

FOMENTO DE LA EMPRENDEDURÍA UNIVERSITARIA: REFLEXIONES A PARTIR DE LA EXPERIENCIA EN LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

Autores: Carmen Inés Ruiz de la Rosa¹
Francisco J. García Rodríguez²

RESUMEN

A comienzos del año 2008 se pone en marcha en la Universidad de La Laguna su Programa de Fomento de la Emprendeduría, más conocido por la “marca” ***emprende.ull***, de cara a fomentar la cultura emprendedora entre la Comunidad Universitaria. Poco a poco, *emprende.ull* ha consolidado una metodología de intervención que va cobrando cada vez mayor consistencia y que se estructura en cinco programas: “creación y fortalecimiento de redes de emprendedores universitarios”, “promoción y apoyo formativo para el fomento de nuevas iniciativas empresariales”, “apoyo a la creación de nuevas iniciativas empresariales (CREA)”, “apoyo a la consolidación de iniciativas empresariales (CONSOLIDA)” e “investigación y formación interna”. En el presente trabajo se resumen las actuaciones más destacadas llevadas a cabo desde su puesta en marcha y se apuntan los principales retos de cara al futuro próximo.

¹ Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de La Laguna. Subdirectora del Programa de fomento a la emprendeduría de la Universidad de La Laguna. ciruiz@ull.es; tfno: 922 31 70 54.

² Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de La Laguna. Director del Programa de fomento a la emprendeduría de la Universidad de La Laguna. fgarcia@ull.es ; tfno: 690963309.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1. Antecedentes

A partir de la perspectiva Shumpeteriana de la economía y de la innovación, mucho se ha resaltado, desde el punto de vista teórico, la importancia económica del emprendedor. Así, puede decirse que, en esencia, el emprendedor contribuiría al crecimiento económico a través de la introducción de cambios e innovaciones y mediante la generación y estímulo de la competencia.

Asimismo, la importancia del emprendedor en el mundo real ha sido, cada vez, más difícil de ignorar. Especialmente a partir de los años 80, con la evidente pérdida de importancia del modelo de producción a gran escala en el ámbito de empresa “fordista” y con la ganancia de competitividad de las pequeñas firmas, en un entorno de creciente turbulencia, para el que las PYMEs han mostrado una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación.

En este sentido, se constata que la creación de empleo se concentra, cada vez con mayor intensidad, en las nuevas y pequeñas empresas, en detrimento de las de mayor tamaño. Este hecho se relaciona con dos fenómenos constatados en la década los años noventa:

- √ Los países que presentan un mayor aumento en los índices de iniciativa empresarial tienden a mayores reducciones de las tasas de desempleo.
- √ Las investigaciones revelan que la iniciativa empresarial contribuye notablemente al crecimiento económico,

Por otra parte, las instituciones universitarias están viviendo en la actualidad un proceso de cambio y adaptación sin precedentes, siendo uno de los ejes fundamentales del mismo la necesidad de adaptarse a un nuevo entorno en el que los agentes socioeconómicos esperan una mayor “rentabilidad social” de la Universidad, generándose importantes expectativas respecto a cuál ha de ser el papel de las organizaciones universitarias en la creación de riqueza y empleo.

Singularmente, en aspectos como la adaptación y el aprovechamiento de las tecnologías

de la información y las comunicaciones, la I+D+I como factor clave de competitividad y la valoración del capital intelectual, una universidad sostenible y competitiva habrá de representar un papel cada vez más protagonista.

En este contexto, la promoción de creación de empresas, sobre todo basadas en el conocimiento generado en la propia Universidad, así como el favorecer e inculcar el espíritu emprendedor entre sus miembros es un desafío ineludible. Y ello es así, sobre todo, si tenemos en cuenta que en el seno de la Universidades se realiza el 76 % de la investigación básica en España.

Es por ello que se hace necesario el fomento del espíritu empresarial en nuestras universidades, maximizando el potencial de la actividad empresarial innovadora y basada en el conocimiento, capaz de generar crecimiento económico, empleo y, consecuentemente, un mayor nivel de riqueza.

En este sentido, en el caso de Canarias, con un modelo económico basado en un esquema de especialización sectorial que se manifiesta agotado y con una objetiva necesidad de reorientación productiva hacia sectores más intensivos en conocimiento y valor añadido, la urgencia de esta aportación de sus Universidades es, si cabe, mucho más notoria.

Según el estudio “GEM (Global Entrepreneurship Monitor) Canarias 2005”, el índice de la actividad emprendedora en Canarias alcanza una tasa del 5,70% lo que supone que casi 6 personas de cada 100 canarios/as se encuentran actualmente involucrados/as en la puesta en marcha de un nuevo negocio independiente o en el seno de una empresa ya establecida de la cual poseen al menos una parte. Este índice permite situar a Canarias con un potencial emprendedor en cuarta posición a nivel nacional, y sólo por detrás de Irlanda, Grecia y Reino Unido a nivel europeo.

