

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Ciencias Económicas.
Instituto de Investigaciones de Ciencias Administrativas.

NÚCLEO DISCIPLINAR/COMITÉ ACADÉMICO: Educación para la Integración
TÍTULO DEL TRABAJO: LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA Y EL FENÓMENO
EMPRENDEDOR. *INCIDENCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN LOS
EMPRESARIADOS DEL GRAN LA PLATA.*

AUTOR/ES: De Giusti Eduardo, Mollo Brisco Gabriela, Santangelo María Andrea.

E-MAIL DE LOS AUTORES: icsadministrativas@econo.unlp.edu.ar,
gmollo@econo.unlp.edu.ar, asan@arnet.com.ar

PALABRAS CLAVES: Pymes – Formación Universitaria.

PALAVRAS CHAVES: Pymes - Formação Universitária.

INTRODUCCIÓN

1. La importancia del Fenómeno Emprendedor

El fenómeno emprendedor ha despertado, en los últimos tiempos, un innegable interés derivado de sus implicancias en las esferas económica y social. Diversos autores han expuesto la variedad de formas en que las pequeñas y medianas empresas colaboran con el crecimiento y dinamismo de la economía de un país. Estas perspectivas, aunque distintas en sus enfoques y denominaciones, resultan en su mayoría coincidentes.

Hugo Kantis y otros señalan, en su artículo “Empresarialidad en Economías Emergentes” (2002), que este interés se basa en la expectativa y en las evidencias acerca de que la creación de nuevos emprendimientos contribuye a la generación de puestos de trabajo, a la actividad innovadora, al fomento y despliegue de las energías creativas de la sociedad y a una mejor distribución del poder económico. En igual sentido, Schiersmann, Graña y Liseras (2002), citando a Henderson y Robert (1999), reconocen la importancia que tienen para el desarrollo económico de un país el establecimiento de nuevas firmas, especialmente pequeñas y medianas, ya que fortalecen y dinamizan la estructura productiva, estimulan la competencia y son a la vez fuente generadora de empleo.

Este reconocimiento sobre la importancia del fenómeno emprendedor es el origen explicativo de las diversas políticas públicas que, sobre todo en los países desarrollados, han sido llevadas a la práctica con la intención de apoyar este fenómeno y fomentar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. Entre los muchos ejemplos que se verifican, podrían citarse los siguientes:

- EEUU (1958) ha creado la Small Business Investment Companies (SBICs), cuya función es la de proveer capital de riesgo, préstamos de largo plazo y asistencia de expertos. También existen los Small Business Development Centers (SBDCs), que proveen apoyo al emprendedor en las etapas iniciales a través de universidades y del programa Small Business Investment Research (SBIR). El énfasis de la mayoría de estos programas está en el financiamiento de las etapas iniciales.
- En Barcelona (España) (1987) se creó la Agencia de Desarrollo Local, que articula programas sobre cultura emprendedora junto a la comunidad universitaria. También en la Comunidad Valenciana, el Instituto de la Pequeña y Mediana Industria Valenciana desarrolla diversas iniciativas al respecto.
- En Alemania, se ha puesto en marcha el programa EXIST financiado con fondos de la Comunidad Económica Europea. El programa se basa en la licitación de recursos para el desarrollo emprendedor.
- En Francia, se han tomado medidas específicas para apoyar a aquellas universidades que estaban dispuestas a fomentar programas basados en el entrepreneurship.

Sin embargo, en América Latina, no se advierte aún una fuerte presencia del tema en la agenda pública. Con honrosas excepciones entre las que se destaca Brasil con su “Programa Brasil Emprendedor”, la generalidad de los países latinoamericanos no registra una concienzuda investigación sobre la temática. Este aparente vacío estadístico referido principalmente a las firmas que nacen, prosperan o mueren en la región podría explicar la debilidad y, en algunos casos, la ausencia de programas públicos enfocados a desarrollar y favorecer el modelo emprendedor.

