

## EL PAPEL DE LAS UNIVERSIDADES EN EL FOMENTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA. EL CASO DE ESPAÑA.

**Silvia Teresa Morales Gualdrón<sup>1</sup>**  
**smorales@udea.edu.co**  
**Salvador Roig Dobón<sup>2</sup>**  
**Salvador.Roig@uv.es**

La creación de empresas es un elemento fundamental para el sistema económico de cualquier país. *“Una estructura industrial equilibrada y sana presupone el proceso de entrada y salida de empresas en el mercado. El proceso de asignación de recursos, así como la vitalidad del sistema económico depende en buena medida, de que desaparezcan del mercado las empresas ineficientes, por una parte, y de la creación de nuevas empresas en número suficiente, por otra. Este proceso determina la dinámica empresarial de un país y produce un determinado tejido industrial y la densidad de empresas de un país o región”* (Veciana, 2005, p. 21).

En el caso de España, este proceso se encuentra desequilibrado ya que no se crean suficientes empresas y las empresas creadas muestran bajos niveles de supervivencia. Un estudio reciente del Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España (2005) señala que, durante el periodo comprendido entre el año 1998 y el 2003, la tasa anual de creación de empresas se situó alrededor del 13%, en tanto que la tasa anual de cierre de empresas se encontraba alrededor del 10%. Adicionalmente, este estudio muestra que un año después de la creación la tasa de supervivencia es del 80% de las empresa, el segundo año este porcentaje alrededor del 70%, este porcentaje va disminuyendo con el transcurso de los años, así a los cuatro años siguen existiendo algo más del 50% de las empresas creadas.

Por otra parte, según el informe del Global Entrepreneurship Monitor Project – GEM<sup>3</sup>, en el año 2003 España contaba con una tasa de actividad

---

<sup>1</sup> Profesora Departamento de Ingeniería Industrial Universidad de Antioquia (Colombia),  
Estudiante Doctorado en Dirección de Empresas, Universidad de Valencia (España).

<sup>2</sup> Profesor del Departamento de Dirección de Empresas Universidad de Valencia (España)

empresarial<sup>4</sup> (TEA) del 6,77%, constituyéndose en uno de los países con los menores niveles de actividad emprendedora al ubicarse en el lugar 18 dentro de un grupo de 30 países participantes en dicha edición del estudio. Aunque este nivel de actividad emprendedora es muy similar al registrado por los países Europeos participantes en el estudio como el Reino Unido (6,89%); Alemania (5,21%) y Francia (1,40%), tal como se puede observar en la figura 1; se encuentra muy por debajo de países como Uganda (29,3%), Venezuela (27,31) y Estados Unidos (11,94%).

Los bajos índices de actividad emprendedora de los países de la Unión Europea también han sido confirmados por un Estudio comparativo entre España, la Unión Europea y Estados Unidos efectuado por el servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España en el año 2004. En dicho estudio se señala que los españoles son más emprendedores que los Europeos, aunque menos que los americanos. De acuerdo con este trabajo, al 50% de los españoles les gustaría ser autoempleados en los próximos 5 años en tanto que a un 63% de los europeos esta situación no les agrada; sin embargo, en España es donde parecen existir mayores obstáculos para los emprendedores, ya que un 72% de los españoles no ve factible ser autoempleado en los próximos 5 años, en tanto que a nivel europeo es sólo del 67% y en Estados Unidos de 54%.

