

TIPOLOGÍAS DE EMPRENDIMIENTOS UNIVERSITARIOS

Mg (E). Ana María Holguín Montoya

holquinana@hotmail.com

Mg (E). Eliana Arboleda Jaramillo

eliana.arboledaj@upb.edu.co

Mg. Gabriela Torres Marín

gabriela.torres@upb.edu.co

Mg (E). María Eugenia Gómez Zuluaga

maria.gomez@upb.edu.co

Resumen:

En el marco de la investigación “Caracterización de los emprendimientos de los estudiantes y egresados de la UPB Nacional en los últimos diez años: 1998–2008” (Arboleda, E. Gómez, M. Holguín, A. & Torres, G. 2010), se identificaron los tipos de emprendimiento que crean los estudiantes y egresados de la Universidad Pontificia Bolivariana en Medellín, Colombia y que se inscriben en las tipologías: Base Abierta, Base Cultural y Creativa, Base Tecnológica y Base Social; este artículo explica conceptualmente cada una de ellas.

Concluye que los emprendimientos en el mundo contemporáneo pueden ser ubicados en menor o mayor proporción en alguna de las tipologías descritas; se evidencia un menor número de emprendimientos de *base tecnológica* con relación a los de *base abierta*, además se observa poco interés de las instituciones educativas por promover el emprendimiento de base social y apenas está tomado fuerza el emprendiendo cultural.

Palabras claves: empresa, base abierta, base tecnológica, base social y base cultural y creativa.

Introducción:

El presente artículo es uno de los productos de la Investigación sobre la Caracterización de los emprendimientos de estudiantes y egresados de la UPB Nacional 1998-2008, que se encuentran al menos en etapa de operación técnica o comercial con alguna validación. Desde el 2003 la Universidad Pontificia Bolivariana promueve el Emprendimiento como parte de su Proyecto Educativo Institucional (Restrepo Restrepo, 2003), con el fin de fomentar en sus estudiantes la cultura emprendedora y el espíritu empresarial para la creación de empresas.

Este artículo se centra en examinar las tipologías de emprendimiento a nivel general como marco de referencia para analizar y caracterizar los emprendimientos UPB en el periodo estudiado. La misma puede ser punto de partida para otras investigaciones sobre el tema, si se tiene en cuenta que los referentes disponibles al momento del desarrollo de esta investigación son vagos y escasos.

El emprendimiento se manifiesta con diferentes características que permiten diferenciarlo según tipologías, las cuales enriquecen el análisis para la construcción de programas y metodologías de formación y acompañamiento, acordes con las intencionalidades institucionales correspondientes al entorno en el cual desarrolla su actividad la institución educativa. De esta manera, de acuerdo con el conocimiento y la experiencia de las investigadoras, se asume para el desarrollo de la investigación tres tipologías de emprendimiento: *Base Abierta*, *Base Tecnológica* y *Base Social* que como se evidencia más adelante son complementadas a partir de la observación con una cuarta tipología: *Base Cultural y Creativa*.

Glosario:

SENA: Servicio Nacional de Aprendizaje.

FINBATEC: Fomento a la Inversión en Empresas de Base Tecnológica e Innovadoras.

COLCIENCIAS: Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología.

EBTI: Empresas de Base Tecnológica e Innovadoras.

EBT: Empresas de Base Tecnológica.

I+D+I: Investigación, Desarrollo e Innovación.

1. Emprendimientos de Base Tecnológica:

Para vincular el concepto de emprendimiento con el de **base tecnológica**, se hace referencia a Drucker (1986), quien al hablar de tecnología, invita a observar detenidamente el lugar que se habita, y encontrar allí un sin número de expresiones tecnológicas, “tales como el filo de la cuchilla para afeitarse, la cual está basada en alguna nueva aleación, el control remoto del televisor es una aplicación electrónica avanzada y el café descafeinado producto de algún procedimiento químico” (Drucker, 1986), entre otros ejemplos que se pueden descubrir en la vida diaria.

Durante los últimos años distintos gobiernos han implementado programas e iniciativas orientadas a desarrollar el potencial que existe en las universidades, centros e institutos de investigación para la creación de empresas de base tecnológica, algunos de estos casos exitosos son los Programas: UNIEMPRENDE de la Universidad Santiago de Compostela, EMPRETEC de las Naciones Unidas, IDEAS de la Universidad Politécnica de Valencia, EXIST en Alemania, INNOVA de la Universidad Politécnica de Cataluña, en Escocia como parte de la *Business Birth Rate Strategy* y en Irlanda dentro de la Estrategia *Enterprise 2010*.

