

El papel de las universidades en el fomento de la emprendeduría turística: el caso de la Universidad de La Laguna¹

Francisco J. García Rodríguezⁱ

Universidad de La Laguna (España)

Carmen Inés Ruiz de la Rosaⁱⁱ

Universidad de La Laguna (España)

Resumen: En el presente trabajo se trata de explorar la importancia de la formación y promoción de la emprendeduría en el ámbito universitario para los futuros profesionales del sector turístico, teniendo en cuenta el contexto de creciente competitividad a que van a enfrentarse en su vida profesional. Más específicamente se presentará la metodología y principales resultados de una experiencia concreta, la que se viene desarrollando en la Universidad de La Laguna (Islas Canarias, España) bajo la marca *Emprende.ull*.

Palabras clave: Emprendeduría; Innovación; Universidad; Sector turístico

Abstract: In the present work we try to explore the importance of entrepreneurship formation and promotion at university level for tourism students, considering the context of increasing competitiveness to that they are going to face in its professional life. More specifically, we present the methodology and main results of a concrete experience which has come developing in the University of La Laguna (Canary Islands, Spain): *Emprende.ull*.

Keywords: Entrepreneurship; Innovation; University; Tourist Sector

ⁱ Departamento de Economía y Dirección de Empresas de la Universidad de La Laguna. Director del Programa de fomento a la emprendeduría de la Universidad de La Laguna. Email: fgarcia@ull.es; tfno: +34922317211.

ⁱⁱ Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de La Laguna. Subdirectora del Programa de fomento a la emprendeduría de la Universidad de La Laguna. Email: ciruiz@ull.es. Tfno: +34922317938.

Introducción

Para desarrollar con éxito la actividad emprendedora innovadora, la cual es objeto de creciente atención, tanto desde el punto de vista académico como aplicado por sus demostradas repercusiones positivas en el crecimiento económico y en el bienestar social, resulta importante no sólo aplicar un elevado componente creativo, sino también, como diría Drucker (1986), utilizar una metodología adecuada.

En un sector como el turístico, con su creciente importancia cuantitativa y cualitativa, con la dinámica de cambios que se están registrando en la actualidad y cuyos efectos se van a intensificar en el futuro, marcados por unos crecientes niveles de competitividad y complejidad, la reflexión anterior está, si cabe, aún más justificada.

En este contexto, según instituciones de nuestro entorno, resulta tan evidente el hecho de que resulta imprescindible fomentar la mentalidad empresarial y las habilidades relacionadas con la emprendeduría en la formación universitaria, como el evidente retraso que nuestras instituciones educativas en general y universitarias en particular registran en este sentido (Comisión de las Comunidades Europeas; 2003, 2006, 2008).

Con estas reflexiones como trasfondo, trataremos de reflexionar en este artículo sobre el papel que la universidad podría jugar como dinamizadora del espíritu emprendedor, en general entre el conjunto de sus estudiantes, aunque más específicamente entre aquellos que participan en la formación de titulaciones relacionadas con el sector turístico. Y todo ello, a través de una experiencia concreta, la que se viene llevando a cabo en la Universidad de La Laguna (Islas Canarias, España) desde marzo de 2008 bajo la marca *Emprende.ull* y su repercusión, concretamente, en el ámbito de la formación de profesionales del sector turístico.

El sector turístico y la actividad emprendedora: contexto y oportunidades

La actividad turística tiende a consolidarse como el sector de actividad más importante y con más futuro del escenario económico internacional. Los incrementos de renta y del nivel de vida, la liberación

del tiempo de ocio y el desarrollo de los transportes son razones que, entre otras, se encuentran sin duda tras este fenómeno, perceptible desde hace ya una década (véase, por ejemplo, a Müller, 2001; Olsen; 2001 ó Uriel et al, 2001).

