

## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### **El rol de las universidades en la construcción de espacios de innovación creativa para la economía naranja**

#### *The role of universities in the construction of spaces for creative innovation for orange economy*

Ileana Ávalos Rodríguez<sup>1</sup>; Samantha Mariel Patzi<sup>2</sup>; Jorge Bedregal Marzluf<sup>3</sup>

1. Ph.D. Investigadora Invitada. Consultora en Gobernanza y toma de decisión. Universidad de Costa Rica, [ileana.avalos.r@gmail.com](mailto:ileana.avalos.r@gmail.com) ; <https://orcid.org/0000-0003-0023-2250>
2. Licenciada en Administración de Empresas. Asistente de Coordinación Técnica, Movimiento de Integración Gastronómico-Alimentario de La Paz, Bolivia. [samanthamariel@gmail.com](mailto:samanthamariel@gmail.com) ; <https://orcid.org/0000-0002-8768-557X>
3. M.A. Docente Tiempo Completo, Universidad Privada del Valle, subsele La Paz. [jbedregalm@gmail.com](mailto:jbedregalm@gmail.com) ; <https://orcid.org/0000-0003-3365-5743>

## RESUMEN

El desarrollo de la economía naranja ha reportado un crecimiento económico prometedor en América Latina y el Caribe. Ella se nutre de la creatividad y la cultura, y se presenta como una oportunidad de emprendimiento e innovación para las nuevas generaciones que se enfrentan a desafíos sin precedentes al momento de insertarse en el mercado laboral. Ante esta oportunidad, el rol de la universidad es clave tanto en preparar a sus poblaciones estudiantiles en habilidades duras y blandas pertinentes a los diferentes contextos, como en generar espacios de aproximación a las nuevas oportunidades que las economías naranja brindan. En el presente artículo se encontrará una revisión de universidades que han integrado en sus programas académicos acciones concretas que promueven el emprendimiento, la creatividad y la innovación, a manera de identificar las buenas prácticas en los esfuerzos destinados a generar espacios de desarrollo de habilidades necesarias para insertarse a ecosistemas creativos y emprendedores.

**Palabras clave:** Creatividad. Economía Naranja. Emprendimiento. Habilidades blandas. Programas Académicos. Rol de la universidad.

### **ABSTRACT**

The development of the orange economy has produced an important economic growth in Latin America and The Caribbean. This development is based in creativity and culture, and it presents as an opportunity for entrepreneurship and innovation for new generations that will face different challenges in the process of introduce themselves in the working ecosystem. The role of university is key in this process, its students must have hard and soft skills relevant to different contexts, as well as in generating spaces for approaching the new opportunities that orange economies offer. This article presents a review of academic programs that have included concrete actions to promote creativity, entrepreneurship, and innovation, to identify good practices in creating spaces to develop the skills needed to be part of creative ecosystems and entrepreneurship.

**Keywords:** Academic program. Creativity. Entrepreneurship. Orange Economy. Soft skills. University role.

### **1. INTRODUCCIÓN**

Al mismo tiempo que evolucionan los espacios de interacción humana, también debería evolucionar la universidad como institución que coadyuva a que las personas cuenten con las aptitudes necesarias para insertarse en el mundo laboral. La universidad debería estar en capacidad de poder adaptar la actividad formativa para que promueva ambos tipos de habilidades y traducirlas en competencias prácticas en función de las nuevas dinámicas del entorno y para desarrollar este rol, la innovación y la creatividad son fundamentales, pues están presentes en la redefinición de las actividades de la humanidad

Uno de los cambios de dinámica que ha emergido a nivel socioeconómico en los últimos años ha sido el surgimiento y fortalecimiento de la economía naranja, presentando un crecimiento ineludible. Para el 2017, en América Latina y el Caribe, “la economía naranja significó 1,9 millones

de puestos de trabajo, comparables con los que genera toda la economía de Uruguay o Costa Rica” (Luzardo, De Jesús, Pérez, 2017, p.5).

Lo anterior cobra más relevancia en medio del contexto económico que define la pandemia de la COVID - 19, pues representa “(...) una contracción de la economía regional promedio de 5,3%, un fuerte aumento del desempleo, con efectos negativos en la pobreza, la pobreza extrema y la desigualdad” (CEPAL, 2020); y un incremento de tasa de desocupación de “hasta un 11,5%, lo que equivale a más de 11,5 millones de nuevos desempleados” (CEPAL y OIT, 2020, p.5). Situación que describe un escenario incierto para la inserción laboral de futuros profesionales.

El panorama en Bolivia tampoco es favorecedor, según el Instituto Nacional de Estadística, el desempleo urbano alcanzaba el 4,7%, siendo la población joven (16-28 años) la que presenta la mayor tasa de desempleo en el país, en torno al 8,5%, en comparación con el promedio general del 4,7% (OIT, 2020, p.3).

Frente a ello, vale la pena cuestionarse el rol de la universidad como institución de aprendizaje y formación que busca fortalecer habilidades que permita al estudiantado insertarse en espacios de innovación para la creatividad. Esta inquietud se materializa reconociendo que los ecosistemas creativos son un nicho en crecimiento en la región y que tanto la creatividad como la innovación, son un valor agregado invaluable en medio de la situación incierta a la que se enfrentará la población estudiantil al graduarse.