En el caso colombiano se cuenta con FINBATEC, el Programa de Fomento a la inversión en empresas de base tecnológicas e innovadoras de COLCIENCIAS,

que busca fomentar la inversión en éste tipo de empresa y para el cual se entiende por “Empresas de Base Tecnológica e Innovadoras, aquellas organizaciones generadoras de valor, que mediante la aplicación sistemática de conocimientos tecnológicos y científicos, están comprometidas con el diseño, desarrollo y elaboración de nuevos productos, servicios, procesos de fabricación y/o comercialización.” (Finbatec, 2007)

Como lo menciona en su tesis doctoral (Morales Gualdrón, 2008): varios autores, entre ellos: (Kenney, 1986; Mustar, 1994; Meyer, 2003; Shane, 2004; Lehrer y Asakawa, 2004; Locket, Siegel, Wright y Ensley, 2005). Indican que la aparición y evolución de las EBT obedece, entre otras cosas, al surgimiento de industrias basadas en la ciencia como la biotecnología y la biomedicina; al auge de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; a la necesidad de obtener retornos de la inversión pública en investigación y desarrollo ejecutada por las universidades y centros de investigación; y, en general, al fortalecimiento de una nueva economía basada en conocimiento e innovación.

Las EBT, generalmente operan en los sectores de alta tecnología, como: biotecnología, tecnologías de la información y las comunicaciones, nuevos materiales, energía, química, medicina, nanotecnología, mecatrónica, medios y entretenimiento y diseño industrial, entre otros.

La creación de EBT genera beneficios a un país, y contribuye al desarrollo económico y social porque: potencian el tejido tecnológico y el desarrollo económico, lo que se traduce en una alta competitividad de las empresas; favorecen la creación de empleo de alta cualificación, aportando un alto valor agregado al entorno industrial; mejoran y estrechan las relaciones entre la universidad y la empresa como medio para la transferencia de conocimiento y mejoran la calidad de vida de la población al solucionar problemas a través de productos o servicios específicos.

En muchos casos estas empresas han surgido desde las universidades y organismos públicos de I+D y se denominan generalmente “*spin-off*”. Son empresas caracterizadas por tener una fuerte base tecnológica y generalmente alta carga de innovación. Representan una vía muy importante para la transferencia de los resultados de investigación, un beneficio para la sociedad debido a la posibilidad de acceder a nuevos productos o servicios y favorecen la inserción de los jóvenes en el mundo laboral. (Universidad Complutense de Madrid, 2009)

Las *spin-off* constituyen uno de los tipos de empresas de base tecnológica e innovadora y su característica básica es que son empresas generadas a partir de resultados de investigación; si éste se origina en una universidad la empresa es una *spin-off* académica y si se origina en un centro de investigación de una empresa, se denomina *spin-off* corporativa.

Las EBT y por consiguiente las *spin-off*, tienen diferentes etapas de evolución en las que los requerimientos de capital y la necesidad de acompañamiento varían de acuerdo con el momento empresarial, dichas etapas según FINBATEC son: Desarrollo de la idea, investigación y desarrollo, desarrollo inicial, crecimiento y expansión y consolidación.

A manera de conclusión los emprendimientos de base tecnológica, son las iniciativas que surgen y tienen su principal fundamento en un conocimiento especializado, los emprendedores pueden tener algún tipo de vínculo con la Universidad, Centro de investigación o surgir al interior de una empresa; como consecuencia de procesos de investigación, experticia e innovación y cuyos resultados logran materializarse en un producto o servicios que impacta de manera contundente el mercado.

2. Emprendimientos de Base Social:

Los emprendimientos de Base Social, tienen como características comunes más destacadas las siguientes: su eje central es el bienestar humano, la persona; responden a necesidades sociales; son organizaciones privadas sin ánimo de lucro; tienen autonomía financiera, política y de decisión; son evaluadas por indicadores económicos y sociales; compiten en libre mercado; se especializan en un servicio o producto; tienen presencia activa de asociados, trabajadores, voluntarios y beneficiarios; se constituyen muchas veces en multiplicadores de otras empresas sociales.

