

No.20

**Cuadernos  
Centroamericanos  
del ICAP**

Emprendedurismo y Universidad:  
Potencial aporte para el desarrollo  
local

*M.Sc. Gabriela Navarro Alpizar*

Abril, 2017  
San José, Costa Rica



## **Emprendedurismo y Universidad: Potencial aporte para el desarrollo local**

*M.sC. Gabriela Navarro Alpízar\**

**Abril, 2017**  
**San José, Costa Rica**

\* Costarricense. Máster en Gestión Educativa con énfasis en Liderazgo de la Universidad Nacional de Costa Rica. Docente e Investigadora de la Universidad de Costa Rica, en la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior.

303.44

N322e

Navarro Alpízar, Ana Gabriela.

Emprendedurismo y universidad: potencial aporte para el desarrollo local / Ana Gabriela Navarro Alpízar. – San José, C.R.: ICAP, 2017.

31 p. – (Cuadernos Centroamericanos del ICAP; n. 20).

ISBN: 978-9977-20-124-5

1-EMPRENDEDORES

2-EMPRESARIOS

3-UNIVERSIDADES

4-PROYECTOS DE DESARROLLO

5-DESARROLLO

LOCAL

6-MERCADO LABORAL II. Título III. Serie

## ***CUADERNOS CENTROAMERICANOS DEL ICAP***

No. 20: enero-abril, 2017

- ◆ Director  
Alexander López  
Director del ICAP, Costarricense  
Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP
- ◆ Editor  
Vinicio Sandí Meza, Coordinador Área de Investigación y Extensión, Costarricense, Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP
- ◆ Comité Editorial
  - Vinicio Sandí Meza, ICAP
  - María José Castillo Carmona, Gerente Técnica del ICAP.
  - Fremi Mejía Canelo, Coordinador del Área de Gestión de Políticas y Negociaciones Internacionales, Dominicano, Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP
  - Ramón Rosales Posas, Coordinador del Área de Gerencia de Proyectos, Hondureño, Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP
- ◆ Coordinación Programa Editorial  
Vinicio Sandí Meza, ICAP

----- \*\*\*\*\* -----

- Los Cuadernos Centroamericanos del ICAP están abiertos a todas las corrientes del pensamiento administrativo y público que aboga por el desarrollo de la disciplina de la Administración Pública y de la Integración Regional en Centroamérica.
- ◆ Esta publicación es editada cada tres meses, por el Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP, organismo intergubernamental y de la Integración al servicio de la región centroamericana con sede en San José, Costa Rica.
- ◆ Los artículos que publica son de la exclusiva responsabilidad de sus autores y no traducen necesariamente el pensamiento del ICAP.
- ◆ Los Cuadernos permiten la reproducción parcial o total de sus trabajos a condición de que se mencione la fuente.
- ◆ Esta publicación ha sido publicada en el Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP, en el mes de abril del 2016, en San José, Costa Rica.

INSTITUTO CENTROAMERICANO DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA - ICAP  
Apartado 10.025-1000, San José, Costa Rica, C.A., Fax: (506) 2225-2049  
Teléfonos: (506) 2234-1011 / 2225-4616 / 2225-6674.  
Centro de Programas de Posgrado: (506) 2253-4059 / 2253-2287  
Correo electrónico: [info@icap.ac.cr](mailto:info@icap.ac.cr)  
Web site: <http://www.icap.ac.cr>

*Esta es una nueva publicación del Instituto en el Marco de la Política Editorial del ICAP. Puede ser accesada en nuestra página web:*  
[www.icap.ac.cr](http://www.icap.ac.cr)



## CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
<b>II. EL EMPRENDEDURISMO COMO OPCIÓN DE EMPLEO INNOVADOR .....</b>	<b>9</b>
<b>III. PERFIL EMPRENDEDOR .....</b>	<b>15</b>
<b>IV. LA UNIVERSIDAD Y EL DESARROLLO LOCAL .....</b>	<b>23</b>
<b>V. FORMACIÓN EMPRENDEDORA CON APORTE SOCIAL: EL CASO DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN ADUANERA Y COMERCIO EXTERIOR DE LA SEDE DEL PACÍFICO DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA.....</b>	<b>26</b>
<b>VI. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>28</b>

## I. INTRODUCCIÓN

El fomento hacia una cultura emprendedora es uno de los objetivos que se han planteado los Gobiernos como consecuencia a demandas en el mejoramiento de condiciones económicas y sociales que se han enfrentado.

En el caso costarricense, el fomento al emprendedurismo ha sido un tema con un desarrollo lento, en donde se han generado mecanismos en procura de lograr una mayor participación de la sociedad dentro de la cultura emprendedora, sin embargo, la actividad de diversos actores dentro de la consecución a dicha meta no ha sido la más óptima.

El esquema de desarrollo alrededor del emprendimiento ha venido tomando fuerza, políticas nacionales han favorecido y estimulado el creciente desarrollo de emprendimientos, sin embargo, muchos de los esfuerzos presentes se han desarrollado de manera aislada, por lo que el impacto potencial se ha visto disminuido.

Cuando se habla de la creación de un ecosistema emprendedor<sup>1</sup>, se incorporan diferentes actores que participan en el desarrollo emprendedor, dentro de estos actores, figuran las universidades. Es desde este flanco que el presente documento propone un aporte para el desarrollo local, ya que las universidades, como cunas de conocimiento y formadoras de los futuros profesionales, tienen un sinfín de opciones para canalizar, facilitar y estimular el desarrollo local mediante emprendimientos por oportunidad, pensados a través del conocimiento de la comunidad estudiantil y el trabajo interdisciplinario que dicho espacio puede brindar.

Es por esto que se plantea que el potencial aporte que puede brindar la universidad al desarrollo local es mediante la formación emprendedora, pero no entendiéndola únicamente como la formación de capacidades empresariales, por el contrario, el espacio universitario se presenta como el espacio óptimo para la formación de una cultura emprendedora en sus estudiantes, donde temas como el desarrollo humano complementen la adquisición de capacidades empresariales, donde se cambien paradigmas y se logre visualizar el emprendimiento como una opción viable de desarrollo profesional, donde se concientice y estimule a los estudiantes a analizar sus entornos, identificar necesidades y las posibles soluciones desde sus campo de estudio, contribuyendo con el desarrollo de la región en la que se encuentra establecida la casa de enseñanza.

---

<sup>1</sup> Se entiende en la política COSTA RICA EMPRENDE del 2012 del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, por ecosistema emprendedor, el concepto sistemático de instituciones y condiciones que favorezcan a los emprendedores en sus diferentes etapas de desarrollo.



## II. EL EMPRENDEDURISMO COMO OPCIÓN DE EMPLEO INNOVADOR

El emprendedurismo ha estado presente en la sociedad desde el siglo XVIII, a lo largo de la historia ha tenido diversas interpretaciones y ha evolucionado hasta las definiciones que existen hoy en día, muchos de sus significados están relacionados con el simple hecho de iniciar una empresa, pero para muchos economistas es más que eso. (Holden, 2007)

El emprendedor es aquel que está dispuesto a asumir el riesgo de una nueva aventura de negocios si existe la oportunidad de obtener algún beneficio. El rol del emprendedor es ser un innovador que mercadea su innovación, desarrollando nuevas ideas y procesos que el mercado demanda y que regularmente no son suplidos.

