



Balcones de Jericó (Antioquia)

*Modelo teórico para potenciar
el emprendimiento innovador en
los estudiantes de pregrado de las
universidades de Manizales*

SÍNTESIS

Este artículo propone un modelo teórico para generar un cambio estratégico en el modo de actuación frente al emprendimiento universitario de Manizales. El modelo propuesto se sustenta sobre entrevistas con informantes claves y expertos, así como la revisión documental de las experiencias y modelos existentes. La necesidad de potenciar el emprendimiento innovador desde la base de los estudiantes de pregrado permite concluir sobre la pertinencia de la propuesta, no solo por el vacío existente, sino además por la disposición de la ciudad para convertirse en un ecosistema de emprendimiento, donde las Instituciones de Educación Superior (IES) están llamadas a ser protagonistas.

DESCRIPTORES: Ecosistema de emprendimiento, emprendedor universitario, MEEP (Modelo de Emprendimiento basado en los Estudiantes de Pregrado de las Universidades).

Clasificación JEL: M1, M13, N3

ABSTRACT

This article proposes a theoretical model to generate a strategic change in the mode of action concerning the university entrepreneurship Manizales. The proposed model is based on Interviews with key informants and experts as well as the literature review of experiences and existing models. The need to promote innovative entrepreneurship from the base of undergraduates lets to conclude on the relevance of the proposal, not only by the gap, but by the willingness of the city to become an entrepreneurial ecosystem where the IES are called to be protagonists.

DESCRIPTORS: Entrepreneurship Ecosystem, university entrepreneur, MEEP (Modelo de Emprendimiento basado en los Estudiantes de Pregrado de las universidades), entrepreneurial university, AEVE (Asociación de Estudiantes con Visión Empresarial).

JEL Classification: M1, M13, N3

*Modelo teórico para potenciar el emprendimiento innovador en los estudiantes de pregrado de las universidades de Manizales**



María Helena Gómez Gómez**
Luz Stella Ríos Sánchez***

Theoretical model to foster of innovative entrepreneurship for undergraduate students of the Manizales universities

Primera versión recibida 9 de Septiembre de 2012. Versión final aprobada el 19 de Octubre de 2012.

Para citar este artículo: Gómez Gómez, María H., Ríos Sánchez, Luz S. (2012). "Modelo teórico para potenciar el emprendimiento innovador en los estudiantes de pregrado de las universidades de Manizales". En: Gestión y Región N° 14 (Julio- Diciembre, 2012); pp. 65- 82

Las organizaciones empresariales esperan que los centros universitarios provean los conocimientos prácticos que demandan la revolución tecnológica y los procesos de transformación productiva. Los círculos académicos e interinstitucionales están de acuerdo con la necesidad de:

(...) superar la ruptura existente entre el mundo empresarial y el académico, además de eliminar la desarticulación existente de las políticas impulsadas por los diferentes actores, sobre el desarrollo del medio científico y tecnológico, el mayor generador de riqueza y de formación de capital humano, responsable de los saltos positivos en los niveles de desarrollo al cual llegan algunos países (Universidad Industrial de Santander, 2009, p.11).

Esta conclusión ha permeado tanto la definición de políticas como la constitución de redes y alianzas proactivas entre el mundo empresarial, el académico y el Estado, pues las universidades no deben ser solo productoras de conocimiento aisladas del contexto social, sino que deben articularse con planes, programas y proyectos que impacten positivamente en el desarrollo socioeconómico.

La universidad es importante en la medida en que sus procesos académicos sean pertinentes y contribuyan a solucionar los problemas de la región, además de responder al avance de la ciencia. De tal modo, las universidades deben formar en los futuros profesionales una actitud emprendedora, porque los egresados están

* *Este artículo es una síntesis de la tesis que las autoras presentaron para optar al título de Magíster en Creatividad e Innovación en las Organizaciones, de la Universidad Autónoma de Manizales, Colombia, 2013.*

** *Magíster en Creatividad e Innovación en las Organizaciones, Facultad de Estudios Sociales y Empresariales, Universidad Autónoma de Manizales, Caldas, Colombia, 2013. Correo electrónico: mariahelenagomezgomez@gmail.com.*

*** *Magíster en Creatividad e Innovación en las Organizaciones, Facultad de Estudios Sociales y Empresariales, Universidad Autónoma de Manizales, Caldas, Colombia, 2013. Correo electrónico: luz.rios_s@ucaldas.edu.co.*

cada vez más llamados a generar empleo y no a buscarlo (Universidad Industrial de Santander, 2009).

La perspectiva de acción se denota positiva al involucrar a toda la institucionalidad; sin embargo, al ser innegable el quiebre existente entre la universidad y el tejido empresarial, la problemática que se plantea es el futuro que les espera a los egresados universitarios.

Un observador desprevenido podría preguntar: ¿Habrá algún lugar donde no se hable de emprendimiento? En efecto, puede ser uno de los términos más pronunciados en diferentes escenarios; lo interesante desde el punto de vista de esta investigación es revisar cómo ha permeado este concepto en el rol de las universidades. El emprendimiento se ha convertido en un tema de gran importancia para todos los estamentos gubernamentales y no gubernamentales del país, y para aquellas entidades de educación superior que ven en su gestión una oportunidad para ser partícipes del crecimiento económico y social donde tengan su foco de atención.

