

El Emprendimiento en las Universidades. Retos para las Ciencias Administrativas.

EJE TEMÁTICO: Transformación de la enseñanza

Azuaje Rondón, Vanessa Alejandra¹

1 Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, Venezuela,
azuaje82@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación es un trabajo teórico de diseño documental, que tiene como propósito presentar diversos elementos conceptuales entorno al emprendimiento, el perfil de un emprendedor, características del emprendedor venezolano, la función de la universidad en la generación de las capacidades emprendedoras, así como la importancia del emprendimiento para el desarrollo endógeno en el contexto político, económico y social de Venezuela; aspectos que se abordarán desde la mirada de las ciencias administrativas, entendida ésta como una disciplina clave para el fomento del espíritu emprendedor de los futuros profesionales. Entre las conclusiones destacan el drástico cambio que ha tenido el perfil del emprendedor

venezolano en las últimas dos décadas; el incipiente fomento de la actividad emprendedora en las universidades; de allí la necesidad de superación el modelo arcaico de formación universitaria para “empleados” por uno que privilegie la formación de “emprendedores-innovadores”, adaptado a las necesidades socio-productivas del país. La formación de emprendedores se perfila como un compromiso que debe asumir la universidad desde la transversalidad del currículo, la investigación y la extensión; pero que además requiere de una política de estado que favorezca la actividad emprendedora y un entorno propicio para la creación y consolidación de nuevos emprendimientos.

Palabras clave: Desarrollo Endógeno, Emprendedores, Innovación, Universidades.

1. INTRODUCCIÓN

La creación y consolidación de nuevas empresas se considera hoy día uno de los aspectos más importantes de la actividad económica. Las nuevas iniciativas empresariales generan puestos de trabajo, intensifican la competencia en los mercados e impulsan la innovación. Es decir, favorecen el desarrollo económico en todos sus planos (Acs, 2006; Reynolds y White, 1997 citados en Contín, Larraza y Mas, 2007). La creación de estas nuevas empresas depende en gran medida de la capacidad de sus emprendedores locales.

El desempleo y el subempleo como fenómenos macroeconómicos presentes en el contexto local y global, son otros de los factores que impulsan a la población, sobre todo a los más jóvenes, a plantearse nuevos emprendimientos, en la búsqueda de su independencia económica. Para ello, estas organizaciones requieren de profesiones competentes.

Los cuatro pilares de la educación del siglo XXI, promovidos por la UNESCO: aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser (Delors, 1996), son los principios que deben fundamentar la formación de emprendedores.

En este sentido, la educación universitaria debe convertir al estudiante en centro del aprendizaje, promoviendo su capacidad emprendedora e innovadora desde el inicio de su trayecto en la carrera profesional.

2. PROBLEMÁTICA PROPUESTA Y CONTEXTO

La sociedad global actual enfrenta grandes desafíos: la recesión mundial, el deterioro ambiental, el desplome de los precios del petróleo, el rápido crecimiento de las economías en vías de desarrollo, el impacto de las tecnologías de información y comunicación en la economía y la cultura, la pérdida de valores, los cambios demográficos, todo ello con fuerte impacto en la estructura del empleo, vivienda, servicios, seguridad, entre otros (Anzola, 2002).

Ante estos escenarios se requiere de organizaciones con una rápida adaptación al cambio. Aceptar desafíos, cambiar y aprender continuamente, son imperativos para cualquier empresa en el mundo globalizado (Concha, Álvarez y Sáez, 2004).

En caso de Venezuela las universidades tienen el reto de contribuir en la transformación del vigente modelo de desarrollo económico del país, basado en la renta petrolera, por un desarrollo económico determinado por la capacidad emprendedora de quienes viven en este territorio, así como su contribución al fortalecimiento de las redes sociales asociadas a la actividad emprendedora (Bello, 2006).

Los nuevos emprendimientos requieren de líderes profesionales, con una alta creatividad. De allí el papel de la universidad en la formación de un profesional integral, que no sólo tenga dominio de ciertos conocimientos, sino también la habilidad y disposición para aprender a lo largo de su vida (formación continua), de innovar para generar valor agregado a la industria nacional, de conformidad con la potencialidades de su entorno (desarrollo endógeno) y capaces de asumir riesgos controlados.

Pero además, la universidad tiene el compromiso de generar soluciones a las empresas ya creadas, favorecer su supervivencia y el crecimiento, en esa construcción colectiva del tejido industrial que ameritan nuestros países.