En igual sentido, resulta necesario instalar en estas sociedades un modelo de educación emprendedora que permita desarrollar una cultura empresarial con la finalidad de favorecer el crecimiento económico a través de la creación de empresas y empleo, fortaleciendo las capacidades y habilidades necesarias. En esta necesaria reconversión cultural, el sistema educativo debe posicionarse como protagonista. Siendo las Universidades formadoras de profesionales capaces de gestar ideas de negocios, resultan los agentes indicados para impulsar fuertemente la marcha hacia esta integración y cambio cultural.

2. Influencia de la Educación Universitaria sobre los Resultados de los Emprendimientos

La relación entre el nivel de formación del emprendedor y los resultados económicos de un emprendimiento es estudiada en un trabajo realizado por Venciana (2002), quién al respecto afirma que “mientras la tasa de fracasos creadas por personas con poca formación suelen llegar hasta el 80 por ciento, en muestras que comprenden sólo graduados universitarios, se queda muy por debajo del 20 por ciento.”

Un estudio realizado en Australia (William, 1985) demuestra que la tasa de fracasos en los nuevos proyectos se reduce considerablemente cuando se ha tenido un entrenamiento y educación.

Lafuente y Salas (1989) también aportan resultados empíricos que demuestran que los individuos con alto nivel educativo suelen estar involucrados con empresas de alto índice de supervivencia, especialmente cuando las mismas requieren alto conocimiento tecnológico. La educación, según señalan, es un activo esencial para dichas empresas en las cuales es frecuente encontrar una asociación positiva entre el nivel educativo del fundador y el desempeño de la firma.

Kantis H., Postigo S., Federico J., y Tamborini F. arriban a resultados similares, a partir de un trabajo de investigación que compara emprendedores con título universitario y un grupo de control compuesto por emprendedores que no ingresaron en la universidad. La evidencia muestra que las firmas manejadas por emprendedores con base universitaria, (al tercer año de vida) duplican su facturación media. En igual sentido, Henrekson y Rosenberg (2000) demuestran que la creación de nuevas firmas, especialmente las de mayor impacto sobre el desarrollo de una región, dependen cada vez más de las capacidades académicas y de la motivación de los emprendedores.

LA INVESTIGACIÓN, METODOLOGÍA Y ASPECTOS EMPÍRICOS

Con el fin de corroborar los argumentos antes expuestos, se inició una investigación sobre las características del sector MyPymes – Pymes de la ciudad de La Plata. El trabajo, sub-producto de la Investigación “**Creación de Pymes en el nuevo escenario de los negocios en el gran La Plata. Factores de origen y desplazamiento**”, (proyecto acreditado por la Secretaria de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional de La Plata, dirigido por la Lic. Liliana Galán), se planteó las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son las características de las Micro y Pequeñas Empresas de ciudad de La Plata?

2. ¿Cuál es el coeficiente de empresariedad los emprendedores locales?¹
3. ¿Qué porcentaje de graduados universitarios tienen su propio emprendimiento?
4. ¿Existen evidencias sobre la incidencia en los resultados de los emprendimientos cuando éstos son gerenciados por graduados universitarios?

Se delimitó el campo de observación, definiendo nuestro universo en los emprendimientos que hubieran sido dados de alta a partir del 1 de Enero de 1991 y que figuraran como activos en el padrón de la Municipalidad de La Plata al 1 de Enero del 2001. El corpus a entrevistar incluyó 81 casos.

En todo momento se ofreció a los entrevistados la explicación por parte de los entrevistadores acerca del uso y tratamiento que se le daría a la información obtenida asegurando sus derechos de privacidad y anonimato respetando, de esta forma, la ética que guía este trabajo.

El tipo de entrevista utilizada fue de tipo escrita-estructurada, con una lista de preguntas que no indujeran las respuestas, no directas y de fácil lectura.

Se ha tenido conciencia de los límites de dicha técnica:

- ❖ Todas las respuestas tienen validez sea quien sea quien responda.
- ❖ La no correspondencia entre lo que se dice y se hace.
- ❖ La disponibilidad del sujeto a proporcionar la información.
- ❖ La comprensión de las preguntas.
- ❖ La sinceridad en las respuestas.