El presente artículo ofrece un panorama que recrea cuál está siendo el rol de las universidades en la construcción de espacios de innovación para la creatividad vinculados con la economía naranja. Se realiza una aproximación al tipo de rol que las universidades han venido desarrollando en la construcción de espacios de esta naturaleza.

Posteriormente, se hace un recuento de casos exitosos de universidades que han tenido la capacidad de promover programas vinculados con el emprendimiento y el desarrollo de espacios donde se

promueven habilidades duras y blandas en materia de creatividad e innovación para el desarrollo de la población estudiantil en entornos educativos.

Para ello, se ha hecho una revisión preliminar de las universidades que se posicionaron en los primeros 20 puestos a nivel internacional y para América Latina en el Times Higher Education (THE) World University Ranking 2020 explorando si existían programas relacionados con creatividad, innovación, emprendimiento y economía naranja. Se ha seleccionado dicho ranking debido a que sus indicadores consideran un enfoque notoriamente integral en comparación a otros, pues además de combina encuestas de percepción y datos estadísticos en sus indicadores, incorpora una auditoría independiente de *Pricewaterhouse Coopers*, demostrando su transparencia y asegurando que el producto final resultante sea lo más objetivo posible.

El artículo concluye con una serie de reflexiones sobre las oportunidades existentes en el contexto actual para la promoción de ecosistemas innovadores en el entorno universitario.

## **2. DESARROLLO**

### **2.1. Universidades y creatividad**

Para poder comprender el rol de las universidades en la sociedad moderna es necesario pensar en este “contexto social” en el que se inserta y a cuyas necesidades responde (o debería responder). Sin embargo, el papel de la universidad como se concibió en sus orígenes y cómo fue desarrollado hasta finales de la década de 1990 ha entrado en cuestionamiento, en especial desde aquella mirada de una institución que “transmite conocimiento”.

La época actual es considerada la “era del conocimiento digital” donde la información es accesible para cualquier persona, sin necesidad de que esta deba asistir a la universidad. En este sentido, el poder traducir información en conocimiento constituye una tarea fundamental de agregación de valor para los egresados de la institución universitaria.

Un segundo desafío estaría relacionado con el actual cambio acelerado de las sociedades lo que invita a la universidad a re-pensar las carreras que imparte y el perfil de salida de sus egresados. A ello se refieren Prado y Fernández cuando reflexionan que “la universidad como organización dedicada al conocimiento, inteligencia y creación, precisa una transformación sustancial en una época de cambios drásticos y rápidos en todo” (2012, p.18).

Un tercer desafío es el de mejorar su capacidad de innovación para el desarrollo. Esta institución debería ser un espacio multidisciplinario, propicio para desarrollar creatividad y generar valor a partir de ideas a través de patentes de propiedad intelectual. Este desafío es el mismo al que responde la economía naranja. Hernández *et al.*, reconoce que la universidad

(...) debería irradiar, hacia su interior y hacia el conjunto de la sociedad, una cultura de la innovación y aprecio por el quehacer científico. Esto estimularía la creatividad para la transformación cualitativa de los procesos, productos y servicios necesarios para el desarrollo económico ... (2015, p. 211).

La actividad económica a partir de la creatividad es una práctica anquilosada en la historia cultural de la humanidad. Sin embargo, el concepto de economía naranja o creativa es reciente. Su origen se identifica en una serie de documentos elaborados por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a partir del 2013<sup>1</sup>, permitiendo desarrollar una definición de economía naranja vista como todas aquellas actividades mediante las cuales “las ideas se transforman en bienes y servicios culturales y creativos, cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual” (Benavente, JM. y Grazzi, M. 2018, p.5).

La economía naranja se presenta como un camino para encarar el desafiante futuro de las sociedades. Y frente a ello, la universidad puede contribuir de manera importante, siendo un espacio propicio para el desarrollo de la creatividad, reconociendo que “los retos que la creatividad busca resolver pueden ser artísticos y científicos, pero también económicos o sociales” y que “la

---

<sup>1</sup> La Economía Naranja: Una oportunidad Infinita. (Buitrago y Duque, 2013); El futuro de la Economía Naranja: Fórmulas creativas para mejorar vidas en América Latina y el Caribe. (Finlev, Maguire, Oppenheim y Skvirsky, 2017). Políticas Públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la Economía Naranja en América Latina y el Caribe, (Benavente y Grazzi, 2017).. Economía Creativa en América Latina y el Caribe: Mediciones y desafíos. (Rodríguez y Lázaro, 2018).

creatividad no solo es un talento abstracto, sino que es un componente práctico de la economía global” (BID, 2018, p. 9).