A través de la historia, se han generado diversas definiciones para el término emprendedurismo, para el año 1950 este concepto era definido de una manera abstracta, como la brindada por el autor, Bert F. Hoselitz que menciona lo siguiente: “algunos escritores han identificado emprendedurismo con la función de carga de incertidumbre, otros con la coordinación de recursos productivos, otros con la introducción de innovación y aun otros con el suministro de capital” (Hoselitz, 1952, citado por (Chambi , Yurja, Guerreros, Álvarez, & Vila, 2010))

Por otro lado, los autores Llewellyn y Holt (s.f) indican que Richard Cantillon fue el primero en dar una definición clara de emprendedurismo y lo definió como un aventurero, un agente que compra productos o materiales a ciertos precios con el propósito de vender esos productos en el futuro. Cantillon viene a indicar con esta teoría que la incertidumbre de los precios que tendrán esos productos en el futuro, es lo que hace al emprendedor diferente en comparación con los demás hombres de negocios, en otras palabras convierte los recursos presentes en algo complemente diferente y le da un valor agregado que no se puede contabilizar hasta en un futuro próximo.

Estos conceptos desarrollados en los años cincuenta, dejan claro cómo en ese momento se vinculaba el emprendedurismo con una práctica directamente ligada con el desarrollo de nuevos productos de valor agregado y que al mismo tiempo innovaran en la sociedad, no obstante tiempo después este concepto se empezó a gestar desde otra óptica.

Uno de los autores más reconocidos en desarrollar conceptos de emprendedurismo, el economista Joseph Schumpeter, identificó el emprendedurismo como el fenómeno fundamental para el desarrollo económico. (Spulber, 2008). Constatando desde entonces cómo el emprendedor era considerado un elemento fundamental para el desarrollo de las sociedades y ya no como un simple creador de bienes o servicios diferentes, sino como un impulsor económico que necesitaban las sociedades capitalistas.

Desde sus primeras publicaciones Schumpeter (1934), indica que el emprendedurismo es crucial para el proceso económico y no de manera contraria, además asegura que el papel del emprendedor es introducir en el mercado nuevo

conocimiento, es por ello que el crecimiento económico se da en manos de los emprendedores, que aportan dentro del sistema conocimiento no lógico contenido en la configuración económica existente.

Más recientemente, se ha definido el concepto del emprendedor de una manera más completa y como lo decía Schumpeter en su momento, como un actor predominante de la sociedad. El Diccionario de los Negocios (s.f.), define al emprendedurismo como “la capacidad y la disposición de llevar a cabo la concepción, organización y gestión de un emprendimiento productivo con todos los riesgos asociados, mientras busca algún tipo de beneficio como recompensa”. En economía, el emprendedurismo es considerado como un factor de producción al igual que la tierra, los recursos naturales, el trabajo y el capital. El espíritu emprendedor es caracterizado por la innovación, la toma de riesgos y un elemento esencial y la capacidad de tener éxito en un mercado que cada vez es más competitivo y cambiante.

Asimismo, autores recientes, los cuales incluyen el término de empresa dentro del emprendedurismo, lo definen como “el proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión, que puede ser una idea novedosa, una oportunidad o simplemente una mejor manera de hacer las cosas; y cuyo resultado final es la creación de una nueva empresa, formada bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre”. (Cabello Díaz, 2006)

Esta definición expuesta por Cabello, trae a colación un concepto más moderno del emprendedurismo, en donde ésta práctica es considerada más allá de la simple creación de un bien o servicio, y refuerza la teoría moderna de cómo el simple hecho de gestar un negocio de manera diferente, calza dentro del concepto de emprendedurismo.

El contexto es parte importante tanto del emprendedurismo como del emprendedor, es por ello, que, bajo ciertas circunstancias, han aflorado una nueva clase de emprendedores, los cuales, dejan de lado su enfoque económico y lucrativo para darle paso a un fin mayor, el de promoción y desarrollo local. Este tipo de emprendedor, se enfatiza en el bien de una comunidad, dejando de lado sus intereses propios para dar prioridad a las necesidades de su comunidad, este es el emprendedor social, pero antes de hablar del emprendedor social, es importante definir qué se entiende por emprendedurismo social.

El emprendedurismo social nace de la decisión de una o varias personas emprendedoras de ir más allá de la búsqueda del beneficio económico (como cualquier emprendedor) presenta otras motivaciones como la voluntad de crear oportunidades de empleo para terceros, por lo que añade un nuevo componente al emprendedurismo tradicional como lo es la persecución de objetivos sociales para la mejora de la calidad de vida personal y social. (URB-AL Unión Europea, 2012)

El emprendedurismo social según la Universidad Europea de Madrid (2012) puede definirse como “... el compromiso para crear nuevos modelos de actividad con el fin de desarrollar productos y servicios que satisfacen las necesidades básicas de colectivos desatendidos por las instituciones sociales y económicas convencionales.”.

Bajo este precepto nace una nueva figura; el emprendedor social, el cual, es presentado como un agente de cambio social, cuyo objetivo es cambiar una situación mediante la identificación y aplicación de soluciones prácticas a problemas sociales.

El emprendedor social es definido por Dees, Emerson y Economy (2001) como “un agente de cambio que busca la creación y sostenibilidad de valor social (y no sólo valor privado), el reconocimiento y seguimiento de nuevas oportunidades para mejorar dicho valor social, el compromiso con un proceso continuo de innovación, adaptación y aprendizaje y la exhibición de un elevado sentido de transparencia y rendición de cuentas a sus interesados y de verificación de sus resultados”.

Por otra parte, Burt (2008) lo define como “un líder que identifica una situación social negativa estática que causa exclusión, marginalización o sufrimiento de un sector de la humanidad, que descarga sobre esa injusticia su inspiración, acción directa, creatividad, coraje y fortaleza, y que busca crear un nuevo equilibrio estable que asegure beneficios permanentes para el grupo meta y la sociedad entera”.

Los emprendedores sociales buscan generar ideas, motivar el dinamismo de la comunidad y aportar directamente al crecimiento económico, principalmente mediante la generación de empleos, sin embargo, estas no son sus únicas características, ya que también aportan valor añadido adicional, al contribuir en la solución de problemas sociales y/o a orientar la actividad productiva hacia un desarrollo más sostenible. También, el emprendedor social es una persona que percibe la oportunidad que ofrece el mercado y posee la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos con el fin de apropiarse de dicha oportunidad. Son personas que poseen la visión, la creatividad y la determinación tradicionalmente asociada a los emprendedores tradicionales pero su motivación radica en la generación de un cambio social profundo y duradero y no el beneficio económico, principal elemento diferenciador entre ambos tipos de emprendedores. (Sanchis Palacio, y otros, 2010)

Para que el emprendedurismo se desarrolle de manera adecuada según los elementos anteriormente mencionados, se debe tener dentro de las sociedades, un adecuado fomento del emprendedurismo, que permita el desarrollo del espíritu emprendedor entre sus individuos.

Según Jiménez y Arroyo (2009) el fomento emprendedor “integra, por un lado, el proceso de dinamización de los agentes implicados hacia un comportamiento emprendedor en el ámbito de la creación y desarrollo de empresas y, por otro, el acercamiento a dicho ámbito de las actividades de investigación y enseñanza relacionadas con el emprendedurismo y temas afines”

Hoy en día es necesario tomar en cuenta que el fomento al emprendedurismo puede generar el desarrollo económico que necesitan las sociedad para surgir del estancamiento en el cual muchas se encuentran inmersas, como se mencionaba en un principio, esta práctica puede impulsar el desarrollo del empleo, y la innovación, elementos claves del comercio y desarrollo.

