

FOMENTO DEL EMPRENDIMIENTO A TRAVÉS DE ACTIVIDADES ACADÉMICAS E INVESTIGATIVAS

PROMOTING ENTREPRENEURSHIP THROUGH ACADEMIC AND RESEARCH ACTIVITIES

PROMOVER O EMPREENDEDORISMO POR MEIO DE ATIVIDADES ACADÊMICAS E DE PESQUISA

Por: SUÁREZ GALVIS _ Fernando

Doctor en Ciencias Gerenciales. Institución de Educación Superior ITSA. Docente Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Email: ffsuarez866@gmail.com, Colombia.

Recibido: 3 de marzo de 2017

Aprobación definitiva: 30 de agosto de 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.22267/rtend.171802.84>

RESUMEN

El artículo está enfocado en analizar el fomento del emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas en la Institución de Educación Superior ITSA. Mediante una revisión documental con un diseño bibliográfico se hace un análisis de las diferentes acciones que han sido desarrolladas en los planes organizacionales, así como la forma de gestionar y difundir el conocimiento, proporcionando visibilidad, para garantizar la promoción del emprendimiento, soportando lo expuesto con los referentes teóricos de Robles y Pelekais (2015); Valverde (2011); Vásquez (2015); Torrent-Sellens (2014), entre otros. Los resultados evidencian que el proceso evolutivo del emprendimiento se observa desde la docencia como eje transversal de la malla curricular, que da forma a los contenidos programáticos de cada una de las asignaturas impartidas, en las diferentes carreras del pregrado, hasta los cambios ocurridos al hacer presencia las redes de comunicación.

Palabras clave: emprendimiento, actividades académicas, actividades investigativas, ITSA.

JEL: Z16.

ABSTRACT

The article is focused on analyzing the promotion of entrepreneurship through academic and research activities at the Institution of Higher Education ITSA. Through a documentary review with a bibliographic design an analysis of the different actions that have been developed in the organizational plans is made, as well as the way of managing and diffusing the knowledge, providing visibility, to guarantee the promotion of the enterprise, supporting the exposed with The theoretical referents of Robles y Pelekais (2015); Valverde (2011); Vasquez (2015); Torrent-Sellens (2014), among others. The results show that the evolutionary process of entrepreneurship is observed from teaching as a transverse axis of the curriculum, which gives form to the programmatic contents of each of the subjects taught in the different undergraduate courses, to the changes occurred in the making Presence of communication networks.

Keywords: entrepreneurship, academic activities, research activities, ITSA.

JEL: Z16.

RESUMO

O artigo centra-se na análise da promoção do empreendedorismo, através de atividades acadêmicas e de pesquisa em Instituição de Ensino Superior ITSA. Através de uma revisão da literatura com um design bibliográfica uma análise das diferentes acções que têm sido desenvolvidas nos planos organizacionais e como gerenciar e disseminar o conhecimento, dando visibilidade para garantir a promoção do espírito empresarial, apoiando o descrito acima com é o quadro teórico de Robles y Pelekais (2015); Valverde (2011); Vasquez (2015); Torrent-Sellens (2014), entre outros. Os resultados mostram que o processo evolutivo do empreendedorismo é observada desde o ensino como um eixo transversal do currículo, que molda o conteúdo do programa de cada uma das matérias ensinadas nos diferentes raças de graduação, até que as alterações a fazer redes de comunicação de presença.

Palavras-chave: empreendedorismo, atividades acadêmicas, atividades de pesquisa, ITSA.

JEL: Z16.

I. INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos frecuentes en algunas instituciones universitarias, independientemente que sean públicas o privadas, es la ausencia de una política dirigida al fomento del emprendimiento y gestión del conocimiento que se debe generar, de allí que los espacios académicos de estas organizaciones, en un porcentaje muy bajo, responden a la demanda del sector productivo, quienes exigen respuesta a las diferentes problemáticas que enfrentan.

Por ello, la Institución de Educación Superior ITSA, haciendo eco a lo establecido en sus políticas internas, direccionadas a fomentar el emprendimiento a través de las actividades

académicas e investigativas, acorde a las necesidades del entorno socio productivo, así como la articulación interinstitucional empresa-estado para orientar la cooperación a nivel local, se ha propuesto como reto el desarrollo de proyectos que apalanquen el fortalecimiento de la triada empresa-universidad-comunidad, donde se concibe a la vinculación de forma integral, la cual debe abordarse como un todo, de representación holística.

