensa en su proyecto en forma acotada, sino que siempre tiene visión de futuro (Weber, R., 2009).

Muchos consideran que tener éxito al realizar una actividad es una cuestión de suerte, sin embargo es importante tener claro cuáles son las verdaderas causas que provocan que un emprendimiento resulte favorable, siendo imprescindible destacar que en realidad, el éxito se relaciona estrechamente con la actitud de quién lleva adelante la tarea (Weber, R., 2009).

Considerando el término en un sentido estricto, haciendo referencia únicamente al emprendedor que persigue fines económicos, puede decirse que éste es autónomo, que sabe vislumbrar la ganancia y que a partir de recursos escasos logra generar una propuesta. También, que respeta profundamente su idea, confía en la misma, y está dispuesto a correr los riesgos que considere precisos. Es una persona que descubre la oportunidad que ofrece el mercado, y está estimulado para movilizar recursos con fin de llevar a cabo todo lo necesario para desarrollar esa oportunidad (Weber, R., 2009).

Como se mencionó anteriormente, un emprendimiento posee la característica de ser innovador. Innovar significa introducir un cambio, éste puede ocurrir en la estructura social, en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros. La innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad (Weber, R., 2009).

Drucker (1986) expresa en su libro *La innovación y el empresario innovador*: "El empresariado innovador ve el cambio como una norma saludable. No

necesariamente lleva a cabo el cambio él mismo. Pero busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad”.

En las décadas de los años sesenta y setenta en los países desarrollados, principalmente en Inglaterra y Estados Unidos, se implementa la educación para el trabajo, como un sistema de formación que comienza a desarrollarse mediante el impulso de la preparación de *recursos humanos* con parámetros de eficiencia y eficacia, en un contexto de competitividad empresarial nacional e internacional. En ese sentido, se elaboran algunos criterios con el fin de implementar procesos de formación para el trabajo que dan lugar en las décadas de los ochenta y noventa al enfoque de las competencias laborales bajo cuatro ejes interrelacionados: identificación, normalización, formación y certificación. Actualmente se están consolidando nuevos escenarios formativos, donde el reto es la implementación de programas de formación profesional de calidad (Tobon, S., 2005).

Según Moriano, J et al., (2001) la educación incluye en toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento.

Sánchez, I et al. (2004) manifiestan que la educación es el medio por el cual se logra modificar actitudes y comportamientos, casi diría que hay una relación absoluta entre educación y emprendimiento; vale la pena, entonces, pensar en educar a los emprendedores. Puede ser que haya muchos emprendedores que nazcan, pero seguro que todos necesitan hacerse y capacitarse como tales.

Según Sánchez, I et al. (2004) la educación en emprendimiento puede afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Puede promover cualidades psicológicas favorables para la actividad emprendedora, tales como auto confianza, autoestima, auto eficacia y la necesidad de logro. Inclusive, la educación en emprendimiento para los jóvenes, puede colaborar en evitar la generación de actitudes socialmente no deseables, como la vagancia o la delincuencia. Stevenson, H. (2000) afirma que el entorno es importante y que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución.

Es importante y que es más factible que un individuo pueda comenzar a tener actitudes emprendedoras si actúa en un contexto en el que se facilita el reconocimiento de la oportunidad y su persecución. Lo expresado puede comprenderse aún más, si se analiza el proceso de socialización que atraviesan los individuos. Por otro lado, al considerar que la educación puede influir en la conducta emprendedora, cabe estudiar el rol que le compete al estado en ese sentido (Stevenson, H., 2000).

La formación del emprendedor descansa en el pensamiento de diseño, el análisis de casos y simulaciones, y el aprendizaje activo para desarrollar las competencias requeridas por el arduo proceso de emprender. Conceptualmente, se desarrollan las competencias para entender el ambiente externo de negocios, evaluar las capacidades, los recursos del emprendedor y su equipo, en construir y analizar modelos de negocios para la nueva empresa, utilizando como referencia modelos de compañías similares y opuestas (Camacho, D., 2004).

Los emprendedores deben aprender o dominar el pensamiento de diseño porque este les permite compensar las limitaciones propias de los países latinoamericanos como la escasez de fuentes de datos secundarios, la falta de disponibilidad de laboratorios y clases experienciales, y sacar mayor provecho a la capacidad de sus potenciales emprendedores, incluyendo personas de baja escolaridad. El propósito es convertir los centros universitarios y de educación en laboratorios donde los estudiantes desarrollen su creatividad, su capacidad de innovación y su forma de pensar a través de ejercicios prácticos de creatividad (Camacho, D., 2004).

Una educación de calidad les permite a las personas múltiples posibilidades de expandir sus capacidades, adquirir el acervo cultural y calórico de su sociedad y desarrollar las habilidades y destrezas necesarias para desempeñarse adecuadamente en el mundo actual. El análisis de esos resultados permite concluir que el país tiene rendimientos educacionales que son muy inferiores a los que sería posible obtener por nuestro actual nivel de ingresos (Callejón, M., 2003).