3. OBJETIVO GENERAL

La presente investigación tiene como propósito presentar diversos elementos conceptuales entorno al emprendimiento, el perfil de un emprendedor, características del emprendedor venezolano, la función de la universidad en la generación de las capacidades emprendedoras, así como la importancia del emprendimiento para el desarrollo endógeno en el contexto político, económico y social de Venezuela; aspectos que se abordarán desde la mirada de las ciencias

administrativas, entendida ésta como una disciplina clave para el fomento del espíritu emprendedor de los futuros profesionales.

4. METODOLOGÍA

Ésta investigación es un trabajo teórico de diseño documental, de tipo descriptiva y analítica, sustentada en fuentes secundarias tales como libros, artículos publicados en revistas académicas especializadas nacionales e internacionales e informes oficiales de instituciones gubernamentales, fundaciones privadas e instituciones educativas.

A continuación se presenta matriz de recopilación de información que permite identificar las fuentes documentales utilizadas en este estudio y las técnicas e instrumentos empleadas para acceder a dichas fuentes de información.

Campo Conceptual	Variables	Fuente Documental (1)	Técnicas Operacionales	Técnicas de Análisis Documental
Perfil del Emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> o Valores o Competencias o Actitudes o Habilidades o Capacidades 	<ul style="list-style-type: none"> o Bilbao y Pachano (2002); o Anzola (2002); o Castellanos, Chávez y Jiménez (2003); o Martín, Hernangómez y Rodríguez (2005). 	<ul style="list-style-type: none"> o Fichas de Contenido o Técnicas para la presentación de cuadros. 	<ul style="list-style-type: none"> o Observación Documental.
Características del Emprendedor Venezolano	<ul style="list-style-type: none"> o Económicas o Sociales o Género o Grupo Etario o Localización o Nivel Educativo o Sectoriales 	<ul style="list-style-type: none"> o Vainrub y Arevalo (2004); o Instituto de Estudios Superiores de Administración-IESA (2011). 	<ul style="list-style-type: none"> o Sistematización de Informes Publicados o Técnicas Bibliográficas 	<ul style="list-style-type: none"> o Observación Documental. o Resumen Analítico
Emprendimientos y Desarrollo Endógeno	<ul style="list-style-type: none"> o Innovación o Crecimiento o Localización 	<ul style="list-style-type: none"> o Vásquez Barquero (1999); o Petit (2007). 	<ul style="list-style-type: none"> o Fichas de Contenido o Técnicas Bibliográficas. 	<ul style="list-style-type: none"> o Observación Documental. o Resumen Analítico.
Función de la Universidad en la Generación de las Capacidades Emprendedoras	<ul style="list-style-type: none"> o Rol Docente o Currículum o Estrategias de Aprendizaje o Divulgación del Conocimiento o Actividad de Extensión o Relación Universidad-Empresa 	<ul style="list-style-type: none"> o Arraez (2011); o González, Peña y Vega (2010); o Consejo Nacional de Universidades (2015); o Ripollés (2011); o Marín, Bohórquez y Gutiérrez (2015); o Bilbao y Pachano (2002); o A.L Simons, comunicación personal (03 julio, 2017); o Bello (2006). 	<ul style="list-style-type: none"> o Fichas de Contenido. o Técnicas Bibliográficas. 	<ul style="list-style-type: none"> o Observación Documental. o Análisis de Contenido.

Cuadro Nº 1. Matriz de recopilación de información

(1) Para mayor detalle ver referencias bibliográficas al final del estudio.

RESULTADOS

5.1 Perfil del Emprendedor

Es importante identificar y definir los principales elementos que conforman el perfil del emprendedor, teniendo en cuenta los valores, capacidades, competencias y actitudes que requieren como profesionales universitarios para desempeñarse en su entorno local y nacional.

En el caso de las ciencias administrativas, es particularmente necesario considerar los elementos distintivos de un emprendedor, entre los cuales debe estar su capacidad de enfrentarse al cambio, desenvolverse en los niveles superiores de las organizaciones o definiéndose como empresario, desarrollar formas de aprender de manera permanente, auto motivación y liderazgo.

