

Estudio sobre la pertinencia del emprendimiento en la Universidad Nacional, Costa Rica, durante los años 2017-2020

Gerardo Villalobos Rodríguez ¹[0000-0002-3104-7472], Geannina Moraga López ²[0000-0002-8221-8489] y María José Guevara Portuguez ³[0000-0002-9392-8195]

^{1, 2 y 3} Universidad Nacional, Costa Rica

Resumen. La promoción de nuevos emprendimientos es uno de los pilares básicos, para generar inclusión social, oportunidades laborales, innovación, desarrollo económico y social. Universidades, como generadoras de conocimiento, también fomentan cultura de emprendimiento, mediante mecanismos de promoción y acompañamiento de distintas iniciativas ideadas por personas investigadoras y estudiantes. A partir de la premisa anterior, se enmarca el estudio sobre la pertinencia del emprendimiento en la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), desde la experiencia de la estrategia institucional de acompañamiento y formación estudiantil como plataforma académica para la promoción de competencias o habilidades transversales de emprendimiento en esta población. La metodología seleccionada es de tipo mixta, lo que permitió responder a la pregunta de investigación: ¿cómo se fundamenta la pertinencia de la estrategia institucional que facilita el emprendimiento dinámico en los estudiantes de la UNA? El periodo de análisis de la información corresponde a los años 2017-2020.

Palabras clave: Universidad, Emprendimiento, Emprendimiento Dinámico, Innovación

1 Introducción

De acuerdo con la OCDE (2018), para potenciar el desarrollo de emprendimientos dinámicos en la región latinoamericana, se debe mejorar la capacidad de innovar con productos o servicios escalables y de mayor valor por parte de los emprendedores. En este sentido, las universidades, como gestoras de conocimiento e innovación, son la plataforma ideal para el fomento del emprendimiento dinámico.

Álvarez y Grazzi (2018) han planteado que en América Latina las tasas bajas de innovación y emprendimiento dinámico son una de las principales causas del desempeño económico insatisfactorio a largo plazo, cuando se compara con otras economías emergentes que han podido lograr alcanzar los niveles de ingreso de los países desarrollados.

Los emprendimientos dinámicos, o por oportunidad según Kantis, Federico e Ibarra (2014), son los originados a partir de las oportunidades de mercado, presentan alto nivel de innovación y producen bienes y servicios intensivos en conocimiento. Además, se caracterizan por poseer altas tasas de crecimiento, por su aspiración de alcanzar mercados internacionales y por su

capacidad de dinamizar el entorno, no solo mediante la generación de empleo sino también desde su contribución con la calidad de vida e incremento de la competitividad de los sectores económicos en los que están inmersos.

Por el contrario, los emprendimientos por necesidad son vistos generalmente como una estrategia de supervivencia (Rosa, Kodithuwakku y Balunywa, 2006) o que se originan por la necesidad que tiene el emprendedor de encontrar un modo de ingreso que le permita atender adecuadamente a su familia. El emprendedor por necesidad parte de lo que está en capacidad de ofrecer, sin estudiar lo que necesita el mercado y no analiza la competencia ni incorpora la innovación en el desarrollo de los productos o servicios que ofrecerá al mercado.

Para Bravo García et al. (2019), las universidades no deben limitarse exclusivamente a la formación de profesionales en ciertas áreas del conocimiento, sino que también deben fomentar procesos y acciones para aprovechar ese conocimiento en la generación de emprendimientos innovadores y de alto impacto. Esto da lugar a lo que se conoce como "universidades con iniciativa emprendedora".

De Moura et al. (2019) han planteado que la universidad emprendedora está directamente relacionada con el concepto de universidad innovadora, por el aporte de esta en términos de desarrollo económico y social, lo cual es el corazón del concepto de universidad emprendedora. Estos conceptos también sugieren caracterizar a las universidades como entornos multifacéticos, por tanto, la denominación de "ecosistema" se hace pertinente en el análisis planteado por los autores.

