

El Emprendimiento Comunitario Como Resultado De La Vinculación Social Universitaria Para El Fortalecimiento De Proyectos Productivos

Giselle Olivares

Maestra en Administración, UJAT, México

Jahicela Liévano

Doctorante en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnologías,
UJAT, México

Maythe Ruiz

Maestra en Administración, UJAT, México

Doi:10.19044/esj.2018.v14n22p122 [URL:http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n22p122](http://dx.doi.org/10.19044/esj.2018.v14n22p122)

Abstract

The university is an institution with a social commitment that trains professionals in different fields. In addition to the substantive functions, referred to higher education as teaching, research and dissemination of culture, bonding arises as an increasingly important activity, which is fundamental because it is associated with strengthening the productive and social sectors. Under this premise, the Universidad Juárez Autónoma de Tabasco in Mexico has a strategic axis focused on linking to development in which different programs operate, including those of social inclusion for the benefit of communities in the region. As a consequence, the present investigation of qualitative and exploratory scope is developed under the case study design, with the objective of explaining how community entrepreneurship can be consolidated from the academy fostering social bonding; documenting an institutional project that was favorable both for the institution through social ties with Tabasco communities, and for a group of small producers of the entity. The community project was developed through an alliance between students, research professors and entrepreneurship experts. The results showed that the link is an effective instrument to strengthen the relevance of the university, to meet social needs, support government agencies to make their programs more efficient and effective, as well as feedback the training processes of the university itself, for the benefit of different communities of the state of Tabasco in Mexico.

Keywords: community entrepreneurship, higher education, social linkage

Resumen

La universidad es una institución con un compromiso social que forma profesionales en distintos ámbitos. Como parte de las funciones sustantivas referidas a la educación superior, tales como docencia, investigación y difusión de la cultura, surge la vinculación como una actividad que va cobrando cada vez mayor relevancia, la cual resulta fundamental por estar asociada a fortalecer los sectores productivos y sociales. Bajo esta premisa, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en México cuenta con un eje estratégico enfocado a la vinculación para el desarrollo en el que operan diferentes programas, entre ellos los de inclusión social en beneficio a comunidades de la región. Como consecuencia, se desarrolla la presente investigación de corte cualitativo y alcance exploratorio bajo el diseño de estudio de casos, con el objetivo de explicar cómo el emprendimiento comunitario puede consolidarse desde la academia fomentando la vinculación social; documentando un proyecto institucional, que resultó favorable tanto para la institución mediante la vinculación social con comunidades tabasqueñas, como para un grupo de pequeños productores de la entidad. El proyecto comunitario se desarrolló mediante una alianza entre estudiantes, profesores investigadores y expertos en emprendimiento. Los resultados mostraron, que la vinculación es un instrumento eficaz para fortalecer la pertinencia de la universidad, al atender las necesidades sociales, apoyar a las dependencias gubernamentales para que sus programas sean más eficientes y eficaces, así como retroalimentar los procesos formativos de la propia universidad, en beneficio de distintas comunidades del estado de Tabasco en México.

Palabras Clave: emprendimiento comunitario, educación superior, vinculación social

Introducción

La vinculación de la universidad con la sociedad se ha manifestado como una estrategia para aprovechar el conocimiento adquirido en beneficio del sector empresarial; lo anterior, como resultado del desarrollo social y como una estrategia de competitividad de los sectores productivos y de servicios (León, 2004; Emiliozzi, Vasen y Palumbo, 2011; Boza Valle y Manjarez Fuentes, 2016; Mite-Alban, López-Franco y Lovato-Torres, 2017) contribuyendo tanto a la solución de problemas como a la armonización de programas que se adapten a las exigencias de los mercados nacionales e internacionales (Llomovatte et al., 2007; Ganfong, Silveira y Martorell, 2002; Emiliozzi, Vasen y Palumbo, 2011).