Para Venezuela Competitiva, de acuerdo al estudio realizado por Bilbao y Pachano (2002) con el apoyo de la Corporación Andina de Fomento (CAF), los emprendedores cuentan con los siguientes rasgos distintivos:

Cuadro N° 2. Rasgos de los Emprendedores

1. PASIÓN	Dicho en una sola frase, amar lo que se hace, sentirse a gusto con lo que se hace y en la manera como se hace.
2. CONSTANCIA	Llámese tenacidad, persistencia o perseverancia, esta forma de comportamiento está presente en todas las experiencias evaluadas. El hecho es que la continuidad en la ejecución de una idea, sueño, proyecto o empresa, ser tenaz ante los fracasos se muestra en las experiencias como un factor decisivo para el logro del éxito.
3. FLEXIBILIDAD	Entendiéndola como la capacidad para adaptarse o plegarse a situaciones imprevistas o bien como la apertura y disposición favorable para propiciar cambios, pero también como la capacidad para aprender de los errores y hacer de ellos fortalezas, o bien para aceptar y adaptarse a los constantes cambios en las cambiantes políticas económicas gubernamentales, o para adaptarse a las necesidades del mercado o a las exigencias del cliente o usuario.
4. LIDERAZGO	Se han distinguido tres tipos de conductores de procesos: uno, los hacedores, esto es aquellos hombres y mujeres que convocan a la acción y hacen que otros actúen junto a ellos; dos, los visionarios, quienes ejercen la fuerza de su poder de acción trazando el largo plazo; y, tres, un tipo de líder cuya sola presencia impone un estilo para hacerlas cosas, dejando una impronta en el lugar donde desarrollan su acción.
5. SABER COMPETITIVO	Se refiere a cómo el conocimiento, sea técnico, académico-universitario, o bien se trate del puro conocimiento práctico o el dictado por el sentido común y la experiencia (y la reflexión que se haya hecho de ella) ha sido el soporte decisivo para el logro de resultados exitosos.
6. COHESIÓN Y PERTENENCIA	Bien sea entendida como formas de convivencia organizacional, bien como sentido de misión (arreglo medios a fines del proyecto institucional, bien sea también entendida como el profesionalismo de un equipo. Todas ellas, de distintas maneras y en formas de articulación diversa, han generado sentidos de pertenencia, membreía, identidad institucional.
7. RAZÓN SOCIAL-SOLIDARIDAD	Entendida como búsqueda del bien común, o como responsabilidad hacia sus semejantes, o bien como compromiso comunitario, se revela como un factor que condiciona la acción exitosa. Es importante distinguir aquí, aquellas organizaciones cuya razón de ser está motivada por la búsqueda del bien común, de aquellas cuya misión se orienta hacia otros fines. Sin embargo, en ambos casos observamos que aceptar la responsabilidad social es un factor determinante en su búsqueda del éxito.
8. CREDIBILIDAD	Son experiencias que generan confianza en el sentido de que son creíbles. La credibilidad se expresa de distintas maneras: porque se confía en la transparencia en el manejo de los recursos, o porque el cliente confía en el servicio o porque el prestador de un servicio confía en el usuario delegando responsabilidad en él para el mantenimiento del servicio.
9. SENTIDO DE COMPETENCIA	Es una actitud que se expresa en el reconocimiento de competidores y en saber ubicar sus fortalezas y debilidades y cómo sacar provecho de ellas en relación a los eventuales competidores, o en saber ubicar el mercado apropiado o bien el cliente preciso.
10. CREATIVIDAD	Entendida esta como la concepción que da vida y razón de ser a la experiencia, la innovación o el ingenio desplegado bien sea en la creación de un producto, en la prestación de un

Fuente: Bilbao y Pachano (2002)

Esto nos indica que un emprendedor no sólo es alguien que crea una empresa o genera un emprendimiento lucrativo o no. Tiene unos rasgos, valores y actitudes distintivas, más allá de los que es un administrador, un gerente o un empresario común.

Existe un mito que señala que los emprendedores nacen no se hacen. En ese sentido, no se descarta que existan personas con habilidades naturales para el emprendimiento, o que su entorno sociocultural le facilite su desenvolvimiento como emprendedor en comparación con otros. Sin embargo, está demostrado que la formación profesional puede generar de manera exitosa el desarrollo de capacidades emprendedoras (Anzola, 2002; Castellanos, Chávez y Jiménez, 2003; Martín, Hernangómez y Rodríguez, 2005).

5.2 Características del Emprendedor Venezolano

El emprendedor venezolano se caracteriza a partir de los resultados de los informes realizados en el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA), como representante de Venezuela ante en el Monitor Global de la Iniciativa Empresarial (GEM, por las siglas de Global Entrepreneurship Monitor), el cual es un el proyecto de investigación internacional dedicado a medir la actividad empresarial de los países.