De cara al futuro, según previsiones de la Organización Mundial del Turismo (WTO, 2001), el turismo seguirá creciendo y su aportación a la economía irá ligada al crecimiento de la misma, de tal manera que para el año 2020 se estima que viajarán, a nivel internacional, más de 1600 millones de turistas. Esta actividad económica permitirá generar unos ingresos de más de 2 billones de dólares. En lo que respecta al mercado turístico español, éste constituye el segundo destino mundial, por detrás tan sólo de Francia en lo que a número de turistas recibidos se refiere y siendo superado únicamente por EE.UU. en función de los ingresos percibidos.

Lo anterior parecería indicarnos que nos hallamos ante un sector especialmente atractivo desde el punto de vista de la potencialidad para la generación de nuevas ideas empresariales. No obstante, en general vivimos tiempos turbulentos para la actividad emprendedora, ya que la creciente competitividad es la lógica predominante en los mercados. Cada vez resulta más difícil posicionarse en segmentos amplios y con la suficiente rentabilidad potencial para garantizar la supervivencia a medio plazo. Por otra parte, las preferencias de los consumidores, cada vez mejor informados y con mayor capacidad de negociación, cambian rápidamente.

Lo anterior, siendo cierto para el conjunto de sectores económicos, lo es más aún para el caso del sector turístico. Así, ya desde la década de los años 90 se vienen constatando a nivel internacional, en el ámbito de dicho sector, una serie de dinámicas, tanto cuantitativas como cualitativas, que han llevado a plantear a diversos autores la aparición de una “nueva era del turismo” (Fayós – Solá, 1994, WTO, 2001):

a) Por un lado, se prevé la aparición de *cambios cuantitativos* que pueden no afectar a todas las áreas por igual, ya que existen destinos emergentes con gran potencial turístico que irán obteniendo una mayor cuota de mercado con el paso del tiempo.

b) Junto a estos cambios de carácter cuantitativo, se prevé asimismo la aparición de *cambios cualitativos*, que surgirán a partir de una mayor experiencia del turista y de un aumento de la información sobre los destinos turísticos, originado por la cada vez mayor influencia de los medios de comunicación, existencia de campañas publicitarias, que aumentan el conocimiento del usuario para comparar regiones de destino y elegir entre ellas las que mejor se ajusten a sus preferencias y expectativas.

Dentro del amplio concepto de empresas turísticas pueden incluirse multitud de organizaciones que, siguiendo a la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998), ofrecerían un “conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. En este ámbito se incluirían una amplia diversidad de actividades, todas ellas dirigidas a satisfacer el conjunto de necesidades que experimenta el turista en el lugar de destino. Entre ellas, pueden destacarse las de alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura, actividades deportivas, compras, etc. Al conjunto de empresas que realizan todo este conjunto de actividades podríamos unir las agencias de viaje que, si bien técnicamente llevan a cabo una labor de mediación entre oferta y demanda, formando su beneficio industrial parte de la economía nacional del país de origen del turista, existe consenso en incluirlas en el ámbito de las empresas del sector turístico.

En este escenario, junto a las importantes dinámicas de integración, expansión internacional y multinacionalización lideradas por las grandes empresas del sector, se observa la emergencia de pequeñas iniciativas empresariales, habitualmente ligadas a negocios familiares o de carácter autónomo y frecuentemente orientadas a la consecución del autoempleo de sus promotores. Estas microempresas, sorprendentemente, en no pocas ocasiones consiguen resistir los embates de ese escenario altamente competitivo que hemos dibujado con anterioridad, en un contexto aparentemente llamado a ser dominado por grandes corporaciones y multinacionales.

El papel de la universidad en la potenciación de actividades emprendedoras

En los últimos tiempos, el fomento de la creación de empresas por parte de universitarios, sobre todo basadas en el conocimiento generado en la propia Universidad, así

como la promoción del espíritu emprendedor entre sus miembros es un desafío ineludible. En este sentido, Según la Comisión de las Comunidades Europeas (2003, 2006), resulta imprescindible fomentar la mentalidad empresarial mediante la educación y la formación en el ámbito universitario, de cara a incrementar el nivel de vocación emprendedora entre los estudiantes egresados.