Gran parte de los economistas de la actualidad, están de acuerdo con que el emprendedurismo es un ingrediente necesario para la estimulación del crecimiento

económico y el desarrollo de oportunidades de empleo en todas las sociedades. En el mundo desarrollado, pequeños negocios exitosos son el principal motor de creación de empleos, aumento de los ingresos y reducción de la pobreza (Holden, 2007)

El Comité Asesor de la Industria y los Negocios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, señaló en el 2003 “Que las políticas para fomentar el emprendedurismo son esenciales para la creación de empleo y el crecimiento económico. Las autoridades de gobierno pueden proveer incentivos que fomenten a los emprendedores para arriesgarse a tomar nuevas aventuras en el tema de negocios. Entre esas políticas, existen las que refuerzan los derechos de propiedad y fomentan un sistema de mercado competitivo.”

Un país debe poseer las políticas adecuadas y los instrumentos necesarios para convertirse en un motor de generación de emprendimientos, esto debido a que en muchas ocasiones la escasez de este tipo de medidas, limitan u obstaculizan la generación de nuevas ideas y por ende la conclusión en proyectos palpables.

Aunado a lo anterior, es importante que exista en las sociedades una cultura emprendedora que impulse la creación de nuevos proyectos como producto del emprendimiento, ya que depende de esta cultura, que exista un mayor número de casos de emprendedurismo exitosos.

Una sociedad que otorga un estatus mayor a aquellos que se encuentran en la parte superior de las organizaciones jerárquicas o aquellos que tienen más experiencia profesional, pueden desalentar el emprendedurismo. La cultura o políticas que otorga un mayor reconocimiento a aquellos que desarrollan lo propio, tiene más posibilidades de fomentar el emprendedurismo (Holden, 2007)

La cultura emprendedora es definida por la Consejería de Educación y Cultura del Gobierno del Principado de Asturias (2015) como el “conjunto de recursos y herramientas que desde diferentes entidades se ponen a disposición de los usuarios, con objeto de fomentar y facilitar la tarea emprendedora”.

La cultura emprendedora también es definida como la manera de identificar oportunidades y reunir los recursos necesarios y diferentes, para convertirlos en una empresa. No obstante, este concepto conlleva un aspecto mucho más amplio de actitudes positivas; la necesidad de desarrollar capacidades de cambio, experimentar con las ideas propias y reaccionar con mayor apertura y flexibilidad. (Emprendeinova)

“La cultura emprendedora presenta una doble faceta. Por un lado, la cultura emprendedora supone saber lanzar nuevos proyectos con autonomía, capacidad de asumir riesgo, con responsabilidad, con intuición, con capacidad de proyección al exterior y con capacidad de reaccionar y resolver los problemas. Por otro lado, también supone saber llevar a cabo proyectos de otros con el mismo espíritu de innovación, responsabilidad y autonomía.” (Emprendeinova)

En la misma línea, Toril & Valenciano (2011), indican cómo la cultura emprendedora abarca un conjunto de acciones que incentivan la sensibilización con el concepto emprendedor y el espíritu empresarial, teniendo como principal referente el

sistema educativo, no obstante este último no se ve reflejado realmente en los sistemas educativos, ni tampoco se ha logrado unir con la formación que los docentes deben tener y transmitir a sus estudiantes.

Esta misma cultura emprendedora, puede ser o no percibida a nivel educativo, en este caso en particular, a nivel universitario, ya que en muchos casos puede calzar con la cultura emprendedora del país, y si a nivel nacional es deficiente suele suceder que a nivel educativo lo sea también.

Según la Política de Emprendedurismo de Costa Rica, se entiende como proceso emprendedor aquel, “proceso en el que los individuos toman conciencia de que un negocio propio es una opción o alternativa viable, desarrollan una idea para el negocio, aprenden el proceso de ser emprendedor e inician y desarrollan el negocio” (MEIC, 2010).

Hablar de las etapas involucradas en el proceso emprendedor implica integrar las transformaciones que ocurren en el emprendedor, en la oportunidad y en el entorno para poder llegar a integrar todos los factores para concluir con la meta, en este caso la formación de un emprendimiento.

Existe diversa literatura que trata de determinar cuál es la estructura ideal para generar un proceso emprendedor, entre ellos sobresale:

- Modelo GEM<sup>2</sup>: establece tres pilares principales: la concepción, el nacimiento del negocio y la persistencia del mismo. (Petry & Lebediker, 2011)

- Dalmau: plantea un modelo basado en cinco fases: Sensibilización, construcción de la “Célula de Oportunidad de Negocio<sup>3</sup>”, preincubación y explotación. Dicho modelo “cuenta con no solo las fases de reconocimiento, desarrollo y explotación de oportunidad, sino también el proceso de sensibilización previo a la identificación de la oportunidad de negocio” (Jiménez y Arroyo, 2009: 6).

- Modelo de Emprendedurismo en Red de Nikos: se establecen cuatro actividades: investigación, enseñanza, apoyo del desarrollo de empresas y formación y consultoría. (Jiménez y Arroyo, 2009: 6).

- Kantis: plantea un modelo basado en tres etapas: etapa de gestación, puesta en marcha y desarrollo del emprendimiento, las cuales se abarca desde el surgimiento de vocaciones y capacidades para emprender hasta la concreción y desarrollo de la empresa. (Kantis, 2008)

- Shapero - Varela: plantean un modelo desarrollado en cinco etapas: la etapa motivacional (en la cual el emprendedor encuentra el gusto por la idea de emprender), la etapa situacional (en la cual el emprendedor identifica la oportunidad de emprender), la etapa psicológica (la cual involucra la decisión de seguir una vida

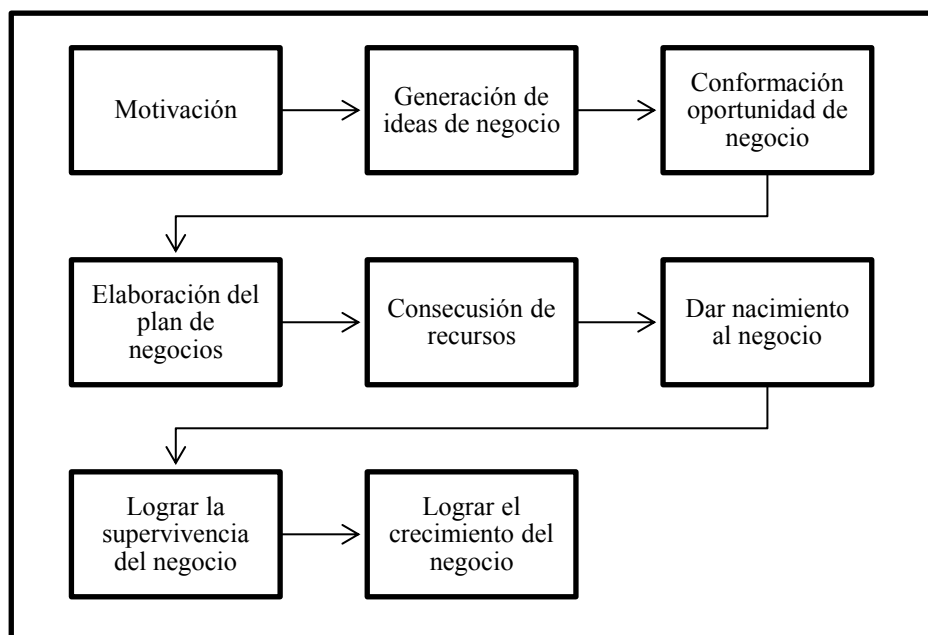
<sup>2</sup> Se entiende en la política COSTA RICA EMPRENDE del 2012 del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, por ecosistema emprendedor, el concepto sistemático de instituciones y condiciones que favorezcan a los emprendedores en sus diferentes etapas de desarrollo.