Desde lo organizacional, se caracterizan por su fortaleza en trabajo y logros en red; generalmente hacen parte de un consorcio y usan instrumentos de la empresa privada con ánimo de lucro (Montoya, 2010).

A final de los años sesenta se produjo un vasto movimiento que condujo a la formulación metodológica y operativa de la empresa social, principalmente en Italia. Este movimiento se articuló alrededor de cooperativas sociales que con base en el trabajo desarrollado en todos estos años crearon las condiciones para poder hablar de empresa social (Castresana, 2009).

Pero el sentido del cooperativismo en Italia y en Europa es muy diferente al que se ha producido en América Latina. Es importante señalar que la vocación de la cooperativa de construirse alrededor de una constante práctica solidaria y de ejercer una democracia transversal con finalidad social, encontró en el contexto italiano aquella vocación participativa y social sobre la cual se ha construido la memoria y el saber de la intervención social.

En esta perspectiva, es imposible imaginar un modelo organizativo que pudiera unir dos términos aparentemente contrapuestos: económico y social, es decir, un modelo de intervención y organización de emprendimiento social, que pudiera reactivar los contenidos del bienestar expresados en la universalidad de los

derechos y de las oportunidades para todos. Al mismo tiempo, el proceso de construcción de empresa social, ha puesto en discusión la función de un estado social, incapaz de enfrentar las nuevas formas de exclusión y de necesidades emergentes.

En particular se hace referencia a la economía solidaria, típica de los países latinoamericanos, que es la experiencia más cercana a la empresa social local, pero que muchas veces ha sido considerada y tratada como “economía pobre para los pobres”. Es el caso del proyecto de economía descalza de Manfred A. Max-Neef, economista chileno, quien obtuvo en 1983 el Premio Nobel Alternativo de Economía, "por revitalizar las comunidades pequeñas y medianas, impulsando la autoconfianza y reforzando las raíces del pueblo". (Max Neef, 1983).

Para identificar las características de las empresas sociales, en el caso italiano se encuentran dos tipologías que hacen alusión a su razón de ser:

Tipologías de Empresa Social

Tipo A Servicios a las personas	Tipo B Integración laboral de personas excluidas del trabajo formal
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Prestación de servicios a población vulnerable: cuidado del adulto mayor, de los niños y niñas; rehabilitación de discapacitados físicos y psíquicos; recreación; centros socio-educativos para la prevención del delito, la desnutrición, etc. <input type="checkbox"/> Tiene un impacto social reconocido como tal. <input type="checkbox"/> Su mercado objetivo es, en mayor medida, el ente público, después las organizaciones del tercer sector y por último los entes privados. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Brindan espacios de trabajo a personas que son excluidas del trabajo formal, tales como prisioneros y ex prisioneros, desplazados, discapacitados físicos y psíquicos, ex drogadictos, entre otros. <input type="checkbox"/> Es una práctica que genera beneficios para los integrados laboralmente y también ventajas, económicas para la sociedad. <input type="checkbox"/> La mayor parte de los recursos para su sostenimiento lo obtienen de prestar actividades a entes privados como: jardinería, maquilas, agricultura urbana y rural, turismo, prestación de servicios, etc.

Tabla 1 Tipologías de Empresa Social, fuente: Pacheco, 2007.

Para los emprendimientos sociales es necesario que la solidaridad y la equidad sean la marca de una economía capaz de distribuir sus beneficios entre el conjunto de su población. Esto implica una organización productiva eficiente, dinámica y competitiva, que exija un cambio de actitudes y de comportamientos para crear una sociedad innovadora, que favorezca el mejoramiento del nivel de vida de los ciudadanos, en el marco de la economía global.

3. Emprendimientos de Base Cultural y Creativa

Según las Naciones Unidas y la Unesco, las industrias creativas se están convirtiendo en el principal motor de crecimiento económico en varios países, dado que están duplicando el comercio en el transcurso de una década, además su dimensión internacional resulta ser un elemento determinante para el futuro, en lo que se refiere a libertad de expresión, diversidad cultural y desarrollo económico.

De acuerdo a la descripción aceptada internacionalmente por los países miembros de la Unesco y como se describe en la Política de gestión internacional de la cultura (Ministerio Colombiano de Cultura, 2007), ésta industria fusiona creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural y habitualmente pueden estar protegidos por los derechos de autor, por ser una creación. Contiene actividades como: la edición impresa y multimedia, la producción cinematográfica y audiovisual, la industria fonográfica, la artesanía y el diseño. En algunos contextos además incluye la arquitectura, las artes plásticas, las artes del espectáculo, los deportes, la manufactura de instrumentos musicales, la publicidad y el turismo cultural.