No obstante, según un reciente estudio llevado a cabo también por la propia Comisión de las Comunidades Europeas (2008), realizado en 664 instituciones europeas de Educación Superior con el objetivo de analizar el estado de la educación emprendedora en este nivel educativo, se concluye, entre otras cosas, que:

- Más del 50% de estudiantes universitarios no tienen acceso a ningún tipo de acción relacionada con el desarrollo del espíritu emprendedor.
- Las universidades europeas muestran un considerable retraso en este campo con respecto a EEUU y Canadá.
- Existe muy poca cooperación entre las instituciones para intercambiar buenas prácticas.
- La mayoría de las instituciones dedican menos de 50€ por alumno y año en el fomento del espíritu emprendedor
- Es necesario consensuar una definición más inclusiva de lo que se entiende por educación emprendedora.

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

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

En respuesta a esta nueva misión de la Universidad han ido surgiendo, a lo largo de la última década, proyectos y programas dirigidos a potenciar este espíritu empre-

dedor entre los miembros de la comunidad universitaria. Entre ellos, se promueve desde el Gobierno Regional de Canarias el programa universitario de apoyo a la creación de empresas de la Comunidad Autónoma de Canarias, cuyo objetivo fundamental es “fomentar el espíritu emprendedor en el ámbito universitario, así como el apoyo a la creación y consolidación de empresas, prioritariamente innovadoras y basadas en el conocimiento”. En este marco y con dicho objetivo se crea a comienzos del año 2008 en la Universidad de La Laguna la materialización del programa, bajo la marca *Emprende.ull*²

A la hora de identificar la razón de ser de *Emprende.ull* se partió del concepto de “ciclo de vida del emprendedor”, que entiende que el proceso de desarrollo de una idea de negocio queda definida por una serie de etapas, de modo que todas las posibles acciones de un proyecto como *Emprende.ull* habrían de encuadrarse en una o varias de ellas, lo que permitiría definir el contenido y orientación de las actuaciones realizadas. Cabría distinguir así las siguientes etapas (ver figura 1):

1. *Promoción* y fomento de la emprendeduría (charlas, jornadas, divulgación).
2. *Captación de emprendedores*.
3. *Selección y conceptualización de los proyectos*: Evaluación del emprendedor, (capacidades y aptitudes) y la evaluación de la idea (origen del valor de la actividad y reorientación para asegurar su viabilidad y adecuación).
4. *Formulación del plan de negocio*: en el que se recoja la viabilidad comercial, técnica, económica y legal del proyecto.
5. *Formación*: en la Creación y Gestión de Empresas y en el desarrollo de habilidades directivas.
6. *Financiación y ayudas*: información y gestión de solicitudes de subvenciones y créditos, concesión de ayudas y el fomento de las figuras de *business angels* o red de inversores locales.
7. *Socios*: Búsqueda de socios capitalistas, tecnológicos u operativos.
8. *Propiedad industrial*: Asesoramiento para la creación y registro de patentes, marcas, etc.
9. *Constitución*: Asesoramiento y realización de trámites administrativos.
10. *Actividad operativa*: Asesoramiento legal y fiscal y realización de trámites administrativos necesarios para el alta de las operaciones.
11. *Vivero de empresas*: Alojamiento y prestación de servicios (informática, comunicaciones, etc.) en condiciones favorables.
12. *Tutelaje o mentoring*: Asesoramiento y seguimiento multidisciplinar.
13. *Networking*: Creación de redes de relaciones entre entidades prestatarias de servicios, emprendedores ya consolidados y nuevos empresarios, que divulgue las buenas prácticas.

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

Por ello, nos pareció necesario que *Emprende.ull* se centrara en ese tipo de actividades de apoyo más desatendidas y formara redes de colaboración con otras instituciones de nuestro entorno que ya estaban ofreciendo el resto de servicios de apoyo más convencionales, de cara a no duplicar esfuerzos.⁴