En el proceso redefinición de la universidad existe una tendencia con una línea de cambio y transformación que se ha ido consolidando en los últimos años, y responde a la necesidad de que los profesionales cuenten con competencias adecuadas que reconozcan las habilidades necesarias para insertarse en los ecosistemas creativos. Ello requiere el desarrollo de expertiz técnica, pero también el fortalecimiento de habilidades blandas como resiliencia, adaptabilidad, actitud de servicio, capacidad de emprender, pensamiento crítico, inteligencia emocional, comunicación asertiva, creatividad, el trabajo en equipo, negociación, entre otras.

Para lograrlo, muchas universidades alrededor del mundo han instaurado diferentes programas de emprendimiento, incubadoras de startups, así como materias relacionadas con emprendimiento y economía creativa que permiten a la población estudiantil generar el aprendizaje práctico necesario para poder ingresar a esta área de desarrollo económico. A ello se hace referencia en el siguiente acápite.

## **2.2. Casos exitosos en la promoción de espacios de innovación creativa**

A continuación, se exponen los casos relevantes identificados en la revisión de las universidades a nivel mundial y latinoamericano posicionadas en los primeros veinte puestos del Ranking THE, que se llevó a cabo entre el 10 de febrero y el 26 de junio del 2020, enfocada en identificar programas de emprendimiento, de incubación de ideas de negocio o startups y cursos o programas de posgrado, dirigidos a desarrollar habilidades relacionadas con la innovación, la creatividad y el emprendedurismo desde la mirada de los ecosistemas creativos.

### **2.2.1. Casos Internacionales**

### COMPÁS EMPRESARIAL N° 33

Vol. 11 – 2do SEMESTRE 2021

ISSN: 2075-8960

Universidad Privada del Valle – Bolivia

<https://doi.org/10.52428.20758960.v11i33.157>

Posición Ranking QS 2020	Universidad	Nombre del programa y dependencia	Brinda...				
			Asesoramiento estratégico para un negocio	Acceso a programas de financiamiento	Espacios físicos para trabajar	Preparación académica (materias, cursos, conferencias, workshops)	Asesoramiento en cuanto a Propiedad Intelectual
1	University of Oxford (Reino Unido)	<i>Startup Incubator, Oxford University Innovation</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
2	California Institute of Technology (EE.UU.)	<i>Entrepreneurship Club</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
3	University of Cambridge (Reino Unido)	<i>The Entrepreneurship Centre</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
4	Standford University (EE. UU.)	<i>Centro de Estudios para el Emprendedurismo, Graduate School of Business</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
5	Massachusetts Institute of Technology (EEUU)	<i>MIT Delta V</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
6	Princeton University (EE. UU.)	<i>Princeton intreprenurial Hub, Keller Center</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
7	Harvard University (EE. UU.)	<i>Harvard Innovation Labs</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
8	Yale University (EE. UU.)	<i>Program on entrepreneurship and innovation, Yale Center of Business and Environment</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
9	University Of Chicago (EE. UU.)	<i>Polsky Center for Entrepreneurship and Innovation, Research Department</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
10	Imperial College London (Reino Unido)	<i>MSc Innovation, Entrepreneurship &amp; Management/White City Incubator, Imperial College Business School</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
11	University of Pennsylvania (EE. UU.)	<i>Penn Entrepreneurship Ecosystem, Penn Warton Entrepreneurship</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
12	Jhons Hopkins University	<i>The Hachery, TCO Labs</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13	University of California, Berkeley (EEUU)	<i>The House</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
14	ETH ZUTICH – Swiss Federal Institute of Technology (SUIZA)	<i>Innovation and Entrepreneurship Lab.</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
15	UCL (EE. UU.)	<i>Innovation and Enterprice for Students, Innovation and Enterprice</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
16	Columbia University (EE. UU.)	<i>Columbia Startup Lab (CSL), Columbia Business School</i>	SÍ		SÍ	SÍ	
17	University of California, Los Angeles (EEUU)	<i>Startup UCLA</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
18	University of Toronto (Canada)	<i>ECUBE UTM y The Entrepreneurship Hatchery</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
19	Cornell University (EE. UU.)	<i>eLab, Students Agencies Entrepreneurship at Cornell</i>	SÍ		SÍ	SÍ	
20	Duke University (EE. UU.)	<i>STARTUPCHALLENGE</i>	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	

*Tabla 1. Resumen de revisión de programas de incubación de startups en las primeras 20 universidades en el mundo*

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

La tabla 1 resume la información de las 20 universidades analizadas a nivel internacional. Todas cuentan con escuelas de negocios o con carreras enfocadas a la administración, así como con programas o materias que promueven el emprendimiento, impulsando ideas de negocio con asesoramiento estratégico y con acceso a postulación a financiamiento inicial.

Existe un notorio énfasis en el apoyo a negocios enfocados a la innovación en tecnología. Se identifican pocos casos de esfuerzo direccionado en promover ideas de negocio relacionadas con economías naranja. A diferencia de los casos latinoamericanos, donde sí se ha identificado esfuerzos direccionados en este sentido.

De los 20 programas, todos brindan asesoramiento estratégico para los negocios, espacios exclusivos de trabajo y preparación académica a través de cursos, conferencias y workshops; 18 de los programas dan acceso a financiamiento para las startups y 9 brindan asesoramiento en cuanto a propiedad intelectual.