Una buena educación contribuye a la competitividad y al crecimiento económico del país a través de dos vías: elevando la productividad de nuestra fuerza de trabajo y potenciando el desarrollo de áreas de mayor valor agregado. En esta última línea hay una interacción entre capital humano y tecnología que no se puede soslayar. En esta evolución ha jugado un papel primordial la escasez de capital humano que afecta a la región. Una fuerza de trabajo poco hábil ciertamente que no atrae tecnologías de punta. Entonces, sin niveles adecuados de capital humano la llegada de tecnologías a la región, no está completamente asegurada (Callejón, M., 2003).

Una buena educación también ayuda a construir una sociedad de mejores personas y puede ayudar a reducir las significativas desigualdades económicas que afectan a nuestro país. Más allá de las distintas demandas que se planteen, un sistema educacional no puede renunciar a satisfacer un estándar mínimo de calidad académica. Pero, la trayectoria precisa para alcanzarlo es algo que no está delineada con la precisión que quisiéramos. De hecho, el país parece algo desorientado en el momento actual. Tantos recursos invertidos y los resultados parecen tan mezquinos. Parece prudente detenerse a reflexionar qué cabe hacer hacia adelante para tener alguna

esperanza de alcanzar los estándares educacionales deseados. Aquí está una conexión fundamental entre emprendimiento y educación. Así como nos interesa una educación para emprendedores, tal vez más fundamental es abrir la educación a los emprendedores (Callejón, M., 2003).

Por otra parte el estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) "Tendencias del empleo mundial para los jóvenes 2004" reveló que los jóvenes representan 25 por ciento de la población en edad laboral (de 15 a 64 años), pero representan 47 por ciento del total de los 186 millones de desempleados en todo el mundo en 2003. En el mismo sentido, un estudio de la OCDE, concluyó que los jóvenes constituyen uno de los grupos con tasas de desempleo más alta en relación al promedio de la población económicamente activa en muchas economías desarrolladas y en desarrollo (OCDE, 2001). Así, formarlos para la creación de nuevas empresas implica apoyar la creación de oportunidades laborales (Varela, R., 2001).

En la actualidad las universidades enfrentan múltiples desafíos entre ellos, el de la respuesta a la propuesta mercantilizadora es solo uno cuya resolución no puede desligarse de la de los grandes problemas que enfrentan las naciones, los estados y la humanidad en su conjunto. Por otra parte, en nuestra opinión, la respuesta legítima y a la vez eficaz no puede ser la defensa corporativa de la universidad tradicional, sino que se requieren transformaciones fuertes y continuas en cuanto al sentido de conjunto de esa institución, a sus funciones y a las fuentes de su legitimidad. También en cuanto a las condiciones de su viabilidad económica y a su estilo de gestión y gobierno, entre otros aspectos. Finalmente, en cuanto al alcance de su autonomía respecto del poder económico y los mecanismos de mercado, del poder político y de las demandas de la sociedad (Corragio, J., 2002).

Las universidades no pueden hacerse cargo unilateralmente de todos esos problemas, por sus limitaciones como agente social, económico y político, y porque ellas mismas son parte del problema. Además se comprometen como parte de un proceso de cambio voluntario de sí mismas y de su contexto social, político, económico y cultural, siendo así reconocidas como un bien público valioso e inalienable por sus sociedades, o muy pocas podrán evitar ser fagocitadas por el mercado (Corragio, J., 2002).

Es importante significar que, como institución al servicio del saber y del conocimiento, la Universidad tiene un compromiso claro con la sociedad que la sustenta, que trasciende los límites físicos de los recintos académicos, y que la involucra en la tarea de perseguir el progreso y el avance de su territorio de referencia (Littunen, H., 2000).

Siempre más difundidos en cada país son los servicios que las universidades ofrecen a las comunidades locales: en la mayoría de los casos se trata de servicios de capacitación y formación, pero también se pueden encontrar otros tipos de servicios. La razón de la difusión es que las universidades

quieren construir una relación fuerte con la comunidades que se sitúan alrededor del campus porqué a lo contrario de las empresas en la mayoría de los casos las universidades no quieren re-localizarse, sino establecerse en un territorio y reconociendo la importancia de apoyar su desarrollo porqué de esta manera pueden fortalecer el desarrollo de la misma universidad. Además las universidades, siendo localizada por décadas en el mismo territorio, pueden brindar a las poblaciones locales una asistencia basada en proyectos de largo plazo, utilizando el trabajo de sus estudiantes, los cuales fortalecen sus competencias prácticas brindando servicios a las comunidades.

Por otro lado, el desarrollo local, en las capacidades emprendedoras y de innovación son en el actual contexto de la universidad ecuatoriana tres factores fundamentales para el logro de objetivos sociales trascendentes y potencialmente transformadores de la realidad del país. El desarrollo local es una visión diferenciada del desarrollo que se centra en el progreso permanente de la región o localidad y de cada miembro de ella, que aunque se basa en el crecimiento económico realmente tiene su expresión en el avance social e individual de la comunidad (Vargas, M y Arenas, M., 2012).