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

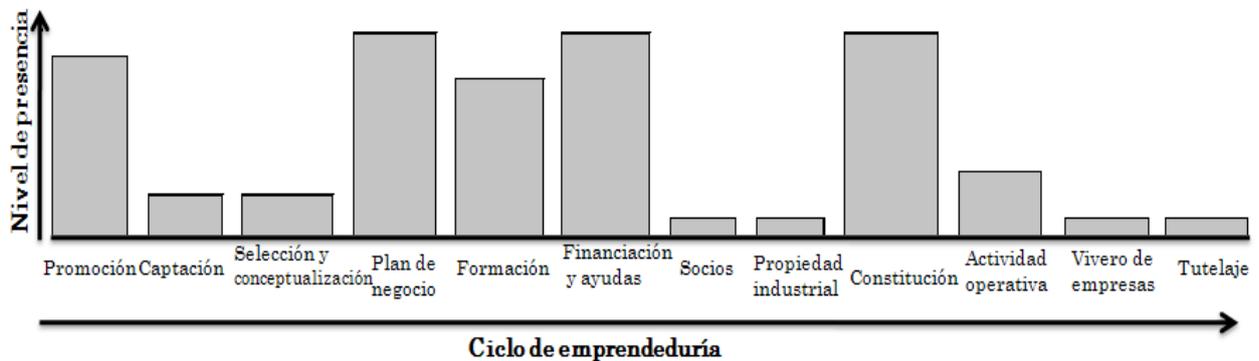


Figura 1. Ciclo de vida del emprendedor

Metodología e instrumentos utilizado en *Emprende.ull*

Las diferentes acciones desarrolladas por han permitido que comiencen a ser familiares en los campus laguneros denominaciones de eventos como Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs), Cápsulas para la generación de Ideas Empresariales, Mesas sectoriales o Talleres de Iniciativas Emprendedoras.

Poco a poco, *Emprende.ull* ha consolidado una metodología de intervención que va cobrando cada vez mayor consistencia y que se estructura en cinco programas: “promoción y apoyo formativo para el fomento de nuevas iniciativas empresariales”, “creación y fortalecimiento de redes de emprendedores universitarios”, “apoyo a la creación de nuevas iniciativas empresariales (CREA)”, “apoyo a la consolidación de iniciativas empresariales (CONSOLIDA)” e “investigación y formación interna”.

Programa de promoción y apoyo formativo para el fomento de nuevas iniciativas empresariales

La actividad de *Emprende.ull* comienza con las *Jornadas de Motivación en Aula* y se concreta en la realización de visitas a últimos cursos de carrera, acompañados de un emprendedor de éxito del ámbito académico a que corresponda la facultad visitada, para presentar el programa y las distintas acciones de las que los alumnos pueden beneficiarse.

A continuación se organizan las *Cápsulas Formativas de Detección de Ideas Empresariales*, jornadas intensivas, con un enfoque eminentemente práctico, que per-

miten adquirir competencias para la detección de ideas empresariales, utilizando una serie de pautas de observación previamente establecidas.

Los alumnos que posean una idea empresarial tienen la posibilidad de participar en los *Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs)*, acciones de formación – motivación desarrolladas a lo largo de dos días, en los que se trabaja la maduración y análisis preliminar de la viabilidad de la idea empresarial.

En el *Taller de Iniciativas Empresariales* se pretende apoyar a los participantes en el proceso de realización de su propio plan de negocio, adaptándose a las necesidades y circunstancias de cada emprendedor. Esta iniciativa, por tanto, está pensada para aquellos emprendedores universitarios que presenten una idea empresarial con un grado de madurez lo suficientemente alto como para convertirse en proyecto, estando especialmente dirigido a aquellos participantes en los LIEs que hubieran madurado su idea inicial.

En medio de este recorrido, con el ánimo de dar “pistas” de posibles ámbitos de ideas de negocio, se organizan las denominadas *Mesas Sectoriales*, a través de las cuáles se dan cita en la ULL empresarios de un determinado sector para transmitir a futuros emprendedores universitarios las necesidades fundamentales de su ámbito sectorial y las líneas potenciales de desarrollo de nuevos negocios.

Los mejores proyectos resultantes de *Emprende.ull* a lo largo del curso académico se presentan ante los agentes socioeconómicos del entorno en el *Foro de presentación de proyectos*. Estos proyectos,

además, son evaluados por un jurado compuesto por importantes personalidades del tejido empresarial, de cara a adjudicar un premio económico aportado por entidades financieras del entorno de la ULL.