Sugerir que el espíritu emprendedor constituye una competencia básica que se debe promover en los ecosistemas educativos, no solo como una asignatura concreta sino como una metodología de enseñanza y desde una perspectiva de carácter transversal en todas las carreras ofrecidas por la universidad, es asumir el nuevo reto planteado por la sociedad, señalado por Iglesias, Jambrino y Pañafiel (2015). Para Lowe (2012), educar el espíritu emprendedor exige formar en una serie de valores, como la responsabilidad, la creatividad, el compromiso, el esfuerzo, la perseverancia, la dedicación, la pasión y el espíritu de trabajo. Es decir, que es necesario potenciar una gran cantidad de habilidades o competencias blandas.

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor GEM (2019), el emprendimiento nunca había sido un tema tan recurrente en el ámbito académico y empresarial como en estos primeros años del siglo XXI y se han considerado varias razones, resumidas a continuación:

- Las organizaciones necesitan personas con perfil emprendedor para enfrentar retos de un contexto empresarial cada vez más complejo y dinámico, en el que la innovación es clave para adaptarse a los cambios.
- Las crisis económicas y el crecimiento de los países emergentes requieren de nuevos proyectos empresariales que permitan crear y sostener un nuevo tejido empresarial que garantice el bienestar económico, social y ambiental.
- La cuarta revolución industrial ha generado nuevos sectores y modelos de negocios, liderados por una nueva generación de emprendedores.

Desde el año 2007, las autoridades de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), conscientes de la pertinencia de desarrollar competencias y habilidades emprendedoras en la población estudiantil, se propusieron crear diferentes programas y proyectos que tenían como objetivo impulsar una cultura de emprendimiento e innovación en la Universidad. Ejemplos de estas acciones fueron el Programa UNA-Emprendedores, la incubadora de empresas UNA-INCUBA y el proyecto de Germinadora de Empresas. Su apertura buscaba generar cambios en el paradigma educativo tradicional y validar una salida profesional en la población estudiantil con proyección de empleador en su propio emprendimiento.

A partir de ese nexo, se han implementado distintas acciones para el fomento y generación de capacidades emprendedoras en la población estudiantil de la UNA, como estrategia de impulso

y de fomento de la innovación, para la creación de nuevas empresas dinámicas con responsabilidad social y ambiental. Ejemplos de estas acciones y estrategias son las siguientes:

- Oferta de cursos sobre emprendimiento dirigido a la población estudiantil UNA.
- Consolidación de una red de aliados del ecosistema de emprendimiento nacional e internacional como apoyo a las iniciativas gestadas por la población estudiantil UNA.
- Consolidación de la fase de preincubación de las propuestas estudiantiles para la asesoría y acompañamiento en campos especializados, que orienten pasar de una idea a un modelo de negocio.
- Consolidación de la fase de selección de las iniciativas estudiantiles o propuestas de emprendimiento con mayor potencial para ser incubadas a una nueva empresa con potencial de crecimiento y consolidación.

En cuanto al proceso formativo, los cursos de emprendimiento están dirigidos a los estudiantes de las diferentes facultades, escuelas y sedes de la Universidad Nacional, en la modalidad de curso optativo. El desarrollo metodológico del curso permite crear un escenario respecto a los beneficios y riesgos que conlleva la vida emprendedora, con la intención de promover los argumentos necesarios para tomar una decisión respecto al desarrollo profesional emprendedor. Los cursos ofrecen una plataforma de apoyo para el estímulo de la creatividad y su aplicación en acciones emprendedoras con un alto componente de innovación, además el carácter multidisciplinario del curso es una de sus mayores ventajas, ya que al integrar a estudiantes de diversas carreras se enriquece la diversidad de conocimientos.

Los cursos promueven el desarrollo de competencias blandas entre la población estudiantil de la UNA. Por ejemplo, el desarrollo del proyecto emprendedor exige conformar equipos de trabajo, por lo que es necesario tener una perspectiva organizada y clara de las metas y objetivos y la integración de diferentes perspectivas de conocimiento en el desarrollo de la iniciativa emprendedora. Además, los cursos de emprendimiento brindan instrumentos metodológicos que posibilitan la integración ambiental y social de manera transversal en el desarrollo de los proyectos, con lo que promueve la creación de empresas responsables y de triple impacto.