En función a lo planteado, este artículo esta direccionado en analizar el fomento del emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas en la Institución de Educación Superior ITSA. Lográndose a través de una revisión documental con un diseño bibliográfico, en donde se explica su trazabilidad, así como la forma de gestionarlo, a los fines de potenciar esa estrategia que puede ser implementada por los docentes, de manera que los estudiantes conozcan las oportunidades que en el ámbito laboral, ya como profesionales, pueden aprovechar.

II. REFERENTE TEÓRICO

Emprendimiento

Según Urbano y Toledano (2011) es una forma de pensar, razonar, actuar, vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. Por su parte, Robbins (2005) lo denomina espíritu emprendedor y lo conceptualiza como el proceso mediante el cual un individuo o un grupo empeña sus esfuerzos organizados en la búsqueda de oportunidades para crear valor y crecer, satisfaciendo deseos y necesidades mediante la innovación y la diferenciación, independientemente de los recursos disponibles.

Trujillo et al (2008), citado por Robles y Pelekais (2015) consideran que el emprendimiento ha cobrado interés para las escuelas de negocios desde la década de los ochenta, por vincular tanto creación como dirección de empresas, entre otras razones. Este término, se asocia a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, también se utiliza para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

De este modo, en entornos virtuales como Gerencie (2011), se define el emprendimiento como aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté en la búsqueda constante de nuevos logros más allá de los que ha alcanzado.

Para Vainrub (2006) el emprendimiento consiste en identificar oportunidades, las cuales son externas, y conseguir los recursos materiales, técnicos, económicos y humanos para dar cuerpo y alma a lo que en un inicio fue sólo una idea.

Se puede citar también a Guédez (2003), quien manifiesta que desde el punto de vista conceptual, el emprendimiento como tal es la acción de olfatear, captar e identificar en el medio natural donde se desenvuelve el individuo y aprovechar oportunidades ofrecidas por el entorno.

Igualmente, Bernal et al (2002), citados por Robles y Pelekais (2015), señalan que la acción de emprender es acometer, comenzar una obra, una empresa, iniciar, hacer. Se trata de comprometerse a tener una actitud emprendedora. Y en este sentido, las acciones de los jóvenes deben practicarse tomando en cuenta las actividades para alcanzar los objetivos trazados por ellos mismos.

Según el Instituto de Libre Empresa (2007), citado por Gerencie (2011), el emprendedor es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas.

En este sentido, la gestión de emprendimiento, puede conceptualizarse, de acuerdo a la visión de Robbins (2005), como el desarrollo de un proyecto que busca un determinado fin político, económico o social, entre otros, que además posee características específicas, esencialmente que tiene una cuota de innovación e incertidumbre.

Esta definición puede complementarse con la propuesta de Bruna (2006), citado por Gerencie (2011), quien explica que la gestión de emprendimiento es el cambio radical, discontinuo o renovación estratégica, sin importar si este ocurre adentro o afuera de la organización ya existente, ni si esta renovación da o no lugar, a la creación de un nuevo negocio. Asimismo, Vásquez (2015), amplía que cuando se gestiona en función de emprender, se trata pues de perseguir la oportunidad aún más allá de los recursos que se tiene en la actualidad.

De acuerdo a lo anterior, se puede deducir que la gestión de emprendimiento, se lleva a la acción por medio de una persona (emprendedor), quien inicia una empresa, aunque, también puede asociarse con cualquier persona que tome la decisión de llevar adelante un proyecto, aunque éste no tenga fines económicos, puede decirse que la diferencia entre el emprendedor y un individuo común es la actitud.

Cabe considerar, que la gestión de emprendimiento, es ejecutada según Leiva (2009), por un emprendedor con capacidad de crear, capaz de llevar adelante sus ideas, de asumir riesgos, generar bienes y servicios, enfrentar problemas, por lo tanto tiene que ser un individuo que sabe ver y descubrir las oportunidades aun en situaciones difíciles e inestables. En este sentido, la gestión, hace que el emprendedor posea iniciativa propia, además cree la estructura que necesita para impulsar su proyecto, se comunica con facilidad, generando redes de comunicación, puesto que tiene capacidad de convocatoria e incluso de ser necesario sabe conformar grupos de trabajo de alto funcionamiento.