A continuación, se describen tres de los programas que se consideran como ejemplares en el ejercicio de crear ambientes en donde la población estudiantil pueda aproximarse a la economía naranja.

- a) **MIT - Competencia de Artes Creativas:** Concurso anual diseñado para tutorear y alentar a iniciativas relacionadas con las artes. El *startup* ganador recibe una subvención de US\$ 15,000 (Shulman, 2020) Al 2020, ya se han llevado a cabo 8 versiones de esta competencia anual.
  
- b) **Stanford University - Startup Garage:** Materia opcional, donde se asesoran equipos multidisciplinarios que desarrollan una idea de negocio hasta convertirse en un *startup* rentable. El programa se ha diferenciado por su notorio enfoque experiencial, pues permiten a los participantes investigar y poner a prueba sus ideas de negocio.



- c) **Universidad Duke – StudioDuke:** Programa de un año completo con el objetivo de formar redes de contactos para los estudiantes que están preparándose para iniciar un emprendimiento artístico, pues como lo expresa Klen, “forjar relaciones con personas es particularmente útil en las artes” (Duke University, 2019).

#### ***2.2.1.1. Cursos de Posgrado***

## COMPÁS EMPRESARIAL N° 33

Vol. 11 – 2do SEMESTRE 2021

ISSN: 2075-8960

Universidad Privada del Valle – Bolivia

<https://doi.org/10.52428.20758960.v11i33.157>

---

<b>Nombre del programa</b>	<b>Universidad</b>	<b>Objetivo</b>
Minor en Emprendimiento e Innovación	Instituto de tecnología de Massachusetts	Desarrollo de conocimientos y habilidades necesarias para todo el proceso de innovación, desde la concepción de la idea inicial junto al problema que puede resolver, hasta el lanzamiento de una entidad. Además del desarrollo de habilidades blandas como comunicación, trabajo en equipo, toma de decisiones, liderazgo, integridad y carácter. (MIT, s.f.).
Emprendimiento para todos: una guía interna para startups	Universidad de California, Berkeley	Enseñar el arte y la ciencia del emprendimiento a humanistas, artistas, científicos y científicos sociales, impartiendo habilidades del mundo real que se pueden poner en práctica directamente. (University of California, Berkeley, 2020).
Minor en Emprendimiento	Universidad de California, Los Angeles.	Introduce a los estudiantes universitarios en el campo del emprendimiento.
Pregrado en Emprendimiento	Universidad Duke	Preparación especializada para profesionales que quieran iniciar un negocio propio.

---

*Tabla 2. Programas de posgrado relacionadas con emprendimiento de universidades dentro del ranking de las mejores universidades del mundo.*

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

### **2.2.2. Casos Latinoamericanos**

La tabla 3 resume la información de las 20 universidades analizadas en América Latina. Hay programas enfocados a la incubación de empresas, y también iniciativas notoriamente enfocadas a la economía naranja, lo propio dentro de cursos y programas de posgrado.

De las universidades revisadas, 18 cuentan con programas propios de incubación de startups. Todos estos programas cuentan con asesoramiento estratégico e integral en todas las áreas de desarrollo de negocio y con preparación académica en forma de cursos, talleres y conferencias. La mayoría (14 de 18 programas) brinda acceso a postularse a financiamiento inicial; 11 estos brindan ambientes exclusivos para actividades. Finalmente, 9 del total de casos brindan asesoramiento específico en propiedad intelectual.

Se exponen a continuación los programas de incubación representativos dentro de la muestra. Después, se presentan los cursos y programas de posgrado identificados que tiene relación directa con economías naranja. Finalmente, se ofrece información acerca de dos programas representativos de Latinoamérica, el caso de la Universidad de Costa Rica y el caso de la Pontificia Universidad Javeriana junto a PRANA-Incubadora de empresas culturales e Industrias creativas.

