

ECOSISTEMA DEL EMPRENDIMIENTO EN LA UNIVERSIDAD CONTEMPORÁNEA

AUTORES: Fabián Xavier Martínez Ortiz¹

Johnny Xavier Bajaña Zajia²

Carlos Emilio Chávez Pirca³

Mario Rubén Guerrero Tipantuña⁴

Brenda Elizabeth Oña Sinchiguano⁵

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: fabian.martinez@utc.edu.ec

Fecha de recepción: 10 - 08 - 2016

Fecha de aceptación: 28 - 09 - 2016

RESUMEN

Las Instituciones de Educación Superior deben garantizar la formación de profesionales emprendedores a partir del reconocimiento de que la capacidad de emprender puede ser enseñada y desarrollada. El escenario universitario actual no va enfocado totalmente en esa línea formadora de profesionales y ello se manifiesta en la orientación de la educación “acerca” del emprendimiento y la empresa, en lugar de la educación “para” el emprendimiento, por lo que raramente se focalizan en el desarrollo de habilidades y atributos propios de un emprendedor exitoso. Con el objetivo de explicar algunos posicionamientos teóricos sobre el ecosistema del emprendimiento en las universidades se desarrolló el presente estudio, concluyéndose que una de las tareas primordiales de una universidad emprendedora es educar a los futuros empresarios y enseñarlos a actuar como tal. Las universidades actuales deben ser modernas donde interactúen los centros de investigación con los profesores, con vistas a buscar soluciones a los problemas y necesidades reales del mercado y el medio ambiente.

PALABRAS CLAVE: universidades; emprendimiento; ecosistemas.

ECOSYSTEM OF ENTREPRENEURSHIP IN THE CONTEMPORARY UNIVERSITY

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

² Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. La Maná, Ecuador. E-mail: johnny.bajana@utc.edu.ec

³ Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. La Maná, Ecuador. E-mail: carlos.chavez@utc.edu.ec

⁴ Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. La Maná, Ecuador. E-mail: mario.guerrero@utc.edu.ec

⁵ Docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi, Extensión La Maná. La Maná, Ecuador. E-mail: brenda.ona@utc.edu.ec

ABSTRACT

Higher Education Institutions should ensure the training of professional entrepreneurs from the recognition that the ability to undertake can be taught and developed. The current university scenario is not focused entirely on the forming line professionals and this is reflected in the orientation of education "about" entrepreneurship and enterprises, rather than education "to" entrepreneurship, so rarely focus in the development of skills and attributes of a successful entrepreneur. In order to explain some theoretical positions on the ecosystem of entrepreneurship in universities this study was conducted, concluding that one of the primary tasks of an entrepreneurial university is to educate future entrepreneurs and teach them to act as such. Current should be modern universities where research centers interact with teachers, with a view to seeking solutions to real problems and needs of the market and the environment.

KEYWORDS: universities; entrepreneurship; ecosystems.

INTRODUCCIÓN

El fenómeno del emprendimiento es el motor de desarrollo económico y la manifestación del cambio social de un país. En este sentido, y en pro de estimular el compromiso con el entorno mediante la interacción permanente con los agentes que crean alternativas de desarrollo para la región y el país, las Instituciones de Educación Superior (IES) deben garantizar la formación de profesionales emprendedores, a partir del reconocimiento que la capacidad de emprender puede ser enseñada y desarrollada. Por ello se traduce en la necesidad de incluir cambios significativos en los programas de educación, en los modelos pedagógicos y en las didácticas a utilizar (Gibb, 2007).

La globalización y los consiguientes cambios estructurales en las economías han llevado a un considerable esfuerzo entre los creadores de políticas alrededor del mundo para promover la educación en emprendimiento en los diferentes sistemas educativos. Gobierno y organizaciones privadas en numerosos países han buscado generar cambios en la educación superior con nociones de emprendimiento y auto empleo (Gibb, 2007).