Por último, el *Foro de Emprendeduría Universitaria* tiene la voluntad de consolidarse como una cita tradicional para todos los miembros de la comunidad universitaria de la ULL. Con dicho acto se pretende poner el broche de oro a un año de intenso trabajo. Para ello, se organizan conferencias, mesas redondas y actuaciones musicales con las que se persigue incentivar la actitud emprendedora y creativa entre los universitarios, generando contextos adecuados para la innovación y la generación de nuevas ideas empresariales. En dicho acto se lleva a cabo también la entrega de premios a los mejores proyectos empresariales del curso.

Programa de creación y fortalecimiento de redes de emprendedores universitarios

A través de este programa se pretende profundizar en la generación de un “ecosistema” proclive a la innovación y la emprendeduría en la ULL, actuando *Emprende.ull* como uno de los principales focos generadores de la cultura y la dinámica necesaria para su consolidación.

Se contemplan fundamentalmente acciones generales de información y motivación dirigidas al alumnado, tales como conferencias, foros, intervenciones en clases solicitadas por profesores como complemento a ciertas asignaturas, etc.

No obstante, también se realizan actuaciones concretas dirigidas hacia el colectivo de docentes, entendiendo que el profesorado universitario es uno de los principales vehículos a la hora de transmitir competencias relacionadas con la innovación y la emprendeduría entre el alumnado. En este contexto se prevé, de cara al próximo curso académico, la organización del *Encuentro de docentes canarios por la emprendeduría*, que reunirá a docentes de enseñanzas preuniversitarias y universitarias o el *Encuentro de profesores universitarios para el fomento de la emprendeduría*, que se centrará en el “qué hacer” en el ámbito de la educación superior en lo que a capacitación emprendedora se refiere.

Asimismo, se ha puesto en marcha recientemente el *Club de Emprendedores de la Universidad de La Laguna (CEULL)*, que

constituye un espacio de encuentro, reflexión y colaboración entre alumnos e investigadores con vocación emprendedora, jóvenes emprendedores y empresarios consolidados.

A nivel europeo, *Emprende.ull* participa en el Programa de la Unión Europea *Erasmus para jóvenes emprendedores* que también se viene desarrollando desde el año 2008 con intención de abrir la posibilidad a nuestros emprendedores de vivir experiencias con emprendedores ya consolidados de distintos países de la Unión Europea. Además, de cara al próximo curso académico, *Emprende.ull* va a participar en el “STARTENT Project”, junto con otros nueve socios de ocho países europeos, de cara a intercambiar experiencias y herramientas para el fomento de la emprendeduría universitaria.

Programa de apoyo a la creación de nuevas iniciativas empresariales (CREA)

Una vez detectadas ideas empresariales con viabilidad comercial, desarrolladas por emprendedores con capacidad para ponerlas en marcha, desde *Emprende.ull* tratamos de apoyar la materialización de dichos proyectos, mediante el acompañamiento y asesoramiento específico adaptado a cada necesidad particular. Para culminar dicho proceso, se están tratando de promover y desarrollar mecanismos de financiación adaptados a las especificidades de los emprendedores universitarios, así como ofrecer espacios de acogida inicial a los proyectos empresariales.

Programa de apoyo a la consolidación de iniciativas empresariales (CONSOLIDA)

Para aquellas empresas ya creadas se ha puesto en marcha un procedimiento de apoyo dirigido a consolidar su actividad (asesoramiento fiscal, financiero, comercial y sobre patentes y licencias, orientación en programas de I+D+i y sobre vigilancia tecnológica, acompañamiento en procesos de internacionalización...). Además de dicho asesoramiento específico, a estos empresarios se les oferta un programa de “píldoras” formativas que pretenden cubrir sus principales carencias formativas.

Programa de investigación y mejora continua

Todas las actividades desarrolladas por *Emprende.ull* se pretende que estén en constante revisión, en un esquema de innovación y mejora continua. En este marco, se

han empezado a desarrollar líneas de investigación dirigidas hacia un mejor conocimiento de la emprendeduría en el ámbito universitario (factores determinantes para la puesta en marcha y el éxito de las iniciativas empresariales, motivación hacia la emprendeduría, etc).