**COMPÁS EMPRESARIAL N° 33**

Vol. 11 – 2do SEMESTRE 2021

ISSN: 2075-8960

Universidad Privada del Valle – Bolivia

<https://doi.org/10.52428.20758960.v11i33.157>

#	Universidad	Nombre del programa y dependencia	Brinda...				
			Asesoramiento estratégico para un negocio	Acceso a programas de financiamiento	Espaciofísico para trabajar	Preparación académica (materias, cursos, conferencias, workshops)	Asesoramiento en cuanto a Propiedad Intelectual
1	Pontificia Universidad Católica de Chile (Chile)	INCUBA UC, del Centro de Innovación UC, Vicerrectoría de Investigación	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
2	Universidad de Sao Paulo (Brasil)	Núcleo de Emprendedurismo de USP	SÍ	SÍ		SÍ	
3	UNICAMP Universidade estadual de Campinas (Brasil)	INOVA AGENCIA DE INNOVACIÓN DE UNICAMP	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
4	Pontificia Universidad de Rio de Janeiro (Brasil)	Instituto Génesis PUC-RIO	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
5	Tecnológico de Monterrey (México)	Red de incubadora de empresas	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
6	Universidad federal de Sao Paulo (Brasil)	No tiene un programa propio de incubación o emprendimiento.					
7	Universidad de Chile (Chile)	OpenLab	SÍ			SÍ	
8	Universidade Federal de Minas Gerais (Brasil)	Incubadora de empresas (Investigación e innovación)	SÍ	SÍ		SÍ	
9	Universidad de Los Andes (Colombia)	Centro de Emprendimiento	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
10	UNESP Universidad Estatal de Sao Paulo (Brasil)	Plataforma de lanzamiento Inovativa Brasil, Agencia UNESP de innovación	SÍ			SÍ	
11	Universidade do Rio Grande do Sul (Brasil)	Incubadoras específicas: IECBiot, ITPC, Hestia, ITACA. Del Programa de Emprendedurismo	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
12	Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil)	NOVUS	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
13	Universidad Federal de Rio de Janeiro (Brasil)	Incubadora de Empresas COPPE/UFRJ, Parque tecnológico de Rio.	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
14	Universidad Nacional Autónoma de México (México)	INNOVACIÓN UNAM, depende el área de Vinculación.	SÍ	SÍ		SÍ	
15	Universidad de Brasilia (Brasil)	Incubadora de empresas de base tecnológica, depende de su Programa Comercial de Multincubadoras	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
16	Universidade Federal de Sao Carlos (Brasil)	NuMI-EcoSol	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	
17	Universidade federal de Viçosa (Brasil)	Centro Tecnológico de Desarrollo Regional de Viçosa (CenTev)	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ
18	Universidad Atonoma Metropolitana (México)	No tiene un programa propio de incubación o emprendimiento.					
19	Universidade Federal do Ceará	CEPM Centro de Emprendedurismo	SÍ			SÍ	
20	Universidad Pontificia Católica de Peru	Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor CIDE	SÍ			SÍ	

*Tabla 3. Resumen de revisión de programas de incubación de startups en las primeras 20*

*Universidades en Latinoamérica*

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

- a) **PUC RIO - Instituto Gênesis:** Unidad encargada de brindar servicios a los centros y departamentos de la Universidad. Este es un espacio dedicado a “preparar a los empresarios y las empresas para el éxito fomentando una cultura de innovación y creando entornos y espacios de trabajo innovadores que contribuyen al desarrollo económico, social, cultural y ambiental de las áreas” (PUC-RIO, 2016). El Instituto se enfoca en tres sectores: tecnológico, cultural y social. Inicialmente, era un proyecto de incubadora enfocada en el sector tecnológico. En 2002, fundó el área creativa y se convirtió en la primera incubadora cultural en América Latina y en 2005 comenzó proyectos enfocados al sector social (Sanchez y Gomez, 2018, p. 110). Se cuenta tanto con un programa de pre-incubación (“Germinador”) como una Incubadora como tal.
- b) **NECCLT- Núcleo de Estudios en Economía Creativa y de Cultura:** Instituto de investigación y difusión de temáticas relacionadas con economías creativas en el cual confluye un ambiente interdisciplinario de enseñanza, investigación y extensión. El Núcleo nace de distintas iniciativas convergentes en el ámbito de la economía creativa, cultura e innovación (NECCULT, s.f.), pretende crear sinergia a través de la investigación aplicada. Como producto, presentan la Revista Electrónica de NECCULT, el curso Innovación y Emprendimiento en las Industrias Creativas y conferencias denominadas Diálogos sobre Economía Creativa.
- c) **Universidad de Palermo - Incubadora de Emprendimientos Creativos:** Programa de Asesoría a emprendedores en el desarrollo de una idea de negocio. El programa dura cuatro trimestres y está disponible como una clase dentro de la universidad y también como materia extracurricular; tiene como objetivo acompañar el proceso de inserción laboral al tejido productivo de las economías creativas de Argentina, minimizando el riesgo a través de la generación de un modelo de formación para emprendedores que integre innovación, creatividad y negocios; y desarrollar acciones de colaboración recíproca con el Ecosistema

Emprendedor de la región, organizaciones e instituciones que promueven el crecimiento del tejido productivo (Universidad de Palermo, s.f.).

- d) Universidad de Costa Rica - Agencia Universitaria para la Gestión del Emprendimiento (AUGE):** Espacio enfocado a impulsar emprendimientos innovadores y creativos para aportar al desarrollo inclusivo y sostenible. Se creó en noviembre de 2012 y actualmente atiende a 120 emprendimientos, de los cuales el 20% son parte de la población estudiantil y la mitad de los emprendimientos son liderados por personas que no tienen relación con la universidad (AUGE, s.f.) Su programa de desarrollo dura de cuatro meses, donde se prepara el modelo de negocio y al equipo de trabajo para iniciar su emprendimiento en cuatro fases: (i) Descubrir, (ii) Idear, (iii) Crear, y (iv) Escalar. La institución ha desarrollado la capacidad de conectar los emprendimientos con actores más desarrollados en las correspondientes áreas.
- e) PRANA Incubadora de Empresas Creativas y Culturales.** PRANA es una fundación sin fines de lucro que desde el 2005 acelera el proceso de creación, crecimiento y consolidación de empresas del sector cultural y creativo, pues ha desarrollado un proceso de incubación que incluye a actores del ámbito público y privado, enlazando el Fondo Emprender a cargo del gobierno de Colombia.