Los programas de emprendimiento de las IES han hecho la equivalencia entre enseñar emprendimiento con la creación de nuevas empresas y la administración de pequeños negocios. Esto se manifiesta en la orientación de la educación "acerca" del emprendimiento y la empresa, en lugar de la educación "para" el emprendimiento, por lo que raramente se focalizan en el desarrollo de habilidades y atributos propios de un emprendedor exitoso (Kirby, 2004).

El tránsito por la educación superior se convierte en una oportunidad para concientizar a los futuros profesionales de distintas disciplinas, sobre la importancia del emprendimiento en el desarrollo de su región, así como de la posibilidad de proyectarse como emprendedores como opción de crecimiento

personal y profesional, independientemente de la opción de formación que hayan escogido (Gibb, 2007).

Identificando la problemática del ecosistema del emprendimiento en las universidades se conoce la falta oportunidades de espacios de aprendizaje. Una de las alternativas es crear un mayor tiempo para la reflexión, aprender haciendo más que escuchando o leyendo; pues el proceso de fortalecimiento se da desde la práctica y desde la necesidad de articular, cuidadosamente, los insumos cognitivos de los estudiantes con una pedagogía idónea.

Por lo antes expuesto, este trabajo tiene como objetivo: explicar algunos posicionamientos teóricos sobre el ecosistema del emprendimiento en las universidades.

DESARROLLO

Los ecosistemas emprendedores manejados en la actualidad se basan en el modelo de la triple hélice , tesis que surge de una confluencia entre los intereses a largo plazo de las relaciones universidad industria gobierno, a éste se propone sumar un cuarto elemento que se considera clave y que representa un sector fundamental que define el éxito o fracaso de los emprendimientos, los consumidores, quienes garantizan que un proyecto emprendedor se convierta en una innovación comercialmente viable a partir de la aceptación o rechazo de la sociedad traducida en la satisfacción real de sus necesidades. De ahí que se plantea trabajar sobre el Modelo de Hélice Cuádruple del Ecosistema Emprendedor (Varela, 2008).

Universidad emprendedora

En estas últimas décadas hay aumentado las investigaciones sobre emprendimiento, y desde la época de los ochenta hasta la actualidad el fenómeno de creación de empresas despierta un gran interés en el ámbito universitario.

Williams (2003) y Zhao (2004), han estudiado el efecto del emprendimiento en las universidades. Destacando el papel que tiene la universidad como generadora de nuevos proyectos empresariales.

Investigadores como Ropke (1998), considera la universidad como una organización emprendedora cuando adopta un estilo de gestión empresarial, desarrolla iniciativas empresariales e interactuar con su entorno. Asimismo, hoy en día las universidades deben actuar como incubadoras naturales (Etzkowitz, 2003), donde se generen ideas exitosas en respuestas a las necesidades reales que detentan en su entorno y como solución a los problemas sociales de la comunidad donde se desarrolla.

Para autores como Schulte (2004), las dos tareas primordiales de una universidad emprendedora es educar a los futuros empresarios y actuar como un empresario. Para Blenker et al. (2004), las universidades actualmente deben ser universidades modernas donde interactúan los centros de investigación con

los profesores, con el objetivo de busca de soluciones a los problemas y necesidades reales del mercado y el medio ambiente. El término de universidades modernas, describe a las universidades que incorporan la generación de conocimiento como segunda misión de la misma, y se enlaza la enseñanza y la investigación científica (Etzkowitz, 1988).

La organización del emprendimiento en las universidades

La función de investigación corresponde a la generación de nuevo conocimiento relacionada con el emprendimiento. Esta investigación abarca muchos campos y permite conocer cuáles son las preguntas que se han hecho los académicos y de qué forma las han resuelto. En lo relacionado con el emprendimiento y la función de investigación, se financian investigaciones de desarrollo tecnológico y se patentan y comercializan resultados de los diferentes grupos de investigación. La función de extensión es entendida como la generación, difusión y transferencia de conocimiento a la sociedad. En las últimas décadas se han desarrollado varios modelos que explican la vinculación de la universidad con las empresas y el Estado en un enfoque que pone a la universidad en función de satisfacer las necesidades de las empresas. (Ortiz y Morales, 2011) y que hace que comience a percibir beneficios económicos por sus servicios. Esta concepción se traduce en múltiples actividades: Consultorías, asesorías, establecimiento de alianzas con las empresas y con entidades gubernamentales, etc. En la intersección de los campos de docencia e investigación se encuentran los estudios que han indagado por los procesos pedagógicos del emprendimiento: Competencias a desarrollar, actividades en el aula de clase, que se apoyan en herramientas de investigación para desarrollar proyectos emprendedores, actividades extracurriculares, etc.

