

Ensayos

EMPREDEDORISMO DEL FUTURO: DESAFÍOS DE LA INVESTIGACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES

ENTREPRENEURSHIP OF THE FUTURE: CHALLENGES OF RESEARCH IN UNIVERSITIES

Navós, Oscar Telmo

Director Facultad de Ciencias Empresariales
Sede Regional Rosario – Universidad Abierta Interamericana (UAI)
E-mail: Oscar.Navos@UAI.edu.ar

RESUMEN

Los paradigmas de los modelos de negocios están cambiando abruptamente. Existen dos curvas que se distancian cada vez más: una con un crecimiento veloz que representa al cambio tecnológico, y otra con un aumento más pausado: la capacidad de adopción (y de adaptación) de las personas y de las empresas a ese ritmo de cambio. Habría que enfocar a la Universidad hacia la innovación, redefiniendo las estrategias de investigación a los efectos de poder brindar soluciones a nuevos requerimientos aplicando nuevos conocimientos científicos y tecnológicos a realidades disruptivas para el actual y futuro contexto emprendedor. El presente artículo tiene como objetivo describir algunas propuestas de investigación en Universidades que impacten sobre la capacidad competitiva del ecosistema emprendedor.

Palabras Claves: Universidades, Emprendedorismo, Investigación, Innovación

Clasificación JEL: I230 (Educación superior; Instituciones de investigación); O3 (innovación, investigación y desarrollo, cambio tecnológico, derechos de propiedad intelectual); L260 Emprendimiento

ABSTRACT

The paradigms of business models are changing abruptly. There are two curves that are increasingly distant: one with a rapid growth that represents technological change, and another with a more gradual increase: the capacity of adoption (and adaptation) of people and companies at that rate of change. It would be necessary to focus the University towards innovation, redefining research strategies in order to be able to provide solutions to new requirements by applying new scientific and technological knowledge to disruptive realities for the current and future entrepreneurial context. The objective of this article is to describe some research proposals in Universities that have an impact on the competitive capacity of the entrepreneurial ecosystem.

Keywords: Universities, Entrepreneurship, Research, Innovation

JEL Classification: I230 (Higher Education; Research Institutions); O3 (Innovation; Research and Development; Technological Change; Intellectual Property Rights); L260 Entrepreneurship

1. INTRODUCCIÓN

Los paradigmas de los modelos de negocios del futuro están cambiando abruptamente. La aplicación de nuevas tecnologías y la innovación permanente están modificando la vida cotidiana.

Como consecuencia (¿o cómo causa?) de lo indicado en el párrafo anterior, aparecerán nuevas empresas y nuevos empresarios o emprendedores del futuro (¿o del hoy?) con características y objetivos distintos y disruptivos. Si a esto le sumamos la constante volatilidad de los mercados, el único camino que queda es innovar en forma permanente.

Los consumidores se están acostumbrando a que sus necesidades se satisfagan en los lugares que eligen, según sus propios tiempos y a veces hasta gratis. La organización que no acepte esta nueva ola de innovación, tendrá un alto riesgo de perder valor y desaparecer.

Por otra parte, el futuro de los negocios también traerá aparejado una fuerte individualización de los productos, una alta flexibilización de los sistemas de fabricación y una integración de clientes y socios de negocios en los procesos de creación de valor.

Uno de los desafíos más relevantes de las Instituciones de Educación Superior será colaborar con empresarios y emprendedores con aportes innovadores a través de la enseñanza y la investigación originada en aquella. Se requerirá fomentar el pensamiento crítico, cuestionador y racional desde dichas instituciones académicas, no solo en lo teórico, sino en la aplicación práctica a situaciones reales.

2. DESARROLLO

Nunca como antes el conocimiento se desactualiza tan rápido como en la actualidad; conceptos científicos que duraban siglos hoy duran muy poco. Tal como sostiene el padre de la innovación disruptiva, Clayton Christensen, existe la dificultad creciente de los gerentes y dueños de empresas para moverse de su actual *statu quo* e iniciar el camino de la transformación que se presenta como inevitable (mencionado en Campanario, 2017). En este contexto, existirían dos curvas que se van distanciando cada vez más. Una con un crecimiento vertical y más veloz que representa al cambio tecnológico. Y otra con un aumento más pausado: la capacidad de adopción (y de adaptación) de las personas (y de las empresas) a ese ritmo de cambio.