El protocolo de investigación utilizado por GEM mide la actividad emprendedora en el transcurso de un año mediante el índice TEA (por las siglas en inglés de actividad emprendedora total) y clasifica a los emprendedores de varias maneras. Las dos clasificaciones más importantes son: 1.) emprendedores por necesidad y emprendedores por oportunidad y 2.) mujeres y hombres.

En el 2003, Venezuela alcanzó el segundo índice TEA entre los 31 países participantes (27,3). Al mismo tiempo, 42% de los emprendedores venezolanos son los que se clasifican como “emprendedores por necesidad” forzados a crear su propio negocio porque no tienen empleo, a diferencia de los “emprendedores por oportunidad” cuya iniciativa y visión de negocios son los impulsores de su vocación empresarial. Pero curiosamente Venezuela ocupa también el segundo lugar en el índice de iniciativa empresarial por oportunidad.

Para el 2003 encontramos que el emprendedor venezolano se ubicaba mayoritariamente en un rango de edad de 25 a 44 años, 31% pertenecía al estrato social A-B. El 42% de la población soñaba con abrir un negocio propio. El andino era más emprendedor que el llanero. La mujer venezolana era la más emprendedora un grupo de 31 países. El 94% de las iniciativas empresariales se localizaban en el sector comercio y servicios. (Vainrub y Arevalo, 2004).

Por su parte, el último informe GEM en el que participó Venezuela, publicado por el IESA (2011), muestran que en el año 2009 el país se ubica en el octavo lugar en el índice de actividad emprendedora temprana (TEA=18,7) y en el primer lugar en el índice de actividad emprendedora social (SEA= 3,4), lo cual es evidencia de la amplia oferta de propuestas emprendedoras que buscan incrementar el bienestar de las comunidades. Sin embargo, este potencial aún no es aprovechado a plenitud, como evidencia el repetirse una de las más altas tasas de mortalidad de empresas nacientes, pues muchas iniciativas no logran sobrevivir a los tres años y medio de operaciones o consolidarse como realidades generadoras de empleo estable.

En cuanto a las características del típico emprendedor venezolano para el año 2009, tenemos que mayoritariamente pertenecía al género masculino, tiene una edad comprendida entre los 25 y los 34 años, se encuentra auto-empleado, es decir, que no cuenta con más trabajadores en su iniciativa aparte de él mismo; ha alcanzado el grado de bachiller en su educación formal, habita en la ciudad capital (Caracas) y pertenece al estrato socioeconómico E

de la población (IESA, 2011).

El análisis comparativo de los resultados de los informes 2003 y 2009, indican cambios considerables en las características del emprendedor venezolano, entre ellos se destaca: la reducción de la edad promedio de los emprendedores, la reducción de la actividad emprendedora de las féminas, así como el estrato socioeconómico de los emprendedores que inicialmente se ubicaban mayoritariamente en clases A y B, mientras que en el informe del año 2009 estos sectores apenas abarca el 2% de los nuevos emprendimientos, siendo estos sustituidos por emprendedores del estrato socioeconómico E.

Estos cambios podrían asociarse al contexto político y socioeconómico en Venezuela durante ese periodo. Entendiendo que el emprendimiento en Venezuela se asocia a la necesidad, podríamos indicar que ante la gradual reducción de la tasa de desempleo durante este periodo (pasó de 19,2% en 2003 a 7,6% en 2009, según datos del Instituto Nacional de Estadísticas), esto pudiese haber hecho que las mujeres optaran por empleos formales, antes de arriesgarse a nuevos emprendimientos.

Así mismo se evidencia que los sectores de las clase A y B han reducido sus inversiones en Venezuela, por cuanto esto redundaría en su participación en nuevos emprendimientos. Siendo el estrato socioeconómico E de la población, con menos recursos, nivel educativo, más jóvenes y por ende menos oportunidades laborales, los que lideran los emprendimientos en Venezuela para el año 2009.

5.3 Emprendimientos y Desarrollo Endógeno

El desarrollo endógeno es un paradigma que consiste en afirmar que el sistema productivo de los países crece y se transforma utilizando el potencial de desarrollo existente en las regiones y en las ciudades, mediante las inversiones que realizan las empresas y los agentes públicos, bajo el control creciente de la comunidad local (Vásquez Barquero, 1999).