<sup>3</sup> Integración de tres elementos necesarios para construir una nueva empresa: la idea de negocio, el equipo emprendedor y los recursos.

empresarial), la etapa analítica (en esta se realiza el plan de negocios) y por último la etapa económica (en la que una vez concretado el plan de negocios, el emprendedor busca fuentes de financiamiento para poner en marcha el plan). (Varela & Bedoya Arturo, 2006)

· **Gibb**: plantea uno de los esquemas más amplios y detallados del proceso emprendedor, este plantea un modelo basado en ocho etapas necesarias para un adecuado proceso, las cuales comprende: Motivación, generación de ideas de negocio, conformación de oportunidad de negocio, elaboración del plan de negocio, consecución de recursos, dar nacimiento al negocio, lograr la supervivencia del negocio y lograr el crecimiento del negocio. (Varela & Bedoya Arturo, 2006)

**Figura 1. Etapas del Proceso Emprendedor según Gibb**



Fuente: Elaboración propia con datos de Varela & Bedoya, 2006

### III. PERFIL EMPRENDEDOR

La motivación es una pieza fundamental en el desarrollo de todo emprendedor; es a partir de esta, que el emprendedor encuentra su espíritu emprendedor. Como se menciona anteriormente, se entiende por espíritu emprendedor, una fuerte motivación subjetiva para crear empresas o establecerse autónomamente con voluntad de arraigar y crecer en el mercado y, por tanto, la capacidad para captar las oportunidades que ofrece el mercado, asumir riesgos e innovar continuamente (Stam, Suddle, Hassel, & Van Stel, 2006).

A su vez, el espíritu emprendedor abarca el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidad para obtener un beneficio así como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social, rentable y productiva, pero no todas las personas emprendedoras buscan el beneficio económico; existen personas que buscan objetivos sociales o políticos (Malagón Malagón, 2003), es aquí donde es importante el motivo por lo que un emprendedor desea emprender.

Etimológicamente, el término motivación procede del vocablo latino motus, que tiene que ver con aquello que moviliza al sujeto para ejecutar una actividad. En el lenguaje popular, una persona está motivada cuando emprende algo con ilusión, superando el esfuerzo que deba realizar para obtenerlo. Por tanto, se puede definir la motivación como el proceso psicológico por el cual alguien se plantea un objetivo, emplea los medios adecuados y mantiene la conducta con el fin de conseguir dicha meta (Coduras Martínez, 2006).

El Proyecto GEM identifica como las principales motivaciones para emprender, la oportunidad y la necesidad. Si bien muchas personas son atraídas por la actividad emprendedora porque identificaron una oportunidad, otros se ven obligados a emprender porque no tienen otra forma de ganarse la vida o porque tienen miedo de quedar desempleados en un futuro cercano. De acuerdo al GEM, para aquellos que son atraídos a emprender por oportunidad, existen dos motivadores principales que los impulsan: emprender porque quieren incrementar sus ingresos, y aquellos individuos que manifiestan querer una mayor independencia. En contraparte las y los emprendedores por necesidad incluyen a las personas que sostienen que no tienen otra manera de ganarse la vida y personas que se involucran en actividades emprendedoras fundamentalmente para mantener sus ingresos (Lebendiker, Petry, Herrera, & Velásquez, 2011).

Son muchas las razones por las que un emprendedor se ve incentivado a iniciar su proceso, sin embargo, todos cuentan con ciertas habilidades, capacidades y competencias que le serán necesarias en su desarrollo como emprendedor. Son varios los autores que han definido el perfil emprendedor, no obstante, hay un común denominador, es necesaria la evolución, potencialización y actualización constante de estas para un óptimo desarrollo emprendedor.

El perfil “ideal” de una persona emprendedora es disponer de un nivel de desarrollo adecuado de todas las capacidades emprendedoras. Pero esto no es posible y, además, no todas las capacidades tienen el mismo peso a la hora de emprender. Todas son importantes, pero algunas son la base del desarrollo de las otras, por lo que

pueden ser consideraras claves. Entre las principales capacidades que debe poseer un emprendedor, el Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra resalta las siguientes (Calderón, 2006):

· Autoconfianza: La autoconfianza es la capacidad del individuo en creer en sí mismo, y en la posibilidad de conseguir sus metas personales. La persona emprendedora tiene que tener confianza absoluta en su proyecto y en que está preparada para sacarlo adelante. Va tomar decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí misma, aunque puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado. La confianza debe extenderse también a las personas que van a formar parte de la empresa. Y es que esta capacidad (estrechamente relacionada con la autoestima personal) se relaciona directamente con algunas habilidades de liderazgo como la motivación.

· Orientación al logro: Se entiende como la persistencia para conseguir metas y objetivos personales, en este caso, emprender un negocio. El emprendedor o emprendedora tiene que saber dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo. Por eso, esta capacidad se relaciona con otras como la voluntad de finalizar correctamente las tareas que se comienzan, y con la energía vital y con el entusiasmo, necesarios para conseguir logros de largo recorrido.

· Asunción de riesgos: Supone una predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial. La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero éstos deben ser calculados. El proceso de creación de una empresa no se acomete (o, al menos, nunca debería hacerlo) de manera aleatoria. La o el emprendedor ha analizado el entorno, ha diseñado su producto o servicio, ha analizado la viabilidad de su negocio y ha establecido unos resultados previsibles para su actividad. Resultará contraproducente asumir demasiados riesgos si la realidad lo desaconseja, o trabajar en un ambiente de total inseguridad. Por tanto, es necesario calcular los riesgos de cada decisión que se tome y, por supuesto, evitar los que sean innecesarios.

· Expectativa de control: Se relaciona con la capacidad de la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones. En ocasiones, la persona emprendedora puede culpabilizar de sus propias decisiones a otras personas o circunstancias. Esto sucede porque su expectativa de control es externa, esto es, considera que el resultado de sus acciones se debe a la suerte o a causas no relacionadas con su conducta. Pero realmente es necesario que su expectativa de control sea interna y asuma la independencia de sus acciones con respecto al entorno y la relación entre su conducta y el resultado.

· Tolerancia a la frustración: Pude definirse como la capacidad de persistir en la conducta encaminada a obtener un resultado, a pesar de las dificultades o retrasos que hayan de enfrentarse. Esta es una cualidad fundamental en la persona emprendedora, porque va a tener que enfrentarse a retrasos, dificultades o imprevistos que le pueden llevar al desengaño y al fracaso. Es normal que no todo salga bien a la primera y tropezar varias veces, pero es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar.



·Orientación comercial: Tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración. Las habilidades o competencias más directamente relacionadas con este rasgo son las que tienen que ver con las habilidades de comunicación interpersonal, negociación y venta.

·Trabajo en equipo: Tiene que ver con varias capacidades organizativas y de coordinación, necesarias para lograr los objetivos planteados. La persona emprendedora no va a trabajar sola. Normalmente, contará con otras que realizarán diversas labores dentro de la empresa: formarán un equipo que persigue un objetivo común. La capacidad de motivar al equipo y de liderarlo, de organizar y delegar el trabajo será también fundamental.