Siguiendo a Peter Drucker la innovación no es espontánea, nace del trabajo diario y debería ser manejada como otra de las funciones organizacionales por parte de Empresas e Instituciones (Gutiérrez, 2010), pero eso no quiere decir que es igual a cualquier otra actividad. La innovación está más del lado del “saber” que del “hacer”. Drucker argumenta que las ideas más innovadoras provienen de metodologías sistematizadas y, por eso, lo más importante para que las empresas comiencen a crear nuevos productos y servicios es que establezcan un sistema de gestión de la innovación que permita ordenar en etapas los procesos y los roles para lograrla. La administración de aquella es un proceso de mejora permanente en donde la organización se compromete a trabajar continuamente en la eficacia de dicho sistema.

También la innovación está en manos de los denominados emprendedores. Las empresas que quieran mantenerse innovando, resolviendo problemas y generando negocios se deberían conectar cada vez más en la actualidad con aquellos. Deberían crearse en consecuencia, adecuados ecosistemas emprendedores de innovación abierta en cada región, en donde la sociedad del conocimiento se vincule en forma directa con los ámbitos empresarios en el marco de iniciativas gubernamentales que brinden apoyo al nacimiento de estos enclaves.

Se crearían de ese modo entre otros mecanismos, polos tecnológicos, incubadoras o aceleradoras, que funcionarían como “semilleros” donde se desarrollarían las innovaciones de carácter disruptivo. Aparecerían así *startups* innovadores que resuelvan problemáticas concretas en respuesta a necesidades o requerimientos de usuarios cada vez más sofisticados y tecnologizados. Cuánto más colaboración aparece, más innovación se produce en forma natural. Los movimientos *open source* donde las tecnologías son abiertas y de uso libre facilitarían también aquellos mecanismos de co-creación colaborativos.

Indudablemente también deberá cambiar el liderazgo. Si en las empresas y en los ámbitos de creación del conocimiento existe sólo un pensamiento único, sin divergencia de opiniones, difícilmente surja una idea creativa. Se deberá conformar en consecuencia un ambiente que estimule a los creadores y definir también una cultura de tolerancia al fracaso. En términos de Brunner (2000):

Estamos viviendo la tercera revolución en el acceso al conocimiento. La primera fue la aparición de la imprenta; la segunda la masificación de los libros y de los periódicos. La tercera revolución es la de internet y la web. Esto plantea nuevos contextos y desafíos para la educación y la universidad: el conocimiento ha dejado de ser lento, escaso y estable. Frente a esta situación surge la necesidad de replantearse los procesos de formación continua y permanente en el marco de la sociedad del conocimiento; deberían modificarse los criterios de pertinencia académica y las competencias que la educación y la universidad proponen para la formación; considerando que las competencias requeridas actualmente, posiblemente dejarán de ser necesarias dentro de una o dos décadas. (Fernández Lamarra, 2010, p.67).

Asimismo, agrega el autor mencionado:

El conocimiento, su gestión y las nuevas modalidades para el aprendizaje se constituyen en ejes centrales de las políticas de educación superior. Estas políticas del conocimiento requieren un pensamiento interactivo, complejo e interdisciplinario. La universidad debería constituirse en el ámbito principal de creatividad e innovación para sí misma y para la sociedad en su conjunto. (p.69)

En línea con lo antedicho, habría que re-enfocar la Universidad hacia la innovación, orientándola en consecuencia hacia la creación y el cambio. Como sostiene Fernández Lamarra (2010):

Las características de la sociedad del conocimiento y de la tecnología, así como los desafíos actuales que se presentan a las instituciones de educación superior, deberán llevar a replantear el rol de la universidad en cuanto a la creación, gestión y difusión de los nuevos conocimientos, por lo que las funciones de investigación y de extensión-transferencia y de gestión deberán articularse fuertemente con la docencia, enriqueciéndose mutuamente. Sólo de esa manera la universidad podrá cumplir con el lugar y los desafíos que la nueva relación educación superior - sociedad requiere. (p.70)

2.1. La investigación en las Universidades y su vinculación con el emprendedorismo

En la actualidad el papel de la Universidad, según Rodríguez-Ponce (2009), deberá ser educar o capacitar para la innovación en virtud de su capacidad para desarrollar investigación científica y tecnológica. Esa capacidad debería brindar soluciones a los requerimientos actuales y futuros de las empresas y también a todo su entorno emprendedor. ¿De qué modo? El autor citado enumera algunas alternativas:

- A través de alianzas con las empresas para orientar su capacidad investigativa y lograr aportes de innovación con el fin de transferir tecnologías.