En esta misma línea de mejora continua, los esfuerzos se centran en fortalecer los vínculos que ya existen con otros proyectos y programas nacionales o internacionales, como es el caso de VALNALON (Asturias)⁵ o las Universidades de San Francisco y San Antonio de Texas (EEUU) o Cambridge (Reino Unido).

Finalmente, desde *Emprende.ull* se ha hecho una apuesta clara por el uso de las herramientas web 2.0, de tal manera que se ha creado con notable éxito una red social en la plataforma NING redireccionada desde la propia web del programa a través de la cual es posible acceder diversas plataformas que también se han configurado para mejorar las posibilidades de contacto e intercambio de experiencias entre los emprendedores universitarios (Facebook, Flickr, Youtube, Twiter, Slideshare). El objetivo es continuar trabajando en esta línea y aprovechar las ventajas que ofrecen las redes sociales en Internet de cara a fomentar la emprendeduría.

Reflexiones finales y conclusiones

Tras la corta vida de *Emprende.ull* creemos poder sentirnos orgullosos de los resultados obtenidos, siendo el más importante de ellos, sin duda, el que se ha ido consolidando una metodología de intervención que entendemos resulta plenamente replicable.

Desde un punto de vista cuantitativo, en las distintas actividades desarrolladas en el marco de *Emprende.ull* en el curso académico 2008/09, primer año de vida del programa, han participado más de dos millares de universitarios (ver cuadro 1), consiguiéndose indicadores de éxito muy relevantes, tanto en lo que se refiere al número de beneficiarios como a la creación de actividad empresarial. En este sentido, se han presentado once iniciativas empresariales en la Jornada de Presentación de Proyectos de la primera edición del programa (ver

cuadro 2), cuatro de las cuales fueron seleccionadas para su participación en el I Foro Provincial de Inversión, promovido por la Dirección General de Promoción Económica del Gobierno de Canarias.

Por otra parte, y de manera no menos importante, se han dado los primeros pasos para instaurar una cultura positiva respecto al emprendimiento y la innovación, situando a la Universidad de La Laguna como un centro neurálgico clave respecto a los distintos agentes de nuestro entorno responsables de este cambio de cultura.

Nos complace comprobar como, resultado de este esfuerzo y dedicación, están surgiendo las primeras iniciativas empresariales en el seno de nuestra Universidad. Ya desde la escasa perspectiva que nos aporta un año y medio de vida del proyecto, este dinamismo parece hacerse más patente para el caso del sector turístico. Prueba de ello es que, por un lado, se ha registrado un elevado nivel de participación e interés en las diferentes actividades de *Emprende.ull* por parte de los alumnos de la Universidad de La Laguna que cursan estudios relacionados con el turismo (Grado y Posgrado). Además, de los once proyectos presentados en la Jornada de Presentación de Proyectos (ver cuadro 2), tres estaban claramente enfocados hacia el sector turístico (girando en torno a la puesta en marcha de redes sociales de proximidad para promover el turismo y el comercio local a través de Internet así como a la creación de nuevas ofertas turísticas basadas en la innovación), mientras que la mayor parte del resto de proyectos tenían claros vínculos y sinergias con el sector (sistemas de mantenimiento y depuración de infraestructuras turísticas, oferta de restauración, consultoría turística...).

Estos resultados, junto con las dinámicas del sector apuntadas en el epígrafe 2, nos permiten concluir que ha de realizarse un importante esfuerzo de apoyo y promoción de las actividades y actitudes orientadas hacia la emprendeduría y la innovación, en general, en el alumnado universitario, aunque de manera específica en el caso de estudiantes involucrados en titulaciones relacionadas con el sector turístico, especialmente en un entorno, Canarias y España, en el que la mayor parte de su actividad económica gira en torno a este sector.