En cuanto a su contenido, los cursos abarcan tres grandes temáticas:

- Parte 1: Desarrollo del espíritu emprendedor y visión general del emprendimiento (tipos de emprendimiento, ecosistema de emprendimiento, identificación de oportunidades para emprender y selección de la iniciativa emprendedora).
- Parte 3: Herramientas de gestión de la innovación (Design Thinking, Propuesta de Valor, Lean Metodología de Océanos Azules, entre otras).
- Parte 3: Elaboración y validación del modelo de negocio.

Las acciones descritas anteriormente acciones constituyen la estrategia institucional, que la UNA ha desarrollado en el campo del emprendimiento y se ha catalogado como novedoso e innovador porque (a) fomenta la multi e interdisciplinariedad en los procesos de emprendimiento; (b) fomenta el emprendimiento con visión humanista y de triple impacto (sostenibilidad económica, social y ambiental); (c) utiliza metodologías ágiles en el desarrollo y consolidación de la idea para su validación rápida y económica, y (d) ofrece posibilidades reales de crecimiento y consolidación gracias a la red de aliados nacionales e internacionales.

2 Método

El enfoque de la investigación es mixto. Se utilizaron diversas técnicas y herramientas con el objetivo de analizar diferentes variables, a partir de fuentes de información. Lo anterior, para dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo se fundamenta la pertinencia de la estrategia institucional que facilita el emprendimiento dinámico en los estudiantes de la UNA?

Desde el punto de vista de la investigación cualitativa, se consideró la revisión documental de fuentes secundarias. Entre ellas, los informes anuales presentados por las Unidades Académicas y Sedes Regionales de la UNA, referentes a los cursos de emprendimiento ofertados desde el año 2017 al 2020. Además, se analizaron informes del Departamento de Registro de la UNA (períodos 2017-2020) y los planes estratégicos institucionales de la Rectoría desde el año 2006 al 2020.

El enfoque cuantitativo del estudio se aborda con la elaboración y aplicación de una encuesta dirigida a la población egresada de los cursos de emprendimiento. El objetivo del instrumento fue evaluar la pertinencia de estos cursos con respecto a la promoción de emprendimiento dinámico. El instrumento fue diseñado con el objetivo de conocer la percepción de la población estudiantil con respecto a la importancia, vigencia y aplicabilidad de las competencias y habilidades generadas en los cursos de emprendimiento de la UNA. La encuesta se estructuró en cuatro segmentos: siendo (a) datos personales; (b) perfil del estudiante; (c) entorno emprendedor; y (d) actitud para emprender.

La recolección de la información tuvo lugar en el mes de noviembre del año 2020 con el software de administración de encuestas de Google. Los insumos para estructurar el análisis de los resultados se gestionaron con los programas informáticos R, PASW – SPSS y Microsoft Excel.

La población total corresponde al número de estudiantes que formalizaron su matrícula en los cursos de emprendimiento desde el año 2017 hasta el año 2020 es de 1676 personas. El método de muestreo seleccionado es de tipo probabilístico sistemático, propuesto por Hernández y Mendoza (2018), para lo cual se construyó previamente una base de datos con los registros asociados a cada persona matriculada en los cursos, con base en los reportes correspondientes al periodo de análisis.

El tamaño de la muestra se determina a partir de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2}$$

Donde:

z_{α}^2 = Nivel de confianza

d^2 = Error máximo permisible

p = proporción estimada $q = (1 - p)$

Además, la muestra fue ajustada mediante:

$$n = \frac{n'}{1 + n'/N}$$

N : población total

n : tamaño de la muestra calculada

El cálculo de la muestra se fija en 112 estudiantes y supone un diseño simple al azar, la cual, para la estimación de proporciones, genera un error máximo permisible de 5 %, y un nivel de confianza de 95 %. El factor de espaciamiento K se determina en $\sim 1,4$ a partir de la siguiente fórmula: $K = N/n$

3 Resultados

A continuación, se presenta de forma sistematizada la información obtenida, con base en las fuentes primaria y secundaria, con enfoque cualitativo y cuantitativo.