La propuesta de generar un modelo teórico innovador que potencie el emprendimiento en los estudiantes de pregrado en las universidades de Manizales, está orientada básicamente a que haya un cierre en la brecha existente entre el sector educativo y empresarial, partiendo de la base del desequilibrio que se da por el alto desempleo y la baja creación de empresas de base tecnológica y de alto impacto. En este sentido, se propone generar una nueva cultura universitaria donde se focalice la gestión del emprendimiento en el segmento de estudiantes de pregrado, que ha sido, según el estudio, el menos atendido al darle prioridad a otros actores, inclusive externos a la institución.

Para lograr el objetivo de crear un modelo innovador, se tomó como base el análisis documental de las experiencias de emprendimiento general y universitario que han sido relevantes y desarrolladas con éxito a nivel internacional, nacional y local; luego, se aborda el estudio de las estrategias de emprendimiento que actualmente desarrollan las universidades, unido a una entrevista realizada a los líderes naturales de las áreas de emprendimiento y a otros expertos en el tema.

Para validar el modelo se realizaron grupos focales con emprendedores y estudiantes; se seleccionó al semillero de emprendimiento de la Universidad de Caldas, con quienes se ha socializado el proyecto de investigación desde sus inicios y han avanzado los conceptos del modelo a manera de práctica real. Se presentó también a expertos en emprendimiento universitario, utilizando para todos los casos, los instrumentos correspondientes, como cuestionario de preguntas estructuradas y semiestructuradas y la guía de discusión para grupos focales.

Los objetivos de esta investigación refieren, en primer lugar, a la definición de los conceptos relevantes que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de pregrado separados de los conceptos macro de emprendimiento universitario que se tienen hasta ahora. En segundo lugar, identificar las categorías de análisis que se deben tener en cuenta en un modelo de emprendimiento para los estudiantes de pregrado de las universidades. Y por último, identificar los factores de éxito y los vacíos relevantes del fomento al emprendimiento, de acuerdo con el análisis de las categorías establecidas. Lo anterior, con el propósito de hacer una propuesta de un modelo teórico de emprendimiento universitario para Manizales, en donde el eje central sean los estudiantes universitarios de pregrado.

La temática se aborda, en primer lugar, desde el análisis del concepto de emprendimiento desde sus inicios a principios del siglo XVIII hasta el año 1934, cuando Joseph Schumpeter le adhiere al riesgo económico aspectos como la invención y la innovación, agregándole una preponderancia en el mundo productivo, al presentarlos como dispositivos de cambio y transformación permanente del ciclo económico, sobre las bases de la “destrucción creativa”, concepto que popularizó al referirse a la función del empresario de reformular y revolucionar el patrón de producción. Se analizaron conceptos de Kizner, Howard Stevenson, Gifford Pinchot III, Timmons, Bygrave, Global Entrepreneurship Monitor (Global Entrepreneurship Monitor Colombia, 2011), entre otros.

En segundo lugar, se realiza un análisis del emprendimiento universitario tomando como referente la teoría de Etzkowitz en los años 90, quien fue uno de los primeros en insistir en una nueva función de las universidades, orientada hacia el aporte al desarrollo económico y social de su entorno, en referencia a lo que representaba la transferencia de tecnología y la relación Universidad-Empresa. De aquí ha partido el proceso de mutación de los entes universitarios a lo que se le ha dado en llamar “Universidad emprendedora”. Se realizó además el análisis de conceptos como “transferencia tecnológica”, “innovación” y “emprendimiento universitario”.

En tercer lugar, se referencian las experiencias mundiales sobre vinculación de la universidad con el emprendimiento, tomando como referente principal a Estados Unidos, donde se ubican las universidades más importantes en emprendimiento, como el *Babson College* (2012), Stanford (Byrne, 2010), MIT, entre otras. Se destacan además las experiencias de países como Israel (Revista Dinero, 2010); Canadá, con su programa ACOA (Atlantic Canada Opportunities Agency, 2009); Alemania, con EXIST (Federal Ministry of Economics and Technology, 2012); Finlandia, con Demola (Demola Network, 2012; Northern Europe, 2011); Singapur; España, con su programa Junior Empresa (Confederación Española de Junior Empresas –CEJE–, 2011; Morales y Roig, 2005); y Latinoamérica, con Empretec, en el Tecnológico de Monterrey, México (2011).

Consiguientemente se presenta el desarrollo del emprendimiento en Colombia y especialmente en las universidades con mayores logros en emprendimiento universitario en el país, hasta llegar a las universidades de Manizales, escogiendo de modo intencional aquellas que cuentan con unidades o programas de emprendimiento.

Finalmente, esta investigación presenta la propuesta teórica de un nuevo modelo de emprendimiento universitario que centra su atención en los estudiantes de pregrado, como segmento básico, en la construcción de una cultura institucional, con un modo de actuación de arriba hacia abajo (desde las instituciones y las empresas) y de abajo hacia arriba (los estudiantes); este último punto es uno de los más importantes en el modelo propuesto: la incorporación metodológica de la visión empresarial en los estudiantes.

Colombia se encuentra constantemente entre los primeros países a nivel mundial en términos de actividad emprendedora. Gran parte de ella tiene su motivación en la necesidad y provee solo ingresos de subsistencia para los emprendedores (Global Entrepreneurship Monitor Colombia, 2010). Estas formas de autoempleo se combinan con el bajo potencial de crecimiento y el bajo nivel de desarrollo científico y tecnológico.