El espacio común entre los campos de docencia y extensión se refieren a los procesos formativos de actores vinculados a empresas y organizaciones públicas y/o privadas, en tanto que la intersección entre extensión e investigación está relacionada con los procesos de producción de conocimiento denominados como investigación aplicada, que se dirigen a transferir este saber a las organizaciones y empresas para mejorar sus procesos de trabajo (Ortiz, C; Morales, M.E.2011).

El emprendimiento en la función de docencia

El emprendimiento se ha vinculado con la función de docencia en las instituciones educativas, ya que parece existir un consenso general en la academia respecto a que el emprendedor requiere de una serie de características personales y competencias, que en algunos casos son parte de su personalidad, pero en otros se pueden enseñar (Crissien, 2009).

Al respecto, Crissien (2009) afirma que la función empresarial en una economía es esencial y que detrás de una empresa o una organización hay siempre un elemento, factor o fuerza: El emprendedor. Este tiene un sistema de creencias, unas habilidades y características particulares que se pueden enseñar y se pueden desarrollar en individuos que no las tienen de manera innata.

La educación motor del desarrollo

¿Por qué una persona debe educarse? Aunque las respuestas pueden ser múltiples hay que reconocer que en último término se busca acceder a la educación por ser una herramienta para lograr desarrollo económico, social y humano. Es, por lo tanto, un medio y no el fin. Por solo acceder a estudiar en una escuela, colegio o universidad no significa tener educación. Aunque esto parecería un contrasentido, a la educación en el Ecuador le falta mejorar su calidad, dado que no genera capacidades, habilidades, aptitudes y actitudes entre quienes han cursado por sus aulas. (Rovayo, 2014)

Todo ser humano busca que la educación se convierta en el medio para adquirir un oficio, profesión u ocupación, que le facilite la consecución de bienestar económico y social y que le permita cubrir las necesidades suyas y de su familia. Cuando esto no sucede, la educación no está cumpliendo su misión. (Rovayo, 2014)

Tener educación de calidad implica un compromiso de todos los involucrados. Sin embargo, parecería que hay una suerte de conformismo, pues los actores aceptan resignar la calidad de la educación por comodidad, por ley del menor esfuerzo y menor compensación. A los estudiantes no les gusta que les exijan, los profesores no exigen para no resultar incómodos y las autoridades no exigen para evitarse problemas. Es decir, aunque todos sabemos el problema, queremos que otros cambien sin que eso me afecte de ninguna forma. (Rovayo, 2014)

La función social de la educación no es brindar conocimientos, sino generar capacidades a los beneficiarios de la misma, para proveer sustento mediante un empleo, oficio u ocupación. Cuando esto no sucede las personas tratan de procurarse por sí mismas un empleo. Entonces surge el espíritu empresarial, por necesidad antes que por una decisión de desarrollo personal. (Rovayo, 2014)

Fomento del espíritu emprendedor

Tras esta primera aproximación al tema, parece evidente que resulta fundamental potenciar el ecosistema emprendedor para así favorecer la aparición de nuevas y mejores iniciativas empresariales. Pero, ¿cómo lo hacemos? A continuación, reflexionaremos sobre ello. La detección, el fomento y la propagación del espíritu emprendedor deben realizarse desde las aulas. Debemos incluir en nuestro sistema educativo los valores del emprendimiento y de la innovación. Desde muy jóvenes, los alumnos han de percibir el emprendimiento como una alternativa más que les brinda el mercado laboral. Deben reconocer que, en un mundo cada vez más competitivo, que su futuro profesional dependa siempre de un tercero puede no ser ni lo más conveniente ni lo más responsable ni mucho menos lo más estimulante (Ruiz, 2012).