Además, las expectativas de crecimiento de las nuevas empresas en términos de empleo, cifran en el 2005 el aumento de la plantilla en algo más del 60% respecto a la inicial y para un período de 5 años.

Sin embargo, las nuevas empresas canarias presentan una escasa capacidad de innovación y diversificación productiva y una limitada internacionalización de su

actividad. Tan sólo un 10% de las nuevas empresas aprecian que están innovando en su oferta, y declaran la alta competencia a que han de enfrentarse en sus mercados lo cual redundará en la limitada capacidad de expansión de las mismas.

Este factor, junto con el hecho de que más del 40% de los emprendedores potenciales tienen estudios superiores y edades comprendidas entre los 18 y 34 años, son una muestra de que el fomento de la emprendeduría desde el ámbito universitario puede incidir de forma significativa en el aumento de la actividad empresarial innovadora y ser un catalizador de la diversificación de la economía canaria.

En este contexto se plantea el **PROGRAMA REGIONAL UNIVERSITARIO DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS**, con el objetivo fundamental de *“fomentar el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, así como el apoyo a la creación y consolidación de empresas, prioritariamente innovadoras y basadas en el conocimiento”*.

1.2. Filosofía de actuación

Para una mejor definición del enfoque que se ha seguido en el presente proyecto podríamos partir del concepto de “ciclo de la emprendeduría”, que entiende que el proceso de desarrollo de una idea de negocio queda definida por una serie de etapas, de modo que todas las posibles acciones de un proyecto como el programa universitario de apoyo a la creación de empresas habrían de encuadrarse en una o varias de ellas, lo que permitiría definir el contenido y orientación de las actuaciones realizadas.

Cabría distinguir así las siguientes etapas (ver figura 1):

- 1. Promoción y fomento de la emprendeduría** (charlas, jornadas, divulgación).
- 2. Captación de emprendedores.**
- 3. Selección y conceptualización de los proyectos:** Evaluación del emprendedor, (capacidades y aptitudes) y la evaluación de la idea (origen del valor de la actividad y reorientación para asegurar su viabilidad y adecuación).
- 4. Formulación del plan de negocio:** en el que se recoja la viabilidad comercial, técnica, económica y legal del proyecto.

5. **Formación:** en la Creación y Gestión de Empresas y en el desarrollo de habilidades directivas.
6. **Financiación y ayudas:** información y gestión de solicitudes de subvenciones y créditos, concesión de ayudas y el fomento de las figuras de *business angels* o red de inversores locales.
7. **Socios:** Búsqueda de socios capitalistas, tecnológicos u operativos.
8. **Propiedad industrial:** Asesoramiento para la creación y registro de patentes, marcas, etc.
9. **Constitución:** Asesoramiento y realización de trámites administrativos.
10. **Actividad operativa:** Asesoramiento legal y fiscal y realización de trámites administrativos necesarios para el alta de las operaciones.
11. **Vivero de empresas:** Alojamiento y prestación de servicios (informática, comunicaciones, etc.) en condiciones favorables.
12. **Tutelaje o mentoring:** Asesoramiento y seguimiento multidisciplinar.
13. **Networking:** Creación de redes de relaciones entre entidades prestatarias de servicios, emprendedores ya consolidados y nuevos empresarios, que divulgue las buenas prácticas.

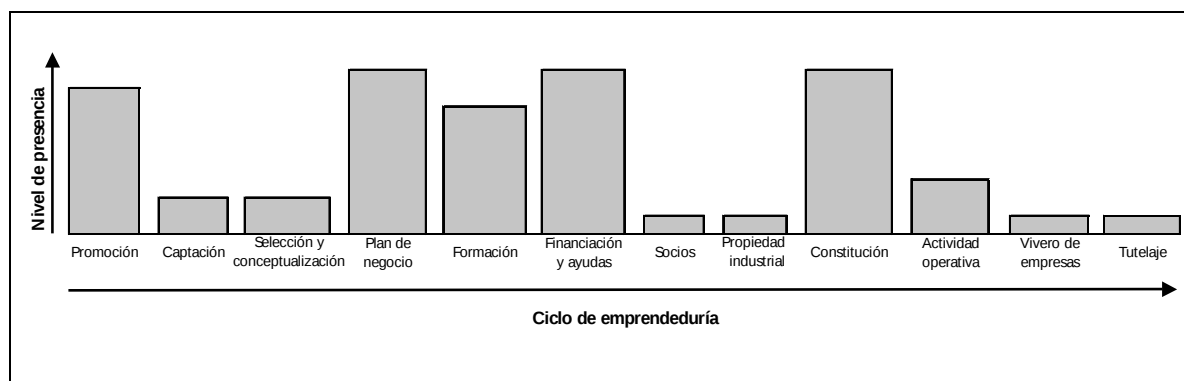
Partiendo de este esquema, sobre el que obligatoriamente habremos de actuar, en estudios realizados en nuestro entorno³ se demuestra que la mayoría de los apoyos a los emprendedores potenciales se centran en determinadas fases del ciclo, de tal manera que mientras unas etapas pueden estar saturadas, otras apenas se cubren. En este sentido, parecen predominar las actividades de apoyo centradas en la promoción, formulación de planes de negocio, formación, financiación y ayudas y constitución de empresas, mientras que hay claros huecos y carencias en las restantes, algunas de las cuales resultan de vital importancia para que el ciclo de emprendeduría se complete con éxito.