- A través de acuerdos con diferentes organizaciones de la sociedad para orientar la investigación hacia soluciones a nivel local, regional, nacional e internacional.

Para avanzar en el desarrollo propuesto, existirían aspectos que facilitarían dicha vinculación Universidad-Empresas-Emprendedores. Entre ellos:

- La complementariedad entre Universidad y Empresa que sustenta el desarrollo de los proyectos de innovación tecnológica de acuerdo con su misión.
- Los altos niveles de formación del recurso humano que tiene la universidad y que se requiere para realizar actividades de investigación y desarrollo I+D.
- La imperiosa necesidad de innovación de las empresas para mejorar su productividad y competitividad en los mercados nacionales e internacionales que ocasionaría una mayor búsqueda de apoyo.
- La identificación permanente por parte de la universidad de empresas potenciales para sus proyectos de innovación tecnológica.
- La definición de estrategias de difusión de la capacidad científica y tecnológica de la universidad.
- La organización de ruedas de negocios o modalidades similares, con sectores empresariales tipo "cluster" para dar a conocer las capacidades científicas y tecnológicas en áreas estratégicas identificadas.
- La capacitación permanente y el apoyo a los profesores investigadores sobre formas de negociación, preparación de proyectos y fuentes de financiación.

Como señalan Zulueta Cuesta et al. (2014) la transferencia de tecnologías de la universidad a las empresas deberá estar dirigida a elevar los niveles de producción y de servicios que requiere la sociedad actual, y para ello requiere de una mayor integración del conocimiento. La conformación de adecuadas redes que generen sinergia y valor entre los actores del ecosistema emprendedor del cual forme parte la Universidad podría ser uno de los caminos a seguir.

Otros autores, Abello Llanos (2004) por ejemplo, ya indicaba que la sociedad del conocimiento y la era de la globalización impondrían a los sistemas universitarios ciertos desafíos centrales. Las instituciones universitarias deberían constituirse en un elemento clave para generar mayores niveles de competitividad en cada Región. En efecto, en un ambiente globalizado la formación de capital humano avanzado, así como la investigación, el desarrollo y la innovación constituyen pilares fundamentales para crear ventajas competitivas. Complementariamente las instituciones universitarias deberán velar por la calidad y pertinencia de su oferta académica, como cuestión relevante para generar programas de formación e investigación que efectivamente impacten sobre la capacidad competitiva de sus empresas e instituciones cercanas.

2.2. El apoyo al emprendedorismo desde el ámbito universitario

Diversas Universidades han tomado la iniciativa para apoyar y fortalecer a emprendedores, convirtiéndose así en actores relevantes del ecosistema empresario en sus regiones de influencia. Mediante dichos aportes, no solo contribuyen al crecimiento económico de un sector sino que aportan valor agregado a la economía de un país y en consecuencia son parte de la mejora del nivel socioeconómico de la población.

Este acompañamiento por parte de las Universidades es diverso y reúne diferentes herramientas que varían de acuerdo a las etapas que el emprendedor va atravesando. En muchos casos, dicha

asistencia se inicia desde el momento de la gestación de la idea y continúa luego con un Plan de Negocios o un Modelo *Canvas*⁷.

Se puede clasificar el tipo de apoyo que las instituciones brindan de diversos modos: algunas se enfocan en brindar solamente asesoramiento legal y técnico a través de capacitaciones, talleres, e-learning, seminarios o acceso a la biblioteca virtual pero también hay otras más avanzadas, que tienen programas específicos de incubación de empresas, donde se presta un asesoramiento integral que involucra el *coaching* y *mentoring*, financiamiento, *networking* e inclusive comparten con ellos el espacio físico y los recursos de la institución educativa, tales como equipamientos e internet, laboratorios, estacionamiento, oficinas.