Por ende, a la universidad contemporánea se le exige pensar estratégicamente, planificar, responder creativamente a las demandas

cambiantes, identificar, definir y resolver problemas en función del bienestar social, formular alternativas, soluciones y evaluar resultados, así como tener conciencia acerca de criterios de calidad y desempeño (Ganfong, Silveira y Martorell, 2002, Di Bello y Romero, 2018), ocupando un rol más activo en los procesos de transferencia de conocimientos al medio social y económico (Emiliozzi, Vasen y Palumbo, 2011). En consecuencia, se espera entonces que las instituciones de educación superior se impregnen de la lógica de mercado y busquen nichos de oportunidad comercial (Sutz, 2003), es decir, sean universidades emprendedoras, de triple hélice y con un nuevo modo de producción de conocimientos (Gibbons et al., 1994; Etzkowitz y Leydesdorff, 2000; Etzkowitz, 2009). Con ello, la universidad aporta al desarrollo sustentable y a la inclusión social, y uno de sus principales desafíos está dando en crear conocimiento socialmente pertinente (Sutz, 2003; Jansen, 2008; Di Bello y Romero, 2018).

Por ende, en las últimas décadas se viene gestando la vinculación como una cuarta función de la universidad, lo cual implica la transferencia de conocimientos y el vincularse con las empresas, el gobierno y la sociedad (Llomovatte et al., 2007). Esta cuarta función se apoya en el modelo de la triple hélice (Etzkowitz, 2009) que consiste en una articulación ascendente y continua entre el estado, la empresa y la universidad; para lo cual, esta última debe orientar tanto a la función de docencia en la formación de los futuros profesionales, como a la investigación en el impulso de las ciencias básicas a las ciencias aplicadas (Llomovatte et al., 2007) porque el conocimiento es inseparable de sus condiciones de producción (Ganfong, Silveira y Martorell, 2002).

En consecuencia, la relación universidad–sociedad–sector productivo, no puede ser vista como el aprovechamiento ocasional de las capacidades universitarias ya instaladas, sino que requiere además de estrategias activas para la construcción conjunta de ventajas competitivas (Llomovatte et al., 2007). Por tanto, la ampliación y fortalecimiento de la vinculación entre la universidad y la empresa se ha constituido en uno de los temas centrales de las políticas científico-tecnológicas en América Latina (Ganfong, Silveira y Martorell, 2002; Emiliozzi, Vasen y Palumbo, 2011); ya que para que una empresa sea competitiva requiere, entre otras estrategias, vincularse con las universidades a fin de poder contar con un recurso humano calificado y de alto nivel (Emiliozzi, Vasen y Palumbo, 2011).

Sin embargo, a pesar del auge y la importancia que tiene la vinculación de las universidades con sus sectores productivos, sociales y de gobierno, aún se requieren fortalecer las estrategias y acciones para incrementar el aprovechamiento del conocimiento y los recursos y con ello abonar a la consolidación y desarrollo de las empresas (Ganfong, Silveira y Martorell, 2002; Llomovatte et al., 2007; Emiliozzi, Vasen y Palumbo, 2011). En este

tenor, el papel de las instituciones gubernamentales es fundamental porque facilita y coadyuva a que se establezcan mecanismos para que dicha vinculación se lleve a cabo de manera holística y eficiente (Etzkowitz, 2009; Boza Valle y Manjarez Fuentes, 2016).

Para el caso de México, en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 se planteó como una de las metas nacionales un México próspero, siendo uno de sus objetivos desarrollar los sectores estratégicos del país a través de la estrategia de fomentar la economía social; además, a fin de promover un desarrollo social para un México incluyente, manifiesta dicho documento que la educación deberá estar en estrecha vinculación con la investigación y con la vida productiva del país (PND 2013-2018). De conformidad con esta visión, el Plan Sectorial de Desarrollo Social 2013-2018 busca promover la participación de los ciudadanos mediante el fomento de procesos participativos, de inclusión productiva y con mecanismos de desarrollo que consoliden la cohesión social, siendo necesario que mediante esquemas de apoyo productivo, capacitación, asistencia técnica, apoyos a la comercialización y consolidación de empresas o negocios, los ciudadanos - sobre todo aquellos en condiciones de vulnerabilidad- encuentren un nicho de oportunidad económica (PSDS 2013-2018). Teniendo este marco de referencia, las Instituciones de Educación Superior, principalmente aquellas de carácter público, deben participar de manera activa en este proceso de cohesión social y de dignificación de las comunidades, apoyándose del recurso humano formado y en el proceso de aprendizaje con el que cuentan (PND 2013-2018).

