

La universidad emprendedora

Los emprendedores son, en el sentido más amplio, personas con vocación para impulsar nuevos proyectos a base de una fuerte motivación y perseverancia.

Una definición más restringida se utiliza para aludir a la capacidad de crear empresas, pero en este artículo utilizaré la acepción más amplia de la palabra.

Por resumir, ser emprendedor implica:

1. estar preparado para oír e identificar lo que la sociedad y el mercado demandan
2. ser innovador e imaginativo en la respuesta a esos reclamos
3. movilizar y gestionar adecuadamente los recursos disponibles, y sobre todo a equipos de personas
4. tejer redes y fuertes asociaciones con los agentes clave del entorno que aportan los recursos complementarios.

En definitiva, hablamos de un espíritu especial que implica ambición y pasión por los retos, asunción de riesgos, compromiso, tolerancia al fracaso y capacidad de liderazgo; rasgos atribuibles no sólo a individuos sino también a organizaciones que demuestren una actuación permanente siguiendo esos principios.

Por: Amalio A. Rey

La acción de emprender puede tener, y de hecho la tiene, una marcada connotación social por su naturaleza creadora de riqueza, en todas sus manifestaciones. Esta creencia se ve reforzada en el caso de la Universidad, todavía más si es pública, por el papel relevante que se espera de ella como generadora de aptitudes y modelos a imitar a escala social.

Siendo así, es natural que nos preguntemos por qué en España tenemos tan pocas “universidades emprendedoras”

Es fácil percibir lo cerradas que están en sí mismas y el autismo social con que actúa mucha gente de la Academia bajo la sombra de la mal interpretada autonomía universitaria. Es alarmante comprobar las enormes reservas inexploradas que persisten todavía en el ámbito de la interacción universitaria con la Sociedad.

Por ejemplo, la universidad española no escucha bien, ni reacciona a tiempo, a los reclamos de implicación activa que emergen desde ámbitos como el de la transferencia de tecnología al mundo empresarial y a la sociedad en general.

Otras áreas descuidadas por la Universidad son la formación de profesionales polivalentes y flexibles, la promoción de empresas innovadoras e intensivas en conocimiento, la oferta de servicios especializados para dar respuesta a problemas prácticos y puntuales o simplemente, la organización de iniciativas comunitarias capaces de captar de verdad el interés del ciudadano de a pie.

Por más que lo repitamos no va a ser suficiente: la Universidad Pública tiene la obligación moral de contribuir, de forma sostenida y tangible, a la sociedad que la financia. Esta contribución no debe limitarse a la “creación” de conocimiento sino también a la “difusión” del mismo mediante todas las vías posibles.

Los responsables académicos se muestran cautelosos con la idea de una universidad emprendedora, por el temor de que la hipotética orientación empresarial de este tipo de iniciativas distorsione el objetivo esencial de “promoción libre del conocimiento” que persigue toda institución académica.

En efecto, hay quienes piensan que la universidad debe preservar su condición de observador objetivo -pasivo, habría que decir- de la realidad que le rodea para poder analizarla, juzgarla y criticarla con total libertad.

Como corolario de ese principio, creen que la universidad debe evitar la tentación de involucrarse activamente en ese mundo, porque cada compromiso directo limitaría su capacidad de juicio libre e imparcial.

Ese necesario mestizaje lo perciben algunos como una amenaza para la libertad intelectual, a pesar de que múltiples investigaciones empíricas se han encargado de demostrar que no es cierto, al menos en las universidades que hacen bien las cosas.

Por el contrario, las universidades que han avanzado en este campo han experimentado efectos muy positivos, a saber:

1. Creación de una atmósfera dinámica y entusiasta en la universidad a medida que se han ido obteniendo nuevos e importantes resultados de valor práctico

2. Influencia positiva en la investigación (básica y aplicada), al estimular la búsqueda de soluciones a múltiples problemas y sugerir nuevos enfoques para abordar la misma

3. Impacto beneficioso en la enseñanza universitaria al introducir situaciones reales en el proceso de aprendizaje de los alumnos y acercar al profesorado a temas de aplicación práctica

4. Posibilidad de desarrollar tesis, investigaciones y **programas de formación** de los alumnos y titulados en las empresas relacionadas con la Universidad.