Por ello, nos pareció necesario que *nuestro proyecto* se centrara en ese tipo de actividades de apoyo más desatendidas y formase redes de colaboración con otras instituciones de nuestro entorno que ya están ofreciendo el resto de servicios de apoyo más convencionales, de cara a no duplicar esfuerzos. Ello era también plenamente

³ Véase, por ejemplo, el trabajo Sáenz, F. y Gutiérrez, D. (2007): “Las actividades y servicios de apoyo a la emprendeduría en Canarias. Apuntes para una política de emprendeduría”; en Rodríguez, J. A. y García, F (2007): “La Emprendeduría en Canarias”, Ed Fyde – Cajacanarias, S/C de Tenerife.

coherente con los términos del Convenio de colaboración suscrito el 4 de diciembre de 2007 entre el Servicio Canario de Empleo y la Fundación Canaria Empresa Universidad de La Laguna de cara a la aplicación del Programa.

Figura 1. Ciclo de vida del emprendedor



Asimismo, dada la naturaleza universitaria de nuestro proyecto, partimos de centrar nuestra actuación en Iniciativas intensivas en conocimiento, de tal forma que aquellas otras que no cumplieran este requisito pero que hubieran manifestado un alto potencial de viabilidad se derivasen hacia organismos externos, aunque manteniendo el correspondiente seguimiento de las mismas mediante los protocolos establecidos a tal efecto.

1.3. Fases de actuación.

El PROGRAMA REGIONAL UNIVERSITARIO DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS, de acuerdo con el ANEXO III del Convenio de colaboración suscrito el 4 de diciembre de 2007 entre el Servicio Canario de Empleo y la Fundación Canaria Empresa Universidad de La Laguna, se divide en cuatro fases:

- Planificación y selección de participantes
- Ejecución
- Evaluación
- Difusión de resultados y buenas prácticas

Dentro de la fase de “Ejecución”, se contemplan a su vez dos conjuntos de acciones, unas dirigidas al fomento de la creación de nuevas empresas y otras centradas en la consolidación de aquellas empresas ya creadas en fases anteriores.

2. POBLACIÓN DESTINATARIA

El Programa Universitario de Apoyo a la Creación de Empresas está dirigido a la Comunidad Universitaria de la Universidad de La Laguna. Más concretamente, según reza en el Convenio de colaboración suscrito el 4 de diciembre de 2007 entre el Servicio Canario de Empleo y la Fundación Canaria Empresa Universidad de La Laguna, los destinatarios finales “...serán estudiantes y titulados/as universitarios/as”.

La Universidad de La Laguna localiza sus principales campus (Central, Anchieta, Guajara y Ofra) en el municipio de La Laguna, manteniendo además algunos centros dispersos en el de Santa Cruz de Tenerife. En total, partiendo de los datos del curso 2006-2007, según datos del Gabinete de Análisis y Planificación (GAP), en la Universidad de La Laguna cursan sus estudios 21.947 alumnos y desarrollan su actividad laboral 1.813 profesores e investigadores. Ello suma un total de 24.586 personas que formarían parte de la comunidad universitaria de la Universidad de La Laguna⁴.

La distribución de dicha población no es, ni mucho menos, homogénea. Así, en el cuadro 1 pueden apreciarse los Centros que presentan un mayor número de alumnos/as matriculados/as en el curso 2006 – 07 destacando las Facultades de Educación, Derecho y la Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales. De la misma forma, en el cuadro 2 se recogen los datos del número de alumnos matriculados en aquellos Centros de la Universidad de La Laguna que registran una menor demanda.

Asimismo, en los cuadros 3 y 4 pueden apreciarse las titulaciones con mayor y menor presencia de alumnos matriculados, destacando la Licenciatura en Derecho y la Diplomatura en Ciencias Empresariales.

Cuadro 1. Centros con mayor número de alumnos matriculado (curso 06/07)	
Facultad de Educación	2.810
Facultad de Derecho	2.614
Escuela Universitaria de Ciencias Empresariales	2.111

⁴ En este total se incluirían, además, 826 personas que formarían parte del Personal de Administración y Servicios de la Institución universitaria, algunos de los cuales, por ser titulados en la misma, podrían formar parte de la población destinataria del Programa.