De acuerdo a lo anterior, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco -UJAT-, que constituye una universidad pública ubicada en el sureste mexicano, contempla en su Plan de Desarrollo Institucional 2016-2020 la vinculación de la universidad con el entorno social y productivo; lo anterior, como parte del eje estratégico “Vinculación para el Desarrollo” y en concordancia con su Plan de Desarrollo a Largo Plazo 2028. En este sentido, la UJAT se ha planteado como objetivos estratégicos contribuir a la atención de los sectores sociales y fortalecer las relaciones de cooperación con el sector productivo. Para ello, han establecido alianzas con dependencias gubernamentales que le han permitido participar en convocatorias, cuyo fin es tener un impacto significativo en el desarrollo social y económico de las comunidades más necesitadas.

En este contexto, la presente investigación explica cómo el emprendimiento comunitario puede consolidarse desde la academia fomentando la vinculación social. Para ello, se documenta un caso de éxito en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco mediante una alianza entre estudiantes, profesores investigadores y consultores del Centro de Emprendimiento Universitario con el gobierno federal, para proporcionar

asistencia técnica y acompañamiento a proyectos productivos de distintas comunidades del estado de Tabasco en México.

Marco Teórico

Vinculación Universidad-Empresa-Sociedad

La Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior -ANUIES- define la vinculación como una actividad estratégica de las instituciones de educación superior; la cual contribuye significativamente a las tareas de formación integral de los estudiantes, y a la producción y transferencia de conocimientos socialmente útiles, que aporten soluciones a los problemas más urgentes de la sociedad e incidan en el bienestar social, el crecimiento económico, la preservación de la riqueza de los recursos naturales y en la transferencia de conocimientos a la sociedad (ANUIES, 2017).

Por ende, la vinculación puede ser vista como una relación de intercambio y cooperación entre las instituciones de educación superior, los centros de investigación, y el sector productivo; además, se lleva a cabo a través de modalidades específicas que se formalizan por medio de convenios, contratos o programas (Casalet y Casas, 1997).

En consecuencia, para intensificar el esquema que permite la interacción de los diferentes elementos en los que converge la vinculación entre la universidad, empresa y sociedad, existen mecanismos que facilitan dicho proceso (Tabla 1); los cuales, se identifican como: pasivos, activos, y de cooperación (León, 2004).

Tabla 1.- Mecanismos para dinamizar las relaciones universidad y sector externo

Mecanismos operativos pasivos de interrelación pasiva	Mecanismos de interrelación operativos activos	Mecanismos operativos de intercomunicación y cooperación
<ul style="list-style-type: none"> - Contratos de I&D - Licencias de patentes - Informes técnicos y asesorías científicas - Apoyo tecnológico - Servicios de normalización y calibración y ensayos industriales - Información científica y tecnológica - Formación de personal científico y técnico 	<ul style="list-style-type: none"> - Seguimiento, evaluación y difusión de los resultados de los proyectos - Concentración y difusión de la oferta tecnológica. - Acuerdo marco con empresas - Intercambio de personal - Cooperación con las asociaciones de investigación y/o institutos tecnológicos - Creación de empresas 	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones de sensibilización y movilización de los sectores productivos y de los investigadores - Clubes - Investigación / industrial - Proyectos cooperativos I&D - Institutos mixtos tecnológicos - Centros formación en empresas

Fuente: León (2004).