En relación con las implicaciones que mencionaron anteriormente, señala Vásquez (2015), que un emprendimiento tiene la característica de ser innovador, lo que significa

introducir un cambio, éste puede ocurrir de varias maneras, entre ellas en la estructura social, en la elaboración de un producto, en la gestión pública o en la organización de una empresa, entre otros. Señala Robbins (2005) que esta innovación, implica un camino mediante el cual el conocimiento se traslada convirtiéndose en un proceso, un producto o un servicio que agrega nuevas ventajas tanto para el mercado como para la sociedad. Cabe destacar entonces, que si bien la innovación puede estar presente en cualquier sector, es característica del sector empresarial.

A este respecto, Heredero et al (2013), citado por Robles y Pelekais (2015), expresan que el individuo innovador ve el cambio como una norma de vida, aunque no obligatoriamente es el quien lleve el cambio, sin embargo es quien lo busca, responde a él y lo explota como oportunidad, en resumen, innovar es ver lo que todos ven, pensar lo que sólo algunos piensan, pero hacer lo que nadie hace.

En relación a todo lo anterior, se afirma que la gestión de emprendimiento genera la idea de la existencia de espíritu emprendedor, aunado a la capacidad que tenga una sociedad producir y asimilar los cambios, convencidos de que estos son favorables para el crecimiento y desarrollo económico. En síntesis, esta gestión de emprendimiento hace referencia a factores y cambios cualitativos en la vida del individuo y de la sociedad en que este coexiste y cohabita.

Estrategias para desarrollar investigaciones basadas en gestión de emprendimiento

Señala Valverde (2011), que las constantes variaciones que se suscitan en el aspecto social, traen como consecuencia una suerte de acepciones demarcadas a razón de sistemas imponentes como la economía, la cultura, la educación; por lo que precisamente en este último aspecto es donde se enlazan diversas naturalezas en relación a las habilidades, competencias o nociones axiológicas en la práctica misma de un sostenimiento social. De esta manera, las grandes empresas apuestan a estudios delimitados por factores, tendencias o variables, buscando la mejor posición referente a las dinámicas productivas del mercado.

Es así, como la investigación aparece en las escenas técnicas, empresariales y financieras, buscando según Torrent-Sellens (2014), solventar, aquellas problemáticas concernientes al espectro económico, ya que, a medida que las empresas se hacen cada vez más globales en los mercados que abastecen, la investigación, de los mercados por ejemplo, se vuelve más útil para los gerentes.

Desde luego, al hablar de una investigación enfocada en el emprendimiento, entonces refiere Vásquez (2015) que se destaca la intervención del escenario académico en los grupos eminentemente cuantitativos de un mercado fluctuante, que al no encontrar respuestas efectivas a su fenomenología, apela a la epistemología de una investigación empresarial.

A diferencia de algunas posturas sobre la investigación en función del emprendimiento, Bruna, apuesta a la metodología que debe cernirse a campos pragmáticos, donde ese concepto se complejice por su naturaleza socavada en proyectos olvidados; por lo que, la

investigación como práctica para establecer vínculos con la realidad empresarial, urge su importancia a razón del emprendimiento como posibilidad económica, laboral y profesional puesto que es una manera de pensar y de actuar orientada hacia la creación de riqueza.

Complementan lo expuesto, Heredero et al (2013), citado por Robles y Pelekais (2015), al afirmar que la investigación es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con una visión global y llevada a cabo a través de un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, por lo que su resultado es la creación de valor que favorece a la empresa, la economía y la sociedad. De acuerdo con esto, en un mundo rodeado por competencias laborales, tanto como por habilidades técnicas, estas implican una mirada a los posibles resultados, apuntando a favorecer económicamente al emprendedor, en este panorama se ve como la investigación asume un rol en estudios sociológicos, racionales y cuantitativos que apelan a la resolución de problemas complejos como el posicionamiento de determinada marca, el quiebre de una empresa, entre otras.

Bajo la perspectiva de Valverde (2011), se ha hablado del emprendimiento como un conjunto de acciones que demandan soluciones internas, en función de una posible reingeniería económica cuya suerte se ve representada por concepciones como PYME, desarrollo, competencias o crecimiento sostenible, aquí, es donde subyace un posible objeto de estudio para la investigación, delimitando dimensiones holísticas para salir adelante, progresar o crear soluciones a problemáticas que impiden el desarrollo efectivo del hombre.