Las Industrias Creativas según la UNCTAD - Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, en su Creative Economic Report (UNCTAD, 2008)

anota que son un nuevo sector dinámico en el comercio mundial, y está conformado por organizaciones que cuentan con las siguientes características:

- Bienes y servicios que usan la creatividad y el capital intelectual como principal insumo
- Conjunto de actividades donde el conocimiento es el principal insumo
- Productos tangibles (*un libro, un cuadro, un disco*) y servicios artísticos, intelectuales o intangibles con contenido creativo (*un baile, una conferencia, una interpretación musical*)

Esta tipología de emprendimiento genera beneficios palpables para el país o la región que los desarrolla, con resultados e impactos económicos y sociales concretos como el incremento del ingreso, la promoción del turismo, el aumento del empleo, la reducción de la pobreza y el incremento de los flujos de comercio.

De igual manera impacta a la sociedad gracias a la promoción de la diversidad cultural, el reconocimiento de la herencia cultural, la identidad nacional, la promoción de la inclusión social, la buena relación con el medio ambiente, el fomento a la innovación y la educación.

Actualmente la ciudad de Medellín-Colombia definió el Clúster de Industrias creativas y culturales como uno de sus sectores estratégicos, en el cual se están trabajando proyectos en torno a productos y servicios como “animación y videojuegos en 2D y 3D, cortinillas y presentaciones, visualización 3D, stop motion, composición digital y efectos especiales, así mismo ilustraciones, story board, diseño de personajes, diseño de escenarios, web, multimedia, superficies interactivas, realidad aumentada, branding (diseño de marca), edición de vídeo y motion graphics” Como se señala en el artículo “La industria creativa, un reto para la ciudad de Medellín” (Ruta n Medellín, 2009).

4. Emprendimientos de Base Abierta:

Son las unidades económicas cuyas características no permiten incluirlas en las tres tipologías anteriores, que producen y comercializan productos o servicios con el fin de obtener beneficios en términos económicos y de empleo.

Son las empresas de cualquier tipo y sector de la economía: agropecuario, industrial, comercial o de servicios clasificadas en cinco grupos: actividad, origen del capital, tamaño de la empresa, forma jurídica y ámbito de actuación.

Conclusiones:

- Los emprendimientos en el mundo contemporáneo pueden ser ubicados en menor o mayor proporción en alguna de las tipologías descritas; en términos generales se evidencia un menor número de emprendimientos de *base tecnológica* con relación a los de *base abierta*, tal vez porque aquellos involucran un mayor conocimiento y a su vez mayores demandas de acompañamiento y recursos. Caso excepcional es el de sociedades en las cuales sus instituciones educativas y centros de investigación le han apostado hace más de dos décadas a la formación para la innovación y el emprendimiento y en los cuales, las empresas de base tecnológica tienen una alta significación.

En consecuencia, las universidades e instituciones educativas en general, deben orientar sus programas de formación y apoyo al emprendimiento con base en las metas específicas de los planes de desarrollo locales y regionales, acordes claro está, con sus capacidades y potencialidades que sirven de fundamento por ejemplo a los clusters o sectores estratégicos definidos para la región que buscan impactar en su desarrollo. En tal sentido cualquier tipología es válida si se orienta adecuadamente y de manera pertinente a las necesidades y oportunidades del territorio.

- La tipología de emprendimiento de *base social* es poco reconocida y cultivada hasta ahora en los centros educativos, no obstante en países desarrollados, universidades como: Harvard, Stanford, Massachusetts Institute of Technology, Universidad Bocconi, Milán, Bologna, Verona, Instituto Estudios de Desarrollo de la Empresa Non Profit (ISSAN), Trento, cuentan con centros de emprendimiento orientados a la creación y fortalecimiento de empresas de base social.
- Apoyados en las nuevas tecnologías se favorece la tipología de emprendimientos de *Base cultural y creativa*, en un mundo globalizado que comunica y demanda cada vez nuevos lenguajes de comunicación, y en el cual surgen manifestaciones culturales de nivel local y regional que antes no aparecían o no eran evidentes, pero hoy el modelo económico, exige volver rentable cualquier manifestación cultural y lo manual toma nuevos significados y peso comercial. Por ello se evidencia en la actualidad una fuerte tendencia a nivel global en el medio empresarial, a desarrollar emprendimiento de base cultural y creativa como un sector de clase mundial rentable, de fácil exportación y alto dinamismo.