El instrumento metodológico utilizado consistió en un cuestionario administrado por un encuestador con 80 preguntas que incluían un relevamiento sobre la marcha del negocio medida en términos económicos y sus actitudes emprendedoras (coeficiente de empresariedad).

RESULTADOS OBTENIDOS

1. Características del Sector MyPymes de la Ciudad de La Plata.

- El 78% de los Emprendimientos tienen hasta 5 Empleados.
- El 52% de los Emprendimientos tienen niveles de venta menores a los \$50.000.
- La fuente de financiamiento utilizada son los Recursos Propios y la Reinversión de Utilidades.
- El 35% utiliza como fuente de financiamiento a los proveedores.
- El 62% no utiliza Internet.

2. Conocimiento y Percepción del Negocio por parte del Emprendedor

- El 53% tiene un horizonte de planeamiento de una semana.
- El 25% conoce sus resultados por sistemas de información confiables.
- El 9% reconoce debilidades de su empresa.
- El 58% reconoce fortalezas de su empresa.
- El 80% reconoce variables comerciales.
- El 11% declara tener rentabilidades superiores al 20% anual.
- El 4% reconoce errores de gestión propios en la dirección de su emprendimiento.

¹ Se utilizó como herramienta para medir el Coeficiente de Empresariedad, una técnica desarrollada por Rodrigo Varela basada en veinte indagaciones sobre actitudes emprendedoras.

3. Características Personales del Empresario

- El 63% son hombres (el 27% son mujeres).
- El 24% tiene una educación universitaria.
- El 0% tiene un Coeficiente Empresarial = 1 (Excelentes actitudes emprendedoras)

ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de los datos permitió arribar a algunas conclusiones preliminares sobre si la condición de profesional de la persona que gerenciaba un emprendimiento ejercía influencia sobre las variables económicas del mismo, y si se advertían diferencias en lo referente a sus actitudes emprendedoras.

❖ Ventas Anuales

Ventas Anuales en Miles de Pesos	Profesionales (%)	No Profesionales (%)	Total
Menores de 50	45	54.1	51.85
Entre 50 y 249	5	14.75	12.35
Entre 250 y 499	10	4.92	6.17
Entre 500 y 999	15	1.64	4.94
Más de 1000	15	1.64	4.94
NS/NC	10	22.95	19.75
Total	100	100	100

Se observa que el 40% de los emprendimientos gerenciados por profesionales tiene ventas anuales superiores a los \$ 250.000, mientras que este porcentaje no llega al 10% en el caso de emprendimientos gerenciados por no-profesionales.

❖ Rentabilidad

Rentabilidad del Negocio en %	Profesionales (%)	No Profesionales (%)	Total
Negativa	5.00	13.11	18.11
Entre 0 y 10	15.00	14.75	29.75
Entre 11 y 15	25.00	11.48	36.48
Entre 16 y 20	10.00	14.75	24.75
Más del 20	20.00	8.20	28.20
NS/NC	25.00	37.70	62.70
Total	100.00	100.00	100.00

Al analizar la rentabilidad de los emprendimientos, nuevamente se advierte que en aquellos que son gerenciados por profesionales, los resultados son sensiblemente superiores.

❖ Cantidad de Empleados

Cantidad de Empleados	Profesionales (%)	No Profesionales (%)	Total
Unipersonal	30.00	39.34	37.04
Entre 1 y 5	40.00	42.62	41.98
Entre 6 y 10	10.00	6.56	7.41

Entre 10 y 50	10.00	9.84	9.88
Más de 50	5.00	0.00	1.23
NS/NC	5.00	1.64	2.47
Total	100.00	100.00	100.00

Este indicador fue utilizado para demostrar que los emprendimientos que tienen mayores niveles de venta y mayores niveles de rentabilidad naturalmente son los aquellos que generan mayores niveles de empleo.

Así, se observa que el 25% de los emprendimientos gerenciados por profesionales tienen más de 6 empleados mientras el mismo indicador alcanza el 15% para los emprendimientos gerenciados por no profesionales.