Me gustaría advertir que **no abogo en este artículo por el fomento de "universidades-empresa"**, es decir, universidades que funcionen como *unidades comerciales*, porque la sociedad es un puzzle en el que cada pieza tiene su rol, y la Universidad ha de tener el suyo que no es ese.

Sostengo, en cambio, que ambos mundos, el de la universidad y la empresa, tienen un amplio margen para cooperar sin que renuncien a su propia naturaleza.

Por eso, para ser más preciso, voy a enumerar algunos de los rasgos que deberían caracterizar lo que aquí llamo **"universidades-emprendedoras"**, sin pretender que sea una lista exhaustiva, sino sólo una agenda para empezar a ordenar lo que queda por hacer.

Nueve rasgos de la "Universidad emprendedora":

- 1. Titulados:** Se preocupa de formar titulados con un fuerte espíritu emprendedor
- 2. Profesorado:** Estimula una cultura emprendedora en su profesorado
- 3. Empresas:** Facilita la creación de empresas innovadoras e intensivas en conocimiento
- 4. Financiación:** Busca activamente fuentes complementarias de financiación para sus actividades
- 5. Difusión:** Concede tanta importancia a la creación de conocimiento como a su diseminación y aplicación práctica en la sociedad
- 6. Servicios a la comunidad:** Recompensa no sólo el rendimiento estrictamente académico, medido en términos de publicaciones, sino también los servicios profesionales a la comunidad
- 7. Innovación:** Demuestra que la innovación es un elemento clave en su cultura, promoviendo la flexibilidad y la toma de riesgos, y negándose a castigar el fallo honesto
- 8. Apertura y mezcla:** Evita la endogamia, estimulando la integración en sus actividades de expertos y profesionales del mundo no académico
- 9. Colaboración:** Fomenta todo tipo de puntos de encuentro y de cooperación con las empresas y organizaciones sociales.



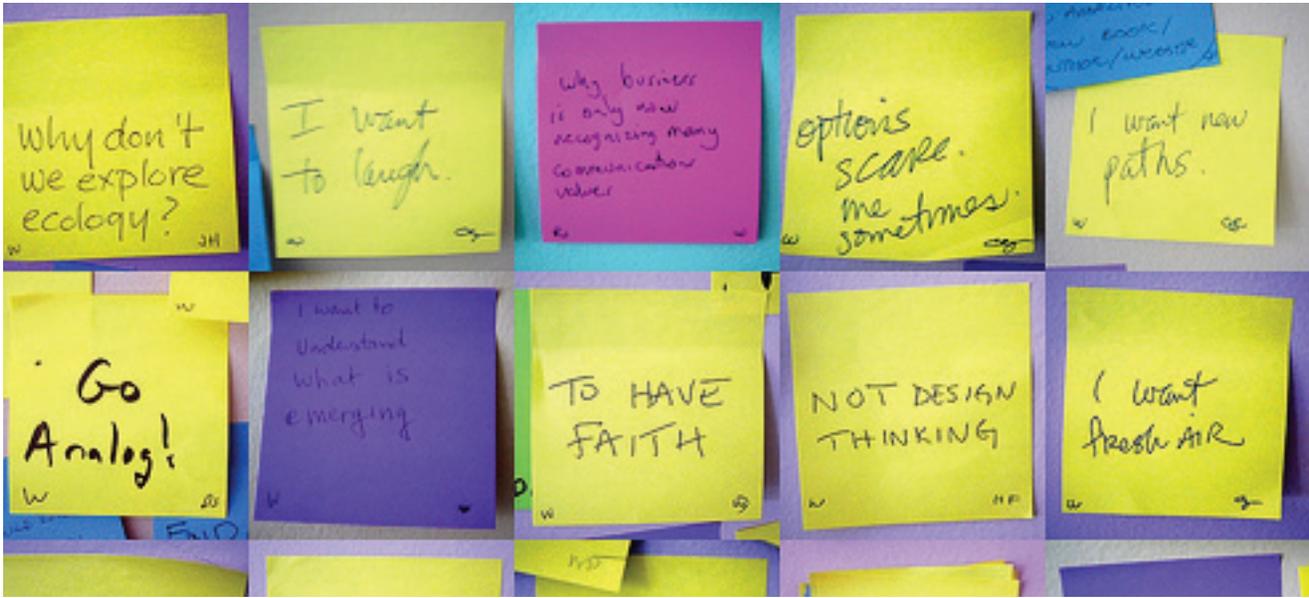
Formación de titulados con un fuerte espíritu emprendedor