Por otra parte, Rafael Alcaraz (2011) en su libro indica que son muchas las características que son atribuidas a un emprendedor, no obstante, el común denominador entre los autores son las siguientes características:

**Tabla 1. Características de los Emprendedores**

<b>1.- Factores motivacionales</b>	Necesidad de logro
	Necesidad de reconocimiento
	Necesidad de desarrollo personal
	Percepción del beneficio económico
	Baja necesidad de poder y estatus
	Necesidad de independencia
	Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
	Necesidad de escape, refugio o subsistencia
<b>2.- Características personales</b>	Iniciativa personal
	Capacidad de decisión
	Aceptación de riesgos moderados
	Orientación hacia la oportunidad
	Estabilidad emocional/autocontrol
	Orientación hacia metas específicas
	Locus de control interno (atribuye a si mismo sus éxitos o

	fracasos)
	Tolerancia a la ambigüedad/incertidumbres
	Es receptivo en sus relaciones sociales
	Posee sentido de urgencia/tiempo valioso
	Honestidad/integridad y confianza
	Perseverancia/constancia
	Responsabilidad personal
	Es individualista
	Es optimista
<b>3.- Características físicas</b>	Energía
	Trabajo con ahínco
<b>4.- Características intelectuales</b>	Versatilidad/flexibilidad
	Creatividad/imaginación/innovación
	Búsqueda de la verdad e información
	Planificación y seguimiento sistemático de resultados
	Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)
	Visión comprensiva de los problemas
	Capacidad para solucionar problemas
	Planificación con límites de tiempo
<b>5.- Competencias generales</b>	Liderazgo
	Orientación al cliente
	Capacidad para conseguir recursos
	Gerente/administrador de recursos
	Patrón de factores de producción
	Exige eficiencia y calidad
	Dirección y gestión de la empresa

	Red de contacto
	Comunicación

Fuente: Alcaraz (2011) El Emprendedor del Éxito

Martínez y Carmona (2009) aportan la necesidad de que las competencias y características emprendedoras preparen a los sujetos para consolidar, y plasmar, ideas innovadoras en el mundo laboral por medio de la creación de pequeñas y medianas empresas (PYME); pero al mismo tiempo, prepararlos para la vida en sociedad en sentido amplio. Los autores identifican las siguientes competencias emprendedoras necesarias para ir generando y consolidando una mayor cultura emprendedora:

- Actitud mental positiva: hacer que los sujetos lleguen a confiar en sus propias capacidades y habilidades para que puedan desarrollar con éxito su propia empresa.

- Capacidad para sobreponerse al fracaso: incidir sobre la dificultad de llevar a cabo un proyecto empresarial, motivarlos y formarlos para que no abandonen este proyecto ante las primeras dificultades o adversidades y lo sigan intentando.

- Código ético: las competencias emprendedoras deben tener como fundamento la dimensión ética, por lo que los emprendedores han de interiorizar que todas las acciones y comportamientos que realicen se regirán por normas morales basadas en el respeto al resto de personas y a la naturaleza.

- Dirección de reuniones: desarrollar los conocimientos y destrezas necesarias para guiar perfectamente las reuniones con los futuros empleados, y demás agentes comerciales, políticos, económicos o sociales.

- Dominio del estrés: capacitar a los sujetos para que puedan controlarse en situaciones agobiantes.

- Facilidad para las relaciones sociales: los emprendedores deben aprender a relacionarse con facilidad, y con corrección, con otras personas en diferentes situaciones y contextos.

- Gestión del tiempo: han de ser capaces de distribuir correctamente su tiempo en las actividades que llevan a cabo diariamente, para obtener buenos resultados en aquello que hacen.

- Habilidad de conversación: hace referencia a la capacidad de comunicarse con fluidez y hablar correctamente con otras personas en diferentes situaciones o contextos.

- Iniciativa. Actitud proactiva: tiene que ver con hacer cosas por sí mismos, promover iniciativas, introducir nuevos productos, servicios o tecnología innovadores.

· Liderazgo: fomentar su capacidad para dirigir y guiar, desde el respeto a los demás, a los futuros empleados de su negocio o empresa.

· Motivación de los empleados: capacidad de animar a los futuros empleados, en el supuesto de que los tuvieran, para que desarrollen con interés su trabajo.

· Negociación: alude a la capacidad para comerciar, comprar y vender o cambiar géneros o mercancías con objeto de aumentar el beneficio de la empresa.

· Organización y delegación: ser competente a la hora de coordinar a todos sus empleados y repartir bien las diferentes tareas y funciones de su negocio.

· Planificación: organizar de manera ordenada, coherente y pragmática su empresa o negocio.

· Selección de personal: competencia para escoger adecuadamente a los trabajadores que van a formar parte de su empresa.

Como se acaba de mencionar, son muchas las características que rodean a un emprendedor, no obstante, como es abordado anteriormente, el emprendedor social, a pesar de compartir muchas características con los emprendedores tradicionales, tiene características diferenciadoras. La Skoll Foundation (2005) considera que un emprendedor social cuenta con las siguientes características en adición a las de un emprendedor tradicional:

- Ambicioso: afronta problemas estructurales en un determinado entorno socioeconómico.
- Guiado por su misión: genera valor social, no riqueza.
- Estratégico: maneja las fuerzas de su entorno con un enfoque integrador y generando compromiso.
- Ingenioso: al trabajar en un medio social, antes que empresarial, es capaz de movilizar recursos de todo tipo.
- Orientado a resultados: pues es la única vía de hacer realidad su visión.

Las capacidades y las motivaciones de un emprendedor son variadas como se ha evidenciado anteriormente, pero no hay duda de que el liderazgo se encuentra inmerso en el proceso emprendedor y es pieza fundamental en el desarrollo del mismo.

En la literatura existen diversos tipos de liderazgo, desde el autocrático hasta el democrático, del burocrático hasta el “laissez – faire”, sin embargo, en los últimos años el liderazgo transformacional ha venido adquiriendo relevancia debido a su impacto en el ámbito laboral y educativo.

El liderazgo transformacional es acreditado a James McGregor Burns, no obstante, la teoría se produjo luego de los trabajos de Berndard Bass quien se basó en las ideas

originales acerca del liderazgo carismático y transformacional de Robert House y James McGregor (Lupano Perugini & Castro Solano, 2003). Este esquema de liderazgo se basa en la motivación, la satisfacción y el logro del seguidor. El líder transformacional se caracteriza por su actitud proactiva, la necesidad de estimular la conciencia crítica y concientizar hacia lo colectivo, así como colaborar en la obtención de logros. (Gil-García, Muñiz García, & Delgado Santos, 2008)

Bass manifiesta en su teoría cuatro factores que envuelven al liderazgo transformacional:

**Tabla 2 Factores del Liderazgo Transformacional**

Factores	Descripción
<b>Influencia idealizada</b>	Construye respeto y confianza en los seguidores y provee las bases para aceptar cambios radicales y fundamentales en las formas en que los individuos y las organizaciones operan. También se le denomina carisma por la insistencia del seguidor de querer emular al líder y desear “ser como es él”. Posee dos subtipos: atributo (percepción del líder como carismático, confidente, poderoso y enfocado en ideas de alto orden y ética) y conducta (acciones carismáticas del líder que se refieren a valores, creencias y un sentido de misión)
<b>Motivación inspiracional</b>	Cambios en las expectativas del grupo en creer que los problemas organizacionales pueden ser resueltos. La conducta del líder provee significado y reta a los seguidores. Hay un alto optimismo en el futuro, comunica una visión ideal del rumbo de la organización con entusiasmo, optimismo, espíritu de equipo y visión compartida.
<b>Estimulación Intelectual</b>	Apunta hacia la creatividad e innovación al cuestionar viejas formas, tradiciones y creencias con nuevas formas de solución. Los seguidores son retados constantemente a buscar nuevas maneras de operar y accionar al desligarse de los conocimientos anteriores y vincularse a nuevas acciones.
<b>Consideraciones individualizadas</b>	El líder presta atención a las necesidades individuales de logro y crecimiento. Determina las necesidades y fortalezas de otros. Su rol es de mentor y ayuda a sus seguidores a desarrollar altos niveles y tomar responsabilidades para su propio desarrollo.