Como antecedente, en Colombia el emprendimiento se formalizó recientemente por medio de la Ley 1014 de 2006, con el objetivo primordial de promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, procurando que los colegios y demás entes educativos implementen la cátedra de emprendimiento. Las universidades especialmente, tanto públicas como privadas, deben crear las unidades o centros de emprendimiento, no solo para promover el espíritu emprendedor, sino también para apoyar a sus estudiantes en la creación de empresa (Colombia, 2006).

En la ciudad de Manizales, las universidades de Caldas (Unidad de Emprendimiento, 2012), de Manizales (2012), Nacional (Sede Manizales, 2012), Autónoma (2012), Católica (2012), entre otras, han creado sus unidades de emprendimiento, y han desarrollado sus propios programas de asesoría y creación de empresas. A partir del año 2009 y dando cumplimiento a los requerimientos de la Ley 1014, capítulo 2, artículo 6 (marco institucional), se creó la Red de Emprendimiento de Caldas con la participación de 18 entidades del orden gubernamental, educativo, empresarial y gremial de la región, con la secretaría técnica de la Cámara de Comercio. Posteriormente, en diciembre de 2009 fue presentado ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Plan Regional de Emprendimiento de Caldas, con una visión al 2020 y en el marco del 'templo' del emprendimiento para Caldas.

Figura 1. Antecedentes del emprendimiento

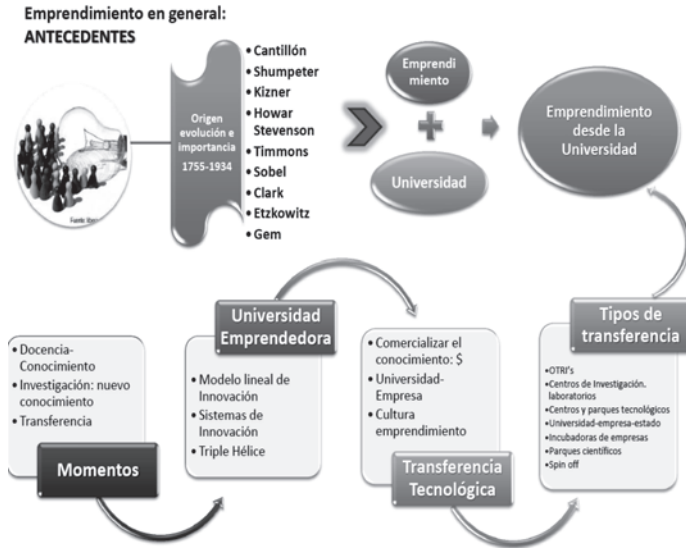
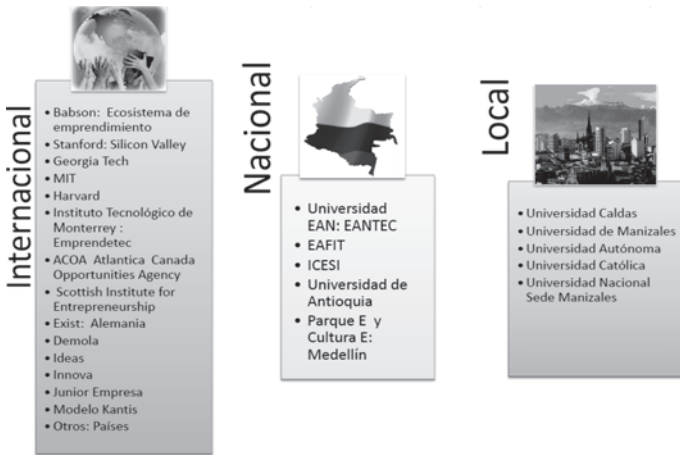


Figura 2. Experiencias universitarias de emprendimiento



A pesar de encontrar una importante evolución en el paso de la teoría a la práctica, existe aún un cierto desconocimiento del papel principal que ejerce el estudiante universitario en el desarrollo de la cultura del emprendimiento en las universidades. Esta investigación, por lo tanto, hace énfasis en el desarrollo del emprendimiento de abajo hacia arriba en las universidades, es decir, en el fortalecimiento de las competencias emprendedoras de los estudiantes, la reprogramación individual y grupal hacia la creación de empresas más que la búsqueda de empleo, afianzando patrones de pensamiento creativo, innovador y autoconfianza, aspectos básicos del emprendimiento universitario.

Presentación del modelo

Una vez analizado el contexto que refiere al emprendimiento en los entornos internacional, nacional y local en ambientes universitarios, se presenta el modelo MEEP, como propuesta teórica estructural del modo de hacer emprendimiento universitario en la ciudad de Manizales.

El MEEP recoge los vacíos, factores de éxito y sugiere un cambio en la estructura conceptual y de manejo de la gestión del emprendimiento en las instituciones de educación superior en Manizales, con un foco de atención en la población objeto del presente estudio, teniendo en cuenta que los estudiantes universitarios de pregrado representan la mayor población de las universidades y el principal segmento académico atendido; son ellos los que en prospectiva, tendrán la visión de ser empresarios.

La principal ventaja que tiene el modelo MEEP es que trabaja bajo el principio de “mundo cerrado” (Goldenberg y Mazursky, 2002), es decir, la universidad tiene todos los medios propios para tomar decisiones en función de llevar a cabo el modelo y no requiere consultar a entes externos o al gobierno nacional para su implementación.

En general, la Ley de Emprendimiento 1014 de 2006 cubre los aspectos normativos que son un marco regulatorio amplio y propicio para el desarrollo de nuevos proyectos como este que se propone (Colombia, 2006).