Es así como cualquier propuesta de desarrollo local pasa por el requerimiento de introducir cambios culturales profundos a nivel de la sociedad y de sus instituciones, y las organizaciones formadoras como la universidad se convierte en punto de referencia clave para fomentar y desarrollar estos cambios culturales.

Es importante significar, la participación de las instituciones de educación superior como entes transmisores de los valores sociales que fundan o construyen sociedad, no pueden permanecer aisladas o desvinculadas de las necesidades del pueblo. La Universidad posee la misión social de contribuir con el progreso de su entorno, de allí que su participación en el desarrollo local y regional de las comunidades, en las que está insertada es básicamente y en un compromiso que no puede seguir pospuesto.

Las universidades o instituciones de educación superior deben ser portadoras de este tipo de capital social, como promotoras y formadoras de capacidades sociales de integración, de cohesión y de trabajo conjunto entre los pobladores y las instituciones que forman parte de las comunidades.

Además, la vinculación de la Universidad como ente altamente responsable del acontecer social, con los agentes sociales que comparten el territorio más cercano y más lejano, es más que un proceso de fomentación de conductas y valores. Es además un encuentro intercultural que va en busca de saberes populares y de abrir las posibilidades de aprender de estos; es un encuentro bidireccional para el aprendizaje entre iguales, donde el uno no imponga al otro sus acciones, sino que comparta con vivencias el contenido axiológico que se posee.

Es menester destacar que la vinculación de la universidad – territorio debe basarse en un diálogo constructivo, de liderazgos persuasivos y respetuosos de la legitimidad de los actores sociales, que pueda hacer posible la construcción de los nuevos actores, de los nuevos proyectos de vida que se han mencionados: innovadores, emprendedores, cooperativos, entre otros.

La Universidad Ecuatoriana debe hacerse cargo de manera contundente en el desarrollo local de las comunidades, y la formación de la cultura emprendedora y de la innovación y desde la universidad es la alternativa más sólida, expedita y congruente, puede incidir en verdaderos cambios y transformaciones para el desarrollo social de los pueblos.

## CONCLUSIONES

La formación de estudiantes con capacidad de crear empresa reflejará el involucramiento de la universidad con el desarrollo económico de la región y del país y su aporte a la creación de empleos sostenibles.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Callejón, M. (2003). Las relaciones universidad-empresa y la innovación regional". XXIX reunión de estudios regionales. Santander, 27 y 28 noviembre 2003. Departamento de política económica, Universidad de Barcelona.

Camacho, D. (2004). El papel de la universidad en el desarrollo y la innovación tecnológica: la experiencia catalana (Relación Universidad-Empresa-Gobierno). Revista Apuntes del CENES, 24 (37): 137: 155.

Corragio, J. 2002. Universidad y Desarrollo Local. Seminario Internacional de la Educación Superior y las nuevas tendencias, organizado por el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP), UNESCO y el CIESPAL, Quito, 23-24 de julio 2002.

Dehter, M. (2002). Problema conocido, no es más problema. Recuperado de <http://www.justoahora.com/nws/v15.htm#1>.

Drayton, W. (2002). The citizen sector: becoming as entrepreneurial and competitive as business. California Management Review, 44(3): 120-32.

Formichella, M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Bueno Aires, Argentina, 42p.

Garzón, MA (2005). Propuesta de modelo intraemprendedor para la innovación en organizaciones perdurables. Revista Universidad y Empresa, 7 (9): 122- 138.

Kantis, H. (2006). Emprendedores de origen humilde: ¿cómo incide la estructura social en la creación de empresas en américa latina?, 27p.

Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 6(6), 295-309.

Moriano, J.; Palací, F & Morales, J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. Revista de Psicología Social del Trabajo y las Organizaciones, 22(1): 75 - 99.

OCDE (2001). "Entrepreneurship, Growth and Policy", OECD DSTI/IND.

Peterman, N & Kennedy, J. (2003). Enterprising education: influencing students' perceptions of entrepreneurship. Entrepreneurship: theory and practice, 17: 129-144.

Sánchez, I.; Benavides, M & Luna, R. (2004). El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario. *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, 30:34-48.

Stevenson H. 2000. Why the entrepreneurship has won. Harvard University, pp 1-8.

Tobon, S. (2005). Lineamientos generales para el diseño del currículo por competencias para la educación superior. Documento de apoyo propedéutico de la Universidad Complutense de Madrid.

Varela, R. (2001). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Editorial Prentice Hall, Bogotá, 420p.

Vargas, M.; Arenas, M. (2012). Competencias emprendedoras en estudiantes de psicopedagogía de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 1(1): 25 – 30.

Vázquez, JA .2009. "Desarrollo Endógeno y Universidad", España. Editorial: McGraw-Hill, 350p.

Weber, R., Graevenitz, G. & Harhoff, D. (2009). The effects of entrepreneurship education, 269p.