❖ Coeficiente Empresarial

Coeficiente Empresarial	Profesionales (%)	No Profesionales (%)	Total
Bien Preparado	50.00	36.07	39.51
Buenas Posibilidades	35.00	47.54	44.44
Bajas Posibilidades	15.00	16.39	16.05
Total	100.00	100.00	100.00

El Coeficiente Empresarial mide las actitudes de los emprendedores. Es de destacar que no existen grandes diferencias entre los profesionales y los no profesionales en las actitudes emprendedoras. Ambos rondan el 15% de emprendedores con Bajas Posibilidades.

CONCLUSIONES

El análisis de los datos pone en evidencia la relación positiva entre el desarrollo empresarial, medido a través de las variables niveles de venta, rentabilidad y cantidad de empleados, y el nivel educativo. En consecuencia, el presente trabajo, amén de constituirse en un nuevo aporte sobre el estado del sector empresarial de la región, contribuiría a corroborar los estudios anteriores sobre tal relación.

Además, presenta una luz de alerta en cuanto a que no se advierten diferencias significativas en las actitudes emprendedoras de los Profesionales y los No Profesionales que gerencian los emprendimientos. Parecería entonces, que el paso por la Universidad contribuiría en la formación sobre conocimientos, técnicas y aptitudes, pero no garantizaría la generación o el desarrollo de las actitudes que modelan el espíritu emprendedor. Lo mencionado anteriormente invita a reflexionar desde el ámbito Universitario, sobre las capacidades emprendedoras de los profesionales y a plantear ciertos interrogantes sobre la formación de los mismos, abriendo el camino de una futura investigación que deberá estar centrada en indagar sobre la factibilidad de aumentar el porcentaje de emprendimientos generados por egresados universitarios y sobre si los egresados universitarios que hoy son emprendedores pueden mejorar sus actitudes y aptitudes a través de programas específicos de educación.

La universidad, en su rol de actor social involucrado en el desarrollo de una nación, debe dedicarle esfuerzos y recursos para atender y fomentar esta problemática.

Se trata de formar en una cultura emprendedora, lo cual implica embarcarse en un proyecto de largo aliento, que debería comenzar desde la educación temprana y profundizarse en los

niveles superiores del sistema educativo. Para ello resulta necesario, desarrollar programas que apunten al conocimiento, comprensión y valoración de la actividad empresarial en general y de las pequeñas y medianas empresas en particular.

REFERENCIAS Y CITAS BIBLIOGRÁFICA

- Liseras, N., A. Gennero de Rearte y F. Graña (2003). "Factores asociados a la vocación emprendedora en alumnos universitarios". VIII Reunión Anual Red PyMEs Mercosur.
- Schiersmann, S., F. Graña y N. Liseras (2002). "Vocación emprendedora en alumnos universitarios: el caso de la Facultad de Cs. Económicas de la UNMdP y FASTA". 7ª Reunión Anual Red PyMEs Mercosur.
- Vesper K. y W. Gartner. "Measuring progress in entrepreneurship education". Journal of Business Venturing 12, 403-421.
- Postigo, S. y M.F., Tamborín (2002). "Entrepreneurship Education in Argentina: The case of San Andrés University". Internationalizing Entrepreneurship Education and training Conference – IntEnt 2002.
- Del Mar, F. y Davidsson, P. (200). "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs". Entrepreneurship & Regional Development, 12, 1-23.
- McCarthy, A., P.J., Morris y J. Winn (1997). "A new look at undergraduate entrepreneurship education". <http://www.usasbe.org/knowledge/proceedings/1997/p171McCarthy.PDF>.
- Kantis, H., P. Angelelli y F. Gatto. "Nuevos emprendimientos y emprendedores: de qué depende su creación y supervivencia? Explorando el caso argentino.
- Ministerios de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. Secretaría de Empleo. Dirección General de Estudios y Formulación de Políticas de Empleo. "Estudio de la dinámica de creación y mortandad de empresas".
- Postigo, S. et al. (2002). "El surgimiento de emprendedores de base universitaria: ¿En que se diferencian? Evidencias empíricas para el caso de Argentina".
- Liseras, N y A. Gennero. "Como inciden las características de la facultad sobre la probabilidad de que un alumno universitario posea vocación emprendedora".