En paralelo, la comunicación resulta fundamental, por no decir determinante. Nos referimos a la divulgación de los éxitos - y de los fracasos también, ¡por

supuesto! - de gentes que en un momento determinado de su trayectoria vital decidieron que el riesgo iba a formar parte de su existencia al menos por un buen tiempo. Es imprescindible que demos visibilidad a la creación de valor empresarial, reconocer su aportación al bienestar común y descubrir las posibilidades que nos ofrece de explorar territorios no explorados con anterioridad (Ruiz, 2012).

Mas el camino que hemos empezado a recorrer no acaba ni mucho menos en la promoción del espíritu emprendedor. Una vez identificado, hay que enseñar cómo gestionarlo. Porque una actitud proactiva por parte del emprendedor es básica pero no suficiente para garantizar el éxito de la nueva aventura empresarial en la que se va a sumergir. Y es aquí donde entran en juego las universidades y las Escuelas de Negocio, cuya misión pasa por formar a los futuros emprendedores en la gestión de un nuevo proyecto empresarial, así como proporcionarles las herramientas necesarias y suficientes para gestionarlo. Pero no se trata de garantizar el éxito de la aventura empresarial, sino en minimizar los riesgos. El objetivo debería ser siempre acompañar al alumno durante todo el proceso de creación de valor indicándole dónde están los factores principales que conducen al éxito y, por el contrario, los inevitables peligros que acechan a la vuelta de la esquina de cada nueva etapa. En suma, lo que nos proponemos es enseñar a gestionar el emprendimiento con el fin último de maximizar las probabilidades de éxito (Ruiz, 2012).

Una formación seria (bien ideada y mejor ejecutada) impele necesariamente a las empresas hacia una mayor eficiencia, a mantenerse al día en temas de innovación, estrategia empresarial, gestión de recursos humanos, competitividad, globalización, nuevas tecnologías, gestión de procesos y nuevos proyectos... Huelga decir que todos ellos son elementos vitales para que las nuevas sociedades alcancen el éxito perseguido. Pues bien, esta analogía se puede aplicar al proceso emprendedor si sustituimos la palabra empresa por la de empresario, que en muchas ocasiones inició sus andanzas empresariales como emprendedor (Ruiz, 2012).

Independientemente de que exista una buena idea (cuidado con mitificar este concepto), un proyecto y una vocación inequívoca de llevarlo a buen puerto, los empresarios tampoco deberían menospreciar lo que la formación puede hacer por ellos en tanto en cuanto busca allanarles el camino para que alcancen el éxito de sus empresas en un entorno cada vez más innovador y competitivo. La formación permitirá al emprendedor desarrollar su proyecto de una manera más estructurada y razonada (Ruiz, 2012).

Ahora bien: debemos diferenciar la formación emprendedora de la meramente empresarial. Porque la formación en emprendimiento no ha de cubrir tan sólo los distintos ámbitos del proceso empresarial sino potenciar la creatividad y la innovación; tiene que diferenciar el proceso de creación empresarial del de la gestión de una empresa ya consolidada. Indiscutiblemente, la primera posee una casuística propia, lo que la hace mucho más errática e impredecible.

Conviene tener en cuenta que las recetas tradicionales no siempre permiten una aplicación directa al momento presente. El entorno empresarial ha cambiado profundamente en los últimos años. Hoy en día, algunos procesos antaño válidos pueden incluso resultar perjudiciales y dificultando, antes que ayudando, la consecución del éxito deseado en todo nuevo proyecto empresarial (Ruiz, 2012).