La posibilidad de hacer *networking* con otras universidades del mismo país o del mundo también puede ser una experiencia enriquecedora para los nuevos emprendedores, en tanto que cada participante puede compartir sus vivencias y favorecer así el proceso de aprendizaje, a través del camino recorrido por otras personas e instituciones.

Muchas universidades se comprometen también en la etapa de financiamiento, no solo mediante la elaboración de un Plan de Negocios, sino también a través de concursos que otorgan aportes no reembolsables o se define el acceso a programas del sector público y se obtiene vinculación directa con los inversores denominados “ángeles”.

La asistencia en la selección del personal adecuado es una tarea que algunas instituciones también realizan. Esto además favorece la participación activa de otros alumnos y graduados de la misma universidad.

Una vez que el emprendedor se lanza al mercado, determinados programas de Universidades consisten en seguir de cerca la evolución del emprendimiento, trabajando en equipo, monitoreando resultados y asegurándose que se avanza de manera adecuada.

Será indispensable continuar con el apoyo que se brinda a los emprendedores desde el sector universitario, impartiendo capacitación e información y allanando el camino de quienes se animan a emprender. Las Universidades no solo son fuente de conocimiento sino también de experiencias y de contactos. Seguramente cada estudiante, graduado o profesor tendrá algo para aportar, desde su *expertise*, su experiencia o capital monetario. Será indispensable que a través de estos programas los diversos componentes se conecten para trabajar en conjunto.

En un tiempo no muy lejano, podría hasta darse una paradoja muy particular. Aunque algunas Universidades en el corto y mediano plazo no generen programas de apoyo al espíritu emprendedor de sus alumnos, graduados y profesores, seguramente e igualmente aumentará la cantidad de ideas de negocios, de proyectos en análisis o casos de negocios concretados por parte de los integrantes de su comunidad universitaria.

Es decir, el fenómeno del emprendedorismo está en auge y en crecimiento en toda la sociedad (con o sin las Universidades). Se trata de una situación ocasionada entre otros factores, por la similitud existente entre las condiciones necesarias para ser un adecuado emprendedor y algunas de las características que se observan habitualmente en las nuevas generaciones. Son algunas de ellas: la búsqueda de una mayor autonomía, la preferencia por nuevas y cambiantes experiencias, el no querer estar sujeto a un solo empleador toda la vida, la posibilidad de convertirse en el futuro en un “agente libre” y trabajar por proyecto.

⁷ Osterwalder y Pigneur, 2011. Lienzo de Modelo de Negocios: permite visualizar de manera gráfica los elementos clave que describen una propuesta de producto o de valor de la empresa.

Por lo expuesto, las Universidades no pueden ni podrán estar ajenas al fenómeno del emprendedorismo que se viene observando claramente en las nuevas generaciones y en su contexto empresario. Las áreas de investigación, extensión y la propia docencia deberán adaptarse cada vez más a este requerimiento de los alumnos, de los graduados y de la propia comunidad a la que pertenece la universidad.

De acuerdo al relevamiento realizado de buenas prácticas y/o experiencias de apoyo al emprendedorismo desde las universidades, en el marco del presente trabajo, se analizaron veintún propuestas en instituciones públicas y privadas en Argentina, Brasil, Chile, Paraguay, Perú y Uruguay; algunos de los ítems más habituales en los cuales las Universidades colaboran, asisten o acompañan, son:

- Fomento de innovación,
- Desarrollo de nuevos canales de distribución,
- Análisis y optimización de costos,
- Logística interna y externa,
- Implementación de normas y certificaciones para mejora de procesos,
- Inversión en nuevas tecnologías,
- Redes sociales y *e-commerce*,
- Comunicación interna y cultura organizacional,
- Recursos humanos,
- Flexibilidad y adaptación al cambio,
- Relaciones con sindicatos y negociación,
- Vinculación con el sector público,
- Finanzas,
- Mecanismos de financiación,
- Responsabilidad e innovación social.