La construcción del modelo parte de la definición de categorías que se consideran básicas dentro del MEEP y las cuales se construyeron a partir del presente estudio (Tabla 1).

Tabla 1. Definición de categorías

Categoría	Definición
Concepto de emprendimiento o universitario basado en los estudiantes de pregrado	Es aquel que surge de los estudiantes que están cursando carreras profesionales en cuyo proceso se busca desarrollar competencias emprendedoras para implantar en su “mindset” la visión de empresario, con criterios de asociación y trabajo en equipo, adquiriendo al mismo tiempo habilidades administrativo-gerenciales que le faciliten la creación y puesta en marcha de empresas innovadoras basadas en el conocimiento, durante o después de su etapa de estudiante.
Emprendedor estudiante de pregrado	Estudiante de pregrado que tiene el interés y el deseo de ser empresario antes que ser empleado.

Staff ¹ para el emprendimiento universitario	Equipo de personas que unidos como staff dependen de la rectoría de la institución universitaria, en calidad de asesor y apoyo en la visión de la gestión del emprendimiento universitario. Sus integrantes lo constituyen personal idóneo, interno como externo, para potenciar y proyectar el emprendimiento desde la base de los estudiantes en la institución.
Área, centro o unidad ² de emprendimiento	Mientras el staff se encarga de la visión sobre la gestión del emprendimiento, las áreas, centros o unidades, se encargan de actuar y operar la estructura de emprendimiento definida, fomentando la cultura y el espíritu emprendedor y apoyando en el proceso de creación de empresas.
Modelo de operación de la estrategia de emprendimiento en la universidad para los estudiantes de pregrado	Este punto permite establecer la forma en que operan las áreas su modelo de emprendimiento: cómo inicia y hasta dónde es el alcance al que pretenden llegar.
Docente emprendedor	Es una persona que tiene la experiencia en emprendimiento para enseñar, compartir y apoyar el proceso emprendedor dentro de la universidad, con habilidades y competencias en pedagogía didáctica-creativa y casuística.
Ambiente creativos para el emprendimiento	De acuerdo con Perkins (citado por Vásquez, C. y González, C. 2003), “Los ambientes son escenarios de interacción, si una institución tiene interacciones rígidas, estrechas o creativas, esto determinará la textura de su cultura. Si se quiere promover un aprendizaje profundo, significativo, necesitamos una textura abierta y creativa”.
Asociaciones Estudiantiles con Visión Empresarial –AEVE–	Son organizaciones sin ánimo de lucro, creadas y gestionadas por estudiantes universitarios de pregrado, cuyo fin es llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en cualquier carrera, para ello sus miembros realizan actividades económicas ligadas a sus estudios con las que obtienen una formación práctica y realista del mercado, crecen al incorporar sus conocimientos y generar la experiencia así como formarse a nivel administrativo-gerencial gracias a que son dirigidas por ellos mismos.
Ecosistema de Emprendimiento: Interno y Externo	Un ecosistema de emprendimiento refiere entonces a todas las áreas, instituciones u organizaciones y personas, que favorecen o inhiben a un estudiante de pregrado emprendedor en su proyecto de ser empresario y su probabilidad de éxito posterior a su lanzamiento.

1 Conjunto de personas que, en torno y bajo el mando del director de una empresa o institución, coordina su actividad o le asesora en la dirección: “la empresa elige a los mejores técnicos para su staff” (WordReference.com).

2 Estas unidades forman parte de la estructura organizacional de las universidades y tienen dependencia, en su mayoría, de las áreas de proyección universitaria.

El concepto de emprendimiento universitario por el que propende el MEEP, está basado en la inclusión de todos los estudiantes de pregrado, tengan o no ideas de negocio. Está centrado en la formación del futuro empresario, en cuyo proceso se busca desarrollar competencias emprendedoras para implantar en su estructura de pensamiento la visión empresarial, con criterios de asociación y trabajo en equipo, adquiriendo al mismo tiempo habilidades administrativo-gerenciales que le faciliten la creación y puesta en marcha de empresas innovadoras basadas en el conocimiento, durante o después de su etapa de estudiante. Lo anterior parte de la base de que los estudiantes pueden ser empresarios cuando pertenecen a una sociedad y aportan con sus conocimientos, habilidades y competencias al desarrollo de un objeto social. De aquí sale el concepto de “emprendedor estudiante de pregrado”, que lo identifica como una persona que tiene el interés y el deseo de ser empresario, antes que empleado.

Las universidades, por lo tanto, están llamadas en el modelo MEEP a que construyan una política clara de emprendimiento universitario que contenga el objetivo macro de garantizar el funcionamiento sistemático de un ecosistema de emprendimiento interno, y fortalecer de esta manera el *modus operandi* del emprendimiento en la universidad, que permita articularse con el ecosistema de emprendimiento externo y garantice sostenibilidad en el tiempo.

Para la construcción de la política institucional de emprendimiento universitario, el MEEP considera pertinente la constitución de un *staff* liderado por la Rectoría o quien haga sus veces en cada institución universitaria. Cada integrante está en calidad de asesor y consejero de la visión de la gestión del emprendimiento en la universidad, con voz y voto. Debe ser personal idóneo, interno y externo, que cubra todas las áreas y la representación del sector empresarial e institucional, quienes avalen el funcionamiento del ecosistema interno y su interrelación con el externo.