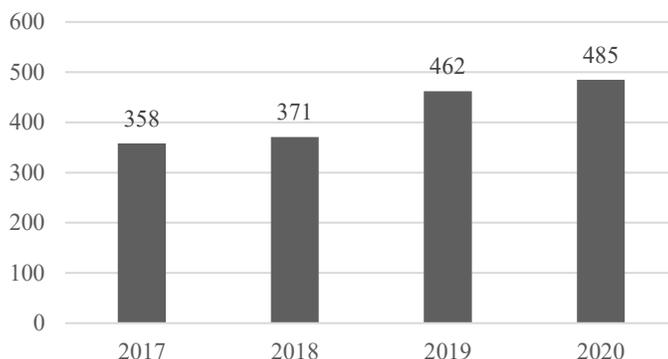


Fig. 1. Número total de estudiantes matriculados en la oferta de cursos sobre emprendimiento en la UNA, 2017-2020.

Aunque los cursos de emprendimiento se ofertan en la modalidad optativa para todas las carreras y campus de la UNA, presentan alta demanda durante la matrícula, la cual oscila entre el 95 % y 100 % de respuesta. Esta información se constata en el indicador anterior (figura 1), donde la matrícula anual ronda entre 350 y 480 estudiantes inscritos, que además valida la pertinencia de la oferta.

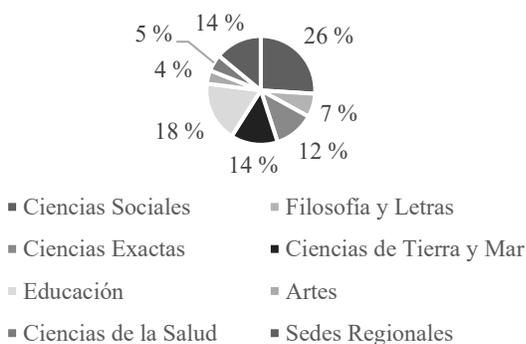


Fig. 2. Distribución según facultad y sedes de los estudiantes matriculados en la oferta de cursos sobre emprendimiento en la UNA, 2017-2020.

La figura 2 muestra la distribución de la matrícula de los cursos de emprendimiento según las facultades y sedes regionales, siendo las personas estudiantes de la Facultad de Ciencias Sociales son las que más demandan esta formación complementaria durante el periodo de la información analizada.

Una característica novedosa en la estrategia institucional de emprendimiento, referente a los cursos es que se fomenta el abordaje multi e interdisciplinario, debido a que se matriculan personas estudiantes de las diferentes disciplinas o carreras que se ofrecen en las Facultades y

Sedes Regionales, lo cual favorece la interacción grupal entre los matriculados y en la ideación de propuestas de proyectos de emprendimiento.

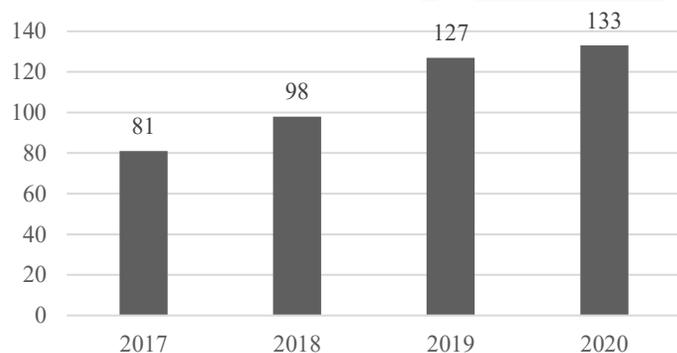


Fig. 3. Número de propuestas de proyectos desarrollados en los cursos sobre emprendimiento en la UNA, 2017-2020.

Como se puede observar en la figura 3, el número de propuestas de proyectos ideados o germinados en los cursos de emprendimiento es creciente, por su estrecha relación con la tendencia incremental en la matrícula anual. Solo para el año 2017 los proyectos de emprendimiento desarrollados fueron 81 y para el año 2020 133, con lo que se experimentó un crecimiento porcentual de 64 %.