Facultad de Económicas y Empresariales	1.822
Facultad de Psicología	1.473
Escuela Universitaria de Arquitectura Técnica	1.335
Escuela Técnica Superior de Ingeniería Civil e Industrial	1.125
Facultad de Farmacia	986
Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática	857
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	854
Cuadro 2. Centros con menor número de alumnos matriculados (curso 06/07)	
Facultad de Filosofía	139
Escuela de Enfermería N ^a Sra. de Candelaria	219
Facultad de Matemáticas	228
Facultad de Ciencias de la Información	229
Facultad de Físicas	280
Escuela Técnica Superior de Náutica, Máquinas y Radioelectrónica Naval	359
Facultad de Química	466
Cuadro 3. Titulaciones con mayor número de alumnos matriculado (curso 06/07)	
Licenciado en Derecho	1.784
Diplomado en Ciencias Empresariales	1.716
Arquitecto Técnico	1.335
Licenciado en Psicología	1.229
Licenciado en Pedagogía	1.107
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	998
Cuadro 4. Titulaciones con menor número de alumnos matriculados (curso 06/07)	
Licenciado en Radioelectrónica Naval	4
Diplomado de la Marina Civil	12
Ingeniero en Automática y Electrónica Industrial	24
Ingeniero en Electrónica	25
Licenciado de la Marina Civil	27
Licenciado en Máquinas Navales	28

En lo que se refiere a alumnos/as titulados/as, según se aprecia en el cuadro 5, como era de esperar, la tónica coincide en líneas generales con la tendencia registrada en el volumen de matrículas. Así, la Licenciatura en Pedagogía y la Diplomatura en Ciencias Empresariales son las titulaciones que registran un mayor volumen de alumnos egresados

Cuadro 5. Titulaciones con más alumnos egresados en los cinco últimos cursos académicos						
Titulación	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	Totales
Licenciado en Pedagogía	215	208	153	150	128	854

Diplomado en Ciencias Empresariales	151	168	167	169	198	853
Licenciado en Psicología	140	142	143	159	148	732
Licenciado en Derecho	115	126	131	108	124	604
Arquitecto Técnico	93	105	119	128	116	561
Licenciado en Biología	106	95	90	81	62	434
Diplomado en Enfermería	82	69	93	109	74	427
Licenciado en Medicina	69	73	81	87	84	394
Maestro-Especialidad de Educación Infantil	84	66	67	90	82	389
Diplomado en Trabajo Social	77	74	73	80	79	383
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	96	89	36	62	86	369

En este último sentido, es de destacar el creciente peso que registra en los últimos tres años la Diplomatura en Ciencias Empresariales, que la ha convertido en la titulación que genera un mayor volumen de titulados en la Universidad de La Laguna.

Por otra parte, para completar esta visión general de la población estudiantil destinataria del Programa, en el cuadro 6 se recogen los alumnos titulados en los últimos cinco cursos académicos, desde los años 2001 hasta 2006, distinguiéndolos por género. Como se observa, existe un claro predominio de la población femenina.

Cuadro 6. Egresados por género en los cinco últimos cursos académicos						
	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	Total
Hombre	907	992	898	935	972	4.704
Mujer	1.709	1.609	1.581	1.671	1.585	8.155
Total	2.616	2.601	2.479	2.606	2.557	12.859

Finalmente, en lo que al profesorado se refiere, en el cuadro 7 puede apreciarse que la gran mayoría pertenece a las categorías de titulares y catedráticos. Asimismo, en el cuadro 8 se recoge la distribución de dicho profesorado en función del Departamento de pertenencia, indicando los diez que aglutinan un mayor número de miembros.

Cuadro 7. Profesorado por Categorías (curso 2006-07)	
Categoría	Nº
Profesor Titular Universidad	756
Catedrático de Universidad	232

Profesor Titular Escuela Universitaria	217
Profesor Asociado LOU	199
Profesor Contratado Doctor	140
Profesor Colaborador	112
Profesor Asociado Lab. CC. de la Salud LOU	64
Catedrático de Escuela Universitaria	40
Profesor Asociado LRU	25
Ayudante	12
Profesor Emérito	8
Profesor Ayudante Doctor	6
Prof. Num. Esc. Of. Náutica	2
Profesor Asociado en CC. Salud LRU	0
Totales	1.813
Cuadro 8. Profesorado por Departamentos (curso 2006-07)	
Departamento	Nº
Filología Inglesa y Alemana	57
Análisis Matemático	56
Estadística, Investigación Operativa y Computación	56
Medicina Física y Farmacológica	54
Física Fundamental y Experimental Electrónica y Sistemas	52
Cirugía, Oftalmología y Otorrinolaringología	51
Enfermería	50
Medicina Interna, Dermatología y Psiquiatría	48
Didáctica e Investigación Educativa	47
Filología Española	46

Como puede observarse, nos hallamos ante una población destinataria potencial muy amplia y diversa que, como se verá más adelante, ha requerido unas metodologías de intervención innovadoras y adaptadas a la particular idiosincrasia de cada uno de los numerosos segmentos en que se halla dividida.