Los integrantes deben ser representantes de las siguientes áreas: Rectoría, Secretaría General o ente jurídico, Vicerrectoría Académica, Administrativa, de Investigación y Proyección, decanos, el representante del área de emprendimiento, de los docentes, de los estudiantes de pregrado y de los egresados; con igual importancia, un representante o más del sector empresarial y de los gremios. Un aspecto relevante es la difusión y prensa con que este modelo de acción se ejecute, por ello, el MEEP recomienda que en el *staff* esté presente el representante de la oficina de prensa de las instituciones.

La representatividad de las áreas y empresariado tiene sentido tanto en la redacción de la política como en el seguimiento de su ejecución. La política de emprendimiento según el MEEP debe contener claramente, entre otros aspectos, temas como:

1. El enfoque de emprendimiento universitario que la universidad pretende sentar como base, haciendo una declaración sobre la estrategia institucional de emprendimiento.
2. Las directrices, en las cuales se incluirá el emprendimiento como complemento esencial en la formación profesional de los estudiantes, integrado al proceso misional de la universidad, a la académica, a la investigación y a la proyección.

En este sentido, considerar que independientemente de lo técnica que pueda ser la carrera profesional, todas deben tener un contenido estratégico que lleve al estudiante a visualizarse como empresario dentro de ese conocimiento llevado a la práctica.

3. Estrategias y actividades de emprendimiento institucional, que contengan: el currículo y programas académicos; alianzas estratégicas; el uso adecuado de los laboratorios, centros, parques, incubadoras, entre otros espacios y ambientes que promuevan y fortalezcan la actividad emprendedora. En este punto, vale resaltar que el MEEP recomienda a las universidades, ir sentando las bases para construir en el corto y mediano plazo los ambientes creativos, pudiendo ser estos abiertos y cerrados, que fortalezcan el trabajo en red, la asociación, la ideación, la creatividad, la innovación, etc., claves en la gestión del emprendimiento de los estudiantes.
4. Dejar expreso en la política, el apoyo a los estudiantes en la conformación de asociaciones estudiantiles como las define el MEEP: aquellas organizaciones sin ánimo de lucro, creadas y gestionadas por estudiantes universitarios de pregrado, cuyo fin es llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en cualquier carrera; para ello sus miembros realizan actividades económicas ligadas a sus estudios con los que obtienen una formación práctica y realista del mercado, crecen al incorporar sus conocimientos, y generar la experiencia, así como formarse a nivel administrativo-gerencial gracias a que son dirigidas por ellos mismos, denominadas: Asociación de Estudiantes con Visión Empresarial (AEVE).
5. En su estructura, la política debe contemplar el proceso de selección de docentes para las cátedras y apoyo a los estudiantes emprendedores. Según el MEEP, es una persona que tiene la experiencia en emprendimiento para enseñar, compartir y apoyar el proceso emprendedor dentro de la universidad, con habilidades y competencias en pedagogía, didáctica-creativa y casuística. De igual forma, la política de selección del perfil personal y profesional del líder de la unidad de emprendimiento, como sus principales funciones.

6. Deberá contener también con amplia claridad, los organismos que integran el ecosistema de emprendimiento interno y sus alcances, con el fin de apoyar y garantizar la articulación sinérgica de la gestión del emprendimiento en la institución, la disposición permanente de los laboratorios, de las unidades de servicios, de los organismos de apoyo, centros de innovación, las incubadoras, los institutos, las granjas y demás espacios que abiertamente propicien el uso hacia el desarrollo de la visión emprendedora de los estudiantes.
7. Contemplar en la política la estructura compensatoria, de incentivos y bonificaciones que resulten de la actividad emprendedora en la universidad, ya sea a los estudiantes, docentes, asociaciones o la misma área de emprendimiento.
8. La política, además, dejará establecida la unidad de emprendimiento como órgano coordinador y ejecutor de la política de emprendimiento. Mientras el *staff* se encarga de la visión sobre la gestión del emprendimiento, las áreas, centros o unidades, se encargan de actuar y operar la estructura de emprendimiento definida, fomentando la cultura y el espíritu emprendedor y apoyando en el proceso de creación de empresas. La universidad debe darle poder a la unidad con el fin de cerrar también la brecha existente entre la visión académica y la visión de emprendimiento que se está consolidando dentro de las universidades.
9. Sentar las bases de la participación de la universidad en el ecosistema de emprendimiento externo, apostándole a las iniciativas mencionadas en el marco teórico de nivel local, nacional e internacional.

Áreas, unidades o centros de emprendimiento

Sobre las unidades de emprendimiento es importante resaltar que, gracias a la investigación desarrollada, se encontró que estas unidades tienen disperso su foco de acción debido a la falta de políticas claras e institucionalidad en relación con el emprendimiento universitario; además se percató de que a pesar de contar con sus propias áreas de emprendimiento, en lugar de favorecer más al estudiante de pregrado, su orientación porcentualmente en tiempo y esfuerzo, está más dirigida a personal externo a la institución.

No obstante lo anterior, las unidades de emprendimiento llevan a cabo gestiones que han dado resultados, que en todo caso generan impactos positivos, razón por la cual el MEEP busca construir sobre lo construido.

En tal sentido, el programa sugiere que esta área debe estar empoderada de arriba hacia abajo, tener un mayor campo de acción e injerencia directa sobre el desarrollo profesional de los estudiantes en lo que refiere a potenciar su visión empresarial. Es el caso de las prácticas y pasantías universitarias, el presente estudio de investigación reflejó cómo están alejadas de la concepción del emprendimiento, al concebirlas como una obligación del estudiante para cumplir su currículo académico y no como una oportunidad de fomentar en los estudiantes la posibilidad de llevar a la práctica sus conocimientos desde una óptica empresarial; más bien conducen al estudiante a prepararse para una vinculación laboral.