En los Estados Unidos, en donde la formación en emprendimiento data de principios de los años 90, diferencian claramente esta formación de la meramente empresarial para empresas consolidadas. La formación en gestión del emprendimiento o MBE (Master in Business Entrepreneurship) se centra en las características y herramientas específicas que todo emprendedor de éxito debe conocer y saber manejar. Se forma para detectar oportunidades innovadoras de negocio, analizar su viabilidad, gestionar su desarrollo, buscar financiación, identificar al equipo promotor,... en definitiva se forma para adquirir un mayor conocimiento de las diferentes casuísticas que pueden ayudar a tener éxito en el proyecto o, cuanto menos, que puedan impedir que no se alcance el éxito deseado (Ruiz, 2012).

Pero la realidad nacional es distinta a la americana. En nuestro país, si bien no hay duda que el emprendimiento es una excelente alternativa laboral y que se tiene que fomentar no existe un consenso en cómo afrontar esta formación.

Currículo para una formación en emprendimiento

Partiendo de la idea de fomentar el espíritu emprendedor, la mayoría de los estudios contextualizan la actividad emprendedora caracterizando las actitudes y habilidades que los emprendedores de éxito suelen poseer o desarrollar. En general se tiende a idealizar esta figura dotándola de aspectos casi mitológicos, pero la verdad es que las limitaciones institucionales a la creación de nuevas empresas obligan a los emprendedores a desarrollar ciertas habilidades quijotescas (Ruiz, 2012).

Bromas aparte, una vez realizado el análisis zoológico del emprendedor, se suele seguir un proceso bastante común que consiste en seguir paso a paso las etapas típicas del desarrollo empresarial. Es habitual servirse de guía de un modelo de plan de negocio para ir detallando sus diferentes etapas (Ruiz, 2012).

La primera de las fases se inicia con la búsqueda y análisis de la idea de negocio. Muchas personas, supuestamente emprendedoras, no avanzan nunca de esta fase. Se paralizan intentando definir la idea definitiva que garantice sin margen de duda el éxito posterior de su puesta en marcha. Si bien una buena idea es fundamental para el éxito del proyecto empresarial, lo contrario no es correcto. Es decir, la idea no garantiza el éxito del negocio pero puede determinar su fracaso (Ruiz, 2012).

Una vez determinada la idea se profundiza en la planificación de su puesta en funcionamiento. En esta etapa es fundamental determinar qué modelo de negocio va a sustentar el proyecto, qué mercado potencial existe y las ventajas

y los riesgos del mismo. También se ha de definir el equipo promotor y qué estructura empresarial es la más idónea para alcanzar nuestro objetivo así como los recursos operativos necesarios para hacerlo. Se determinan así mismo las obligaciones legales correspondientes al modelo de negocio (Ruiz, 2012).

La siguiente fase es la más crítica en la mayoría de los proyectos emprendedores: determinar las necesidades financieras y obtener la financiación para garantizar la supervivencia de la empresa durante sus fases iniciales. En muchas ocasiones el emprendedor carece de los conocimientos y las habilidades necesarias para estimar, de manera objetiva, estas necesidades. Se suele pecar tanto por defecto como por exceso. Y en ambos casos los resultados pueden ser nefastos. También es bastante habitual comprobar que muchos emprendedores se lanzan a rondas de financiación sin tener claras sus necesidades financieras y solicitando cifras económicas que de serles concedidas jamás podrán devolver (Ruiz, 2012).

Una vez realizados los análisis previos se inicia la fase de implementación. Aquí es fundamental ser un buen gestor de proyectos y tener la disciplina suficiente para poner en marcha un control de gestión estricto. En esta etapa se empiezan a aplicar conceptos típicos de la gestión empresarial, aunque tan sólo sean desde del área de operaciones (Ruiz, 2012)..

La mayoría de los programas formativos suelen completar el currículo emprendedor con aspectos más generales de gestión de la innovación, tecnologías de información, internacionalización de la empresa y/o temáticas específicas de determinados nichos de mercado: empresa sostenible, nuevas energías, turismo, redes sociales, personalización, etc (Ruiz, 2012).

En cualquiera de las alternativas los programas concluyen con un trabajo fin de curso que en general consiste en el desarrollo de un plan de negocio que se presentará ante un tribunal de expertos. En muchos casos el plan de negocio se presenta ante posibles inversores que faciliten la obtención de la financiación necesaria para desarrollar el proyecto empresarial propuesto (Ruiz, 2012).