Fuente: (Gil-García, Muñiz García, & Delgado Santos, 2008)

La suma de las características de un emprendedor social aunadas a las de un emprendedor tradicional y los rasgos presentes en el liderazgo transformacional dan paso a la formación de líderes emprendedores sociales, los cuales mediante sus capacidades emprendedoras como la predisposición para correr riesgos, la creatividad, la flexibilidad, la apertura a nuevas ideas, la capacidad de superación, visión social y deseos de mejora en su entorno actual, entre otras y sus capacidades de liderazgo transformacional, aportarán a la sociedad los líderes necesarios para encabezar los procesos de transformación de las comunidades gestados desde la Universidad con apoyo de la Comunidad y el Estado, con el fin de que el aporte generado desde las Universidades sea de impacto tanto para la sociedad como para el desarrollo local.

#### IV. LA UNIVERSIDAD Y EL DESARROLLO LOCAL

El concepto educación definido por las Naciones Unidas (1968) incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento. Es a partir de esta definición se plantea el potencial aporte que puede realizar la universidad para estimular el desarrollo local, mediante el fomento del emprendedurismo en sus estudiantes.

El aporte directo de las universidades en el desarrollo local se puede visualizar como un efecto en cadena, los economistas Say y Shumpter citados por Formichella (2004) dan un aporte en la relación del emprendimiento y el desarrollo local, donde el primero reconoce que la sociedad se beneficia con la existencia de emprendedores y el segundo expresa que por medio de las innovaciones reiteradas se logra un efecto dominó que provoca crecimiento y desarrollo socio-económico.

Formichella (2004) indica que el desarrollo local busca que los individuos de un territorio aumenten sus libertades fundamentales, dentro de estas están incluidas las posibilidades que poseen los sujetos de tener oportunidades de desarrollar procesos productivos, que les permitan generar su propio empleo y riqueza, que además les permitan mejorar su calidad de vida, teniendo en cuenta que esto implica que puedan tener la posibilidad de optar y de vivir de acuerdo a su propia cultura, la posibilidad de cuidar el medio ambiente, de tener acceso a la salud y a la educación, y de elegir en qué lugar quieren vivir, entre otras. Destaca también que el desarrollo local parte de las necesidades, de los recursos y de la decisión de los agentes locales. Éste busca fomentar las capacidades de los individuos y del lugar en el que habitan, busca aumentar esas libertades fundamentales que ellos poseen y retroalimentarlas positivamente.

Es en este punto donde se puede apreciar que para realizar un verdadero impacto en el desarrollo local, no es cualquier tipo de emprendedurismo que se necesita, sino que se requiere uno con enfoque social.

El emprendedurismo social se orienta no sólo a la creación de riqueza y empleo sino también a la generación de cohesión social y se enfoca a nuevos ámbitos más sociales como pueden ser el medio ambiente, la cultura, la cooperación al desarrollo o el desarrollo del territorio. En este sentido, se produce un nexo importante entre el emprendedurismo social y el desarrollo local porque la iniciativa emprendedora se aplica a desarrollar actividades orientadas a fines sociales como (URB-AL Unión Europea, 2012):

- Atender necesidades muy básicas para la supervivencia de determinados colectivos (beneficiarios y destinatarios de la actividad).
- Asegurar la redistribución de recursos escasos entre los necesitados.
- Desarrollar actividades sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.
- Adaptar tecnologías a las necesidades e infraestructuras locales.

Es por esto, que el desarrollo local y el emprendedurismo social van de la mano, ya que ambas deben conllevar un nuevo modelo de desarrollo territorial basado en la sostenibilidad; la diversificación; el aprovechamiento de recursos y capacidades endógenas; la participación ciudadana; o el compromiso con los diferentes colectivos presentes en el territorio. (URB-AL Unión Europea, 2012)

El desarrollo económico según Sanchis, Palacio, et al (2010) “consiste en generar, dentro de una economía local o regional, la capacidad necesaria para hacer frente a los retos y oportunidades que pueden presentarse en una situación de continuo cambio económico, tecnológico y social. Este cambio provoca transformaciones estructurales que evolucionan hacia formas superiores.”

Por otro lado, Del Castillo, Sánchez y Reyes (2007) indican que el desarrollo local es el proceso que orienta a los actores locales mediante las acciones de transformación del territorio en una dirección deseada y es de naturaleza continua, aun cuando se tracen metas parciales a modo de escalonamiento en espiral, así como un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local, que mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona es capaz de estimular su crecimiento económico, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local.

Los autores continúan resaltando la importancia del rol de la Universidad en el proceso de desarrollo local, ya que esta se encuentra llamada a poner a disposición de la localidad los conocimientos y habilidades de sus profesionales, con la finalidad de contribuir al desarrollo de la misma.

La inserción de las universidades a las realidades de desarrollo económico y social que las rodean, ha generado que en los últimos años las universidades estén adquiriendo una función más allá de ejercer sus actividades de enseñanza e investigación.

Como lo menciona Jiménez y Arroyo (2009), el Fomento del Emprendedurismo y Apoyo al Desarrollo de Empresas (FEyADE), es la tercera misión que los Centros Educativos de Enseñanza Superior han adoptado en sus procesos de desarrollo educativo, lo cual las cataloga como universidades emprendedoras.

“[...] La consolidación de la “tercera misión” como mecanismo de reorientación de las universidades y el interés de los diferentes niveles de gobierno en cada territorio en la participación activa de las universidades en el desarrollo económico y social, promueve la concreción de un nuevo entorno favorable a la implantación y desarrollo del emprendedurismo y la colaboración universidad-empresa [...]” (Jiménez y Arroyo, 2009).

Ante ello, se menciona que las universidades que se han enfocado en la incorporación de módulos formativos en temas de emprendedurismo, permiten crear implicaciones en contribución económica y social dentro del territorio en el cual se desenvuelven.



Dicha tónica de actuación, ha creado un nuevo concepto y modalidad universitaria, conocida como universidad emprendedora, siendo esta una organización que “tiene un núcleo de gobierno fuerte, una periferia de desarrollo amplia, un centro académico motivado, una base de financiación diversificada y una cultura emprendedora integrada.” (Jiménez Sáenz & Arroyo Vázquez), en donde el fomento y difusión del espíritu emprendedor se convierten en los elementos trascendentales “para favorecer la contribución económica y social de la universidad de forma realmente efectiva” (Jiménez Sáenz & Arroyo Vázquez)

Tal y como se define en el párrafo anterior, las universidad emprendedoras, deben desarrollar diversas actividades que permitan el cumplimiento de su tercera misión, sin embargo, dichas actividades deben ser gestionadas como un todo, incluyendo la participación de actores, agentes, instrumentos en infraestructuras para el logro de su cometido.

Del Castillo, Sánchez y Reyes (2007) en su artículo resaltan la trascendencia que tienen las Universidades en Cuba y su rol diferenciador respecto a otras homónimas a nivel internacional, destacando:

“[...] La Universidad a diferencia de lo que acontece en otras homónimas a nivel internacional no se rige por ningún concepto mercantilista y esa fortaleza le permite concentrarse en su más genuina labor, la formación y la investigación en función del desarrollo económico social. No obstante, dada sus limitaciones como agente social, económico y político, no puede atender por sí sola todas las necesidades y demandas que brotan del desarrollo local, es por tanto, un agente social que debe estar integrado al conjunto de factores que en su conjunto saltan obstáculos, aprovechan las sinergias con la finalidad de elevar el nivel de vida de la localidad y en general de la sociedad [...]” (Del Castillo, Sánchez García, & Reyes Fernández, 2007, p. 89)

Es aquí donde se exhorta a las Universidades a trascender, vincularse y realizar su aporte a las comunidades circundantes, especialmente en el caso de las sedes regionales, en las que la visión de desarrollo centralizada con la que cuenta Costa Rica ha propiciado la desaceleración de crecimiento económico a las provincias fuera del Gran Área Metropolitana.