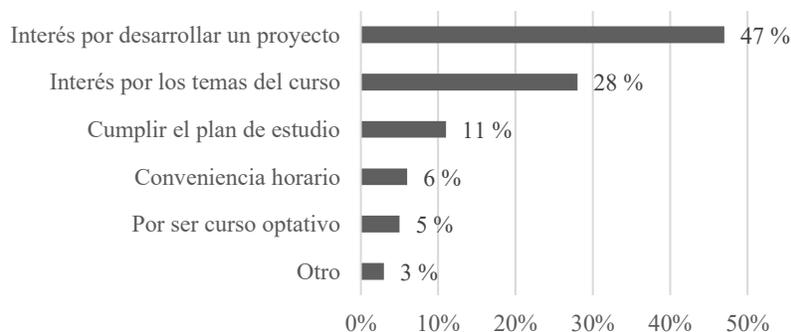


Fig. 4. Motivo por el cual se inscribe en la oferta de cursos sobre emprendimiento en la UNA, 2017-2020.

Otro elemento para valorar la pertinencia de los cursos de emprendimiento es conocer la razón principal para matricularse en estos. A partir de la muestra del estudio, se tiene que la motivación principal es “*el interés por desarrollar un proyecto emprendedor*”, con un 47 % del total de respuestas. El interés por los temas que brinda el curso es otro indicativo de la pertinencia de este, en este caso el 28 % de los encuestados respondieron favorablemente.

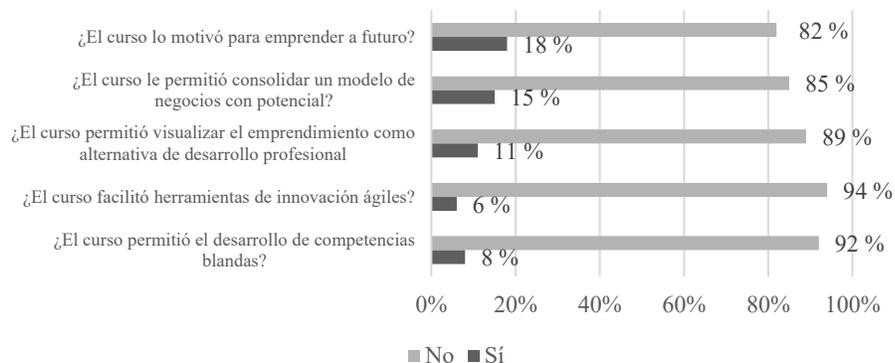


Fig. 5. Percepción del egresado de la oferta de cursos sobre emprendimiento en la UNA, 2017-2020.

La mayoría de los estudiantes encuestados responden de manera favorable sobre el impacto personal de las habilidades en emprendimiento, una vez finalizado los cursos (figura 5). Por ejemplo, para el 92 % de los encuestados el curso les permitió el desarrollo de competencias o habilidades blandas, al 94 % el curso les facilitó herramientas de innovación ágiles, mientras que para el 89 % el curso le permitió visualizar el emprendimiento como alternativa futura de desarrollo profesional. A las preguntas sobre si el curso les permitió consolidar un modelo de negocio con potencial y si el curso los motivó para emprender a futuro más del 80 % respondió afirmativamente.

4 Discusión

En el año 2018, la OCDE puso de manifiesto el creciente interés de las personas jóvenes en la independencia laboral, en el emprendimiento y de su participación en el desarrollo de micro y pequeñas empresas. Ante los hechos, muchos países latinoamericanos han desarrollado políticas y acciones específicas de fomento del emprendimiento como alternativa al desempleo, a través de programas y nueva legislación que facilite el surgimiento de empresas.

El desempleo en personas jóvenes presenta múltiples aristas para su abordaje y comprensión, por ejemplo, la falta de experiencia precipita un círculo vicioso en el que “*si no hay trabajo no hay experiencia y sin experiencia no hay trabajo*”. Incluso para los jóvenes con más educación, el desempleo causado por la falta de experiencia es un problema serio.