Bien es sabido que el sistema educativo español, desde sus niveles primarios, no se preocupa de fomentar un espíritu y cultura emprendedora en los jóvenes. Tampoco la enseñanza universitaria resuelve el problema, con graduados que en su inmensa mayoría anhela un futuro laboral por cuenta ajena y de ser posible, como funcionarios, siendo muy pocos los que piensan en crear empresas.

Mientras las universidades punteras europeas y norteamericanas ofrecen asignaturas de formación y sensibilización de emprendedores en todas las carreras y están consolidando departamentos y cátedras especializadas en esta materia; todavía muchas de sus homólogas españolas ni siquiera han dado los primeros pasos en esa dirección.

A decir verdad, son pocas las universidades españolas que superan con buena nota un examen de estos nueve puntos.

Tal vez, lo peor de todo es que muchas ni siquiera se plantean la necesidad de dar este salto cualitativo sencillamente porque tienen la falsa ilusión de que las cosas van bien así y no hay razones para cambiar. A continuación voy a ampliar brevemente algunos de estos puntos.



Fomento de una cultura emprendedora en el profesorado

Visto lo visto, no debería sorprendernos que la inmensa mayoría del personal académico e investigador no se reconozca en la figura del emprendedor. Eso es hasta cierto punto normal, pero no lo es tanto que muestre una **actitud de rechazo**, de contrariedad, ante iniciativas de este tipo.

Está demasiado arraigada la idea de que el rigor científico es incompatible con cualquier desempeño empresarial. Se sigue pensando que lo segundo contamina a lo primero y por tanto es dañino para la ciencia.

Es así como renunciamos a la posibilidad de contar con buenos científicos en las empresas y buenos gestores en la comunidad científica, que es la única forma de facilitar el mutuo entendimiento entre la oferta y la demanda tecnológica.

Como resultado de esta percepción cultural, que se refleja obviamente en las prioridades de los responsables universitarios, se ha hecho muy poco por despertar la vocación emprendedora en

el profesorado.

Creación de empresas innovadoras e intensivas en conocimiento

Por mucho que se diga, la mayoría de los escasos éxitos de emprendedores universitarios españoles que se conocen obedecen desgraciadamente a la iniciativa individual de personas aisladas, y no a un efectivo impulso institucional.

Ahora bien, las **crecientes dificultades del personal universitario para promocionarse** dentro de la carrera académica será el factor impulsor más importante para que determinados colectivos comiencen a considerar la creación de empresas como una opción atractiva. De hecho, esto ya está ocurriendo.

Es así porque, todavía, las aspiraciones del típico profesor universitario o investigador español se satisfacen en buena medida dentro del sistema funcional de contratación (y de financiación pública de la investigación).

Pero esa situación que está cambiando y puede abrir nuevos cauces para la iniciativa emprendedora, al llegarse a la situación paradójica en la que, como bien dice **Pedro Nuño**, "crear una empresa sea lo más fácil que se pueda hacer".

La universidad española resulta un sistema muy rígido para posibilitar al personal académico la experimentación en el mundo empresarial. Hasta hace muy poco se les exigía una dedicación casi exclusiva y no se aprovechaban mecanismos tales como los períodos de excedencia o los contratos a tiempo parcial, que abren posibilidades para simultanear ambas actividades, al menos durante el tiempo que se necesita para crear y consolidar una empresa.

Aunque la legislación está a punto de cambiar, **el viaje del emprendedor universitario es todavía irreversible** y en la práctica, las posibilidades de emprender en serio iniciativas empresariales manteniendo el trabajo académico, son casi nulas. En el mejor de los casos, el profesor universitario puede llegar a ser inversor en estas empresas pero no se involucra más.