Tras las anteriores consideraciones, el autor asume el hecho de que investigar no solo se trata del diagnóstico o el resultado desmejorado en cifras estadísticas, investigar demanda de categorías teoréticas y metodológicas implementadas con innovación para emprender procesos epistemológicos, lo que provoca la aprehensión de una realidad semántica en el contexto económico, como el hecho mismo de emprender.

Otra manera de plantearlo es propuesta por Heredero et al (2013), quienes afirman que el emprendimiento y la investigación, se pueden encontrar en los mismos contextos como, la creación de escenarios académicos, por ejemplo las escuelas de negocios o las líneas de investigación en carreras comerciales. El emprendimiento y la investigación como estructuras sistemáticas entonces, se integran a las conceptualizaciones propias de la academia, en donde se fundamentan sobre la situación actual de una realidad, entendiendo distintas las posturas cualitativas y cuantitativas donde lo fenomenológico combate para no seguir cayendo en relativismos someros en cuanto a empleo o desarrollo sostenible, es aquí la importancia de la investigación en el emprendimiento.

Según lo refiere, Frydman (2003), entre los factores que permiten el éxito en los emprendimientos están el conocimiento y análisis; aunado de la creatividad para mezclar y combinar de manera especial dichas variables; además de la capacidad para ejecutar o saber qué hacer para ejecutar la combinación adecuada.

En correspondencia, para Husenman (2006), señala tres factores clave en emprendedores, en primer lugar ser muy trabajador; tener mucha energía puesta en

el trabajo; en segundo lugar destacarse como personas muy dinámicas, y finalmente, en tercer lugar, ser bastante agresivos, cuando se es atacado, responder con rapidez, no con quejas sino con acciones. En definitiva, según lo anterior los factores de éxito de los emprendedores se deben especialmente a las características personales, de información y conocimiento, de adaptación al cambio y actualización tecnológica, así como de productos.

Emprendimiento empresarial

El emprendimiento empresarial puede ser abordado desde diversas perspectivas.

Gámez (2009), en su “aproximación a los modelos de emprendimiento”, logró describir esta variable desde diferentes enfoques, concluyendo que la escuela económica ofrece una comprensión del fenómeno emprendedor desde las acciones del individuo para maximizar la utilidad y lograr su bienestar; por otra parte, la visión sociológica considera al individuo y su relación con la búsqueda del desarrollo, a partir de la creación de valor económico.

Desde un enfoque individual, según Urbano y Toledano (2008), el emprendimiento empresarial es una forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio. De manera más amplia, Hisrich et al (2005), definen al emprendimiento empresarial como el proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando tiempo y esfuerzo, asumiendo los correspondientes riesgos financieros, psicológicos y sociales, para obtener así las recompensas resultantes de la independencia económica y personal.

Por su parte, Robbins (2005), lo denomina “espíritu emprendedor”, definiéndolo como el proceso mediante el cual un individuo o un grupo empeña sus esfuerzos organizados en la búsqueda de oportunidades para crear valor y crecer, satisfaciendo deseos y necesidades mediante la innovación y la diferenciación, independientemente de los recursos disponibles.

Enfoques de la gestión emprendedora

Desde el ámbito de las universidades privadas, refiere Moenaert (2010:78) que es bien sabido la necesidad de formar personas con habilidades transversales para que llegue a ser un profesional polivalente y sea capaz de formar su criterio personal fundamentalmente para el emprendimiento y la cultura empresarial.

Paralelo a la formación de personas, Domini y Domini (2012:10) manifiestan que es menester además la existencia de instituciones eficaces y flexibles, que permitan acercar la tasa privada a la tasa social de beneficios, minimizando los costos de transacción implícitos en el desarrollo de mercados y organizaciones.

Por lo tanto, se requiere generar políticas orientadas a adaptar y reformar las universidades privadas para incentivar el potencial de emprendimiento. En el mismo orden de ideas, (Barceló, 2007:76) que la gestión emprendedora como enfoque empresarial, “constituye un proceso continuo de solución de problemas, toma de decisiones, elaboración de estrategias, mejoramiento de procesos, entre otros”. Por ello, toda organización está

permanentemente sujeta a una serie de presiones que la obligan a reaccionar y responder a los nuevos acontecimientos, en mercados tan dinámicos y cambiantes como los actuales, en épocas de incertidumbre y globalización.