4. METODOLOGÍA E INSTRUMENTOS UTILIZADOS

Siguiendo el esquema planteado en el epígrafe 1.3, pasamos a desarrollar de manera detenida la metodología seguida en la implementación de las acciones de este

PROGRAMA REGIONAL UNIVERSITARIO DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS.



4.1. FASE 1: PLANIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE LOS PARTICIPANTES

4.1.1. Sesiones de Motivación en Aula dirigidas a Alumnos (SMAA)

Dentro de los destinatarios finales del Programa, los estudiantes de la Universidad de La Laguna constituyen, sin duda, el grupo más numeroso. Lógicamente, de cara a fomentar las actividades emprendedoras en dicho colectivo, es obvio que habrían de priorizarse a aquellos grupos de estudiantes próximos a finalizar sus estudios, en la medida que van a hallarse, en breve, ante la disyuntiva de comenzar el proceso de búsqueda de empleo por cuenta ajena o, por el contrario, plantearse la posibilidad de poner en marcha su propio negocio.

En este contexto, de cara a conseguir un contacto directo con los estudiantes próximos a finalizar sus estudios, desde *emprende.ull* se llevan a cabo visitas a las clases de asignaturas correspondientes al último curso académico de diversas titulaciones. Para

ello, se seleccionan las titulaciones en las que se iba a intervenir, a partir de criterios relativos tanto al número de alumnos como al carácter estratégico de las titulaciones (conocimiento potencialmente generador de innovaciones o posible ausencia de alternativas laborales por cuenta ajena)⁵.

La metodología de intervención puede resumirse en el siguiente esquema:

1. Cuestionamiento a los/as alumnos/as al respecto de su estrategia laboral futura, a partir de la inminente finalización de sus estudios
2. Plantear el autoempleo como alternativa y detectar posibles interesados.
3. Intervención del emprendedor (si fuera el caso)
4. Explicar las principales acciones enmarcadas en el Programa Universitario de Apoyo a la Creación de Empresas, para ello se entregó un díptico con las principales acciones del programa

4.1.2. Presentación de *emprende.ull* a los Departamentos de la ULL

Otra tarea, muy relacionada con el apartado anterior, es la difusión del proyecto *emprende.ull* entre todos los Departamentos de la ULL, con el fin de dar a conocer las distintas acciones del proyecto y, además, tratar de detectar todos aquellos resultados de investigación con posibilidad de convertirse en productos y/o servicios comercializables.

4.2. FASE 2: EJECUCIÓN

4.2.1. Cápsulas de Generación de Ideas Empresariales

A raíz de la experiencia acumulada a lo largo de estos escasos dos años de vida de *emprende.ull* hemos observado que había personas con una clara predisposición hacia la emprendeduría aunque sin idea empresarial. Con el fin de encauzar esta actitud emprendedora hacia la materialización de una idea empresarial se han puesto en marcha las *Cápsulas Formativas de “detección de ideas empresariales”*.

⁵ En emprendeduría cabe distinguir la llamada *emprendeduría por necesidad* de la denominada *emprendeduría de oportunidad*

A través de estas cápsulas, acciones de formación muy intensas concentradas en poco tiempo, se pretende guiar al emprendedor en su búsqueda personal de ideas empresariales a través de la observación.

En esta Cápsulas, y después de una primera charla por medio de la cuál se pretende dar pautas para la detección de ideas empresariales, se pasa al trabajo de campo. En esta última anualidad a los asistentes, distribuidos en grupos de cinco personas, se les asignó un área en la propia ciudad de La Laguna, con el fin de entre todos detectar posibles ideas de negocios, como ayuda en este proceso se entregó un cuestionario que tenían que devolver cumplimentado.

Después del almuerzo cada grupo expuso su idea empresarial, al mismo tiempo que se proyectaban fotos sobre lo observado. Para el análisis de los resultados se contó con la colaboración de profesionales y profesores especializados en el campo de la Comercialización e Investigación de Mercados.

4.2.2. Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs)

Los ***Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs)*** consisten en acciones de formación – motivación de dos días de duración, en el que un grupo de alumnos o titulados universitarios trabajan en la maduración y análisis preliminar de la viabilidad de una idea empresarial que se planteaban poner en marcha. La acción se divide en dos partes:

- La primera parte se dirigió a valorar los aspectos de liderazgo y motivación de los alumnos (evaluación del carácter emprendedor);
- La segunda parte se centró en la conceptualización y análisis de previabilidad de las ideas empresariales.

De cara a garantizar la eficacia de la acción, los LIEs son desarrollados por expertos de nuestro entorno más cercano, tanto por profesores de la Universidad de La Laguna como profesionales especializados en la consultoría empresarial, así como también por técnicos de reconocido prestigio nacional e internacional.