Recientemente, en el año 2020, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) mostró que, para el último quinquenio, se han formado cientos de miles de universitarios que no encuentran el trabajo al que aspiran, así como existen puestos de trabajo sin cubrir, ya que el mercado no ofrece profesionales con las competencias requeridas. También analizado por la OIT (2020), la problemática del desempleo juvenil se acrecentó significativamente por la pandemia de la COVID-19 en la región latinoamericana.

Ante el análisis de la problemática, la OIT (2020) planteó recomendaciones para atender la empleabilidad de las personas jóvenes, una de ellas dirigida al sector educativo para que los procesos de formación no solo se enfoquen en las habilidades técnicas, sino también socioemocionales o blandas. En el caso de la UNA, los cursos de emprendimiento tienen enfoque humanista, centrado en la persona y en el desarrollo de habilidades blandas como la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y la resolución de problemas complejos.

La pertinencia del emprendimiento a nivel teórico y empírico fue validado en este estudio. Los resultados demostraron que el 85 % de la población estudiantil consolidó un modelo de negocio en el marco de la oferta de los cursos de emprendimiento con enfoque humanista, en concordancia con la misión y visión de la UNA. Además, se evidencia la necesidad de la población estudiantil de contar con este tipo de formación complementaria, sin distinción la disciplina, carrera o campus de la UNA (figuras 2 y 3).

Sin embargo, se requiere evaluar la estrategia en términos amplios para fortalecer su alcance e impacto. En virtud de lo anterior, desde el segundo ciclo lectivo del año 2020, la Vicerrectoría de Investigación, la Oficina de Transferencia y Vinculación Externa (OTVE) y la Vicerrectoría de Extensión, están trabajando en el diseño del Sistema Institucional de Innovación, que tiene como objetivo gestionar la innovación y el emprendimiento a nivel universitario de forma integrada y eficiente, potenciando el desarrollo y despliegue de capacidades institucionales de I+D+i para la generación y transferencia de nuevas soluciones intensivas en conocimiento enfocadas a las necesidades del entorno.

5 Conclusiones

Cualquier país puede asumir el reto de incrementar los emprendimientos dinámicos o de alto valor, ya que estos favorecen la generación de innovación, empleo y riqueza. Para lograr esta aspiración, se pueden transformar los emprendimientos por necesidad en empresas de mayor crecimiento o motivar a emprendedores con mayor potencial para iniciar negocios de valor agregado, innovación y potencial de crecimiento. En ambos casos, una estrategia enfocada a fomentar el emprendimiento dinámico desde las universidades puede producir un impacto significativo en la calidad y cantidad de emprendimientos en un determinado país.

El estímulo al emprendimiento desde el ámbito universitario es de gran importancia para el aumento del tejido empresarial, una mayor oferta de productos y servicios innovadores y una mayor democratización económica y social. La población estudiantil universitaria tiene la oportunidad, ventaja y fortaleza para gestionar ideas de negocio con potencial de convertirlo en un emprendimiento dinámico. De lo anterior, visualizar el emprendimiento como una forma de desarrollo personal y profesional a partir del conocimiento científico para la creación de empresas innovadoras, dinámicas y con responsabilidad socioambiental se torna viable y favorable desde el quehacer universitario.

Las condiciones necesarias para la promoción del emprendimiento desde las universidades inician con una investigación de calidad que oriente la identificación de nuevas oportunidades de mercado y demandas de los sectores productivos. Aunado a que las instancias responsables de emprendimiento, así como las incubadoras adscritas a las universidades estén en un diálogo permanente con los sectores productivos y la sociedad en general, para conocer sus problemáticas, necesidades y demandas y plantear soluciones a estas.

Otras características deseables y recomendadas para los programas de emprendimiento e incubadoras universitarias son las siguientes:

- a) Un enfoque multi e interdisciplinario y elementos de internacionalización.
- b) Espacios permanentes para la generación e intercambio de conocimiento.
- c) Una relación abierta y fluida con el medio y sus actores.
- d) Capital robusto (interno y externo) para invertir en planes de formación, intercambio, infraestructura y equipamiento que garanticen los procesos de emprendimiento e incubación de primer nivel.