De igual forma, la vinculación universitaria consiste en un proceso dinámico y cambiante, que requiere tomar en cuenta el entorno en el que se desarrollan las relaciones con todos los agentes involucrados (Chang Castillo, 2010). Dentro de este proceso de vinculación, el papel de la universidad en el desarrollo tecnológico y la innovación, juega un papel importante a la hora de analizar todo el ambiente en el que se desenvuelve (Etzkowitz, 2002).

Además, las relaciones de vinculación se deben concretar en acciones y proyectos que satisfagan las necesidades de la universidad y las de la empresa. Donde la universidad presenta el factor humano y clave para la investigación y el desarrollo, tanto al interior con sus alumnos, egresados e investigadores; como con su exterior, por el aporte que esta genera (Etzkowitz, 2002; Chang Castillo, 2010; Di Bello y Romero, 2018).

Asimismo, las instituciones de educación superior en su afán de vincularse con la sociedad, implementan diversas estrategias que le permiten generar un impacto positivo en su entorno, así como el fortalecimiento de sus propias comunidades (Figura 1).

Figura 1.- Estrategias de Vinculación



Fuente: Elaboración propia (2018), basado en el sitio web de ANUIES.

Lo anterior, se complementa con el modelo de la triple hélice (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000) que establece la interacción entre la universidad, el sector público y el empresarial; lo cual aporta conocimiento, investigación, comercialización y desarrollo de programas de apoyo; facilitando la vinculación, la difusión y la puesta en marcha del conocimiento en beneficio a la sociedad (Borjas De Xena, 2012) así como un cambio de paradigma hacia una misión emprendedora por parte de las universidades (Chang Castillo, 2010).

Emprendimiento Comunitario y Vinculación Social universitaria

Un aspecto en el cual se requiere enfocar la atención, está dado porque el conocimiento adquirido en las universidades y centros de investigación se refleje y aplique en la sociedad. Si esta inclusión se manifiesta en el sector

rural y en beneficio de comunidades, adquiere mayor importancia (Mite-Alban, López-Franco y Lovato-Torres, 2017; Di Bello y Romero, 2018). En este contexto, las universidades tienen un fuerte compromiso social mediante el cual requieren responder de manera efectiva a su entorno, haciendo uso de sus funciones básicas como docencia, investigación y extensión (Guillén, 2012). Por consiguiente, va adquiriendo cada vez más fuerza la articulación de nuevas formas de vinculación (Beltrán-Llavedor, Íñigo-Bajo y Mata-Segreda, 2014).

Para fortalecer y desarrollar la dimensión social de la universidad, es necesario que sus actividades de extensión tengan una relación estrecha con las comunidades. Por ende, deben constituirse espacios para la difusión del conocimiento y el intercambio de experiencias, donde son cada vez más frecuentes las prácticas de los estudiantes implicándose en una comunidad local (Beltrán-Llavedor, Íñigo-Bajo y Mata-Segreda, 2014), ya que la vinculación representa un elemento fundamental que permite a las instituciones de educación superior, interactuar con su entorno por medio de la colaboración y cooperación (Alcántara y Arcos, 2004).

La vinculación cooperativa, entonces, está integrada por todas aquellas actividades y/o proyectos en que intervienen diversas instituciones y/o sectores (Tabla 2), para lograr fines y beneficios comunes con el firme compromiso de crear un ambiente propicio que estimule y soporte el aprendizaje, la innovación y la mejora constante (León, 2004).

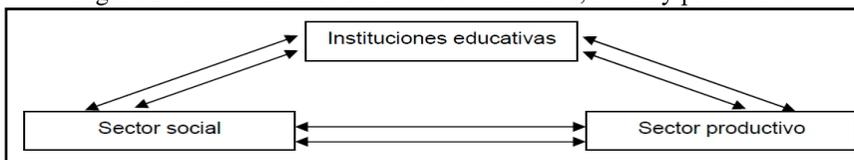
Tabla 2.- Factores que motivan la Vinculación