Las incubadoras de empresas

La incubación de empresas representa una oportunidad para iniciar un negocio, e incluso para emplear a quienes pierden su puesto de trabajo en situaciones como la actual crisis financiera mundial, que se prevé se profundizará entre el 2009 y 2010 (Palacios, 2009).

Según especialistas, 80% de las empresas que surgen de una incubadora logran el éxito, en tanto que para aquellas que se crean fuera de ellas la posibilidad de sobrevivencia se reduce a 30%⁵. La diferencia está en el potencial que aporta la incubadora, que no es sino un centro de atención que orienta y asesora a aquellos que están interesados en la creación de sus empresas, considerando la elaboración del plan de negocio y el desempeño de cada área que requiere su operación, como mercadotecnia, contabilidad, diseño

gráfico o industrial, para desarrollar sus capacidades y por tanto, sobrevivir en el mercado. Se trata de apoyarlos para plasmar y concretar ideas con mayor garantía de éxito que si lo hicieran por cuenta propia (Palacios, 2009).

Es preciso destacar que la formación y la motivación hacia el emprendimiento empresarial es una de las estrategias más implementadas por las más importantes universidades del mundo, como un mecanismo eficiente y comprobado para aumentar tanto la velocidad de nacimiento y de desarrollo de nuevas empresas, como su tasa de éxito a mediano plazo. Ello ha llevado a que, actualmente, existan más de 2,500 incubadoras en marcha en países industrializados y en economías en transición, destinadas a potenciar el desarrollo tanto global como el de ciertas áreas estratégicas (Palacios, 2009).

Se tiene referencias en esta parte del continente de la existencia de 13 incubadoras de empresas en Chile, 207 incubadoras en plena operación en Brasil, 10 incubadoras de empresas en Argentina, 13 incubadoras en Colombia, mientras que en Bolivia se ha implementado la primera incubadora del país. A nivel latinoamericano, México es el país que tiene la mayor cantidad de incubadoras (450); es más, no hay universidad o centro de formación superior que no haya implementado su propia incubadora de empresas. Ello se explica por el gran apoyo que tiene la incubación de empresas desde el Estado, que responde a un lineamiento político bastante claro respecto a la promoción empresarial en el país azteca (Palacios, 2009).

Ecosistema emprendedor adaptado a la cultura y al entorno

Es necesario dar un salto muy importante en emprendimiento y comprometer a porcentajes claramente más significativos de la población económicamente activa si queremos generar mayor riqueza, distribuirla de manera más equitativa, crear más y mejores empleos (especialmente para los jóvenes), y contar con futuras generaciones apasionadas de vivir y hacer crecer nuestros países, y no frustradas o decepcionadas con su desarrollo profesional y su vida personal. Esto explica en parte, por ejemplo, el importante apoyo que desde las políticas públicas se empieza a dar a las startups de rápido crecimiento (Vera, 2015).

En relación con una nueva pedagogía emprendedora que debe cambiar la tradicional enseñanza universitaria en el contexto de una visión amplia y sistémica sobre las dimensiones y los elementos del proceso emprendedor. Es gratificante a este respecto ver que la educación y la formación de emprendedores empiezan a ser objeto de creciente interés, así como de estudios específicos (Vera, 2015).

Dominios de un ecosistema de emprendimiento

De acuerdo con la propuesta de David Isenberg de Babson College, un Ecosistema Emprendedor podría representarse como la interacción de dominios:

- Dominio de las políticas

- Dominio financiero
- Dominio cultural
- Dominio del capital humano

En el dominio de las políticas se distingue, en primer lugar, la existencia de un liderazgo tanto público como privado, con legitimidad social y compromiso activo con el proceso de desarrollo. Al mismo tiempo, se piensa en instituciones de gobierno central, regional y local capaces de propiciar un entorno regulador que incentive la actividad emprendedora, mediante beneficios fiscales, instituciones de financiamiento e investigación y desarrollo, leyes de protección a la propiedad intelectual, aplicación de contratos y transparencia en casos de liquidaciones o bancarrota (Isenberg, 2010).