Las capacidades emprendedoras pueden colaborar en dicho proceso, a través de dos caminos: favoreciendo la creación y el crecimiento de empresas, y cooperando con la organización social. Cabe mencionar en este apartado la importancia de fomentar la cultura de la innovación para acelerar el desarrollo endógeno. El verdadero significado económico de la innovación consiste en explotar este recurso no sólo con fines comerciales, sino primordialmente como una tarea colectiva (Vargas, 2005, citado por Petit, 2007), para maximizar la utilidad e incrementar la eficiencia de los procesos productivos, de manera que, sea factible impulsar el crecimiento, el bienestar social, el desarrollo endógeno y sostenible de la nación.

Las naciones necesitan urgentemente un número mayor de agentes emprendedores e innovadores para convertir el conocimiento en riqueza, además, un entorno propicie y premie esa actitud porque en ella está la mayor fuente de valor para la sociedad (Petit, 2007).

5.3 Función de la Universidad en la Generación de las Capacidades Emprendedoras

La matrícula universitaria en Venezuela pasó de 862.862 estudiantes en el año 2000 a 2.629.312 estudiantes en 2013. Ahora bien, el acceso de grandes masas de venezolanos a las instituciones de educación universitaria, plantea un reto futuro, de corto plazo, referido a la generación de empleo para los numerosos profesionales que egresan de estas instituciones (Arraez, 2011).

En ese sentido, cabe mencionar que en la sesión ordinaria del Consejo Nacional de Universidades-CNU del 24 de marzo de 2015, donde participan todas las universidades nacionales públicas y privadas del país, a petición del ministro, se inició un debate respecto al tema de la "Articulación de la Capacidad Productiva de las Universidades con la Economía Nacional", en el cual salieron a relucir las diversas experiencias de las universidades entorno a este tema, donde la

innovación y el emprendimiento estuvo presente en el discurso de varios de los participantes (CNU, 2015).

Para Gallego (1999, citado por González, Peña y Vega, 2010) la formación emprendedora “es una estructura conceptual, metodológica y actitudinal de la naturaleza de los saberes y el conocimiento en las relaciones individuo-comunidad”. Conlleva en saber ser, saber aprender, saber convivir y saber hacer del emprendedor bien sea por formación o apoyado en inteligencia innata. Sin embargo, todo esto no puede ocurrir como un fenómeno meramente individual y aislado, sino que la interacción del individuo con los entes participantes de este proceso formador, es fundamental para que la ocurrencia emprendedora sea más frecuente.

Son muchas las estrategias que se pueden utilizar desde la universidad para la generación de las capacidades emprendedoras. Un aspecto primordial a considerar es la formación docente. Tal como lo señala Ripollés (2011) el profesorado universitario tiende a primar la formación específica de cada disciplina en detrimento de la formación emprendedora, entre otros motivos por su desconocimiento de cómo enseñar su disciplina de manera emprendedora. Además, en los sistemas de evaluación de la docencia del profesorado no se contempla la utilización de manera efectiva metodologías docentes que promuevan la innovación y el desarrollo de oportunidades de negocio en las materias docentes que imparten.

El docente debe pasar de su rol de tradicional de trasmisor de conocimiento a un gestor del proceso de aprendizaje. Convertirse en un asesor-guía que motive al estudiantado a pensar de manera creativa, animarles a buscar nuevas fuentes de información, y a la experimentación.

Para Castillo (1999, citado por Marín, Bohórquez y Gutiérrez, 2015), existen tres herramientas para la enseñanza del emprendimiento: la elaboración de un plan de empresas; segundo, el contacto con la realidad y la interpretación; y tercero, los casos de estudio.

En el plan de la empresa se plantea los objetivos, las metas y la manera de alcanzarlo, incluye el estudio de mercado, el estudio técnico, organizacional, económico, la evaluación ambiental, social y financiera del proyecto. Esta es una de las estrategias de aprendizaje que conllevan al aprender haciendo. La segunda herramienta es la participación de los estudiantes en investigaciones o actividades que involucren el trabajo directo con emprendedores y su posterior análisis. La pasantía es una actividad propicia para ello. Los casos de estudio se refieren a análisis de situaciones presentadas en el entorno local o regional para ilustrar una condición particular y fortalecer la toma de decisiones. Los casos generalmente se complementan con lecturas de teorías para permitir una discusión nutritiva y promover el pensamiento estratégico (Marín, Bohórquez y Gutiérrez, 2015).