Universidades	Empresas	Administración pública
Interés porque la universidad contribuya en el desarrollo económico de la región.	Obtener capacitación y/o actualización de acuerdo con las necesidades de la empresa.	Optimizar los recursos para el fomento de proyectos del sector productivo.
La industria como fuente de nuevos recursos.	Tener conexión con el mundo científico.	Transparencia en el manejo de recursos de fomento.
Las actividades de I+D es parte de las labores del académico,	Asesoría, consultoría y apoyo tecnológico con personal cualificado: Incluye proyectos y resolver problemas técnicos.	Posibilidad de que sean las universidades que reciban indirectamente los dineros mediante un subsidio cruzado. Es decir, el Estado financia la demanda y no la oferta.
Tener acceso a los fondos gubernamentales.	Interés en actividades no relacionadas con I+D.	Facilitar la formación de personas de escasos recursos mediante un manejo transparente.
Interés por intensificar la comercialización de los resultados de las investigaciones académicas.	Tener acceso a las instalaciones universitarias y de instituciones de investigación.	Contribución al fortalecimiento institucional
Dar señales claras de las competencias de sus profesionales y docentes de cara a la productividad y competitividad.	Aprovechar la ciencia como recurso de información para la innovación.	Contribución al fortalecimiento del sistema de salud regional.
Poner en contacto tempranamente a estudiantes con el mundo empresarial.	Socializar conocimientos y enfoques para la mejora de procesos y productividad.	Apoyo a la microempresa a través la creación de entidades mixtas donde esté la universidad, la PYME y la administración pública.

Fuente: León (2004).

Para lograrlo, es fundamental que la universidad tenga clara su responsabilidad social porque en función de ello, deberá actuar y vincularse con la sociedad (Martínez Rizo, 2000); ya que al interactuar con su entorno, posibilita también la capacidad de relacionarse con los sectores productivos en acciones de beneficio mutuo (Figura 2), y en favor de su posicionamiento estratégico (Alcántar y Arcos, 2004).

Figura 2.- Relación entre los sectores educativo, social y productivo



Fuente: Alcántar y Arcos (2004).

Por ende, los sectores productivo, social y educativo conforman un esquema de retroalimentación continua para integrar el proceso de vinculación; lo cual implica que las necesidades de los sectores productivos y sociales, deben estar presentes en el diseño de los programas de vinculación (Alcántar y Arcos, 2004; Boza Valle y Manjarez Fuentes, 2016).

Retos de la vinculación universitaria

De acuerdo a la OCDE (2008), la educación superior ha tenido una tendencia creciente hacia la internacionalización del conocimiento, con una fuerte interacción desde lo local, nacional e internacional. En este sentido, un escenario de redes abiertas para propiciar la vinculación implica intensos vínculos entre los distintos actores, aunado al crecimiento en el sector empresarial que va de la mano con la generación del conocimiento (García-Guadilla, 2013).

Dado que la intención es impulsar la mejor apropiación del conocimiento para el bienestar social, le corresponde a la institución de educación superior hacer un análisis adecuado de su entorno, que le ayude a definir la mejor manera de hacer llegar dicho conocimiento y su acción, en beneficio de las comunidades (Beltrán-Llevador, Íñigo-Bajo y Mata-Segreda, 2014).

En cuanto a la formación del estudiante, el papel de la universidad tiende a cambiar a fin de formar al alumno a través de experiencias reales, que se enfoquen en la prestación de servicios a la comunidad (Ramalho y Beltrán, 2012; Di Bello y Romero, 2018). Por consiguiente, la tendencia hacia la creación de nuevas formas de conocimiento, cooperación, alianzas, así como aspectos relativos a la creación de empresas; ha facilitado el desarrollo de la vinculación entre la universidad y el sector empresarial (Chang Castillo, 2010).

En este sentido, una estrategia que coadyuve al fortalecimiento de la vinculación universitaria, consiste en establecer esquemas apropiados para una mayor participación social, que fortalezcan sus instancias de vinculación con la sociedad, el sector productivo, y con el entorno inmediato en el cual opera la universidad. Así también, se fomenta la pertinencia institucional, favorece el reconocimiento social de la universidad, mejora su imagen, así como el posicionamiento institucional en el entorno al que sirve (Alcántar y Arcos, 2004; Di Bello y Romero, 2018).