Autoras:

Mg (E). Ana María Holguín Montoya
Docente de Emprendimiento
Universidad Pontificia Bolivariana
holquinana@hotmail.com

Mg (E). Eliana Arboleda Jaramillo
Coordinadora Formación Empresarial
Universidad Pontificia Bolivariana
eliana.arboledaj@upb.edu.co

Mg. Gabriela Torres Marín
Coordinadora Grupo de Estudios Empresariales
Universidad Pontificia Bolivariana
gabriela.torres@upb.edu.co

Mg (E). María Eugenia Gómez Zuluaga
Jefe Línea de Emprendimiento
Universidad Pontificia Bolivariana
maria.gomez@upb.edu.co

Referencias Bibliográficas

- Arboleda, E., Gómez, M. E., Holguín, A. M., & Torres, G. (2010). Caracterización de los emprendimientos de los estudiantes y egresados de la UPB Nacional en los últimos diez años: 1998-2008. Medellín: UPB.
- Alcaldía de Medellín. (Enero de 2004). *Plan de desarrollo Medellín 2004-2007*. Recuperado el 12 de mayo de 2009, de http://www.medellin.gov.co/alcaldia/jsp/modulos/N_admon/obj/pdf/anexo2004pdf/Anexos%20junio/Anexos22/Anexo22-4_070604%20%5BSolo%20lectura%5D.pdf
- Castresana, J. C. (1 de junio de 2009). *Papeles de Economía Solidaria*. Recuperado el 15 de octubre de 2009, de http://www.economiasolidaria.org/files/papeles_ES_1_ReasEuskadi.pdf
- Drucker, P. (1986). *La innovación y el Empresariado Innovador. La práctica y los principios*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Drucker, P. F. (1986). *The frontiers of management*. Sudamericana.

- Finbatec. (2007). *Programa Finbatec Colombia*. Recuperado el 3 de Marzo de 2009, de Colciencias: <http://www.finbatec.org/>
- Holguín Montoya, A. M. (2 de marzo de 2010). "Conceptualización y modelización del emprendimiento social: una aproximación al caso de Medellín". *Proyecto de tesis*. Medellín, Antioquia, Colombia.
- Max Neef, M. (1983). *Max Neef*. Recuperado el 18 de Enero de 2010, de Economía Descalza: <http://www.max-neef.cl/inicio.php>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2 de Agosto de 2004). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2009, de http://www.mincomercio.gov.co/eContent/Documentos/Normatividad/leyes/2004/Ley_0905_04.pdf
- Ministerio Colombiano de Cultura. (2007). *Política de gestión internacional de la cultura*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2009, de http://www.mincultura.gov.co/recursos_user/gestioninternacionaldelacultura.pdf
- Morales Gualdrón, S. T. (17 de Noviembre de 2008). *Tesis doctoral "El Emprendedor académico y la desición de crear Spin Off: Un análisis del caso Español"*. Recuperado el 5 de Marzo de 2009, de Universidad de Valencia:http://www.tesisexarxa.net/TESIS_UV/AVAILABLE/TDX-1002109-111319//morales.pdf
- Pacheco, C. (2007). Empresarismo social municipio de Medellín. *Mercatec No. 43*, 68-72.

- Restrepo Restrepo, G. (23 de Abril de 2003). Resolución Rectoral N° 13. *Resolución Rectoral UPB*. Medellín, Antioquia, Colombia: UPB.
- Ruta n Medellín. (2009). *Centro de Innovación y negocios*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2009, de <http://www.culturaemedellin.gov.co/sites/CulturaE/rutanmedellin/Paginas/industriacrea.aspx>
- Torres M, Gabriela, León, Gloria. 2009. *Empresarios Sello UPB 1940-2006. Perfil de tres generaciones de egresados*. UPB: Medellín.
- UNCTAD. (Febrero de 2008). *Creative economy report 2008*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2009, de http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf
- Universidad Complutense de Madrid. (2009). *Oficina de transferencia de resultados de investigación*. Recuperado el 6 de Marzo de 2009, de <http://www.ucm.es/info/otri/ebts.htm>