#### ***2.2.2.1. Cursos de Posgrado***

### COMPÁS EMPRESARIAL N° 33

Vol. 11 – 2do SEMESTRE 2021

ISSN: 2075-8960

Universidad Privada del Valle – Bolivia

<https://doi.org/10.52428.20758960.v11i33.157>

---

Nombre del programa	Universidad	Objetivo
Diplomado en Gestión y Desarrollo de Empresas Creativas y de Comunicaciones	Pontificia Universidad Católica de Chile	Guiar a los profesionales en el análisis de mercado de las industrias creativas y de comunicaciones en Chile para evaluar oportunidades de emprendimiento en el sector creativo y de comunicaciones, además de comprender cómo gestionar una empresa creativa y/o de comunicaciones, aplicando herramientas de marketing y ventas (Pontificia Universidad Católica de Chile, s.f.).
Curso (virtual) Música y Negocios: Emprendimiento e Innovación	Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro	Proporcionar una visión general de la industria de la música, su historia, innovaciones y tendencias, análisis crítico y herramientas para su aplicación en la gestión de carreras artísticas y negocios en música (Instituto Génesis, 2020).
Licenciatura en Emprendimiento	Tecnológico de Monterrey	Formar expertos en selección de modelos de negocio que maximicen el valor para la sociedad, el medio ambiente y la economía, además de desarrollar visión global para detectar oportunidades y poner en marcha ideas para generar valor (Tecnológico de Monterrey, s.f.).
Curso Innovación y Emprendimiento ¿Cómo reinventar(se) en tiempos difíciles?	Universidad de Los Andes	Incorporar técnicas de análisis económico y gestión administrativa a las diferentes industrias creativas y del entretenimiento, al dominar el concepto y desarrollo en el campo de la economía naranja (Universidad Los Andes, 2020).

---

*Tabla 4. Programas de posgrado relacionadas con emprendimiento de universidades dentro del ranking de las mejores universidades de ALC.*

*Fuente: Elaboración propia, 2020.*

### 3. CONCLUSIONES

Las universidades alrededor del mundo han estado haciendo una apuesta muy importante para promover espacios de aprendizaje que permitan desarrollar competencias en su población estudiantil a nivel de habilidades blandas y duras, en un intento de apoyar en la inserción en ecosistemas creativos. En términos generales, es importante reflejar que, de las 40 Universidades analizadas, 11 de ellas cuentan con algún tipo de iniciativa vinculada a la promoción de habilidades relacionadas con competencias que se requieren para insertarse en los ecosistemas creativos.

Las iniciativas que han sido analizadas dejan en evidencia cómo puede fortalecerse la vinculación del proceso formativo que se gesta en las aulas universitarias con las necesidades del sector privado y con el trabajo que incubadoras externas a la universidad generan. Ejemplo de ello lo representan los casos de PRANA en Colombia.

En función del análisis realizado en los programas de emprendimiento, incubación de ideas de negocio o *startups*, se han identificado características en común, a saber: asesoramiento estratégico en el desarrollo de la idea de negocio; acceso a programas de financiamiento; espacios físicos exclusivos para trabajar; preparación académica (cursos, conferencias y talleres) y asesoramiento en cuanto a propiedad intelectual.

Existe, además, una notoria diferencia en cuanto a los casos analizados a nivel internacional y latinoamericano respecto al énfasis que se da a la economía naranja en sus iniciativas, siendo mucho más directa en los casos latinoamericanos, tanto en sus programas de incubación de *startups* como dentro de cursos y programas de posgrado, a diferencia de los casos de universidades a nivel mundial, en los que se reportan mayor cantidad de esfuerzos direccionados al desarrollo de tecnología.



Después de la revisión de los casos de estudio, se puede evidenciar que existe un esfuerzo en común dentro de todas en generar espacios de innovación, creatividad y emprendedurismo; estos esfuerzos pueden ser clasificados en dos: (i) programas enfocados a incubar e impulsar ideas de negocio y *startups*, y (ii) cursos o programas de posgrado relacionados a economías naranja o emprendedurismo, innovación y creatividad.

El primer grupo, en muchos casos están disponibles no solo para personas que actualmente se encuentran suscritas a algún programa dentro de la universidad, sino también para personas ya egresadas, y en casos muy particulares, incluso para profesores, profesoras y personas externas a la universidad (como es el caso de AUGE en Costa Rica). Todas las iniciativas desarrollan planes de negocio y, en muchos casos, preparan a los emprendedores para postular a financiamiento de entidades socias. Incluso hay casos en los que las mismas universidades gestionan fondos de inversión.

El segundo grupo, más bien, está dirigido a complementar la educación de los profesionales interesados en desarrollar habilidades para pertenecer a proyectos relacionados al emprendedurismo, la innovación y creatividad. Se ha podido identificar que justamente una de las estrategias más utilizadas para impulsar economías naranja dentro de las universidades latinas, es a través de la creación de cursos y diplomados alrededor de la temática.