Metodología

El presente estudio se desprende de una investigación de corte cualitativo de alcance exploratorio bajo el diseño de estudio de casos (Sampieri et al., 1994), el cual se enfoca a comunidades del estado de Tabasco en México que cuentan con problemáticas específicas.

El trabajo permitió que los investigadores se familiarizaran con los productores, indagaran sobre sus requerimientos y apoyarlos en base a sus necesidades. También, con la ayuda de entrevistas se conocieron a fondo sus problemáticas y se estudió cada caso para determinar la asesoría requerida para su proyecto y el acompañamiento respectivo. Para presentar los resultados, se determinaron como variables el emprendimiento comunitario, la educación superior y la vinculación social.

La muestra fue no probabilística (Sampieri et al., 1994), intencionada, conformada por ocho comunidades del estado mexicano de Tabasco, las cuales se seleccionaron por conveniencia para atender ocho proyectos productivos asignados por la dependencia gubernamental que participó en el programa, a través de su representación estatal.

Asimismo, contó con la participación de 10 estudiantes universitarios de las licenciaturas en Economía, Relaciones Comerciales y Alimentos, así como profesores investigadores de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco y cinco Consultores del Centro de Emprendimiento de la UJAT.

Figura 3.- Proceso Metodológico para el desarrollo del proyecto



Fuente: Elaboración propia (2018).

Los equipos se integraron de acuerdo a la naturaleza de los proyectos productivos, dividiéndolos en tres grupos: alimentos; cría y engorda de cerdos; y cría y comercialización de mojarra tilapia. Los profesores investigadores brindaron asesoría en el área técnica, apoyados por los estudiantes, mientras que los consultores del Centro de Emprendimiento estuvieron a cargo de los rubros de administración, finanzas, comercialización y mercadotecnia; actividad en la que también apoyaron los estudiantes.

Resultados

Programa de Emprendimiento Comunitario

A través del programa de emprendimiento comunitario, la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco se vinculó con comunidades del estado de Tabasco en México. Dicho programa consistió en brindar acompañamiento mediante el Centro de Emprendimiento de la universidad, a ocho proyectos productivos en distintas comunidades del estado, teniendo actividades que abarcaron desde la integración de los grupos de trabajo y el diagnóstico de necesidades, hasta el acompañamiento en sus iniciativas empresariales y el seguimiento de las mismas.

Los proyectos atendidos se desarrollaron en comunidades donde ya se encontraban los grupos sociales formados e incluso se evidenciaba experiencia en la actividad productiva. Dichos proyectos consistieron en: la elaboración y comercialización de longaniza y carne chinameca; la producción e industrialización de pasta de tomate; producción y engorda de tilapia en módulos, y cría y engorda de cerdos. La vinculación, ha sido posible gracias a la integración de un equipo de trabajo conformado por estudiantes de las Licenciaturas en Alimento, Relaciones Comerciales y Economía, profesores investigadores y consultores del Centro de Emprendimiento de la UJAT.

Los resultados reflejan que es posible tener una vinculación efectiva donde participen alumnos, docentes y consultores de la Universidad (Figura 2). Asimismo, los representantes de los grupos sociales aceptaron con gran entusiasmo la intervención de la Universidad conjuntamente con la dependencia gubernamental, en el fortalecimiento y consolidación de sus proyectos productivos; dándoles de esta forma la oportunidad de generar recursos propios, así como propiciar la creación de nuevos empleos directos e indirectos. Además, con el apoyo de la institución educativa se fortalecieron los proyectos productivos con asesoría técnica y acompañamiento.

En este ejercicio de vinculación social, se generaron además dos proyectos de investigación y los profesores investigadores que participaron hicieron actividades de campo in situ, permitiéndoles a sus estudiantes observar de cerca los procesos productivos.

Figura 4.- Resultados



Fuente: Elaboración propia (2018).