Por consiguiente, los enfoques de la gestión emprendedora tiene como punta de lanza la capacidad, actitud de personas y empresas para formar combinaciones y a su vez asociaciones, relaciones o reestructurar elementos de su realidad, logrando productos o resultados originales y relevantes. Es decir, tener ideas nuevas y útiles, para conocer la importancia del esfuerzo, la constancia con imaginación suficiente para aliviar la fatiga del camino y saborear anticipadamente el almíbar del triunfo.

Oportunidades para crear emprendimiento

Se inicia este punto con lo planteado por Urbano y otros (2008:45), citado por Robles y Pelekais (2015), quienes señalan el proceso emprendedor es aquel proceso que integra todas las funciones, actividades y acciones asociadas con la identificación y explotación de oportunidades.

De allí, la necesidad de mencionar que para emprender hace falta asumir una actitud fundamentada en los valores que tiene el individuo, pues tanto el riesgo como las ganancias económicas, el sacrificio o la dedicación, son características atribuidas al ejercicio de la actividad emprendedora.

En este sentido, como lo plantea el autor anteriormente referenciado, el emprendimiento como tal podría tener lugar en proyectos o empresas nuevas o viejas, pequeñas y grandes, de lento o rápido crecimiento, dentro del sector privado, el no lucrativo o dentro del sector público, en todos los puntos de la geografía y etapa de desarrollo de un país, no obstante, además de la actividad emprendedora que desarrolla una persona por iniciativa propia a partir de una idea de negocio, también pueden ser abordadas otras manifestaciones, tales como: franquicias, empresas familiares, empresas sociales o dentro de una empresa ya constituida intraemprendimientos (p.37).

Visto así, las oportunidades de crear emprendimiento surgen en determinados instantes y deben ser aprovechadas para evitar el arrepentimiento posterior. Lo importante, por lo tanto, es estar atento a aquéllas que se presentan en cualquier ámbito y analizarlas para determinar cuál es la opción más conveniente, que puede significar la posibilidad de un ascenso, una oferta de contratación o la propuesta de iniciar un nuevo proyecto o emprendimiento.

Cada vez más aparece la palabra emprendedor asociada a la idea de oportunidad, expone Leiva (2009:52) que “son individuos dedicados a la búsqueda de oportunidades, más allá de los recursos de que disponen”, por lo que una oportunidad la define como aquellas “situaciones en que se pueden introducir nuevos productos, servicios, materias primas, mercados y métodos organizacionales a través de la formación de nuevos medios, fines o nuevas relaciones medios-fines”.

Se hace conveniente saber, que a razón de Quintero y Sánchez (2005:123) para considerar una idea como oportunidad de negocio se tendría que verificar la existencia de: “clientes potenciales, que comprenden productos, con necesidades insatisfechas; con necesidades satisfechas en forma parcial, inconformes con su “proveedor” actual y algunos que ni siquiera saben que necesitan lo que se quiere ofrecer y sin olvidar quienes pueden comprar sin siquiera necesitarlo”.

Por otra parte, para crear oportunidad de emprendimiento cabe considerar según los autores la “factibilidad personal, puesto que en las oportunidades no existen en abstracto para todas las personas por igual, no todas las oportunidades son para todos”, además alguna habilidad tiene que existir para poder satisfacer esa necesidad. Asimismo, se requieren clientes con recursos, es decir, clientes que puedan pagar.

Todo lo anterior, refleja que por medio del aprovechamiento del potencial del individuo en su capacidad para reconocer las oportunidades que se presenten podrá generar emprendimiento, utilizando además estrategias como los semilleros, foros, concursos de ideas, plan de negocios, diagnóstico de la situación y ventajas competitivas; como punto de partida para la innovación de la gerencia de procesos organizativos, considerando, que el trabajo en grupo, la creatividad, la solución de crisis y el manejo de la información son algunos de los aspectos relevantes a la hora de formar emprendedores y emprendedoras.

Semilleros de emprendimiento

De acuerdo a lo planteado en el Manual de la Fundación EPM (2014), citado por Robles y Pelekais (2015), los Semilleros son espacios de aprendizaje lúdico, en los cuales el estudiante, puede desarrollar capacidad de emprendimiento y adquirir competencias claves para ser un emprendedor. Teniendo en consideración, que el trabajo en grupo, la innovación, la creatividad, la solución de crisis y el manejo de la información son algunos de los aspectos relevantes a la hora de formar emprendedores y emprendedoras.