En esta línea, resultan interesantes los casos donde se han creado programas enfocados a carreras específicas relacionadas con artes y cultura, donde introducen a los/as estudiantes a iniciativas de creación de negocios desde su área, pues simplemente insertan a estas poblaciones estudiantiles preparadas en materia de Arte y Cultura all mundo administrativo y emprendedor, y no al revés<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Curso (virtual) Música y Negocios: Emprendimiento e Innovación de la Pontificia Universidad Católica de Río de Janeiro; Emprendimiento para todos: una guía interna para *startups* de la Universidad de Berkeley.

Uno de los focos de atención de la investigación radica en la identificación de habilidades blandas idóneas para la inserción de la población pronta a egresar en ecosistemas creativos, así como saber si esta es una inquietud explícita en las iniciativas que se realizan en otras casas de enseñanza. Frente a ello, vale la pena resaltar que la investigación a la fecha no ha evidenciado una vertiente directa en las iniciativas de otras universidades vinculada con habilidades blandas, estando ausentes como objetivo dentro de la revisión de fuentes secundarias y terciarias realizada. No obstante, al analizar los resultados y los procesos que se llevan a cabo en los casos estudiados, surge la hipótesis de que en medio del proceso de construcción y formación técnica, estas habilidades se van desarrollando de manera complementaria. Es clave continuar investigando al respecto con el fin de desarrollar un mapa de categorías de habilidades blandas requeridas para la inserción en ecosistemas creativos y cómo la universidad puede contribuir a ellas.

Finalmente, son diversas las condiciones habilitadoras que podrían estar siendo el factor de éxito en cada caso. En mucho parecieran responder a la capacidad de la universidad de hacer una lectura idónea del contexto y poder dar respuesta a él de manera oportuna. Sin embargo, existen dos condiciones que se repiten en la mayoría de los casos y que son menester resaltar. La primera de ellas es la capacidad de brindar espacios multidisciplinarios, desafiando el divorcio entre disciplinas y las barreras del saber que tradicionalmente han estado concebidas. Espacios donde las personas que participan puedan desarrollar habilidades intrapersonales, interactuando con pares que tienen perspectivas diferentes tanto a nivel profesional como cultural. La segunda es que la mayoría de los programas incluyen concursos que les permiten acceder a financiamiento que pueda hacer sostenible sus iniciativas. Esto hace que quienes participan en este tipo de espacios deben cultivar la capacidad de trabajar bajo presión, comunicación asertiva, trabajo en equipo y toma de decisiones, entre otras.

**REFERENCIAS**

Agencia Universitaria para la Gestión del Emprendimiento de la Universidad de Costa Rica, (s.f) Incubarse. Recuperado de: <https://bit.ly/2C7ktjo>

Allen, N. (2019). Behind Stanford GSB's Startup Factory. Poets and Quants. Recuperado de: <https://bit.ly/3eoKcB4>

Banco Interamericano de Desarrollo. (BID) (2018). Emprender un futuro naranja: quince preguntas para conocer mejor a los emprendedores creativos en América Latina y el Caribe". Recuperado de: <https://www.nodoka.co/apc-aa-files/319472351219cf3b9d1edf5344d3c7c8/emprender-un-futuro-naranja-quince-preguntas-para-entender-mejor-a-los-emprendedores-creativos-en-america-latina-y-el-caribe.pdf>

Barragán, A. (s.f.). El papel de las incubadoras en las Universidades. Pymmerang. Recuperado de: <https://bit.ly/2Bj9YJK>

Benavente, J.M.; Grazzi, M. (2018). Impulsando la Economía Naranja en América Latina y el Caribe. En: Impulsando la Economía Naranja en América Latina y el Caribe. Foro Abierto de Ciencias Latinoamérica y el Caribe CIALC 2018. Montevideo, Uruguay.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2020, Anuncios: Nuevo informe de la CEPAL abordará los desafíos sociales de la pandemia del COVID-19 para los países de América Latina y el Caribe. Recuperado de: <https://bit.ly/2BskwWQ>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL y la Organización Internacional del Trabajo OIT, 2020, Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe. El trabajo en tiempos de pandemia: desafíos frente a la enfermedad por coronavirus (COVID-19). 22 (mayo 2020). Recuperado de: <https://bit.ly/2NPdwpn>

Dishman, L. (2013). What Stanford's Startup Garage teaches us about invention and innovation. Fasto Company. Recuperado de: <https://bit.ly/3iT1rhg>

Guerra, S.P. (2019). Una revisión panorámica al entrenamiento de las habilidades blandas en el estudiante universitario. En Revista Psicología Escolar y Educacional. Vol. 23. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Recuperado de: <https://www.scielo.br/j/pee/a/YyZgKBY9JLVXnCDKMnc7nqc/abstract/?lang=es>

Hernández, H.; Martuscelli, J.; Moctezuma, D.; Muñoz, H. (2015). Los desafíos de las Universidades de América Latina y el Caribe: ¿Qué somos y a dónde vamos?. Perfiles Educativos. IISUE-UNAM 147, 202-218. Recuperado de: <https://bit.ly/3idXlJw>