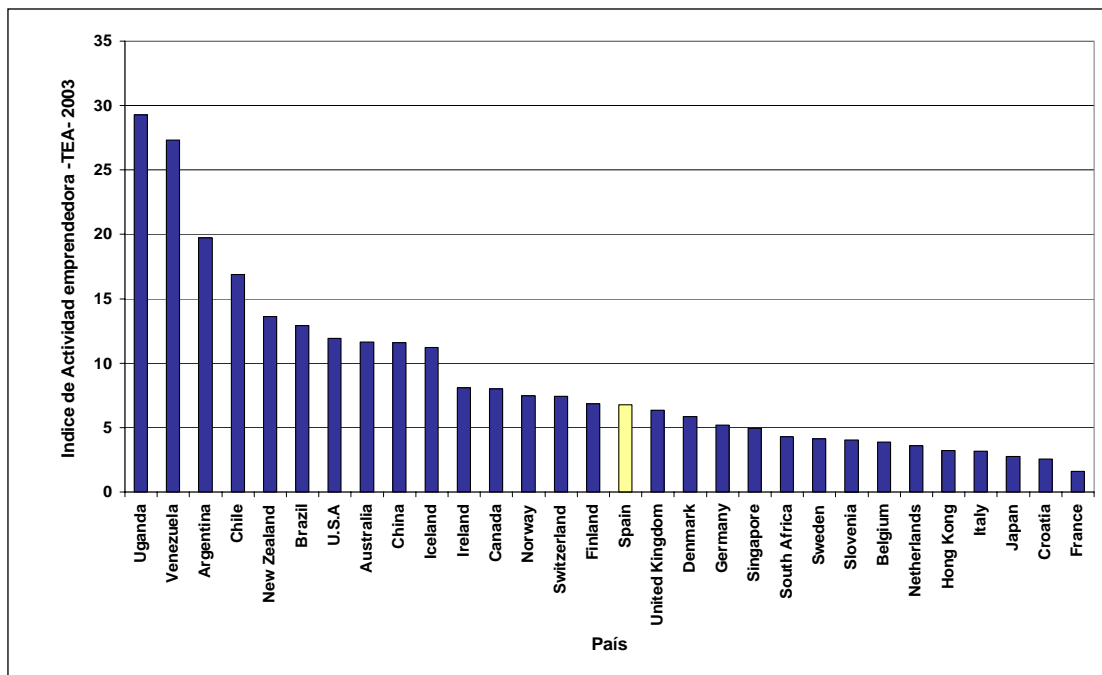
En consecuencia, aunque España se muestra como un país con una actividad emprendedora moderada con respecto a los otros países, es necesario fortalecer las estrategias de fomento del espíritu empresarial y los mecanismos para brindar apoyo efectivo a los emprendedores con el fin de mejorar las tasas de creación de empresas, dado los bajos índices de supervivencia de las nuevas organizaciones.

---

<sup>3</sup> El Global Entrepreneurship Monitor Project –GEM es un programa de investigación a nivel internacional liderado por un grupo de científicos del área del entrepreneurship del Babson College y la London Business School.

<sup>4</sup> La tasa de Actividad Emprendedora –TEA ( por sus siglas en inglés) es un indicador que mide el nivel de actividad de creación de empresas de un país e incluye tanto el porcentaje de personas que están intentando crear una empresa como aquellas nuevas empresas que no superan los 42 meses de funcionamiento y pago de sueldos y salarios.

**Figura 2. Índices de Actividad Emprendedora – TEA - 2003**



Fuente: Corduras et al., 2003

Uno de los principales grupos de interés cuando se trata de fomentar la función empresarial son los jóvenes, particularmente aquellos que se encuentran a punto de iniciar su vida profesional al terminar sus estudios universitarios o su preparación técnica. De acuerdo a algunos estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas de España (CIS) el 90% de los jóvenes españoles rechazaban la posibilidad de convertirse en empresarios y el 47% de los padres españoles recomienda a sus hijos que se hagan funcionarios (empleados del estado).

La evidencia anterior ha enfrentado a España ante la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes universitarios de tal forma que mejoren las tasas de creación de empresas en el mediano y largo plazo y se fomente así la competitividad y productividad del país. En esta tarea, las universidades están llamadas a participar activamente al ser centro de formación por excelencia, y generadora de nuevos conocimientos (Pleitner, 2003). En este último punto el papel de la universidad cobra mayor importancia al ser fuente de innovación y de desarrollo tecnológico, tal como lo señala Cuervo (2003): *“La transformación de la Universidad en parte del sistema nacional de ciencia y*

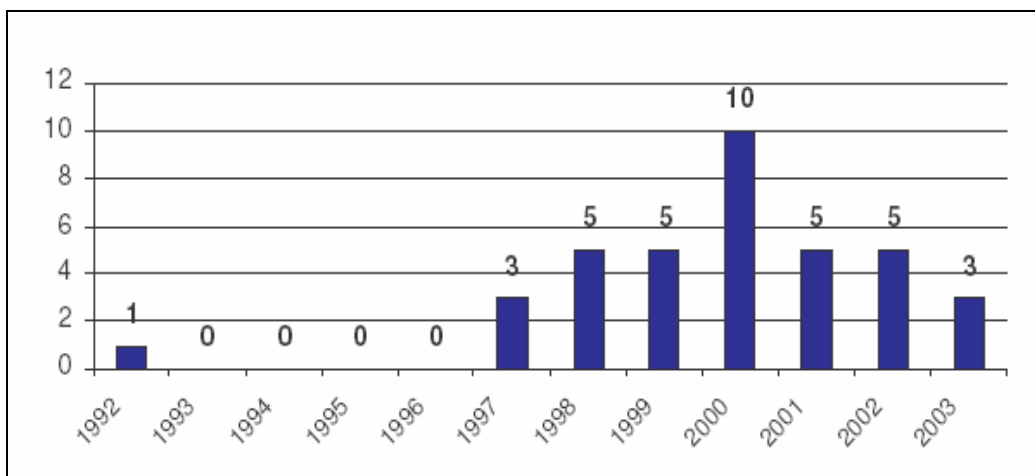
*tecnología, la convierte no sólo en centro de investigación básica, sino también en la incubadora de nuevas industrias en una economía dominada por la ciencia y la tecnología. La creación de una cultura emprendedora, de una actitud favorable en los jóvenes ante la creación empresarial es la base de nuevos proyectos.” (P. 57.).*