El interés por emprender y crear una empresa es uno de los elementos principales que motiva a los estudiantes de la UNA a matricular en la oferta de los cursos, el 89 % de los entrevistados respondieron haber considerado la posibilidad de desarrollar su propio emprendimiento a futuro.

El estudio demuestra la importancia y pertinencia de apoyar y mejorar de manera continua la oferta académica relacionada al desarrollo de la cultura emprendedora de la UNA.

La atención de los problemas, necesidades u oportunidades locales y globales seguirá siendo una constante de las sociedades; sin embargo, el tipo de respuesta, la pertinencia y enfoque con que se atiende determinará el impacto esperado. El conocimiento como palanca para el desarrollo seguirá siendo la clave de éxito de los emprendimientos que asuman el reto de escalar y adaptarse a un entorno en constante evolución.

La UNA asume su rol en el ejercicio de formación de profesionales, así como el de fomentar una cultura de innovación mediante el desarrollo de habilidades y competencias emprendedoras, con un enfoque dinámico, social y sostenible, que contribuya con el mejoramiento de la calidad de vida y la inclusión social en el país.

Referencias

1. Álvarez, R., & Grazi, M. (2018). Innovation and entrepreneurship in Latin America: What do we know? What would we like to know? *Estudios de Economía*, 45(2), 157–171. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.url.uid&db=bsu&AN=134160492&lang=es&site=ehost-live>
2. De Moura, S. L., Machado, A., Oliveira, E. y Andrade, E. (2019). Universidade empreendedora -- um método de avaliação e planejamento aplicado no Brasil. *Revista Gestão & Tecnologia*, 19(1), 159–184. <https://doi.org/10.20397/2177-6652/2019.v19i1.1514>
3. Bravo, S., Benavides, J., Wagner, M. & Londoño, J. (2019). Perspectivas de las spin-off académicas, como modelo de emprendimiento en las universidades colombianas. *Desarrollo Gerencial*, 11(1), 131-156. <https://doi.org/10.17081/dege.11.1.3443>
4. Global Entrepreneurship Monitor. (2019). *2018/2019 Global Report*. Babson College. <https://www.babson.edu/media/babson/site-assets/content-assets/academics/centers-and-institutes/the-arthur-m-blank-center-for-entrepreneurship/global-research/gem-2018-2019-global-report.pdf>
5. Hernández, R., Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. Mc Graw-Hill.
6. Iglesias, P., Jambrino, C. y Peñafiel, A. (2012). Caracterización de las Spin-Off universitarias como mecanismo de transferencia de tecnología a través de un análisis clúster. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 21(3), 240-254. <https://doi.org/10.1016/j.redde.2012.05.004>
7. Kantis, H., Federico, J., e Ibarra, S. (2014). *Índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico: una herramienta para la acción en América Latina*. 1a ed. Rafaela: Asociación Civil Red Pymes Mercosur. <https://prodem.ungs.edu.ar/wp-content/uploads/2018/03/%C3%8Dndice-de-condiciones-sist%C3%A9micas-para-el-emprendimiento-din%C3%A1mico.-Una-herramienta-para-la-acci%C3%B3n-en-Am%C3%A9rica-Latina.pdf>
8. Lowe, R. (2002). *Invention, Innovation, and Entrepreneurship: The Commercialization of University Research by Inventor-founded Firms*.
9. OCDE. (2018). *Estudios Económicos para América Latina*. Santiago, 2018. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/43964/S1800837_es.pdf
10. Organización Internacional del Trabajo-OIT (2020). *Panorama laboral en tiempos de la COVID-19: impactos en el mercado de trabajo y los ingresos en América Latina y el Caribe*. Nota técnica. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---rolima/documents/publication/wcms_749659.pdf

- 
11. Rosa, P. J., Kodithuwakku, S., & Balunywa, W. (2006). Entrepreneurial motivation in developing countries: What does “necessity” and “opportunity” entrepreneurship really mean? *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 20(26), 4-20. <https://www.researchgate.net/publication/228315419> Entrepreneurial Motivation in Developing Countries What Does 'Necessity' and 'Opportunity' Entrepreneurship Really Mean