La importancia de las prácticas empresariales radica en la cercanía que se establece con el tejido empresarial, aspecto que debe aprovecharse proactivamente para asegurar los contactos que privilegien la continuidad de una relación y exista un compromiso en el cambio de la filosofía de la práctica, como por ejemplo darle la oportunidad al estudiante de generar intraemprendimiento. (Emprendimiento dentro de las empresas).

La unidad de emprendimiento deberá estar en capacidad de lograr alianzas estratégicas que coadyuven a cerrar la brecha Universidad-Empresa; ellas están llamadas a ser el órgano de unión y contacto para adicionalmente promover convenios que busquen solucionar problemáticas empresariales desde la base del conocimiento universitario, promoviendo el pensamiento de diseño y desarrollo de prototipos que den solución a necesidades sentidas del consumidor y solicitudes específicas del empresariado. Esto hace que las unidades de emprendimiento deban también tener injerencia directa sobre los desarrollos en investigación, que se generan dentro de la universidad, con el fin de buscar una mayor participación de los estudiantes y apoyar en la transferencia de conocimiento generado. Estas áreas deberán también tener mediación en la vinculación con el ecosistema y propiamente con entes como la Incubadora, ParqueSoft, los laboratorios de bio-informática y de biotecnología, el parque de innovación, entre otros, que propendan por apuntalar la formación empresarial de los estudiantes de pregrado. Todo lo anterior llevaría a aprovechar los contactos empresariales en una labor holística hacia el emprendimiento. Incluso, puede generar una red de base de inversionistas ángel y de inversión, que apoye las iniciativas de los estudiantes en su desarrollo de carrera o como egresado.

El MEEP concibe esta unidad como un motor de creación de convenios, asesorías, eventos y educación continuada, con las personas, áreas, instituciones, empresas y demás entes del entorno, tanto a nivel interno como externo, que le dé impulso permanente al proceso y permita generar oportunidades donde cada vez más estudiantes de pregrado tengan cabida con sus conocimientos. Se pretende posibilitar permanentemente sesiones de innovación, creatividad, de diseño, entre otras técnicas y metodologías que lleven a procesos de ideación y creación.

El MEEP recomienda a las unidades de emprendimiento, tener una dinámica de participación en convocatorias que ayuden a fortalecer presupuestalmente el área en pro del desarrollo de su accionar estratégico del emprendimiento, asegurándose además la correspondiente gestión del conocimiento que permita consolidar cada vez más y de manera sistemática los avances del emprendimiento en la universidad, haciendo la consecuente difusión que permita hacer visibles los progresos y logros obtenidos en el desarrollo de este proyecto.

El modelo MEEP incluye como una estrategia innovadora para fortalecer la visión empresarial, el apoyo a la unión de estudiantes para la constitución de Asociaciones de Emprendimiento con Visión Empresarial (AEVE); estas asociaciones si bien son de los estudiantes, al mismo tiempo que su dirección, las universidades deben apoyarlas con toda su institucionalidad y operatividad en cabeza de la unidad de emprendimiento.

Las AEVE son organizaciones sin ánimo de lucro, creadas y gestionadas por estudiantes universitarios de pregrado, que dejan de pertenecer a ellas una vez se gradúan. Su fin es llevar a la práctica los conocimientos adquiridos en cualquier carrera; para ello, sus miembros realizan actividades económicas ligadas a sus estudios y podrán ser de diferentes disciplinas; obtienen una formación práctica y realista del mercado, crecen al incorporar sus conocimientos y generan la experiencia, así como la formación a nivel administrativo-gerencial gracias a que son dirigidas por ellos mismos.

Las asociaciones se constituirán bajo las leyes colombianas de asociación sin ánimo de lucro. Deben tener la misma estructura empresarial que lleve a los estudiantes a vivir una experiencia real de ser empresario durante su etapa de estudios y deben contener un objeto social sostenible en relación directa con los conocimientos profesionales que están adquiriendo sus integrantes.

Las AEVE deben estar físicamente ubicadas dentro de las universidades, permitiéndoles una integración con los medios que proveen las mismas, así como el aseguramiento de la calidad de sus proyectos y ejecutorias, y la reducción de los costos de operación. La inserción de las AEVE en la universidad tiene sentido bajo el concepto de formación de la visión empresarial de los estudiantes; por ello, las IES deben apoyarlas y generar el enlace académico, en donde la práctica de su objeto social favorezca la homologación de temáticas del programa profesional que desarrollan los estudiantes que integran las AEVE. Los docentes tendrán entonces, un rol significativo y trascendente en el apoyo, acompañamiento, seguimiento y asesoramiento.

Las asociaciones, deben contar con estatutos que regulen el accionar de la organización y de sus integrantes, la vinculación y desvinculación de asociados; deberes, derechos, obligaciones, valores y principios con los que se regirán; así

como incluir los aspectos que llevarían a una disolución o liquidación, la representatividad legal y los límites de actuación entre otros aspectos relevantes.

La propiedad intelectual resultante es de las A EVE donde se desarrollen los proyectos y/o de los estudiantes, así:

En las iniciativas donde se generan producciones intelectuales que darán un valor agregado a las organizaciones y sus actividades, es de vital importancia contemplar el manejo, y en general, la gestión que se realice de la propiedad intelectual.