ACCIONES	BENEFICIARIOS
Jornadas motivación en aula	843
Cápsulas Formativas de Detección de Ideas Empresariales	68
Laboratorios de Ideas Empresariales (LIEs)	33
Taller de Iniciativas Emprendedoras (TIEs)	39
Mesa Sectorial	255
Programa CREA (beneficiarios)	67
Conferencias divulgación – motivación	413
Detección aptitudes emprendedoras (Stand Día Emprendedor)	111
Apoyo docente profesorado (Intervenciones en clases, beneficiarios)	87
I Foro Presentación de Proyectos (Proyectos presentados)	11
II Foro Emprendeduría Universitaria	146
TOTAL	2073

Cuadro 1. Beneficiarios directos de *Emprende.ull*. Curso 2008-09

Cuadro 2. Relación de proyectos presentados al I Foro de Presentación de Proyectos Universidad de La Laguna 2008.	
	<p>MadeinLocal.com es una red social de proximidad para promover el turismo y el comercio local a través de Internet. Estamos especializados en el desarrollo de soluciones Web innovadoras para las relaciones sociales y comerciales, mediante un enfoque web 2.0.</p>
	<p>SAVIA Consulting ofrece un servicio de diseño, gestión e implementación de diversas técnicas de diálogo dirigidas a prevenir o resolver conflictos multi-partes. Además de gestionar el diseño e implementación de intervenciones en la mediación en conflictos, facilita el acceso a la información, y seguimiento de los procesos comunicativos a través de un Observatorio Integral de la Convivencia virtual.</p>
	<p>El principal servicio ofrecido por ECOFERTIL es el control biológico de plagas, en concreto de la polilla de la papa, mediante la producción y aplicación de otro insecto controlador. Los métodos de producción de dicho insecto se han experimentado previamente con la participación de investigadores de la Universidad de La Laguna, dando resultados positivos. Asimismo se ofrecen servicios de mayor valor añadido: diagnóstico inicial, diseño de la intervención, implantación, seguimiento y control de otras plagas colaterales.</p>

Cuadro 2. Relación de proyectos presentados al I Foro de Presentación de Proyectos Universidad de La Laguna 2008. CONTINUACIÓN.

	<p>La fase inicial contempla la apertura de un taller de reparación, mantenimiento y puesta a punto de equipos electrónicos musicales. Posteriormente, en una segunda fase, AMPELTON audiotecnía pretende acometer la venta de equipos de segunda mano, reparados y verificados en el taller. Por último, en una tercera fase, el objetivo del proyecto acometería el diseño y construcción de equipos 'Custom', bajo peticiones personales de los clientes.</p>
	<p>Transilvanian Adventure Lodge es una empresa turística situada en Rumanía al pie de la cordillera de los Cárpatos que ofrece una amplia gama de servicios que se estructuran en cuatro grupos: alojamiento en casas rurales, actividades al aire libre, programaciones culinarias e itinerarios culturales. Nuestro producto se dirige al turista activo que valora la naturaleza en su estado más puro y que busca una auténtica aventura.</p>
	<p>El principal servicio ofrecido es el de producción de contenidos digitales para cine, televisión y publicidad, utilizando una cámara de elaboración propia, mediante el uso de tecnología puntera de cinematografía digital, ofertando además el servicio de alquiler de cámara. Actualmente trabajamos con imágenes 3D basadas en estereoscopia y pretendemos llegar a producir este tipo de contenidos íntegramente desde Canarias, así como ofrecer diversos servicios relacionados.</p>
	<p>Desarrollo de un sistema de monitorización y control remoto para fincas agrícolas e invernaderos, basado en un novedoso estándar para la gestión de redes malladas inalámbricas de bajo consumo. El sistema recogerá los datos de variables ambientales, fisiológicas del cultivo, del estado hídrico del suelo, etc. y, en base a los datos recogidos, accionará los mecanismos de control climático correspondientes.</p>