Asimismo, en su artículo 2 establece que tienen como objetivo:

Generar espacios alternativos extracurriculares, que permita el desarrollo de la cultura y formación emprendedora e investigativa en ámbitos, empresariales, académicos, científicos y tecnológicos, dando como resultado la generación del conocimiento, la innovación empresarial entre los integrantes del semillero y repercutiendo en una opción de grado.

Siendo uno de sus propósitos generar espacios alternativos extracurriculares, que permita el desarrollo de la cultura y formación emprendedora e investigativa en ámbitos, empresariales, académicos, científicos y tecnológicos, dando como resultado la generación del conocimiento, la innovación empresarial entre los integrantes del semillero y repercutiendo en una opción de grado.

Por otro lado, la forma de crear emprendimiento ha cambiado, ya no es la de antes, es necesario destacar que se trataba de un cambio cultural, donde, primero, se tiene que encarar un factor predominante en el ámbito académico, relacionado con la filosofía universitaria basada en la formación intelectual de profesionales, en lugar de servir como intermediaria para la creación de empresas.

Así lo concibe, Bonilla y Sánchez (2005), los semilleros de emprendimiento buscan desarrollar la visión que “desde la academia se involucren profesionales que puedan ser los grandes modelos o los grandes antimodelos, para que de manera adecuada se dé inicio el proceso de transformación y búsqueda que genere la creación de una empresa”. Es por ello, que un proyecto que incluya aspectos bien orientados como la elaboración de semillero empresarial de análisis y organización previa, busca principalmente la instauración del concepto de pre-incubación de la empresa.

Con esta estrategia, según Urbano y otros (2011:85), se propone “estimular, orientar y asesorar al futuro empresario, para que se construya los basamentos reales y concretos, a partir de una idea de negocio”. Para que esto sea posible, se debe conocer cuál es el capital requerido, quiénes conforman su clientela, cómo está integrada su competencia, qué necesidades logrará satisfacer y, finalmente, cuál es la viabilidad de su proyecto.

La noción de la empresa que se maneja hace énfasis en la etapa previa a la materialización de la misma y luego el momento en el cual se realiza la concepción de la idea de negocio desde una perspectiva emprendedora, para visualizar, de esta manera, la oportunidad de negocio y definir el plan de acción, con base en las competencias del emprendedor que la sugiere.

Prácticas de emprendimiento

Es frecuente encontrar en las sociedades actuales un sector público que provee deficientemente los servicios sociales, paralelamente, el sector privado es acusado a menudo de tener una actitud poco ética, ya sea con sus empleados o con sus clientes, y de preocuparse escasamente por los efectos medioambientales y sociales de su actividad. Según Monsalve (2009), las prácticas de emprendimiento nacen con la voluntad de corregir estas deficiencias, las mismas pueden estar enmarcadas en la promoción de acciones de comunicación de la empresa con la comunidad para el fortalecimiento de las relaciones. Esto determina además el poder definir un objetivo comunicacional mediante la generación de una estrategia coordinada sobre todas las actividades a elaborar y cuya relación da coherencia a todas y cada una de estas acciones.

Por lo tanto, el citado autor, plantea la necesidad de conformar un plan de comunicación el cual pueda distinguir el beneficio de incorporar todos los elementos mediante el establecimiento de un método con todos los actores incluidos, el involucramiento de la empresa misma para la que se desarrolla dicho plan, de esta manera será fundamental dicho cercamiento.

Con respecto a lo planteado, Drayton (2005), citado por Gerencie (2011), señala que los emprendedores sociales asumen como prácticas de emprendimiento, la creatividad y que personalmente necesitan provocar un cambio a su alrededor. Además, están marcados por unos principios éticos que generan confianza en las personas de su alrededor. Así mismo, Según Drucker (2010), las personas que llevan a cabo Emprendimiento Social, asumen como norte, la modificación de la forma de actuar la sociedad, transforman a través de la detección de problemas y el desarrollo de soluciones innovadoras, así como fortalecen estas iniciativas logran aportar nuevas normas o comportamientos sociales.

En función a los postulados de Monsalve (2009), Drayton (2005) y Drucker (2010), puede afirmarse que las prácticas de emprendimiento establecen para la gestión de la gerencia aquellas acciones destinadas al cumplimiento de los principios esenciales organizacionales los cuales permiten responder a las necesidades identificadas, estas han de estar enmarcadas en las opciones señaladas para no brindar posibilidades de improvisación.