Conclusion

Los resultados alcanzados contrastan la revisión de literatura, resaltando el gran potencial que tiene la vinculación social desde las universidades para coadyuvar al crecimiento de pequeños productores y fomentar con ello la participación de la universidad en programas de vinculación desde diferentes ámbitos. Además, beneficia a los estudiantes a través de la adquisición de competencias que contribuyen a su formación integral, a los profesores investigadores al transferir sus conocimientos para la solución de problemas reales de la sociedad, y abona al cumplimiento de la política nacional y estatal en materia de crecimiento económico y social. Asimismo, se refleja el compromiso social de la Universidad con su entorno, posicionándola no solo como un ente generador de conocimientos y profesionales, sino como un órgano sensible a las demandas y necesidades sociales.

La literatura manifiesta, que para el caso de las universidades y dado el cambiante mercado globalizado que impera, han surgido en la última década nuevos elementos que el mercado exige, tales como: fomento de mecanismos de cooperación, coordinación, consulta, promoción, imagen institucional y participación social. Todo ello, causa un impacto en el posicionamiento de la institución en su entorno y por consiguiente, la vinculación se convierte en un instrumento eficaz de promoción de la universidad.

Adicional, el proyecto comunitario desarrollado constituye una muestra del potencial que tiene una institución de educación superior para vincularse con su entorno, haciendo uso de sus recursos humanos, tecnológicos y materiales. Ello, presenta múltiples beneficios para el desarrollo de las actividades inherentes a su dinámica académica y de investigación.

En este sentido, el proyecto permitió la capacitación en diversas temáticas administrativas y técnicas para 37 personas. Asimismo, se atendieron a 66 mujeres indígenas miembros de un proyecto textil, beneficiando con estas acciones de capacitación a población vulnerable del

estado de Tabasco. Otro beneficio directo del proyecto, fue la participación de 10 estudiantes como parte de sus actividades de Servicio Social. Adicional, la universidad tuvo presencia en las comunidades a través del trabajo palpable de profesores investigadores, estudiantes y personal administrativo, coadyuvando en el desarrollo económico y social de la entidad.

Por consiguiente, el fomento del emprendimiento comunitario desde la academia debe consolidarse y coadyuvar al vínculo universidad – sociedad con la participación activa de todos los involucrados. Para el caso de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, queda demostrado que la alianza universidad-sociedad-gobierno puede dar frutos en diferentes vertientes, desde la transferencia de conocimiento, hasta la investigación aplicada; en beneficio de estudiantes, docentes-investigadores y sociedad.

Finalmente, ante el auge y la solidez de la función de vinculación en muchas instituciones de educación superior alrededor del mundo, se hace necesario una normatividad acorde a las exigencias del mercado, así como adecuar procesos administrativos endógenos que favorezcan una participación más activa por parte de las instituciones educativas.

Para futuras investigaciones, se recomiendan trabajos de campo a fin de abonar a esta área de conocimiento y así cortar la brecha entre la oferta de servicios de las instituciones y la demanda de los distintos mercados potenciales; ello, dada la importancia que representa la vinculación social desde las universidades en aras de fortalecer los proyectos productivos de las comunidades y en el fomento del emprendimiento comunitario y la economía social.

References:

1. Alcántar, V. M. y Arcos, J. L. (2004). La vinculación como instrumento de imagen y posicionamiento de las instituciones de educación superior. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 6 (1).
2. Beltrán-Llevador, J., Íñigo-Bajo, E. y Mata-Segreda, A. (2014). La responsabilidad social universitaria, el reto de su construcción permanente. *Revista Iberoamericana de Educación Superior, Universia*. 14(V), 3-18.
3. Borjas De Xena, L. (2012). La educación empresarial en instituciones de educación superior venezolanas. *Estudios Gerenciales*, 28 (2012), 51-58.
4. Boza Valle, J.A; Manjarez Fuentes, N. (2016). Gestión de emprendimiento de Economía Popular y Solidaria para potenciar un desarrollo comunitario local. *Avances*. 17(1), ene.- marzo, 2016, 66-75.