“Una universidad comprometida con su propia evolución, con el contexto social, político, económico y cultural, es un verdadero arsenal de conocimientos sociales en función del desarrollo del país.” (Del Castillo, Sánchez García, & Reyes Fernández, 2007, pág. 84)

La vinculación Comunidad - Universidad es de vital importancia para el desarrollo local, la acción social brinda un medio por el cual esta relación se puede potencializar, buscando la creación de una universidad emprendedora y líderes emprendedores que tomen la batuta en el estímulo del desarrollo local de la comunidad en la que se desenvuelven.

## V. FORMACIÓN EMPRENDEDORA CON APOORTE SOCIAL: EL CASO DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN ADUANERA Y COMERCIO EXTERIOR DE LA SEDE DEL PACÍFICO DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

En el año 2015, se desarrolló un proceso de investigación de acción participativa<sup>4</sup> con los estudiantes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Sede del Pacífico de la Universidad de Costa Rica, el cual dio como fruto la implementación de un plan piloto en el que los estudiantes en el marco de su trabajo comunal universitario, desarrollaron una serie de capacitaciones en temas de mercadeo y contabilidad al grupo de mujeres emprendedoras de la zona de Cedral de Miramar a lo largo de diez semanas, una vez concluido el espacio de formación que ellos brindaron, se les realizó una entrevista con el fin de documentar el proceso, la experiencia y las repercusiones que este proyecto tuvo en el desarrollo personal de cada uno, a continuación se presentan los principales resultados obtenidos:

**Experiencia personal:** En primera instancia resaltaron el proceso enriquecedor y empoderador que fue para ellos el ser partícipes de este proceso formativo, el cambiar su visión y dejar de ser estudiantes para convertirse en profesores por un día fue retador para ellos, de igual manera, expresaron lo gratificante del sentir que su aporte fue significativo para las personas a las que capacitaron, lo que permite sustraer que la experiencia fue provechosa tanto para los estudiantes como para las mujeres emprendedoras que se vieron beneficiadas.

Por otra parte, los estudiantes destacaron en las entrevistas que este proceso les permitió ser conscientes de muchas capacidades y habilidades que desconocían que tenían simplemente porque no se había dado el espacio para explotarlas, entre ellas la espontaneidad para manejar un grupo y la capacidad para transmitir conocimiento de una manera óptima. De la misma forma, lograron visualizar oportunidades de mejora a nivel personal, ya que se enfrentaron a circunstancias que retaron sus capacidades, entre estas se encuentra la capacidad para contextualizar el público meta y enfrentarse al reto de que en muchas ocasiones las participantes tenían un grado escolar que no superaba la primaria completa, lo que los hizo cambiar el paradigma e incluso modificar su vocabulario a la hora de facilitar la temática. Otra situación recurrente fue el nerviosismo, ya que a pesar de ser un número reducido de participantes, la falta de dominio del manejo personal en público les traicionaba en algunas ocasiones.

El proceso desarrollado no contó con un espacio formativo en temas relacionados con emprendedurismo previo al contacto por parte de los estudiantes con los emprendedores de la zona, contaron únicamente con el apoyo de las investigadoras alrededor de la temática que abordaron una vez realizado el diagnóstico del grupo para detectar las necesidades formativas que el grupo presentaba, por lo que se le preguntó al grupo de control sobre los puntos a mejorar para potencializar y maximizar la experiencia obtenida, estas fueron las principales sugerencias:

---

<sup>4</sup> Esta investigación fue desarrollada por Lilliana Irías Carvajal y Gabriela Navarro Alpízar (autora del presente documento), ambas docentes de la carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Sede del Pacífico de la Universidad de Costa Rica, en el marco de desarrollo de su proyecto final de graduación para la obtención del grado de Máster en Gestión Educativa con énfasis en Liderazgo de la Universidad Nacional de Costa Rica.

### **Puntos de mejora**

- Se debe implementar un proceso formativo para los estudiantes que les permita desarrollar habilidades que son necesarias para realizar los procesos de acompañamiento.
- Es importante contar con información y capacitación en el desarrollo pedagógico de un taller, ya que uno de los principales retos detectado fue el cómo facilitar los talleres.
- El seguimiento por parte de los profesores debe ser continuo y activo, ya que es percibido como un respaldo a las labores que desempeñan los estudiantes.
- Es necesario empoderar a los estudiantes para que estos puedan empoderar a los emprendedores con los que trabajan, ya que la trasmisión de confianza es necesaria en cualquier proceso formativo.

A raíz de esta experiencia y la participación constante de los estudiantes, las investigadoras plantean la creación de un Trabajo Comunal Universitario, cuya finalidad es conectar a los estudiantes con su espíritu y capacidades emprendedoras, a través de dos ejes transversales de desarrollo, el primero de índole teórico, que permita el aprendizaje de conocimientos teóricos sobre el desarrollo emprendedor y el segundo de índole práctico, desarrollado mediante la figura del acompañamiento, en la cual los estudiantes conviven con la comunidad trabajando de la mano con emprendedores de la zona, con la finalidad del desarrollo de un proceso de mentoring recíproco en el que los estudiantes compartirán su conocimiento técnico con los emprendedores participantes y estos compartirán sus experiencias como emprendedores, lo cual busca generar una sinergia de conocimiento vivencial y participativo que permita el fomento de la cultura emprendedora en los estudiantes.

Es importante destacar, que la finalidad de la propuesta es formar líderes emprendedores que colaboren con el desarrollo local de la región, trabajando desde dos flancos, el primero, capacitando y formando a los emprendedores actuales de la zona, dándoles un proceso de acompañamiento y reforzándoles su idea de negocio con los conocimientos que los estudiantes han adquirido a lo largo de su carrera y segundo, el fomento a la cultura emprendedora y estímulo del espíritu emprendedor, ya que este proceso de acompañamiento busca que los alumnos logren visualizar el emprendimiento como una opción innovadora de empleo, que rompan el paradigma en el que únicamente se puede trabajar para un tercero y que el aporte que pueden realizar a la comunidad puede ser significativo para el desarrollo local.