En coherencia con la idea de generar un espacio diferente y creativo, que maximizara el potencial de creatividad derivado de la puesta en común de las ideas por parte de los distintos participantes y de aprovechar al máximo el espacio de cada Jornada hemos

aportado por celebrar estas jornadas alejados del ambiente académico y cerca de la naturaleza⁶.

A través de estas jornadas los asistentes tienen tiempo de interactuar con otros compañeros/as en similares circunstancias, generándose un ambiente relajado que animaba al intercambio de impresiones y experiencias, aspecto fundamental para toda aquella persona que asuma el reto de emprender..

Para la selección de los/as alumnos/as participantes se llevó a cabo una evaluación previa, en función tanto de la originalidad y carácter innovador de las ideas, de su análisis previo de viabilidad, así como del carácter emprendedor y perfil socioprofesional de los diferentes candidatos.

4.2.1.3. Taller de Iniciativas Empresariales (TIEs)

El objetivo fundamental de esta acción formativa consiste en apoyar a los participantes en el proceso de realización de su propio plan de negocio, asociado a una idea empresarial que pretendían poner en marcha. Esta iniciativa, por tanto, estaba pensada para aquellos emprendedores universitarios que presentasen una idea empresarial con un grado de madurez lo suficientemente alto como para convertirse en proyecto, estando especialmente dirigido a los participantes en los Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs) que hubieran madurado su idea inicial.

La metodología planteada trató de fomentar el trabajo práctico en el aula, realizándose además diferentes sesiones de tutorías, de carácter individual, con la finalidad de llevar a cabo una orientación personalizada y un seguimiento de cada proyecto empresarial. Asimismo, de cara a garantizar el carácter práctico de la acción se contó con la participación de profesionales y empresarios que enriquecieron los contenidos del curso con sus experiencias reales y prácticas.

En este sentido es de destacar que cada uno de los proyectos participantes fue sometido a un proceso de diagnóstico inicial, seguimiento, orientación y valoración final por parte de los expertos participantes en la acción formativa.

⁶ Los LIEs del curso 2007/08 se celebraron en una casa rural en el municipio de Tegueste y los del curso 2008/09 en el albergue de Bólico (Buenavista del Norte) en la isla de Tenerife.

4.2.4. Mesa Sectorial de Emprendeduría.

En medio de este recorrido, con el ánimo de dar “pistas” de posibles ámbitos de ideas de negocio, se organizan las denominadas *Mesas Sectoriales*, a través de las cuáles se dan cita en la ULL empresarios de un determinado sector para transmitir a futuros emprendedores universitarios las necesidades fundamentales de su ámbito sectorial y las líneas potenciales de desarrollo de nuevos negocios. En el curso académico 2007-08 se desarrolló, con un éxito sin precedentes, la Mesa Sectorial de la Moda, que incluyó, además de charlas y mesas redondas con los empresarios, actividades como exposiciones de los principales diseñadores tinerfeños y desfiles de modelos.

4.2.5. Formación en emprendeduría en la ULL

Conscientes, según nos han confirmado los primeros resultados obtenidos de los trabajos de investigación coordinados por *emprende.ull*, sobre la necesidad de dotar con formación en emprendeduría a las titulaciones de nuestra Universidad, el equipo de *emprende.ull* colabora, con aquellos profesores que así lo soliciten, impartiendo sesiones de formación muy concretas relacionadas con la creación y gestión de empresas mediante intervenciones en aula, trabajos prácticos...

De forma paralela, se ha trabajado junto con las Comisiones Técnicas de Diseño de Grados de algún Centro con el objeto de incluir contenidos relacionados con emprendeduría en las nuevas Titulaciones Universitarias.

4.3. FASE 4: DIFUSIÓN DE RESULTADOS Y BUENAS PRÁCTICAS

4.3.1. Foro de Presentación de Proyectos

A través de los Foros de Presentación de Proyectos, una pequeña muestra del trabajo desarrollado en *emprende.ull*. De todos los proyectos con los que se trabaja en nuestro programa se escogen los proyectos empresariales, ver cuadro 9, que presentan un mayor grado de madurez y de innovación.

Cuadro 9. Relación de proyectos presentados al I Foro de Presentación de Proyectos ULL