Actividades académicas e investigativas

Con respecto a este punto, RedEmprendia (2014: 8), afirma:

Desde la perspectiva de las funciones sustantivas de una universidad y de la vinculación que se considera que debe existir entre ellas, no puede olvidarse el papel que juega la investigación. Tampoco la relación entre la investigación y la formación. Los docentes realizan una función de difusión del conocimiento generado a través de la investigación, tanto para la formación curricular a nivel de grado o posgrado como para el seguimiento en las actividades de formación complementaria o extracurricular. De manera cíclica, los trabajos realizados en los posgrados –con orientación a la investigación- servirán para reforzar los trabajos de investigación. Por otra parte, la investigación en innovación docente es imprescindible para avanzar hacia la excelencia en formación o mantenerla. Finalmente, la conexión directa de la investigación académica en temas de innovación y emprendimiento es decisiva para reforzar el perfil investigador de los másteres universitarios y, en definitiva, la generación de proyectos de emprendimiento e innovación de excelencia.

Reforzando lo planteado, se puede afirmar que son muchas y variadas las actividades que pueden desarrollarse en las instituciones universitarias para fortalecer una cultura en emprendimiento, a tal efecto, Gutiérrez (2015:242) señala:

La investigación desde sus diferentes manifestaciones ha comenzado a tener respuesta por parte de los diferentes agentes interesados en su desarrollo y resultados. El eco inicialmente alcanzado contrasta con la vinculación de las empresas y del Estado para dar orientación y tránsito a las iniciativas emergidas entre ellos; la posibilidad de establecer no solo alianzas, sino una estructura organizacional desde la cual la triada investigación logre definir el Modelo de Competencias Investigativas Empresariales.

Agregando a lo planteado, esta situación es trasladada a las universidades, que si bien han aumentado su nivel de presencia en los estadios de investigación, el hoy y su devenir, muestran un aumento en su agotado papel de transmitir conocimiento vía contenidos, basados en una estructura académica poco flexible, en el que aún el filtro de la relación académica e investigativa no pasa de la producción rutinaria de actividades propias a la labor de las universidades, cuando a pesar de ello, lo hecho en ellas debe buscar aplicación en el entorno.

Con respecto a lo anteriormente referenciado por Gutiérrez (2015), Luengo (2003:16), sostiene que:

La reforma del conocimiento, la reforma del pensamiento y la reforma de la educación van de la mano y son necesarias para una reforma de la sociedad. Ellas son una posibilidad para recuperar la conciencia de nuestras responsabilidades como universitarios, de la pertinencia de nuestro debate, de nuestras posibilidades de actuación y de nuestras decisiones políticas.

III. METODOLOGÍA

Este trabajo es de tipo cualitativo, con un enfoque postpositivista, con análisis profundo para tratar de determinar la verdad de las acciones conducentes a cumplir en los propósitos establecidos, para el fomento del emprendimiento a través de actividades académicas e investigativas. Mediante una revisión documental con un diseño bibliográfico se hace un análisis de las diferentes acciones que han sido desarrolladas en los planes organizacionales, así como la forma de gestionar y difundir el conocimiento, proporcionando visibilidad, para garantizar la promoción del emprendimiento.

Se utilizó la técnica de observación documental como forma de recopilar la información. Seguidamente, se procedió al cotejo o comparación de las fichas obtenidas. Se observaron así los aspectos de concordancia y oposición entre los mismos, valorando la confiabilidad de cada información.

A fin de analizar la información, el método utilizado fue el deductivo, por ser un proceso mental o de razonamiento que va de lo general a lo particular, donde se parte de varias premisas para luego reducirse a una conclusión, por lo que resultó ser el método más idóneo, ya que la interpretación de las diferentes teorías existentes en materia de emprendimiento.

IV. RESULTADOS

Los resultados evidencian que el proceso evolutivo del emprendimiento se observa desde la docencia como eje transversal de la malla curricular, que da forma a los contenidos programáticos de cada una de las asignaturas impartidas, en las diferentes carreras del pregrado, hasta los cambios ocurridos al hacer presencia las redes de comunicación.

Asimismo, denotan la exigencia de formular un modelo que integre las acciones que deben cumplirse para el fomento del emprendimiento en la institución universitaria objeto de estudio, partiendo de la necesidad de promover la articulación entre las instituciones de educación superior, comunidad en donde está anclada y el sector productivo. De esta manera, el estudiante puede visualizar las oportunidades que el entorno ofrece, preparándose para abordarlas, de igual forma, se le facilita evidenciar cuáles son las debilidades para suplirlas, lo que contribuye a potenciar las actitudes emprendedoras.