En relación con las A EVE, es importante seguir paso a paso los procesos y producciones que en ellas se generan, y aquellos que son resultado de los diferentes procesos de vinculación y/o trabajo en equipo con los *stakeholders* o interesados. Es así como se planteará cada uno por separado:

A) De la producción de las A EVE

Las producciones intelectuales que sean producto o consecuencia de las funciones desarrolladas por cada uno de los miembros de la A EVE, se entenderán que pertenecen a ellos, sin desconocer los eventuales derechos a los que sean titular él o los creadores; por ejemplo, los derechos morales de autor.

Debe establecerse en las herramientas contractuales, que los derechos de explotación económica por las producciones que en ejercicio de las funciones de las A EVE se produzcan, serán de éstas.

B) De la universidad

Uno de los factores claves del desarrollo y éxito de las A EVE es el vínculo con la universidad, por lo cual se deberá materializar a través de un convenio en donde se establezcan de manera clara los derechos y obligaciones de cada parte (entendiendo la A EVE, como una persona jurídica diferente a los estudiantes). Especialmente los aportes de cada parte y los derechos que por estos aportes se generen, primordialmente relacionados con la propiedad intelectual resultante.

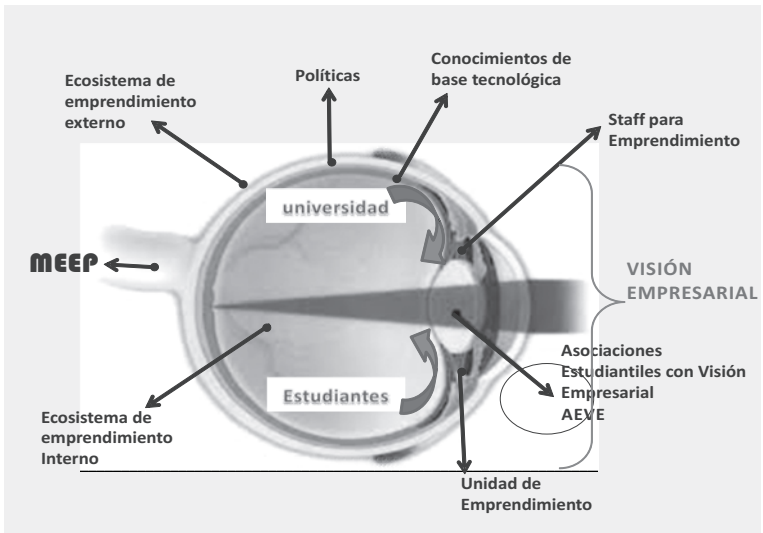
C) De los contratos con agentes externos

Es en este aparte donde se materializa toda la producción; se deberá establecer de manera clara la naturaleza de la vinculación de unos y otros y las obligaciones que nazcan de tal relación, según su objeto específico. En todo caso se deberá establecer con respecto a la A EVE:

- a) Si se está creando un producto nuevo, momento en el cual se debe establecer de quién son los derechos de propiedad intelectual resultantes.
- b) Si se está usando un producto creado por la AEEVE, caso en el cual los derechos serán de la AEEVE.
- c) Si se está en un desarrollo en conjunto, caso en el cual se deberán reconocer por partes proporcionales a la participación (o negociarlo) los derechos de propiedad intelectual.

En suma, el mayor aporte del modelo MEEP se ve reflejado en la concepción de importancia que se da a los dos focos estratégicos de gestión: de arriba hacia abajo (universidad hacia los estudiantes de pregrado) y de abajo hacia arriba (iniciativas de estudiantes hacia asociaciones empresariales), unido a una política institucional que da soporte, sostenibilidad, continuidad y fortaleza a la gestión del emprendimiento universitario.

Figura 3. Modelo teórico de Emprendimiento basado en los Estudiantes de Pregrado (MEEP)



La figura que representa el Modelo de Emprendimiento basado en los Estudiantes de Pregrado (MEEP), es una analogía intencional con el ojo humano, que surgió cuando convergieron las categorías y los componentes, respectivamente, para llegar a la visión empresarial.

Conclusiones

1. Los conceptos relevantes que focalizan el emprendimiento universitario en el grupo de estudiantes de pregrado, separados de los conceptos macro de emprendimiento en las universidades, dejan en evidencia la cantidad de información que se teje alrededor de la temática, generando confusión en el foco de acción y la dispersión en la dirección estratégica frente a la misión de las universidades en su compromiso con el tercer rol.
2. Una vez identificadas las categorías que se deben tener en cuenta en un modelo de emprendimiento para los estudiantes de pregrado de las universidades, es posible focalizar y direccionar los procesos de gestión del emprendimiento, hacia la implementación del modelo en la universidad.
3. Los factores de éxito y los vacíos relevantes encontrados en el estudio realizado, más los aportes obtenidos de informantes claves, grupos focales y expertos, permitieron una apropiación conceptual del emprendimiento universitario que facilitó identificar el espacio para generar una nueva propuesta, que más que integradora de lo anterior, es innovadora en el desarrollo de sus procesos y de su propósito básico de formar una visión empresarial en los estudiantes.

Los resultados obtenidos de las entrevistas a informantes claves y grupos focales son reveladores de la situación del emprendimiento en las universidades. Se destaca la carencia de políticas internas de direccionamiento del emprendimiento, la baja intervención de los rectores y la participación de múltiples actores con responsabilidades difusas. La existencia de Unidades de Emprendimiento poco estructuradas y con funciones dispersas sin enfoque directo en los estudiantes de pregrado de la universidad; docentes vinculados sin un claro perfil emprendedor y un relacionamiento empresarial mínimo y poco aprovechado para fortalecer las competencias y la visión empresarial de los estudiantes.