La mayoría de las universidades españolas han asumido el reto de fomentar el espíritu emprendedor entre sus estudiantes y de apoyar la creación de nuevas empresas. A continuación se presenta brevemente la experiencia española, iniciando con una breve descripción del desarrollo histórico de estos programas y finalizando con la presentación de tres de los programas universitarios de fomento del espíritu emprendedor y la creación de empresas de mayor relevancia e impacto a nivel de España y que se consideran modelos a seguir tanto en el ámbito nacional como internacional.

## **LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS**

La primera iniciativa de fomento del espíritu emprendedor y creación de empresas desde una universidad española se realizó en el año 1992 cuando la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), junto con el Instituto Valenciano de la Pequeña y Mediana Empresa (IMPIVA), realizaron el proyecto “Programa de iniciativas para el Desarrollo de Nuevas empresas (IDEAS)” con el objetivo de estimular a los emprendedores de la UPV para que crearan empresas de base tecnológica, convirtiéndose en el único programa de esta naturaleza en España hasta el año 1997. En esta fecha se establecen otros 3 programas de creación de empresas en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Pública de Navarra y la Universidad de Euskadi, iniciándose una tendencia creciente que tuvo su máximo nivel en el año 2000 con la creación de 10 nuevos programas, tal como se puede observar en la Figura 2. (Morell y Perelló, 2004).

**Figura 2. Número de programas de creación de empresas implementados por año.**



Fuente: Morell y Perelló, 2004.

En el año 2004, de las 68 universidades españolas un 55% ya contaban con un programa de creación de empresas. Estos programas han contribuido a la creación de cerca de 900 nuevas empresas tanto de base tecnológica e innovadoras como de tipo convencional. A pesar de estos importantes logros aún falta un gran camino por recorrer ya que, a diferencia de lo que ocurre desde hace años en universidades de países más avanzados, la formación de nuevos empresarios sigue siendo una materia residual y metodológicamente pobre a la que se presta poca atención en la mayoría de universidades españolas (Dalmau, Alonso y Colomer, 2003).

## **PROGRAMA IDEAS**

El programa IDEAS de la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) se ha consolidado como uno de los programas más sólidos en el fomento del espíritu emprendedor en España. Desde su creación, en 1992, se ha caracterizado por mantener una estrategia de mejoramiento que le ha permitido desarrollar una Metodología sólida para el apoyo de la actividad emprendedora no sólo al interior de la comunidad universitaria sino también hacia al exterior a los miembros de la sociedad de la Comunidad Valenciana.

La misión del programa IDEAS es *“conseguir que cualquier persona emprendedora de la Comunidad Valenciana que tenga una idea empresarial innovadora de base tecnológica, en especial, todas las personas emprendedoras de la IPV, incluyendo los egresados recientes, cuenten con el apoyo de la Universidad para el inicio de su andadura empresarial, lo cual ha de armonizarse con un aumento de la creatividad y del espíritu de iniciativa en la propia UPV”*.

El Modelo de Creación de empresas de IDEAS ha sido desarrollado con base en la experiencia adquirida y se encuentra constituido por 5 procesos: sensibilización, formación de célula de oportunidad, preincubación, incubación y explotación. El proceso de sensibilización está orientado a estimular la actitud emprendedora en el entorno de la Universidad; el proceso de formación de la célula de oportunidad tiene por objetivo fijar los cimientos en cada proyecto empresarial seleccionado; el proceso de preincubación pretende apoyar al equipo emprendedor durante una fase experimental (desarrollo de producto); el proceso de incubación, tiene por objetivo apoyar al emprendedor durante los primeros años de vida de su empresa y, finalmente, el proceso de explotación hace referencia al seguimiento y apoyo de empresas ya consolidadas. Este último proceso diferencia el programa IDEAS de otros existentes en España, constituyéndose en una de las claves de su éxito, al continuar apoyando a los emprendedores en su actividad cotidiana una vez ya se encuentran consolidados.