V. REFLEXIONES FINALES

Las instituciones universitarias emprendedoras que continuamente se ocupan de expandir su habilidad para aprender, lo hacen para generar valor, asociando la creatividad con el pensamiento divergente, pues esta combinación les permite encontrar mayores posibilidades no solo para resolver problemas propios de la operación continua de la organización, sino fundamentalmente para identificar nuevas oportunidades de emprendimiento en procura de la sustentabilidad.

REFERENCIAS

- (1) Barceló, G. (2007). El dirigente del futuro. Madrid España. Asociación para el progreso de la dirección.
- (2) Bonilla, L. y Sánchez, G. (2005). Emprendimiento innovador y microempresas. Editorial UOC Business School. Barcelona, España.
- (3) Donini, Y; Donini, J. (2012). Emprendimiento y creación de empresas: Teoría, Modelos y Casos. Bogotá - Colombia. Editorial Universidad de la Salle.
- (4) Drucker, P. (2010) "The discipline of innovation". Harvard Business Review. 76
- (5) Frydman, F. (2003). Cultivar el compromiso. Manual de desarrollo de fondos para organizaciones sociales. Primera Edición. Buenos Aires, Argentina
- (6) Gámez, J. (2009). Aproximación a los modelos de emprendimiento. Management, issn 0122-6681, Vol. XVIII, n.º 31, enero-junio 2009, p. 153-170. Universidad de San Buenaventura, Bogotá, D.C.
- (7) Gerencie. (2011). Emprendimiento. Disponible en <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>. Consultado el 20/11/16.
- (8) Guedez, V. (2006). Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial. Editorial Planeta Venezolana. Caracas, Venezuela.

- (9) Gutiérrez, J. (2015) Modelo de competencias investigativas empresariales desde la universidad, empresa y estado en Colombia. *Prax. Saber* [online]. Vol.6, n.12 [cited 2017-02-20], pp.241-267. Available from: <http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2216-01592015000200012&lng=en&nrm=iso>. ISSN 2216-0159.
- (10) Haussman, R. (2003) Venezuela's growth implosion: a neoclassical story. En D. Rodrik ed. In search of prosperity, pp. 224 -270. Pinceton University Press.
- (11) Hisrich, R; Peters, M; Shepherd, D. (2005). *Entrepreneurship. Emprendedores*. 6ta edición. Editorial Mc Graw Hill. España.
- (12) Leiva, J.C. (2009). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Editorial Tecnológica de Costa Rica. Costa Rica.
- (13) Luengo, G. E. (2003). 'La refundación de la universidad: pertinencia y viabilidad desde América Latina'. [ITESO, México 1 Ponencia elaborada para la Conferencia Internacional a Universidad XXI, realizada el 25 al 27 de noviembre del 2003, en Brasilea, Brasil, bajo los auspicios del Ministerio de Educacao y la UNESCO]
- (14) Moenaert, C. (2010). *Estrategias gerenciales para el cambio en las organizaciones*. Barcelona -España. Editorial Amat
- (15) Monsalve, A (2009) *Emprendimiento Social Modelo de Desarrollo Alternativo*. Bogotá
- (16) Quintero, A. y Sánchez, I. (2005). *El emprendimiento empresarial: una mirada desde la historia para conocer su origen y evolución*. Universidad Surcolombiana. Grupo de Investigaciones Pymes. Colombia.
- (17) RedEmprendia (2014) *El fomento de la cultura emprendedora y la mejora de la formación en emprendimiento e innovación*. España. Disponible en: https://www.redemprendia.org/sites/default/files/descargas/InformesREDEMPRENDIA1_El-Fomento-de-la-Cultura-Emprendedora.pdf
- (18) Robbins, S. (2005). *Administración*. 8va edición. Editorial Prentice Hall. México
- (19) Robles, A; Pelekais, C (2015) *Emprendimiento y gerencia de los procesos organizativos*. Editorial Académica Española. Madrid
- (20) Urbano, D y Toledano, N. (2011). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Editorial UOC. Barcelona. España
- (21) Vainrub, R. (2006). *Convertir sueños en realidades. Una guía para emprendedores*. Ediciones IESA.