Por otra parte, quiero insistir que **bajo ningún concepto se puede imponer o forzar al personal académico a crear empresas**. La decisión de convertirse en emprendedor es siempre un acto individual, de gran responsabilidad, que debe ser asumido a plena conciencia. Por eso, se trata de crear un entorno, unas normas y valores que hagan menos engorroso el proceso de creación y desarrollo de empresas para aquellos que quieren intentarlo sin abandonar, en

principio, el mundo académico. creación y desarrollo de empresas para aquellos que quieren intentarlo sin abandonar, en principio, el mundo académico.

Creación de más puntos de encuentro entre la Universidad y la Sociedad

Asimismo, la iniciativa emprendedora del personal académico necesita permanentemente del intercambio con agentes extramuros, **salir del micromundo universitario e interactuar con fuentes de problemas reales**

que son los que sugieren problemas de investigación más terrenales, vale decir, más beneficiosos socialmente hablando.

Dos mundos tradicionalmente aislados entre sí como el académico y el empresarial deben re-encontrarse, y **ha de ser la Universidad quien tome la iniciativa** para propiciar puntos de encuentro, reflexión y cooperación.

Búsqueda proactiva de fuentes complementarias de financiación

Las crecientes restricciones en el presupuesto público están obligando a las universidades a diversificar sus fuentes de financiación y para ello, necesitan fomentar un intercambio activo y permanente con las empresas, impulsar las relaciones con los antiguos alumnos e implantar un sistema eficaz de promoción de sus servicios.

No se trata de convertir todos los servicios en productos para el mercado, sino solo aquellos que sean compatibles con la función pública de la universidad y que ofrezcan el mayor potencial de captación de ingresos a los efectos de cofinanciar otras actividades deficitarias como por ejemplo, la investigación básica.



Este artículo tampoco propone reemplazar los ya escasos fondos públicos destinados en España a la investigación universitaria por recursos provenientes de empresas.

La responsabilidad del Estado con la educación y la ciencia es intransferible.

De lo que se trata es de captar recursos complementarios, y no sustitutivos, a los públicos.

Los ingresos por transferencia de tecnología son mínimos debido en parte a que en la mayoría de los casos, los proyectos de investigación de las universidades y los centros públicos de investigación tienen una escasa relación con el entorno empresarial.

Como consecuencia, el mundo académico desconoce las necesidades y carencias de aquel, lo que explica en parte la falta de sensibilidad académica para detectar oportunidades de negocio a partir de sus resultados de investigación.

Dicho de otro modo, **las universidades tienen que abandonar su actual postura de esperar que las empresas se interesen por la oferta universitaria o culparlas cuando no lo hacen**, y en su lugar asumir una política claramente pro-activa de promoción de sus servicios al mundo empresarial.

Es imprescindible estimular **la relación personal** e informal de los investigadores académicos con las empresas. Es obvio que las redes de relaciones ayudan mucho.

Planificar visitas a las empresas e invitar a directores de I+D de importantes empresas para que realicen visitas a la universidad, con la idea de presentarles la oferta tecnológica de la institución.

Incentivar los servicios profesionales a la comunidad

Un problema añadido es la ausencia de un sistema de incentivos que reconozca más integralmente la labor académica e investigadora, no sólo en función de resultados estrictamente académicos como publicaciones, tutoría de tesis doctorales y participación en eventos científicos y congresos, sino también de **la capacidad de transferir y difundir el conocimiento al entorno productivo**, aspecto que incluye necesariamente la creación de empresas.

Conviene señalar que el carácter público y el contexto tan regulado en que desenvuelve su actividad la enseñanza universitaria española limita ciertamente el margen de acción y la discrecionalidad con que pueden aplicarse las políticas de personal en las distintas universidades, sobre todo en lo que se refiere a la contratación y la promoción profesional de sus trabajadores.

No obstante, es posible observar iniciativas creativas en algunas instituciones con el fin de dotar de una mayor flexibilidad a su sistema de gestión aprovechando el margen de autonomía que les confiere la Ley.

Esta obra está bajo una licencia Reconocimiento 2.5 España de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/es/> o envíe una carta a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA. 1