Si bien son muchas y muy variadas las formas en que las Universidades podrían ayudar al desarrollo emprendedor de una Región en general y a sus emprendedores y empresarios en particular, aparece todavía una asignatura pendiente desde las Universidades. Del análisis de la información resultante, de los veintún casos indicados en sólo cinco de ellos se explicitan actividades de investigación:

Universidad de Palermo (Argentina)

A partir del Centro de Desarrollo de Emprendedores y Exportadores (CEDEX) se prepara y acompaña a los emprendedores en su crecimiento y a las empresas en la preparación para su ingreso en los mercados internacionales. En este marco se desarrollan actividades de investigación vinculadas a:

- Examinar la regionalización en Sudamérica, y tomar una perspectiva crítica en las políticas de desarrollo, focalizándose en la capacitación de empresas, el rol de las Pymes en el comercio internacional y en la educación en negocios.
- Examinar los diferentes contextos en los que se desarrolla el proceso de internacionalización de empresas, incluyendo el estudio de emprendedores corporativos, emprendedores sociales, alianzas cooperativas, empresas de familia, *venture finance*, innovación y empresas de tecnología.
- Examinar la naturaleza del comportamiento emprendedor, y explorar cómo las personas aprenden en el contexto del emprendimiento; incluyendo la influencia de episodios críticos, fracasos, *networks*, riesgos, valores y confianza.

Universidad de San Andrés (Argentina)

La Universidad de San Andrés posee su Centro de Emprendedores cuyo objetivo es impulsar la formación de jóvenes universitarios con actitud emprendedora, que sean capaces de identificar oportunidades, desarrollar nuevos proyectos, asumir riesgos y, simultáneamente, adquirir un

compromiso ético con la sociedad en la que viven. En sus actividades de investigación se demuestra la participación activa en el desarrollo de publicaciones de casos exitosos y conferencias internacionales.

IAE Business School (Argentina)

Los Centros de Investigación que posee IAE *Business School* constituyen la propuesta más desarrollada en materia de investigación en el marco del emprendedorismo, relevadas en el presente trabajo. Siendo uno de los principales ejes operativos en la institución, el principal objetivo es el desarrollo a largo plazo de temáticas específicas y de amplio alcance, a través de un plan de investigación definido. Actúan como laboratorios de ideas, integrados por grupos de profesores y asistentes de investigación desarrollando temas de interés definidos en distintos sectores o áreas específicas.

Son doce los Centros de Investigación, de los cuales se destaca un Centro específico de *Entrepreneurship*, en el que se desarrollan investigaciones conjuntas con organismos internacionales sobre la actividad emprendedora de la Región.

Universidad Nacional de Gran Sarmiento (Argentina)

El Programa de Desarrollo Emprendedor, cuyo interés es la creación de empresas por su decisiva contribución al progreso económico y social de la región, tiene como claro propósito la difusión de conocimientos sobre emprendimiento e innovación en América Latina. Su modelo de trabajo privilegia la articulación entre investigación, formación de recursos humanos y asistencia técnica a instituciones y emprendedores.

Entre sus trabajos de investigación, se pueden vislumbrar las siguientes temáticas abordadas:

- Emprendimientos dinámicos y de alto crecimiento
- Crecimiento empresarial
- Emprendimientos tecnológicos
- Emprendimientos de base universitaria
- *Clusters* e innovación
- Emprendimientos corporativos e *intrapreneurship*
- Emprendimientos orientados a la exportación
- Políticas en *Entrepreneurship*
- Emprendimientos juveniles

Universidad de la República (Uruguay)

La Red temática de Emprendedurismo de la Udelar (EMPRENUR) aborda desde un enfoque multidisciplinario la temática en los distintos centros universitarios, dotando de coordinación y de criterios unificadores desde una óptica universal, donde cada Facultad y servicio pueda aportar su contenido, especialidad y visión dentro del área del conocimiento que le es específico. EMPRENUR desarrolla tres funciones específicas: Extensión y relacionamiento con el medio; investigación en emprendedorismo y enseñanza.

El Programa de Investigación desarrollado tiene como objetivo determinar el estado del conocimiento y generar nuevo conocimiento sobre la actividad emprendedora en el país. A esta área contribuyen el conjunto de las Facultades, en tanto sus investigaciones se relacionen con el presente tema. Para ello, se establecen las coordinaciones necesarias que permitan fortalecer los avances en investigación, vinculados al objeto de la Red.