En el dominio financiero se considera la actuación de instituciones de microcréditos, inversionistas ángeles y capital de riesgo que facilite el acceso al capital semilla a diferentes segmentos de emprendedores. Un aspecto particularmente importante es la existencia de un mercado de capitales dinámico y transparente, que atraiga capital privado y se convierta en un espacio de posibles estrategias de salida de los inversionistas (Isenberg, 2010).

En el dominio cultural se requieren normas sociales comúnmente aceptadas de tolerancia al riesgo y al fracaso, que incentiven la innovación y la creatividad, y definan la creación de empresas como una forma de carrera deseable, fundada en la generación de riqueza y la sana ambición de progreso. Estos aspectos culturales se ven reforzados por las historias de éxito que, en los ámbitos nacionales e internacional, publicitan modelos positivos de desempeño. Los servicios incluyen la infraestructura de telecomunicaciones, transporte y energía, así como la existencia de parques tecnológicos, distritos industriales o zonas francas. También implican la disponibilidad de servicios profesionales de apoyo a las nuevas iniciativas en los campos legal, laboral, fiscal o tecnológico, y la existencia de ONG dedicadas a la promoción del emprendimiento (Isenberg, 2010).

El dominio del capital humano se refiere a la capacitación de la fuerza laboral, el apoyo del sistema educativo en sus diferentes niveles y la difusión de la cultura emprendedora y de competencias específicas para emprender. En cuanto a los mercados, la existencia de clientes exigentes y capaces de asumir riesgos en la adopción de nuevos productos y servicios resulta tan relevante como un juego competitivo transparente. De particular importancia es la existencia de redes de emprendedores, tanto en el país como fuera de sus fronteras, dispuestos a contribuir a la consolidación del ecosistema. Para impulsar el emprendimiento es indispensable, entonces, una acción orquestada en los diversos dominios. También es esencial la comprensión de los impactos que los cambios en cada factor pueden producir en los demás, para eliminar obstáculos e incentivar redes y sinergias (Isenberg, 2010).

En cuanto a los mercados, la existencia de clientes exigentes y capaces de asumir riesgos en la adopción de nuevos productos y servicios, resulta tan relevante como un juego competitivo transparente. El emprendimiento, de acuerdo con Isenberg, sería entonces el resultado de la acción coherente y las redes de sinergias creadas entre estos dominios (Isenberg, 2010).

Fortalecer el emprendimiento es una tarea que importa un cambio cultural, y debe ser abordado en la educación a todo nivel, y especialmente en la educación superior. La generación y formación de emprendedores aparece, a la luz de la evidencia internacional, como uno de los elementos claves en el desarrollo de sectores altamente innovadores (Isenberg, 2010).

El emprendimiento debe ser una parte legítima de naturaleza interdisciplinaria de la educación en una universidad, es un campo de estudio en su propio derecho, una disciplina de estudio, que exige una educación interdisciplinaria (Lozano, 2010).

Las startups y el ecosistema de emprendimiento tecnológico

Primeramente el ecosistema de emprendimiento es el conjunto de emprendedores que tienen diferentes relaciones complejas en sus entornos empresariales, académicos, sociales, políticos y económicos con el fin de generar el proceso de emprendimiento de nuevas empresas (Fetters, Greene, Rice y Butler, 2010). Además, por las recientes teorías la innovación emprendedora es un proceso en el que los actores y contextos son co-creados (Garud, Gehman y Giuliani, 2014) y al nivel de país, el sistema nacional de emprendimiento es la interacción dinámica, institucionalmente incrustado entre las actitudes, capacidades y aspiraciones de emprendimiento, por parte de individuos, que impulsa la asignación de recursos a través de la creación y operación de nuevas empresas (Ács, Autio, Szerb y László, 2014).