	MadeinLocal.com es una red social de proximidad para promover el turismo y el comercio local a través de Internet. Estamos especializados en el desarrollo de soluciones Web innovadoras para las relaciones sociales y comerciales, mediante un enfoque web 2.0.
	SAVIA Consulting ofrece un servicio de diseño, gestión e implementación de diversas técnicas de diálogo dirigidas a prevenir o resolver conflictos multi-partes. Además de gestionar el diseño e implementación de intervenciones en la mediación en conflictos, facilita el acceso a la información, y seguimiento de los procesos comunicativos a través de un Observatorio Integral de la Convivencia virtual.
	El principal servicio ofrecido por ECOFERTIL es el control biológico de plagas, en concreto de la polilla de la papa, mediante la producción y aplicación de otro insecto controlador. Los métodos de producción de dicho insecto se han experimentado previamente con la participación de investigadores de la Universidad de La Laguna, dando resultados positivos. Asimismo se ofrecen servicios de mayor valor añadido: diagnóstico inicial, diseño de la intervención, implantación, seguimiento y control de otras plagas colaterales.
	La fase inicial contempla la apertura de un taller de reparación, mantenimiento y puesta a punto de equipos electrónicos musicales. Posteriormente, en una segunda fase, AMPELTON audiotecnia pretende acometer la venta de equipos de segunda mano, reparados y verificados en el taller. Por último, en una tercera fase, el objetivo del proyecto acometería el diseño y construcción de equipos 'Custom', bajo peticiones personales de los clientes.
	Transilvanian Adventure Lodge es una empresa turística situada en Rumanía al pie de la cordillera de los Cárpatos que ofrece una amplia gama de servicios que se estructuran en cuatro grupos: alojamiento en casas rurales, actividades al aire libre, programaciones culinarias e itinerarios culturales. Nuestro producto se dirige al turista activo que valora la naturaleza en su estado más puro y que busca una auténtica aventura.
	El principal servicio ofrecido es el de producción de contenidos digitales para cine, televisión y publicidad, utilizando una cámara de elaboración propia, mediante el uso de tecnología puntera de cinematografía digital, ofertando además el servicio de alquiler de cámara. Actualmente trabajamos con imágenes 3D basadas en estereoscopia y pretendemos llegar a producir este tipo de contenidos íntegramente desde Canarias, así como ofrecer diversos servicios relacionados.
	Desarrollo de un sistema de monitorización y control remoto para fincas agrícolas e invernaderos, basado en un novedoso estándar para la gestión de redes malladas inalámbricas de bajo consumo. El sistema recogerá los datos de variables ambientales, fisiológicas del cultivo, del estado hídrico del suelo, etc. y, en base a los datos recogidos, accionará los mecanismos de control climático correspondientes.

	Queremos que Internet sea fácil de usar para cualquier usuario, que encuentre lo que realmente está buscando, facilitar esa búsqueda y, sobre todo, queremos que nuestras Pymes tengan presencia en la red. Es por eso que la idea de negocio consiste en crear un portal gastronómico dinámico donde se incluirían TODOS los restaurantes de la isla, de forma gratuita, con buscador por comida, lugar etc, facilitando la interacción entre el cliente y el restaurante, mediante valoraciones, opiniones, sugerencias, etc y favoreciendo a aquellos negocios con las valoraciones más altas, situándolos en los primeros lugares. Se obtendrían ingresos de los negocios que deseen aparecer de forma destacada en el portal, desarrollándoles un anuncio y una Web independiente.
	PapaTango integra ideas de innovación en el ámbito de la comida para llevar. Flexibilidad, calidad, precio e imagen son las cuatro variables que definen a este nuevo concepto de comida casera. Bajo un sistema de autoservicio, el cliente ahorra tiempo y dinero. La calidad se percibe gracias a un proceso de transformación visible y transparente.
	El objetivo fundamental de DUOS CUIDADOS es la prestación de servicios a domicilio de cuidados globales al usuario de calidad, en todas las esferas (física, psíquica, social y funcional), tanto en situación de salud como de enfermedad, y/o familia para la integración en su entorno y que favorezcan la adquisición o recuperación de hábitos y/o recursos que permitan mejorar su grado de autonomía en beneficio de una mejor calidad de vida.
	Integración y Comercialización de Sistemas y Equipos para el Tratamiento de Agua y Aire mediante la investigación y el desarrollo de aplicaciones innovadoras del ozono y la radiaciones de alta energía.

En dicho acto se recibe a un grupo selecto de agentes representantes de diversas instituciones a los que se invita especialmente en función de su posible interés por cada uno de los proyectos presentados.

A los tres mejores proyectos que participan en este encuentro se les otorgan tres premios en función de su viabilidad comercial y grado de innovación.

4.3.2. II Foro de Emprendeduría de la Universidad de La Laguna

Con la celebración de los Foros de Emprendeduría de la Universidad de La Laguna se pretende cubrir el objetivo de difundir el Programa a través de un acto de elevado impacto y repercusión en la Comunidad Universitaria, creando las condiciones para mejorar el nivel de receptividad de las acciones a desarrollar de cara al futuro y, además, incentivar la actitud emprendedora y creativa entre los universitarios,

generando contextos adecuados a la innovación y a la generación de nuevas ideas empresariales.

Para la consecución de los ambiciosos objetivos planteados anteriormente, era evidente que hay que plantearse un programa de actividades con un enfoque que huya de lo convencional.