En la actualidad el programa IDEAS ha contribuido al lanzamiento de más de 200 empresas, 170 de la cuales permanecen aún en activo, lo cual refleja el alto nivel de eficiencia del programa.

## PROGRAMA INNOVA

El Programa INNOVA es una iniciativa de la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) constituida en el año 1998, con la misión de *“Impulsar la cultura de la innovación y el espíritu emprendedor en toda la comunidad universitaria, contribuyendo a incrementar el potencial innovador en las empresas y favoreciendo la creación de nuevas empresas desde la universidad”*, que cuenta con el apoyo del Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial (CIDEM) y del Ministerio de Ciencia y Tecnología.

A diferencia del programa IDEAS, INNOVA se encuentra dirigido únicamente a integrantes de la comunidad universitaria: profesores, alumnos, egresados y personal de apoyo administrativo que tengan intención de crear una empresa exclusivamente de base tecnológica.

INNOVA tiene tres grandes líneas de actuación. La primera línea, denominada *Innosemilla*, está relacionada con la difusión de la cultura innovadora y emprendedora e incluye actividades de formación y difusión; la segunda línea, *Innocreación*, está dirigida a dar soporte a la creación de empresas tecnológicas, a través de la valoración y diagnóstico (viabilidad técnica y económica) de ideas de negocio, asesoría en el plan de empresa, búsqueda de financiación pública y/o privada y seguimiento; la tercera línea, *Innored*, como su nombre lo indica, está relacionada con el trabajo a través de redes universitarias y empresariales, el cual le permite compartir conocimientos y experiencias con otras universidades y programas, así como con empresas con el fin de fortalecer el programa y poder ofrecer mejores servicios a sus emprendedores con la creación de sinergias.

Una de las fortalezas de INNOVA es la posibilidad de brindar capital semilla a los emprendedores para su proyecto empresarial. Cuando una propuesta muestra su viabilidad, el CIDEM el CIDEM aporta el 60% del capital inicial a

fondo perdido, hasta un máximo de 100.000 euros, de tal forma que el empresario sólo deberá aportar el 40% restante, fondos que puede adquirir a través de otras fuentes de financiación.

El programa innova hasta el año 2004 había apoyado la creación de 94 empresas de base tecnológica, consolidándose como el segundo programa en importancia por el número de empresas creadas.

### **PROGRAMA UNIEMPRENDE.**

El programa UNIEMPRENDE de la Universidad de Santiago de Compostela (USC) fue creado en el año 2000 con el objetivo fundamental de *“incrementar la vocación empresarial entre los miembros de la comunidad universitaria, prestando especial atención a aquellos procesos de investigación científico-tecnológica abiertos en esta universidad, con potencialidades suficientes para transformar una idea incipiente en una empresa con expectativas de futuro”*.

A diferencia de los dos programas presentados anteriormente los cuales estaban dirigidos exclusivamente al fomento de empresas de base tecnológica, este programa se encuentra dirigido a todo tipo de empresas (ya sea de base tecnológica, empresas innovadoras, o bien, empresas convencionales); y se encuentra dirigido exclusivamente a los miembros de la comunidad universitaria de la USC.

Una de las principales particularidades del programa Uniemprende, que le ha permitido obtener importantes resultados en la creación de empresas (cerca de 90 empresas creadas), es que cuenta con un sistema de apoyo a iniciativas emprendedoras conformado por varios subprogramas y entidades, que son coordinadas a través del Centro de Innovación y Transferencia de Tecnología (CITT).

Esta infraestructura está comprendida por: Unnoinova, incubadora de empresas; Unirisco Galicia, sociedad de capital de riesgo; Uniban (University business



angels network), primera red de *Inversores Privados Informales* impulsada por una Universidad pública española; OSIX- Oficina de Servicios Integrados a la Juventud, proporciona información a los estudiantes, asesora al joven emprendedor y tutela la iniciativa de autoempleo; Escuela de negocios Uniemprende (ENU), responsable de las actividades de formación y brinda asesoramiento para la mejora de programas de fomento de "spin-off" académicos en otras comunidades universitarias; Emprendia, primer portal de internet dedicado exclusivamente a emprendedores tecnológicos de universidades españolas e iberoamericanas; Uniguaranties, Sistema de garantías para financiar empresas innovadoras y de base tecnológica surgidas en el ámbito universitario; Uniemprende complejo logístico, Estructura de soporte de la actividad emprendedora.