Cuadro 2. Relación de proyectos presentados al I Foro de Presentación de Proyectos Universidad de La Laguna 2008. CONTINUACIÓN.	
	<p>Queremos que Internet sea fácil de usar para cualquier usuario, que encuentre lo que realmente está buscando, facilitar esa búsqueda y, sobre todo, queremos que nuestras Pymes tengan presencia en la red.</p> <p>Es por eso que la idea de negocio consiste en crear un portal gastronómico dinámico donde se incluirían TODOS los restaurantes de la isla, de forma gratuita, con buscador por comida, lugar etc, facilitando la interacción entre el cliente y el restaurante, mediante valoraciones, opiniones, sugerencias, etc y favoreciendo a aquellos negocios con las valoraciones más altas, situándolos en los primeros lugares. Se obtendrían ingresos de los negocios que deseen aparecer de forma destacada en el portal, desarrollándoles un anuncio y una Web independiente.</p>
	<p>PapaTango integra ideas de innovación en el ámbito de la comida para llevar. Flexibilidad, calidad, precio e imagen son las cuatro variables que definen a este nuevo concepto de comida casera. Bajo un sistema de autoservicio, el cliente ahorra tiempo y dinero. La calidad se percibe gracias a un proceso de transformación visible y transparente.</p>
	<p>El objetivo fundamental de DUOS CUIDADOS es la prestación de servicios a domicilio de cuidados globales al usuario de calidad, en todas las esferas (física, psíquica, social y funcional), tanto en situación de salud como de enfermedad, y/o familia para la integración en su entorno y que favorezcan la adquisición o recuperación de hábitos y/o recursos que permitan mejorar su grado de autonomía en beneficio de una mejor calidad de vida.</p>
	<p>Integración y Comercialización de Sistemas y Equipos para el Tratamiento de Agua y Aire mediante la investigación y el desarrollo de aplicaciones innovadoras del ozono y las radiaciones de alta energía.</p>

Bibliografía

- Comisión de las Comunidades Europeas
2003 *Libro verde. El espíritu empresarial en Europa*. Bruselas: Publicaciones de la DG Empresa. Disponible en: http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/p/green_paper/green_paper_final_es.pdf
- Comisión de las Comunidades Europeas
2006 *Aplicar el programa comunitario de Lisboa: Fomentar la mentalidad empresarial mediante la educación y la formación*. Consultado en la dirección: <http://eurllex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0033:FIN:ES:PDF> en Mayo de 2009.
- Comisión de las Comunidades Europeas
2008 *Survey of Entrepreneurship in Higher Education*. Bruselas: Publicaciones de la DG Empresa. Disponible en: <http://www.ncge.com/files/biblio1174.pdf>
- Drucker, P
1986 *La innovación y el empresariado innovador: la práctica y los principios*. Barcelona: Edhasa.
- Fayós – Solá, E.
1994 “Competitividad y calidad en la nueva era del turismo”. *Estudios Turísticos*, nº 123, pp.5 – 10.
- Müller, H
2001 “Tourism and Hospitality into the 21 Century”. En Lockwood, A, and Medlik, S; (eds.) *Tourism and Hospitality in The 21 Century*, Oxford: Ed. BH.
- Olsen, M
2001 “Hospitality and the Tourist of the Future”. En Lockwood, A, and Medlik, S; (eds.) *Tourism and Hospitality in The 21 Century*, Oxford: Ed. BH.
- Organización Mundial del Turismo
1998 *Introducción al turismo*. Madrid: OMT.
- Uriel, E; Monfort, V; Ferri, J. y Fernández de Guevara, J.
2001 *El sector turístico en España*. Valencia: Caja de Ahorros del Mediterráneo.
- World Tourism Organization
2001 *Global Forecast and Profiles of Market Segments*. Madrid: UNWTO.

Notas

¹ El Programa de Fomento a la Emprendeduría de la Universidad de La Laguna, *Emprende.ull*, es un programa del Servicio Canario de Empleo del Gobierno de Canarias, cofinanciado por el Fondo Social Europeo en un 85%, e impulsado por la Universidad de La Laguna a través de la Fundación Empresa Universidad de La Laguna

² Ver www.emprende.ull.es.

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

⁴ <http://www.valnalon.com/>

⁵ <http://www.valnalon.com/>

Recibido: 15/06/2009

Aceptado: 01/09/2009

Sometido a evaluación por pares anónimos