5. Chang Castillo, H.G. (2010). El modelo de la triple hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y empresa. *Revista Nacional de administración*, 1 (1), Enero-Junio 2010, 85-94.
6. Di Bello, M., y Ana Romero, L. (2018). Vinculación y extensión universitaria: la relación entre la universidad y sus entornos en las universidades nacionales de Quilmes y Lanús. *Apuntes*, 45(82), 145-171.
7. Emiliozzi, S., Vasen, F., y Palumbo, M. M. (2011). Desafíos para la vinculación entre la universidad pública y demandas de actores sociales y gubernamentales. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 20(2), 329-341.
8. Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29, 109-123.
9. Etzkowitz, Henry, (2002). Networks of Innovation: Science, Technology and Development in the Triple Helix Era. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 1(1), 7-31.
10. Etzkowitz, H. (2009) *The Triple Helix. University-Industry-Government Innovation in Action*. Nueva York: Routledge.
11. Ganfong, C. P., Silveira, J. F., y Martorell, M. P. (2002). Tendencias en la vinculación universidad - empresa en la última década del siglo XX. *Pedagogía Universitaria*, 7(2), 59-69.
12. García-Guadilla, C. (2013). Universidad, desarrollo y cooperación en la perspectiva de América Latina. *Revista Iberoamericana de Educación Superior, Universia*. 9(IV), 21-33.
13. Gibbons, M.; Limoges, C.; Nowotny, H.; Schwartzman, S.; Scott, P. Y Trow, M. (1994). *The New Production of Knowledge*. Londres: Sage.
14. Guillén, León. (2012). La responsabilidad social universitaria: un estudio de caso aplicado a la Universidad Autónoma del Caribe en Barranquilla, Colombia. *Memorias VIII Congreso Internacional de Educación Superior Universidad 2012*, La Habana, Cuba.
15. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (1994). *Metodología de la investigación*, México, Mc Graw Hill.
16. Jansen, L. (2008). La contribución de la educación superior al desarrollo sustentable en AA.VV. *La educación superior en el mundo: Nuevos retos y roles emergentes*. Barcelona, Mundiprensa, 83-88.
17. León, G.A. (2004). Un modelo de vinculación universidad - PYME - administración pública para la creación de centros de desarrollo productivo en la Costa Caribe de Colombia. *Ingeniería y Desarrollo*, (15), 84-115.

18. Llomovatte Silvia, Juarros Fernanda, Naidorf Judith y Guelman Anahí. (2006). La vinculación Universidad-Empresa: Miradas críticas desde la universidad pública. Fundamentos en Humanidades. Universidad Nacional de San Luis – Argentina, Buenos Aires. Editorial Miño y Dávila. Colección Libros del Laboratorio de Políticas Públicas, VIII, I (15).
19. Martínez Rizo, F. (2000). Nueve retos para la educación superior. Funciones, actores y estructuras. México: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.
20. Mite-Alban, M.T; López-Franco, M.L; Lovato-Torres, S.G. (2017). Emprendimiento en el Morro, empresas familiares y sus necesidades de capacitación. Dominio de las Ciencias. 3(2), marzo 2017, 62-85.
21. OECD. (2008). Four future scenarios for higher education, París, CERI/OCDE.
22. PND. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de: <http://pnd.gob.mx/>
23. PSDS. Plan Sectorial de Desarrollo Social 2013-2018. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de: http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Transparencia/DocumentosOficiales/Programa_Sectorial_Desarrollo_Social_2013_2018.pdf
24. PDI. Plan de Desarrollo Institucional 2012–2016. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de: <http://www.ujat.mx>.
25. Ramalho, Betania y José Beltrán. (2012). Universidad y sociedad: la pertinencia de educación superior para una ciudadanía plena”, en Revista Lusófona de Educação, 21, 32-52.
26. Sutz, J. (2003). Inequality and University Research Agendas in Latin America. Science, Technology and Human Values, 28(1), 52-68.