Destaca también la creación de redes, sistemas de intercambio y de aprendizaje (Bilbao y Pachano, 2002). Esto se puede lograr a través de eventos nacionales, donde participen los diferentes sectores relacionados con los temas de emprendimiento, innovación y desarrollo endógeno. En estos eventos se presentarían experiencias locales o regionales en el desarrollo de capacidades emprendedoras e iniciativas empresariales que poseen las universidades y otras instituciones.

Es importante avanzar en la estructuración de cursos obligatorios y/o electivos como parte de la transformación curricular para la promoción del emprendimiento, o de talleres extracurriculares, cursos de extensión y cátedras libres en temas de: emprendimiento, liderazgo, motivación, formulación de planes de negocios, innovación, trabajo en equipo, programas de apoyo financiero para las PyMES, responsabilidad social, propiedad intelectual, entre otros.

La ejecución de proyectos socio-productivos como parte de la actividad de extensión, con la participación de los estudiantes a través del servicio comunitario, es una oportunidad ideal para promover las capacidades emprendedoras e innovativas en concordancia la vocación productiva de las regiones, con el objeto de contribuir con el desarrollo endógeno, en alianza con las comunidades organizadas. Tal es el caso de la Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez, la cual desde la filosofía del “Aprender haciendo”, promueve desde hace muchos años actividades socioproductivas

en los distintos espacios de esta casa de estudio, como el cultivo de café, producción de miel, cría de gallinas ponedoras y producción de huevos a mediana escala, entre otros. Así mismo desde el año 2016 ejecuta un programa de financiamiento de proyectos socio-productivos para estudiantes con vocación emprendedora, el cual incluye formación, acompañamiento y asistencia técnica. Algunos proyectos en curso son: Unidades de producción avícola, Producción de clones de cacao, siembra de legumbres y hortalizas, producción de artículos de limpieza, elaboración de calzados, entre otros (A.L Simons, comunicación personal, 03 julio, 2017).

Otra estrategia interesante para la generación de capacidades emprendedoras son los servicios de asistencia técnica que pueden ofrecer las universidades al sector empresarial. Un ejemplo de ellos son Servicios de Atención al Emprendedor de la Universidad Metropolitana, dirigido a atender y dar orientaciones a quienes tienen interés en definir como realidad operativa y sostenible una idea (Bello, 2006). En la misma línea de acción están los servicios de incubación de empresas y de solución de problemas de desarrollo industrial que presta la Universidad Simón Bolívar a las empresas a través de la Fundación de Investigación y Desarrollo (FUNINDES) y la Fundación del Parque Tecnológico Simón Bolívar (PTS).

5. CONCLUSIONES Y CONTRIBUCIONES

El fomento a la actividad emprendedora es una tarea ineludible que tenemos como sociedad, y en especial quienes conformamos comunidades universitarias. Esto implica una serie de tareas y transformaciones estructurales de las instituciones de educación universitaria, pero sobre todo requiere de la voluntad y el compromiso de quienes dirigen la política universitaria.

Los conceptos aquí estudiados, nos dan una idea clara sobre el camino a recorrer a fin coadyuvar en la generación las capacidades emprendedoras. La población estudiantil universitaria, en particular, se perfila como un instrumento potencial del desarrollo. En ese sentido, es importante considerar que si bien hay actitudes innatas que caracterizan a los emprendedores, es posible también formar y capacitar emprendedores, pero no solo con la educación tradicional, si no través del fomento de actitudes, intereses y valores propicios para el emprendimiento y el liderazgo. La innovación es un elemento clave que propicia el emprendimiento y con ello el desarrollo y crecimiento de las naciones.

En coyunturas como las que hoy vive Venezuela, la prestación de servicios de asistencia técnica para nuevos emprendimientos, las asesorías y formación a comunidades organizadas, así como el diseño, ejecución y/o financiamiento de proyectos socio-productivos, son acciones que la universidades también pueden desarrollar y que contribuirían en un corto y mediano plazo en el mejoramiento de las condiciones socio-económicas del país para la reactivación del aparato productivo nacional, la generación de empleos, divisas e ingresos.