4. Proponer un modelo teórico de emprendimiento universitario, en donde el eje central sean los estudiantes universitarios de pregrado, contribuye a generar conciencia sobre la capacidad que tienen los líderes de las IES de fortalecer con este modelo los procesos en la gestión del emprendimiento, que allanen el camino para cerrar la brecha entre el sector educativo y empresarial, procurando ser más efectivos en la transferencia y comercialización del conocimiento; y más importante aún: fomentar en los estudiantes la visión empresarial que los lleve a ser gestores de sus propias empresas.

Recomendaciones

1. Se puede decir que las experiencias positivas del mundo en emprendimiento, han generado una avalancha de prácticas e iniciativas que se apropian en las universidades, convirtiéndose en una “colcha de retazos” sin un foco estratégico claro. Se recomienda entonces, en primera medida, iniciar con una formalización de las políticas institucionales de gestión del emprendimiento en la universidad, que den un direccionamiento como parte primordial del modelo propuesto.
2. Los estudiantes deben ser el segmento prioritario en la atención de la gestión del emprendimiento dentro de las universidades; debe fortalecerse su visión empresarial desde la incursión a la vida universitaria, y así orientarlos desde la base de sus estudios y conocimientos adquiridos hacia la visualización de oportunidades de negocios, que los lleve a crear empresas escalables y de alto potencial; de esta forma, la enseñanza se propone convertir el conocimiento universitario en realidades para el desarrollo económico.
3. Se recomienda que las universidades propicien al unísono con la gestión del emprendimiento, la gestión del conocimiento surgido de este proceso, para sistematizar los indicadores de gestión, haciendo medibles los resultados y generando parámetros que permitan una mejora constante del modelo propuesto; de este modo, se abren puertas para seguir construyendo sobre lo construido en emprendimiento universitario.
4. Con la construcción del MEEP, las investigadoras consideran que existen posibilidades de desarrollo de nuevos trabajos de investigación con base en los planteamientos aquí realizados y la necesidad que existe de fortalecer en las universidades el emprendimiento estudiantil, incluso abarcando posibilidades en edades más tempranas, como en la educación media.

Referencias

Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA) (2009). *Página web*. Disponible en <http://www.acoa-apeca.gc.ca>.

Babson College (2012). *The Arthur M. Blank Center for Entrepreneurship*. Disponible en <http://www.babson.edu/Pages/default.aspx>.

Byrne, J. (2010). *Harvard vs. Stanford: Which builds a better entrepreneur?* CNN Money. Disponible en http://money.cnn.com/2010/10/12/pf/jobs/harvard_stanford_entrepreneurs.for_tune/index.htm.

Colombia (2006). Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento. *Diario Oficial No. 46.164*.

Confederación Española de Junior Empresas (CEJE) (2011). *Página web*. Disponible en <http://www.ceje.org/>.

Demola Network (2012). *Página web*. Disponible en <http://www.demola.fi>.

Federal Ministry of Economics and Technology (BMWi) (2012). *EXIST – University-Based Business Start-Ups*. Disponible en http://www.exist.de/englische_version/index.php

Global Entrepreneurship Monitor Colombia (2010). *Eje Cafetero*. Disponible en <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2431>

Global Entrepreneurship Monitor Colombia. (2011). *Reporte GEM Colombia 2011-2012*. Disponible en <http://www.gemconsortium.org/docs/download/2518>

Goldenberg, J. & Mazursky, D. (2002). *Creativity in product innovation*. Cambridge: University Press.

Morales, S. y Roig, S. (2005). *El papel de las universidades en el fomento de la cultura emprendedora. El caso de España*. Disponible en <http://www.uv.es/motiva/Medellin/SilviaMoralesSalvadorRoig.pdf>

Northern Europe (2011). *Case 3 Demola Finland*. Disponible en <http://ub-cooperation.eu/pdf/3.pdf>

Revista Dinero (2010). *Emprendimiento en Israel*. Disponible en <http://www.dinero.com/edicion-impresa/management/articulo/emprendimiento-israel/100615>

Tecnológico de Monterrey (2011). *Modelos de Parques Tecnológicos*. Disponible en <http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/ITESM/Tecnologico+de+Monterrey/Emprendimiento/Red+de+Parques+Tecnologicos/Modelos+de+Parques+Tecnologicos/>

Universidad de Caldas. (2012). *Unidad de emprendimiento*. Disponible en http://emprendimiento.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=57

Universidad de Manizales (2012). *Productos y Servicios UEE. Unidad de Em emprendimiento y Empresarismo*. Disponible en <http://www.umanizales.edu.co/u/launiversidad/emprendimiento/html/products.html>

Universidad Industrial de Santander (2009). *Universidad-Empresa-Estado. Cátedra Low Maus*. Disponible en <http://cultural.uis.edu.co/files/UNIVERSIDAD.pdf>.

Universidad Nacional Sede Manizales (2012). *Consultorio Administrativo Facultad de Administración*. Disponible en <http://www.manizales.unal.edu.co/consultorioadm/index.php/consultorio>.

Vásquez, C. y González, C. (2003). Creatividad, ambiente y aula en educación superior. *Revista Creando, Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales*, 1(1), 4-10.