Una startup es una empresa emergente que busca emprender un negocio nuevo y se apoya en la tecnología, tienen ideas que innovan el mercado y buscan simplificar procesos complicados para sus clientes; y un ecosistema de emprendimiento es el ambiente en el que se desarrolla una nueva startup o una nueva iniciativa y que sirve para dar soporte al fenómeno del emprendimiento en general. De acuerdo con Feld (2012) este ecosistema está integrado por tres elementos, que son una comunidad de emprendedores altamente concentrada, líderes que dirigen a esta comunidad según los diferentes grupos de interés de la misma y facilitadores que apoyan a la comunidad y que pueden ser las universidades, el gobierno, los inversionistas, empresas y otros actores.

CONCLUSIONES

La universidad, por su rol en la sociedad, su compromiso con el desarrollo del conocimiento y la formación de ciudadanos emprendedores, así como por su capacidad de convocatoria, está llamada a jugar un papel decisivo en la consolidación de estos ecosistemas de emprendimiento durables, formando una

nueva generación de líderes empresariales dispuestos a asumir riesgos sin temor a los nuevos retos, perseverantes y con redes de apoyo sólidas.

La mayoría de modelos de ecosistema del emprendimiento están fundamentados en una triple hélice que integra gobierno, academia y sector empresarial. Los ecosistemas precisan adaptarse a los territorios, ya que cada región, cada ciudad tiene sus propias potencialidades, e individualidades que deben explotarse y sobre las cuales hay que construir ambientes favorables y confiables para el emprendedor, los ecosistemas locales permiten concentrar esfuerzos y efectivizar acciones que facilitan el surgimiento de una nueva empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Ács, Z. J., Autio, E., Szerb y László. (2014). National Systems of Entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 476–494.

Crissien, J. (2009). Investigando el entrepreneurship: tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN*. 66(6), 7 – 84.

Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: Cognitive effects of the new university–industry linkages. *Research Policy*, 27(8): 823-833.

Feld, B. (2012). Startup Communities. Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City: New Jersey, 50(7), 1285–1307.

Fetters, M., Greene, P., Rice, M. y Butler, J. (2010). The Development of University-Based Entrepreneurship Ecosystems. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing Limited, 2(17), 115-137.

Garud, R., Gehman, J. y Giuliani, A. P. (2014). Contextualizing entrepreneurial innovation: A narrative perspective. *Research Policy*, 1177–1188

Gibb, A. (2007). Towards the Entrepreneurial University. *Publicación Journal of Entrepreneurship Education*, 4, 73-110.

Isenberg, D. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88. (6), 1-10.

Kirby, D. (2004). Entrepreneurship Education: ¿Can Schools Meet the Challenge?. *Journal Education and Training*, 46 (8), 510-519.

Lozano, B.M. (2010). El Emprendimiento y la Universidad. *Revista Pensamiento Americano*, 3(5), 51-54.

Ortiz, C; Morales, M.E. (2011). La extensión universitaria en América Latina, concepciones y tendencia. *Revista Educación Y Educadores*. 14(2): 349 – 366.

Palacios, E.P. (2009). La Universidad en la Formación de Emprendedores Empresariales y el Apoyo en la creación de Empresas. *Revista de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas*, 12(23), 61-65.

Ropke, J. (1998). “The Entrepreneurial University: Innovation, Academic Knowledge Creation and Regional Development in A Globalized Economy”, Working paper, Philipps Universität Marburg, Germany, 1-15.

Rovayo, G. (2014). El emprendimiento y la educación no siempre van en la misma dirección. *IDE Business School*, 14(2), 96-103.

Ruiz, Á. (2012). Aprende a Emprender Universidad y Emprendimiento. *Revista de Estudios de Juventud*, 1(99), 70-88.

Schulte, P. (2004). The Entrepreneurial University: A Strategy for Institutional Development. *Higher Education in Europe*, 29(2), 187-191.

Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas*, Tercera Edición, Pearson Education. 320-345.

Vera, P. (2015). Red emprende: universidad, educación, emprendimiento e innovación". *Ingeniería Solidaria*, 11(18), 57-63.