### **COMPÁS EMPRESARIAL N° 33**

Vol. 11 – 2do SEMESTRE 2021

ISSN: 2075-8960

Universidad Privada del Valle – Bolivia

<https://doi.org/10.52428.20758960.v11i33.157>

Luzardo, A.; De Jesús, D.; Pérez, M. (2017). Economía naranja: Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe. Banco de Desarrollo Interamericano. Recuperado de: <https://bit.ly/2NROt53>

Organización Internacional del Trabajo (2020). BOLIVIA Programa de acción 2020-2021. Recuperado de: <https://bit.ly/31w4aqV>

Massachusetts Institute of Technology. (s.f.) Brochure: Massachusetts Innovation Initiative. Recuperado de: <https://bit.ly/2OiCluo>

Montoya Pineda, D.M. (2016). Startup y Spinoff: definiciones, diferencias y potencialidades en el marco de la economía del comportamiento. Revista Contexto, 5, 141-152. Universidad La Gran Colombia. Recuperado de: <https://bit.ly/38PpskH>

Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro. (s.f.) Instituto Gênesis PUC-RIO: Música y Negocios PUC-Rio EAD. Recuperado de: <https://bit.ly/300CGaj>

Pontificia Universidad Católica de Perú. (s.f.) Formación continua: Curso Taller en Emprendimiento de Negocios Culturales. Recuperado de: <https://bit.ly/2BUxs8j>

Pontificia Universidad Católica de Chile. (s.f.) Diplomados: Diplomado en Gestión y desarrollo de empresas creativas y de comunicaciones. Recuperado de: <https://bit.ly/3flyR5X>

Pontificia Universidad Javeriana. (2020) Investigación: Emprendimiento: Javeriana, Territorio Emprendedor. Recuperado de: <https://bit.ly/2OiMR4B>

Sanchez, L. J.; Gomez, L. (2018). Evolving Entrepreneurial Strategies for Self Sustainability in Vulnerable American Communities. Business Science Reference. Recuperado de: <https://bit.ly/3gQkaIF>

Shulman, K. (2020). Center for Art, Science and Technology at MIT. The entrepreneurship of art: MIT's 2020 15K Arts Competition. Recuperado de: <https://bit.ly/32nmbIv>

Tecnológico de Monterrey. (s.f.) Oferta Educativa: Licenciado en Emprendimiento. Recuperado de: <https://bit.ly/38Rhwj5>

Universidad de Chile. (2020). Programas virtuales: Curso Innovación y Emprendimiento. ¿Cómo reinventar(se) en tiempos difíciles?. Recuperado de: <https://bit.ly/3etByS4>

Universidad de California en Los Angeles. (s.f.) Undergraduate Education Initiatives: Entrepreneurship. Recuperado de: <https://bit.ly/30hMCN5>

Universidad de Duke. (s.f.). Continuing studies: Entrepreneurship. Recuperado de: <https://bit.ly/3fjA65K>

## COMPÁS EMPRESARIAL N° 33

Vol. 11 – 2do SEMESTRE 2021

ISSN: 2075-8960

Universidad Privada del Valle – Bolivia

<https://doi.org/10.52428.20758960.v11i33.157>

Universidad de Duke. (2019). Duke Arts: Duke's Creative Lab for Arts Entrepreneurship. Recuperado de: <https://bit.ly/2W6kKdi>

Universidad de California de Berkeley. (2020). Berkeley Academic Guide: Entrepreneurship for all: An Insiders' Guide to Startups. Recuperado de: <https://bit.ly/3emMn8j>

Universidad de Stanford. (s.f.) Centers and Research initiatives: Center of entrepreneurial Studies. Recuperado de: <https://stanford.io/3gT9clN>

Universidad de Palermo. (s.f.). Facultad de Diseño y Comunicación: Incubadora de negocios I y II. Recuperado de: <https://bit.ly/32ahb9P>

Universidade Federal de Rio Grande do Sul. (s.f.) Núcleo de estudios en Economía creativa y de cultura: Innovación y emprendedurismo en industrias creativas. Recuperado de: <https://bit.ly/3eqoKeW>

Universidad Nacional de Colombia. (s.f.). Facultad de Ciencias económicas Programa de Educación Permanente. Ficha de diplomado: Gestión y desarrollo de negocios de las industrias creativas y culturales. Recuperado de: <https://bit.ly/2CsEMaQ>

**Fuentes de financiamiento:** Esta investigación fue financiada con fondos de los autores.

**Declaración de conflicto de intereses:** Los autores declaran que no tienen ningún conflicto de interés.

Copyright (c) 2021 Ileana Ávalos Rodríguez; Samantha Mariel Patzi; Jorge Bedregal Marzluf



Este texto está protegido por una licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Usted es libre para Compartir —copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato— y Adaptar el documento —remezclar, transformar y crear a partir del material— para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:

**Atribución:** Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciente o lo recibe por el uso que hace de la obra.

[Resumen de licencia](#) - [Texto completo de la licencia](#)