Uno de los principales méritos de este programa es haber logrado la construcción de una red de entidades de apoyo, tanto públicas como privadas, que le han permitido financiar y fortalecer una infraestructura de apoyo en su corto tiempo de existencia.

## **CONCLUSIONES.**

Las universidades como centro de formación y generación de nuevos conocimientos es un escenario propicio para contribuir en el fomento del espíritu emprendedor no sólo entre los estudiantes, sino también entre los demás miembros de la comunidad universitaria. La mayoría de universidades españolas han asumido este nuevo reto propuesto por la sociedad particularmente a través de la implementación de programas de fomento del espíritu emprendedor y la creación de empresas.

Aunque falta aún mucho camino por recorrer, existen universidades pioneras que a través de un programa estructurado y adaptado a las necesidades existentes en su entorno han logrado generar un número importante de empresas (Tabla 1). Estos modelos se constituyen en experiencias valiosas a

tener en cuenta en el diseño y consolidación de programas en otras instituciones de educación superior teniendo en cuenta, por supuesto, sus propias fortalezas y debilidades.

**Tabla 1. Algunas características de los programas IDEAS, INNOVA y UNIEMPRENDE**

	<b>IDEAS</b>	<b>INNOVA</b>	<b>UNIEMPRENDE</b>
Universidad	Universidad Politécnica de Valencia	Universidad Politécnica de Cataluña	Universidad de Santiago de Compostela
Año de creación	1992	1998	2000
Dirigido a	Comunidad Valenciana	Comunidad universitaria UPC	Comunidad universitaria USC
Tipo de empresas creadas	Empresas de base tecnológica	Empresas de base tecnológica	Cualquier tipo
Empresas creadas.	200	96	90 (34 de base tecnológica)
Modelo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilización</li> <li>• Formación célula de oportunidad.</li> <li>• Preincubación</li> <li>• Incubación</li> <li>• Explotación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innosemilla</li> <li>• Innocreación</li> <li>• Innored</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unnoinova</li> <li>• Unirisco</li> <li>• Uniban</li> <li>• Sois</li> <li>• Escuela de negocios Uniemprende</li> <li>• Emprendia</li> <li>• Uniguarantees</li> <li>• Uniemprende complejo logístico</li> </ul>

Un alto compromiso de las directivas universitarias, el aprovechamiento de los recursos disponibles en la universidad y la construcción de redes de apoyo para la optimización de recursos y el fortalecimiento de las iniciativas de apoyo se muestran como requisitos fundamentales en el éxito de programas como los presentados en el presente trabajo.

## BIBLIOGRAFIA

Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España. Servicio de estudios. (2005). La empresa en España.

Corduras, A.; López-García, P.; Justo, R. y De la Vega, I. (2003). Global Entrepreneurship Monitor, Informe ejecutivo 2003, España. Instituto de Empresa, Madrid, España.

Cuervo, A. (2003): "La creación empresarial. De empresarios a directivos." En: Genescá, E.; Urbano, D.; Cabelleras, J. L.; Guallarte, C.; Vergés, J. (2003): *Creación de empresas. Entrepreneurship. Homenaje al profesor Jose María Veciana Vergés*. Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra. Pp. 49-73.

Dalmau, J. I.; Alonso, J. L.; Colomer, J. (2003). Programa IDEAS. Un modelo de éxito para fomentar la creación de empresas desde las universidades. Universidad Politécnica de Valencia. España.

Morell J.; Perelló, J. (2004): Identificación de los modelos de las unidades de creación de empresas desde las Universidades en España. Universidad Politécnica de Cataluña.

Pleitner, H. J. (2003): "Entrepreneurship- Fashion or driving force?". En: Genescá, E.; Urbano, D.; Cabelleras, J. L.; Guallarte, C.; Vergés, J. (2003): *Creación de empresas. Entrepreneurship. Homenaje al profesor José María Veciana Vergés*, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra. pp. 33-47

Veciana, J. M. (2005). La creación de empresas. Un enfoque Gerencial. Colección de Estudios económicos, No. 33.

<http://www.ideas.upv.es>

<http://pinnova.upc.es/Innova/>

<http://www.uniemprende.com/>