Para ello es necesario incorporar como eje transversal de los planes de estudios el fomento del desarrollo endógeno, las capacidades emprendedoras e innovadoras, indistintamente de la carrera que se ofrece, así como impulsar y fortalecer la investigación y las actividades de extensión en dichas áreas; todo ello debe formar parte de los planes estratégicos institucionales, de los criterios para otorgamiento de recursos financieros y de los sistemas de evaluación y acreditación universitarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Anzola Castillo, Iván (2002). La formación de emprendedores. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá, Colombia, Vol. X, N° 1, julio, 2002, pp.45-54.
- Arraez, Freddy (2011). Universidad, Conocimientos y Proyectos Socioproductivos. Aporrea. Disponible: <http://www.aporrea.org/educacion/a130418.html> [Consulta: 2016, Enero 06].

- Bello, José (2006). La preparación emprendedora y la formación de graduados universitarios. Cuadernos Unimetanos, Universidad Metropolitana. Caracas, Venezuela, Año 2, N° 9, pp. 02-13.
- Bilbao, Arantza y Pachano, Susana (2002). Rasgos y Actitudes de los Emprendedores. Caracas, Venezuela: Corporación Andina de Fomento – CAF – Venezuela Competitiva. Proyecto Andino de Competitividad. Disponible: http://www.cid.harvard.edu/archive/andes/documents/workingpapers/razgosyactitudes/rasgos_actitudes_venezuela_competitiva.pdf [Consulta: 2015, Diciembre 15].
- Castellanos, Oscar; Chávez, Renzo y Jiménez, Claudia (2003). Propuesta de formación en Liderazgo y emprendimiento. INNOVAR: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Colombia. N° 22, pp. 145-156.
- Concha, Alejandro; Álvarez, Cecil y Sáez, Eugenio (2004). Programa de Formación de Emprendedores en la Universidad de Concepción. En Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004): El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I. España: Servei de Publicacions Universitat de Valencia, cap. 18, pp. 311-322.
- Consejo Nacional de Universidades (2015) Informe Preliminar: Articulación de la Capacidad Productiva de las Universidades con la Economía Nacional. Caracas, Venezuela: Secretariado Permanente-Consejo Nacional de Universidades. Disponible: <https://www.spcnu.gob.ve/index.php/banco-de-documentos/convenciones/la-universidades-y-la-economia-nacional-julio-2015/download> [Consulta: 2017, Julio 03]
- Contín, Ignacio; Larraza, Martín y Mas, Iñaki (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra. Revista de Empresa. España. N° 20, Abril - Junio 2007, pp. 11-19.
- Delors, Jacques. (1996). La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI. París, Francia: Ed. UNESCO.
- González, Frank, Peña, María y Vega (2010). Formación Emprendedora en el Contexto de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Revista Científica Digital del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales. Barquisimeto, Venezuela. N° 1 (2), pp. 11-31.
- Instituto de Estudios Superiores de Administración-IESA (2011). Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo, Venezuela 2009-2010. Caracas, Venezuela: IESA-GEM. Disponible: [file:///C:/Users/Vanessa/Downloads/1319834969GEM_Venezuela_2009-2010_Report%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Vanessa/Downloads/1319834969GEM_Venezuela_2009-2010_Report%20(1).pdf) [Consulta: 2015, Diciembre 17]
- Marín, María; Bohórquez, Elizabethy; Gutiérrez, Carmen (2015). Estrategias para el fomento del espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago. Revista Visión Gerencial. Universidad de los Andes. Mérida, Venezuela, Año 14, N° 2, Julio - Diciembre 2015, pp. 301-324.
- Martín, Natalia; Hernangómez, Juan y Rodríguez, Ana (2005). Análisis de la formación y la Experiencia Laboral como Determinantes del Espíritu Emprendedor de los Estudiantes Universitarios. Revista Asturiana de Economía. España. N° 34, pp.131-145.
- Petit, Elsa (2007) La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. Revista de Ciencias Sociales (RCS). Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. Vol. XIII, No. 3, pp. 495 – 506.
- Ripollés, María (2011). Aprender a Empezar en las Universidades. Revista Arbor: Ciencia, Pensamiento y Cultura. España. Vol. 187 - Extra 3 - diciembre 2011, pp. 83-88.
- Vainrub, Roberto y Arévalo, Gastón (2004): Global Entrepreneurship Monitor. Venezuela 2003. Caracas: IESA y Mercantil Servicios Financieros.
- Vásquez Barquero, Antonio (1999). Desarrollo, redes e innovación: lecciones sobre desarrollo endógeno. Madrid, España: Ediciones Pirámide.