3. CONCLUSIONES

Uno de los objetivos desde las Universidades deberá ser ayudar a los empresarios y emprendedores a entender la naturaleza de la disrupción en el mundo de los negocios. Queda clara la necesidad crítica de innovar en la realidad del mundo empresarial, y para ello se deberá reconocer y hacer un buen uso de la interconexión sistémica que existe entre todos los actores participantes del ecosistema emprendedor.

El cambio se produce en forma vertiginosa y a una velocidad superior a la que en muchos casos puede asimilarse. Esto determina que la adaptación natural que debería suceder a todo cambio resulte de difícil consecución, debiendo hacerse un especial esfuerzo para facilitar y acompañar dicho proceso.

Las Universidades deberán ejercer un rol protagónico adicional en ese objetivo por su doble condición de nuclear a los integrantes de las nuevas generaciones y ser la encargada de definir los contenidos con los cuales las preparará para el futuro.

Se deberá educar o capacitar para la innovación. Será menester realizarlo desde el ejemplo, esto exige que las entidades de educación superior sean las primeras en implementar y adoptar los mecanismos que luego trasladarán a sus alumnos. De este modo, deberán mantenerse a la vanguardia en métodos de educación, deberán ser flexibles para adaptarse al cambio y tendrán que diseñar e implementar una estructura ágil que les permita la rápida instauración de los nuevos mecanismos y conocimientos en sus programas de formación y actividades de extensión y transferencia a la comunidad

Entre los objetivos que deberían procurarse para el fomento de la innovación se encontraría el agregado de programas desde las Universidades que prioricen la inclusión de temas que mencionen al emprendedorismo dentro de las instituciones, incluyendo la capacitación con ese enfoque, la asistencia técnica y la democratización del alcance a opciones de financiamiento.

Las Universidades tendrán también que redefinir y adaptar las estrategias de investigación a los efectos de poder brindar soluciones a estos requerimientos relacionados con la aplicación de nuevos conocimientos científicos y tecnológicos a realidades distintas y disruptivas para el actual y futuro contexto empresarial.

Una gestión orientada a facilitar la interacción de los grupos de investigación de la Universidad con las empresas, a través de proyectos de innovación tecnológica de procesos y productos, deberá privilegiar, entre otros los siguientes aspectos:

- La creación de áreas específicas de gestión de la investigación en cada Institución con acciones de apoyo permanente a los docentes participantes.
- Un sistema de investigación orientado hacia la integración con el entorno facilitando las relaciones con su ecosistema emprendedor.
- El fomento de las capacidades científicas y tecnológicas al servicio de las empresas.
- Un incentivo permanente a los investigadores a través de adecuados sistemas de estímulo económico.

El mundo empresarial está muy cercano a un verdadero cambio de época. Deberá vincularse cada vez más con adecuados interlocutores de la denominada Sociedad del Conocimiento, entre ellos, las entidades públicas y privadas de educación superior. Las instituciones universitarias se enfrentan a un singular desafío.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abello Llanos, R. (2004). La universidad: Un factor clave para la innovación tecnológica empresarial. *Pensamiento & Gestión*, núm. 16, pp. 28-42.

Campanario, S. (22 de abril de 2017). Hay velocidades muy distintas en la autopista de la disrupción. *La Nación*.

Fernández Lamarra, N. (2010). *Hacia una nueva agenda de la educación superior en América Latina: situación y perspectivas*. Consejo Editorial de Publicaciones. México: ANUIES

Gutiérrez, M. (2010). La gestión de la innovación y el emprendedorismo: conductores de la competitividad sostenible en los negocios. *CEGESTI Éxito Empresarial*, núm. 119, pp. 1-3.

Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: Deusto

Rodríguez-Ponce, E. (2009). El rol de las universidades en la sociedad del conocimiento y en la era de la globalización: evidencia desde Chile. *Interciencia*, vol. 34, núm. 11, pp. 822-829.

Zulueta-Cuesta et al. (2014). La transferencia de tecnologías universidad-empresa sustentadas en redes de valor *Ingeniería Industrial*. *Ingeniería Industrial*, vol. 35, núm. 2, pp. 184-198.