5. Reflexiones finales y conclusiones

El objetivo del Programa Universitario de Apoyo a la Creación de Empresas, como ya se ha adelantado es el *“fomento del espíritu emprendedor en el ámbito universitario, así como el apoyo a la creación y consolidación de empresas, prioritariamente innovadoras y basadas en el conocimiento”*.

Asimismo, en dicho proyecto se recoge que *“...el colectivo beneficiario incluirá estudiantes y titulados universitarios*. Entre estos últimos se incluyen *investigadores y docentes* al ser una parte fundamental de esta iniciativa el estímulo al aprovechamiento de los conocimientos y recursos generados desde los grupos y centros de investigación universitarios.

Tras la corta vida del **PROGRAMA REGIONAL UNIVERSITARIO DE APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS** creemos poder sentirnos orgullosos de los resultados obtenidos. Poco a poco, se ha consolidado una metodología de intervención que entendemos resulta plenamente replicable, de hecho, y después de poco más de un año ya comienzan a ser familiares en nuestra Universidad denominaciones de eventos como Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs), Cápsulas para la generación de Ideas Empresariales, Mesas sectoriales, Talleres de Iniciativas Emprendedoras (TIEs), etc.

En las distintas actividades han participado en el curso académico 2008-09 más de dos millares de universitarios (ver cuadro 10), consiguiéndose indicadores de éxito muy representativos tanto en lo que se refiere al número de beneficiarios como a la creación de actividad empresarial. Un buen ejemplo de ello pueden ser las once iniciativas empresariales presentadas en la Jornada de presentación de proyectos de la primera edición del Programa, cuatro de las cuales fueron seleccionadas para su participación en el I Foro provincial de inversión, promovido por la Dirección General de Promoción Económica del Gobierno de Canarias.

Pero además de este objetivo, desde una perspectiva más estratégica y de largo plazo, se han dado los primeros pasos para instaurar una cultura positiva respecto al emprendimiento y la innovación, situando a la ULL como un centro neurálgico clave respecto a los distintos agentes de su entorno, llevando a cabo acciones concertadas con muchos de ellos (Cámara de Comercio, Cabildo Insular de Tenerife, Sociedad de Desarrollo de S/C Tenerife, CajaCanarias, Dirección General de Promoción Económica del Gobierno de Canarias, diversos Ayuntamientos, etc.)

Cuadro 10. Beneficiarios directos de algunas de las acciones de <i>emprende.ull</i>. Curso 2008-09	
ACCIONES	BENEFICIARIOS
Jornadas motivación en aula	843
Cápsulas Formativas de Detección de Ideas Empresariales	68
Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs)	33
Taller de Iniciativas Emprendedoras (TIEs)	39
Mesa Sectorial	255
Programa CREA (beneficiarios)	67
Conferencias divulgación – motivación	413
Detección aptitudes emprendedoras (Stand Día Emprendedor)	111
Apoyo docente profesorado (Intervenciones en clases, beneficiarios)	87
I Foro Presentación de Proyectos (Proyectos presentados)	11
II Foro Emprendeduría Universitaria	146
TOTAL	2073

Por último, en parte relacionado con esa visión estratégica a la que aludíamos anteriormente, uno de los resultados que también ha de destacarse por parte de *emprende.ull* en su primer año de andadura ha sido la articulación social que se ha logrado utilizando herramientas web 2.0, con tanto potencial en el público universitario. Se ha creado con notable éxito una red social en la plataforma NING (<http://emprendeull.ning.com/>), a través de la cual es posible acceder diversas plataformas que también se han configurado (Facebook, Flickr, Youtube, Twiter, Slideshare). De cara a próximos cursos, profundizar en esta generación de espacios virtuales de encuentro en el ámbito de la web 2.0, focalizados en la emprendeduría constituye un objetivo prioritario..

Por último y de cara a próximas ediciones nos hemos propuesto acometer, entre otras, las siguientes novedades en la orientación estratégica de *emprende.ull*:

- ✓ Profundizar en la **generación de un “ecosistema” proclive a la innovación y la emprendeduría en nuestra Universidad**, alrededor de *emprende.ull*, que

cristalice en la creación del Club de Emprendedores de la Universidad de La Laguna (CEULL). Dicho Club, habría de ser entendido como espacio de encuentro, reflexión y colaboración entre alumnos e investigadores con vocación emprendedora, jóvenes emprendedores y empresarios consolidados de nuestro entorno.

- ✓ **Internacionalización.** Han de darse nuevos pasos hacia la internacionalización del programa, profundizando en la colaboración con las Universidades de San Francisco y San Antonio de Texas, iniciando la misma con la Universidad de Cambridge y consolidando el Programa Erasmus Entrepreneurs y otros que puedan ir generándose.
- ✓ **Profundizar en la generación de espacios virtuales de encuentro en el ámbito de la web 2.0,** que permita consolidar a emprende.ull como un referente nacional e internacional en este campo en el ámbito de la emprendeduría.
- ✓ **Reforzar los proyectos de colaboración con instituciones de nuestro entorno.**