La formación de carácter crítico y con visión social que predica la Universidad de Costa Rica se convierte en el lienzo perfecto para estimular la aparición de líderes emprendedores, que apuesten al emprendedurismo social ya que conocen el impacto que este puede traer no solo para él, sino para la comunidad.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

- A, L. B., & Holt, R. (s.f.). *A Short History of Entrepreneurs*. Recuperado el Marzo 22, 2015, de <http://www.netplaces.com/career-tests/entrepreneurial-readiness-and-your-career/a-short-history-of-entrepreneurs.htm>
- Alcaraz, R. (2011). *El Emprendedor del Éxito*. México: McGraw Hill.
- Burt, M. (2008). *El nuevo campo del emprendedurismo social: teoría y práctica*. Santa Cruz de la Sierra: Centro de Formación de la Cooperación Española.
- Cabello Díaz, C. R. (2006). *Emprendedurismo dentro del ámbito universitario*. Recuperado el Febrero 15, 2015, de <http://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/Ponencias/ponenciaCandidaCabello.pdf>
- Calderón, C. (2006). *Emprender: Qué capacidades se requieren*. Navarra: Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra. Recuperado el Mayo 21, 2015, de <http://folnavarro.blogspot.es/img/CAPACIDADESEMPRESARIALES.pdf>
- Chambi , L., Yurja, F., Guerrero, V., Álvarez, A., & Vila, O. (2010). *Breve historia del Emprendedurismo*. Recuperado el Marzo 22, 2015, de <http://grupo60ing-umsa.blogspot.com/p/breve-historia-del-emprededurismo.html>
- Coduras Martínez, A. (2006). La motivación para emprender en España. *Ekonomiaz*, 12- 39.
- Consejería de Educación y Cultura del Gobierno del Principado de Asturias. (2015, Marzo 22). *Cultura Emprendedora*. Obtenido de Educastur: [http://www.educastur.es/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=15&id=250&Itemid=130](http://www.educastur.es/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=15&id=250&Itemid=130)
- Dees, G., Emerson, J., & Economy, P. (2001). *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*. Nueva York: John Willey & Sons, INC.
- Del Castillo, L., Sánchez García, J. L., & Reyes Fernández, R. M. (2007). El papel de la universidad en la capacitación y la investigación acción para el desarrollo económico local. Experiencia del Municipio de Yaguajay. *Economía y Desarrollo*, 80-97.

- Dictionary, Business. (s.f.). *Entrepreneurship*. Recuperado el Marzo 22, 2015, de <http://www.businessdictionary.com/definition/entrepreneurship.htm>
- Emprendeinova. (s.f.). *Cultura Emprendedora*. Recuperado el Marzo 22, 2015, de <http://www.emprendeinnova.org/observatorio/?menu=9>
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, empleo y desarrollo local*. Buenos Aires: Rivadavia.
- Gil-García, A., Muñiz García, M., & Delgado Santos, A. (2008). El liderazgo transformativo en el ámbito escolar: un esfuerzo de investigación acción y cooperación entre instituciones de educación superior. *Sapiens*, 13-33.
- Holden, J. (2007, Noviembre). *American. gov Archive*. Recuperado el Marzo 22, 2015, de <http://www.america.gov/publications/books/principles-of-entrepreneurship.html>
- Irías Carvajal, L., & Navarro Alpízar, G. (2015). Propuesta de Creación de Iniciativas para Estimular el Surgimiento de Líderes Emprendedores en los Estudiantes de la Carrera de Administración Aduanera y Comercio Exterior de la Sede del Pacífico de la Universidad de Costa Rica (tesis de maestría). Heredia, Costa Rica: Universidad Nacional.
- Jiménez Sáenz, F., & Arroyo Vázquez, M. (s.f.). *El Fomento del Emprendedurismo Universitario a través de un Model Integrador*. Recuperado el Marzo 22, 2012, de [http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265\\_1\\_E--archivos-185.pdf](http://digital.csic.es/bitstream/10261/20580/1/AC265_1_E--archivos-185.pdf)
- Kantis, H. (2008). *Aportes para el diseño de Programas Nacionales de Desarrollo Emprendedor en América Latina*. Nueva York: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Lebendiker, M., Petry, P., Herrera, R., & Velásquez, G. (2011). *La situación del emprendimiento en Costa Rica: Una perspectiva local sobre emprendimientos, retos y crecimiento*. San José: Editorama, S.A.
- Lupano Perugini, M. L., & Castro Solano, A. (2003). Estudios sobre el liderazgo. Teorías y evolución. *Psicodebate* 6, 107-122.
- Malagón Malagón, F. A. (2003). ¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas? *Revista Escuela Administración de Negocios EAN*, 72-81.

- Martínez, F. M., & Carmona, G. (2009). Aproximación al Concepto de “Competencias Emprendedoras”: Valor Social e Implicaciones Educativas. *REICE*, 83-98.
- Naciones Unidas. 1968. Educación, recursos humanos y desarrollo en América Latina. Ed. PNUD.
- Petry, P., & Lebendiker, M. (2011). *El Emprendedurismo en Costa Rica*. San José: Estado de la Nación.
- Sanchis Palacio, J. R., Melián Navarro, A., Campos Climent, V., Cuñat Giménez, R., Contreras Comeche, R., & González García, N. (2010). *Emprendimiento, Economía Social y Empleo*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Spulber, D. F. (2008, Junio). *The Economic Role of the Entrepreneur*. Recuperado el Marzo 22, 2015, de <http://lawlab.org/EconomicRoleoftheEntrepreneur.pdf>
- Stam, E., Suddle, K., Hassel, J., & Van Stel, A. (2006). Los emprendedores con potencial de crecimiento y el desarrollo económico. Políticas públicas de apoyo a los emprendedores. *Ekonomiaz*, 124-149.
- Toril, J. U., & Valenciano, J. d. (2011, Diciembre). *Revisando el Emprendedurismo*. Recuperado el Marzo 22, 2012, de [http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE\\_3021\\_53-62\\_E596526B3F4F228C856BBD7657107DD8.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_3021_53-62_E596526B3F4F228C856BBD7657107DD8.pdf)
- URB-AL Unión Europea. (2012, Junio 27). *Programa URB-AL*. Obtenido de Publicaciones: [http://www.urb-al3.eu/uploads/documentos/documento\\_reflexion\\_innovacionemidel.pdf](http://www.urb-al3.eu/uploads/documentos/documento_reflexion_innovacionemidel.pdf)
- Varela, R., & Bedoya Arturo, O. L. (2006). Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial basado en Competencias. *Estudios Gerenciales*, 21-47.

# ¿Qué es el ICAP?

El Instituto Centroamericano de Administración Pública (ICAP), es un organismo internacional regional del Sistema de la Integración Centroamericana, SICA, de carácter intergubernamental, al servicio de la región centroamericana, creado en 1954 bajo el nombre de Escuela Superior de Administración Pública de América Central, ESAPAC, por los gobiernos de Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica. Panamá se incorpora como miembro pleno en 1961.

Para 1967, como resultado de un Plan de Operaciones suscrito entre los gobiernos de Centroamérica con la Organización de las Naciones Unidas, ONU, dicha Escuela se transformó en el Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP.

Su propósito ha sido desarrollar y formar al personal del sector gubernamental, asesorar a los gobiernos miembros, y apoyar la integración centroamericana, en el estudio e implantación de reformas tendentes a modernizar y sistematizar las administraciones públicas de sus respectivos países.

Por más de cinco décadas, la Institución ha logrado desarrollar y consolidar sus destrezas y ofertas académicas, mediante la ejecución de programas de formación, capacitación, investigación, consultoría, asistencia técnica e información y difusión.

En la actualidad, el ICAP ofrece diversos programas de formación académica a nivel maestría y especialidades, en temas como Administración Pública, Gestión del Conocimiento e Investigación en Políticas Públicas, Gestión de Compras Públicas, Gestión Ambiental Local, Gerencia de la Calidad, Gerencia de Proyectos, Gerencia de la Salud, Gerencia Social; y un doctorado en Gestión Pública y Ciencias Empresariales; los cuales han contribuido en el mejoramiento del perfil intelectual y el incremento de la productividad de los profesionales en sus diversas disciplinas, requeridos por organizaciones tanto públicas como privadas en un contexto social, altamente competitivo y transformador.



**Instituto Centroamericano  
de Administración Pública**

**Teléfono:**

(506) 2234-1011  
(506) 2253-4059  
(506) 2253-2287

**Fax:**

(506) 2225-2049

**Sitio web:** [www.icap.ac.cr](http://www.icap.ac.cr)

ISBN: 978-9977-20-124-5



9 789977 201245